



## **DIFERENÇA DA DISPONIBILIDADE DO COMPARTILHAMENTO DAS INFORMAÇÕES ENTRE AS GERAÇÕES: UMA ANÁLISE SOBRE ESSA PERSPECTIVA**

**Autor: Gabriela Emerick Pereira**  
**Orientadora: Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura**

**Curso: Administração 8º Período**  
**Área de Pesquisa: Ciências Sociais Aplicadas**

**Resumo:** No contexto laboral contemporâneo há de se considerar um ambiente corporativo composto por indivíduos de diferentes grupos geracionais que carregam consigo características peculiares advindo da sua época de nascimento e vivência social. Essas diferenças geracionais se tornam desafiadoras, uma vez que exige uma cultura organizacional que busque harmonia entre os grupos e dessa forma alcance sinergia em prol dos objetivos estabelecidos. Outro ponto relevante na contemporaneidade dentro das organizações é o compartilhamento da informação e, decorrente desse, tem-se a construção do conhecimento que se tornou recurso imprescindível no cenário dos negócios. Delineado por esses parâmetros, buscou-se com este estudo identificar se há diferença entre as gerações na disponibilidade para o compartilhamento da informação. O desenho metodológico adotado compreende-se em um estudo descritivo, tendo como instrumento de coleta de dados um *survey* que, posteriormente, foi analisado por meio de uma estratégia quantitativa. Baseando-se nos resultados encontrados infere-se uma relação positiva das gerações em estudo com o compartilhamento da informação e uma semelhança no que tange às fontes mais recorrentes para partilha.

**Palavras-chave:** Compartilhamento; Gerações; Informação; Organização.

### **1. INTRODUÇÃO**

As organizações são interpostas de informações que podem ser consideradas como um dos principais ativos organizacionais (ANDRADE; ROSEIRA, 2018). Em decurso, considera-se que o compartilhamento da informação é essencial para a construção do conhecimento organizacional. Esse compartilhamento se dá, dentre outras formas, por meio da interação dos indivíduos organizacionais. Para Stewart (1998), as trocas de informações são essenciais para o bom funcionamento da organização, considerando que o seu valor não advém da sua posse, e sim do seu compartilhamento. Com base nesses conceitos, verifica-se que o compartilhamento da informação pode ser considerado como um pilar importante para gestão do conhecimento, mas que nem sempre alcança os resultados almejados devido às barreiras de diversas naturezas (ALVES; BARBOSA, 2010). Dentre elas, podem-se considerar culturas organizacionais que não incentivam as trocas de informações, estruturas organizacionais inadequadas, além do aspecto geracional. Sob essa perspectiva, chama atenção a questão geracional. No contexto social, percebe-se que cada geração é marcada por valores e princípios comuns que influenciam no modo de ser de cada indivíduo, afetando diretamente no desempenho de suas funções no trabalho.

Robbins (2005) descreve as gerações a partir de seus valores, relacionando-as com o contexto histórico em que cresceram e segmentando, ainda, de acordo com a época que entraram no mercado de trabalho. Enquanto os indivíduos Geração Z – nascidos nos anos 90 – também conhecidos como geração da tecnologia, são caracterizados pela rapidez para se obter informações e habilidade de realizar múltiplas tarefas ao mesmo tempo (RECH; VIÊRA; ANSCHAU, 2017), as gerações antecedentes não carregam consigo tamanha agilidade. Na concepção de Alcará *et al.* (2009), pessoas mais velhas tendem ser mais sensíveis às mudanças, enquanto indivíduos mais novos tendem aceitar e conviver melhor com situações inesperadas.

Frente a esses aspectos teóricos, estabeleceu-se como problema de pesquisa: no contexto organizacional existe diferença na disponibilidade para o compartilhamento da informação entre as gerações que compõem o corpo social?

Sob essa ótica, o presente estudo buscou identificar se há diferença entre as gerações na disponibilidade para o compartilhamento da informação. Dessa forma, procurou explicar como o aspecto geracional interfere na disponibilidade para o compartilhamento da informação. Assim, o estudo concentrou-se em alcançar resultados que visam despertar as organizações para a formulação de estratégias dentro do contexto do compartilhamento da informação, enfatizando o aspecto geracional, que possam ser utilizadas de maneira mais eficaz. Para os estudos organizacionais esse trabalho é relevante por abordar o compartilhamento das informações, recurso significativo na contemporaneidade, e a disponibilidade das pessoas como atitude principal para geração do conhecimento organizacional. Para tanto, realizou-se um *survey* em que os dados foram coletados por acessibilidade por meio de um questionário, caracterizando-a como uma pesquisa descritiva com estratégia quantitativa.

As análises realizadas evidenciam, de uma forma geral, que as diferenças geracionais apontadas pelo delineamento teórico não intervêm na disposição em compartilhar informação dos sujeitos em questão. Considera-se, assim, uma relação positiva dos mesmos frente ao compartilhamento, o que colabora para a troca efetiva de informações dentro do ambiente organizacional.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

O compartilhamento da informação advém da necessidade de melhor desenvolver as competências organizacionais. Borelli e Tomaél (2012) afirmam que partilhar informações gera conhecimento organizacional. Assim, se torna essencial partilhar e socializar o conhecimento gerado no ambiente de trabalho, uma vez que ele é capaz de desenvolver criatividade e inovação (VALENTIM, 2016). Nessa perspectiva, pode-se considerar que o compartilhamento da informação resulta da interação social, na qual os atores trocam informação e conhecimento e criam processos de aprendizagem (TOMAÉL; 2005).

Sintetizando a análise dos autores, percebe-se que o compartilhamento da informação é essencial para a criação do conhecimento organizacional. Sob a ótica de Borelli e Tomaél (2012, p.72), “o grande desafio para as organizações deixou de ser o modo de se administrar a produção, mas passa a ser como organizar a informação, de tal maneira que apoie os processos internos e facilite a tomada de decisão”. Porém, essa não é uma questão simples. Um dos fatores que tem impacto sobre ação em questão é a falta de sinergia organizacional, uma vez que, à medida que surgem novos grupos dentro da estrutura institucional, surgem também estilos

gerenciais com características singulares (BORELLI; TOMAÉL, 2012). Nessa concepção, Morelli (2019) destaca a necessidade da harmonia interdepartamental para o desenvolvimento efetivo das atividades. O auxílio mútuo e a empatia entre os colaboradores constituem a base de um relacionamento profissional propício para a realização dos trabalhos. Ainda segundo o autor, é possível perceber o cumprimento de metas, a conquista de bons resultados e a existência de um clima agradável a *posteriori* de uma troca de informações bem sucedida.

Insta destacar a significância do compartilhamento para a geração de criatividade e inovação. Para tal, devem-se criar condições que despertem nos indivíduos o interesse em compartilhar. “A disposição em compartilhar e o compartilhamento eficiente de informações entre os atores de uma rede, asseguram ganhos [...] que poderão reduzir as incertezas e promover o crescimento mútuo” (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p.76). Resultados de pesquisa feita por Hegazy e Ghorab (2014) demonstram que ao fornecer ferramentas que sustentam a aplicação do conhecimento por meio de um portal corporativo teve um impacto positivo na eficácia e eficiência dos processos de negócios e na satisfação dos funcionários.

Portando, no contexto contemporâneo o ato de partilhar e socializar as informações no ambiente de trabalho se torna proeminente, considerando que o conhecimento é o recurso mais importante que uma organização dispõe na nova economia (SILVA; PEREIRA; RODRIGUES, 2016).

## **AS DIFERENTES GERAÇÕES**

Atualmente, no mundo laboral, coexistem diversas pessoas com características peculiares, de diferentes grupos etários e com contextos sociais distintos dividindo o mesmo ambiente de trabalho. Na perspectiva de Dante e Arroyo (2017), cada geração apresenta história, cultura, perspectiva e interesses peculiares, emergindo uma cultura organizacional que concebe movimentos de conhecimento e trabalho em busca de harmonia nas organizações. Mannheim (1993) define geração como um fator histórico caracterizado por indivíduos que compartilham a mesma faixa etária. Nessa perspectiva, Veloso, Dutra e Nakata (2016) destacam que a idade pode gerar comportamentos característicos. Baseando-se nessa teoria, esse trabalho será pautado na perspectiva de conjuntos etários e no contexto social em que os indivíduos cresceram para definir os grupos geracionais. O objeto desse estudo são as gerações que estão ativas no mercado de trabalho, conhecidas como *Baby Boomer*, Geração X, Geração Y e Geração Z.

### ***Baby Boomer***

A geração *Baby Boomer* é composta por indivíduos que nasceram, segundo Cruz, Silva e Leite (2019), no período de 1949 a 1964 – havendo alguma divergência entre autores, mas todos afirmam ser no período final da Segunda Guerra Mundial até a década de 1960. Foram educados com rigidez e respeito, seguiam regras impostas e padronizadas em relação à obediência e disciplina (MORAIS, 2016). Devido ao contexto histórico que cresceram, caracterizam uma geração independente e transformadora, são disciplinados, gostam de trabalhar sob pressão e priorizam o trabalho (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Dentro das organizações são apontados como profissionais leais, focados nos resultados, comprometidos com a empresa e que valorizam o *status* (ALEXANDRE; PITA; FREITAS, 2018). Corroborando essa perspectiva, Comazzetto *et al.* (2016) afirmam que os indivíduos

*Baby Boomers* possuem grande comprometimento organizacional e valorizam a ascensão na carreira profissional.

### **Geração X**

Os indivíduos que compõem a geração X são aqueles nascidos entre 1964 e 1982 (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Caracterizam-se como pessoas autônomas, que preocupam em fazer a diferença, desde que estejam atuando no que gostam (MELO; FARIA; LOPES, 2019). Vivenciaram um período de mudança e são os primeiros a terem contato mais próximo com a tecnologia, favorecendo a aceleração das atividades diárias (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008). No ambiente organizacional são independentes e conservadores, gostam de trabalhar em equipe e, apesar de serem considerados bons empreendedores, preferem ser liderados. São considerados céticos e priorizam uma cultura organizacional mais informal e descentralizada. Por terem crescido em uma época de *downsizing* corporativo, buscaram desenvolver habilidades que melhorassem a empregabilidade, já que a segurança no emprego foi afetada. A percepção de adultos leais à empresa deu vez a uma postura de insegurança (VELOSO; DUTRA; NAKATA, 2016). Valorizam o trabalho, mas procuram equilíbrio entre vida pessoal e profissional, em busca de garantir a satisfação dos desejos materiais e pessoais (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

### **Geração Y**

Multifuncionais, otimistas, autônomos, individualistas e imediatistas, a geração Y é demarcada por indivíduos nascidos entre 1983 e 1994. Os autores afirmam que estes possuem grande afinco com a tecnologia e são fiéis aos projetos, não à empresa (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Cresceram em contato com a internet e desenvolveram a capacidade de realizar várias atividades ao mesmo tempo. São considerados voláteis e gostam de desafios. Segundo Morais (2016), uma característica marcante desses indivíduos é a capacidade de conviver com a diversidade, como a diferença de etnia, sexo e religião. No trabalho, gostam de desafios e defendem suas opiniões. Esperam ascensão profissional imediata, almejam bons salários desde cedo e necessitam de reconhecimento profissional (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019). Possuem grande aversão ao autoritarismo, são mais preocupados com causas sociais, com o bem estar e enriquecimento pessoal (ALMEIDA; SILVA, 2018).

### **Geração Z**

Recém-chegada no mercado de trabalho, a geração Z é delineada cronologicamente por indivíduos nascidos nos anos 1990, mais precisamente após 1995 (ADECCO, 2015). Uma característica marcante desses jovens é a conexão com o mundo digital, uma vez que nasceram na massificação da internet (ALMEIDA; SILVA, 2018). Possibilitado pelo uso da rede e dos aparelhos eletrônicos, possuem um nível de informações excessivamente alto, o que caracteriza indivíduos imediatistas. Segundo Ceretta e Froemming (2011), a principal característica desses jovens é o fato de Zapear. Para os autores, o conceito zapear é decorrente do fato de mudarem constantemente o canal da TV por meio do controle remoto, sendo capazes de realizarem diversas atividades ao mesmo tempo. Ainda com pouco tempo no mercado de trabalho, percebe-se que se trata de profissionais multitarefas, atentos e ágeis no quesito inovação e tecnologia (JACQUES *et al.*, 2015). Tapscott

(2010) frisa ainda a facilidade dessa geração em se conectar com outras pessoas pelo uso da tecnologia.

Destarte, no ambiente organizacional contemporâneo convivem indivíduos com contextos distintos e características peculiares. Nota-se que os *Baby Boomers* possuem mais disciplina e afinco para lidar com regras e padrões, enquanto as gerações X, Y e Z lidam melhor com a tecnologia e com os desafios impostos. Segundo Moraes (2016, p.184), o grande desafio nas organizações atuais incide em “adotar um modelo de liderança que mobilize essas pessoas, marcadas por diferenças históricas e socialmente construídas, a assumirem comportamentos que se prestem ao alcance dos objetivos organizacionais”. Tapscott (2010) salienta ainda que é necessário se atentar para políticas de gestão de pessoas que assegurem que os indivíduos – de diferentes gerações – encontrem motivos para ficar e se doar.

Para tornar a partilha de informações e a construção de conhecimento rotina dentro das organizações, as empresas devem optar por meios que favoreçam a sinergia organizacional, visando o estreitamento de laços entre os indivíduos em busca de uma possível troca de informações, pois segundo Barreto (1994), as trocas de informações são consideradas conjuntos significantes com a competência de gerar conhecimento no indivíduo e em seu grupo. Assim, através das trocas, espera-se alcançar melhores resultados organizacionais por meio do conhecimento adquirido e desenvolvido.

### **3. METODOLOGIA**

Considerando o objetivo geral desse trabalho que se concentra em identificar se há diferença entre as gerações na disponibilidade para o compartilhamento da informação no âmbito organizacional, optou-se por realizar uma pesquisa descritiva, que segundo Gil (2008) tem como objetivo delinear as características de uma determinada população e as relações entre as variáveis. Quanto à coleta de dados, optou-se pelo *Survey*, que visa à interrogação direta dos indivíduos que deseja conhecer. “Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes dos dados coletados” (GIL, 2008, p.55).

A população que compõe a pesquisa são os indivíduos ativos no mercado de trabalho, delineados como gerações *Baby Boomers*, X, Y, e Z. A amostra dos participantes é do tipo não probabilístico, por acessibilidade. Foi aplicado um questionário *online*, adaptado de Alves (2011), em uma empresa prestadora de serviço contábil que atua em nove cidades na região da Zona da Mata de Minas gerais. Hoje a empresa possui 120 funcionários que ficaram livres a participar ou não da pesquisa. No total, obteve-se 46 respostas.

Desse modo, o desenho metodológico desse estudo apresenta um estudo descritivo, com estratégia qualitativa, composta por indivíduos que compõem os grupos geracionais atuantes no mercado de trabalho, tendo como instrumento de coleta de dados um questionário *online*. A partir dos dados coletados e tabulados, foram traçadas as análises a respeito do tema.

## 4. ANÁLISE DE DADOS

A partir dos dados coletados, apresentam-se as análises a respeito do tema e as relações entre as variáveis em estudo. O perfil da amostra é delineado por 46 respondentes total, sendo 32 jovens pertencentes à geração Z, 7 indivíduos considerados geração Y, 7 geração X e nenhum respondente que se enquadrasse na geração *Baby Boomer*. Segundo Cruz, Silva e Leite (2019), os *Baby Boomers* são hoje trabalhadores com mais de 56 anos de idade, sendo considerados os mais velhos no mercado de trabalho atual, carregam em si grande apego pela carreira profissional e comprometimento organizacional (COMAZZETTO *et al.*, 2016).

### 4.1 Geração X

Os indivíduos pertencentes à geração X foram os primeiros a terem contato com a tecnologia e a utilizam como ferramenta para acelerar a realização das atividades (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008). Reforçando essa análise, dentre os dados coletados, nota-se que 72% dos respondentes pertencentes à geração X concordam que estão atentos às inovações e gostam de buscar um jeito inovador para realizar suas tarefas. Corroborando, 72% afirmam estar sempre à procura de novidades para aplicar no contexto de trabalho e 14% deles discordam dessa afirmativa. Em totalidade, são indivíduos que demonstram integridade e transparência de suas informações. A maior parte deles concorda que as organizações são sistemas cooperativos e de colaboração e 28% são neutros a respeito dessa perspectiva.

Baseando-se nos dados coletados, observa-se que os funcionários da organização estão dispostos a cooperarem uns com os outros e a colaborar com a partilha de informações intraorganizacional. Corroborando essa análise, apontam que, sempre que necessário, pedem ajuda e encontram pessoas dispostas a ajudar, o que pode ser considerado um fator relevante dentro da organização, pois, segundo a perspectiva de Tomaél (2005), o compartilhamento da informação é resultante da interação social e possibilita processos de aprendizagem.

Quanto aos meios de partilha de informações dentro da organização, 72% desses indivíduos – da geração X – afirmam que preferem reuniões rápidas, enquanto 28% deles discordam dessa perspectiva e afirmam que as reuniões demoradas podem ser mais efetivas. No que tange a busca de informações e esclarecimento de dúvidas, percebe-se que contam com a ajuda dos colegas da unidade de trabalho, com a internet e também recorrem à liderança direta ou indireta da organização se necessário. Esses dados enfatizam a importância da sinergia organizacional, que Morelli (2019) afirma ser capaz de propiciar o desenvolvimento efetivo das atividades. Ainda segundo o autor, esse auxílio mútuo entre os colaboradores contribui para a base de um relacionamento propício para a realização das atividades organizacionais.

Quanto aos meios de comunicação mais utilizados pelo grupo depreende-se que, em sobremaneira os indivíduos utilizam as conversas com os colegas para realizar tal partilha, usam também a internet, o e-mail e intranet para trocar informações. Apontam que há liberdade para troca de informações com os níveis hierárquicos mais altos e que, contribuindo com essa troca, elevam-se também as chances de alavancar a carreira profissional, sendo este um fator valorizado por

eles, uma vez que são considerados profissionais que valorizam o trabalho (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Ainda na perspectiva dos indivíduos da geração X, 58% concordam que encontram na intranet informações necessárias para melhor execução de seu trabalho. Percebe-se um *gap* em compartilhar as informações pelo sistema devido à dificuldade em registrá-las. Na concepção de 72% dos respondentes, as premiações e recompensas não incentivam a troca de informações pelo sistema de intranet. Interessante notar que, para 58% deles, a organização incentiva e valoriza os bons relacionamentos, mas 28% discordam dessa análise, o que se torna um ponto desafiador. Borelli e Tomaél (2012) afirmam que o grande desafio contemporâneo passa a ser o modo como se organizam as informações, de tal maneira que se apoie nos processos internos e colabore com as tomadas de decisões. Os respondentes da Geração X afirmam também que apesar de gostarem do trabalho em equipe a preocupação em realizar o trabalho individual bem feito é maior que os resultados coletivos, demonstrando assim maior preocupação com o resultado individual em detrimento do coletivo.

## **4.2 Geração Y**

No que diz respeito à geração Y, considera-se na pesquisa os indivíduos entre 30 e 35 anos de idade, pois, segundo os autores em referência Cruz, Silva e Leite (2019), nasceram em meados de 1983 a 1994. Junto com a geração X, são os que estão há mais tempo na empresa. Já cresceram em contato com a tecnologia e, em totalidade, afirmam que estão atentos às inovações e sempre em busca de novidades para serem aplicadas no contexto de trabalho.

Além disso, eles prezam pela integridade, transparência das informações e consideram as organizações como sistemas colaborativos e de colaboração. Sempre que necessário procuram ajuda, mas 57% não sabem afirmar sobre a disposição do colega na cooperação organizacional. Para 72% deles, as reuniões rápidas são mais positivas que as reuniões mais demoradas, o que condiz com a característica de uma geração imediatista e volátil (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Observa-se que, quando se faz necessário, buscam por ajuda e recorrem aos colegas da unidade de trabalho, à internet e também à liderança direta ou indireta da organização. No que tange aos recursos disponíveis para trocas de informações na realização do trabalho, utilizam em totalidade as conversas com os colegas de trabalho, seguidas da internet, e-mail/intranet e, também, fazem uso de tecnologias móveis. Essa facilidade em recorrer aos meios tecnológicos faz referência ao fato de possuírem grande afinco com a tecnologia (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

Ainda a respeito das trocas de informações, percebe-se que há liberdade com os níveis hierárquicos mais altos e que, dentro da organização, é fácil adquirir e partilhar seus conhecimentos. Esses dados coadunam com a perspectiva de Tomaél e Marteleto (2006), pois segundo eles, o compartilhamento eficiente de informações, além de assegurar ganhos, é capaz de reduzir incertezas e construir o crescimento mútuo entre os atores e a organização. Para os respondentes, participando das trocas de informações são capazes de demonstrar seu trabalho e capacidade naquilo que fazem, por conseguinte, esperam alavancar as chances de promoção e crescimento na carreira.

Quanto aos canais de comunicação disponíveis, observa-se que 72% os consideram insuficientes para trocas de informações devido à dificuldade em

sintetizar o conteúdo desejado. Averiguou-se também que não há incentivos para utilização da intranet – canal disponível pela empresa para comunicação.

Interessante observar que 58% consideram que os bons relacionamentos são valorizados pela organização, mas 42% consideram que esse conceito pouco ou nada se aplica. Essa discrepância demonstra que a empresa ainda não alcançou a sinergia organizacional, em busca do estreitamento de laços e possíveis ganhos organizacionais resultantes dessa interação. Para esses indivíduos, prevalece mais a preocupação com o trabalho individual bem feito que com os resultados coletivos.

No que tange a ascensão profissional, compreende-se que nem sempre os funcionários que fazem carreira na empresa são os que colaboram com as trocas de informações, e nem todos eles percebem uma valorização da empresa com aqueles que se importam em fazer e demonstrar um trabalho de qualidade. Esse fator contradiz as expectativas da geração Y, que espera por ascensão profissional imediata, bons salários desde cedo e o reconhecimento profissional (CRUZ; SILVA; LEITE, 2019).

### **4.3 Geração Z**

Considerando a geração Z como indivíduos com até 30 anos de idade, conforme define o autor, os nascidos após 1995 (ADECCO, 2015). Caracteriza-se como a geração mais conectada, pois já nasceram em um mundo totalmente digital (ALMEIDA; SILVA, 2018). Essa característica faz com que eles tenham uma atitude natural ao buscarem informações, o que corrobora com os resultados encontrados em que a totalidade dos respondentes afirma que está atenta às inovações e gosta de buscar um jeito novo de realizar suas tarefas, tal como sempre buscar novidades para aplicar no contexto de trabalho.

No que se refere à organização, consideram como sistemas colaborativos e de colaboração e prezam pela integridade organizacional. 63% dos respondentes concordam que os funcionários estão dispostos a cooperar mutuamente, mas 31% não sabem a respeito das atitudes dos colegas e 6% discordam dessa perspectiva.

Quanto à análise da disponibilidade individual da geração para o compartilhamento da informação, todos os respondentes demonstram que estão dispostos a trocarem informações e sempre que precisam não sentem vergonha de recorrer à ajuda. Essa abertura à troca e construção do conhecimento organizacional pode ser considerada relevante, pois na ótica de Silva, Pereira e Rodrigues (2016), o conhecimento é o recurso mais importante que uma organização dispõe na contemporaneidade.

Quanto aos meios utilizados para troca de informações, 62,5% afirmam que preferem as reuniões mais rápidas que as mais demoradas. Além disso, para esclarecer suas dúvidas contam com a ajuda dos colegas da unidade de trabalho, com a internet e também com a liderança direta ou indireta da organização. No que diz respeito aos meios disponíveis para as trocas de informações mais utilizados, ressaltam as conversas com os colegas de trabalho, a internet e também a partilha pelo e-mail/intranet. Tapscott (2010) salienta que essa geração possui prontidão para se conectar com outras pessoas e que o uso da tecnologia facilita esse processo.

Conclui-se que, para 69% deles, dentro da organização em estudo é fácil buscar e adquirir novas informações e que na concepção da maioria deles - 60% - há liberdade para trocar informações com os níveis hierárquicos mais altos. Por vezes, 66% deles, afirmam que encontram informações na intranet da empresa que



ajuda na realização de seus trabalhos, mas percebem uma dificuldade em registrar as informações no sistema da empresa. Vale ressaltar a importância da partilha e socialização do conhecimento dentro do ambiente organizacional, pois através dessa troca pode-se resultar o alcance de criatividade e inovação (VALENTIM, 2016).

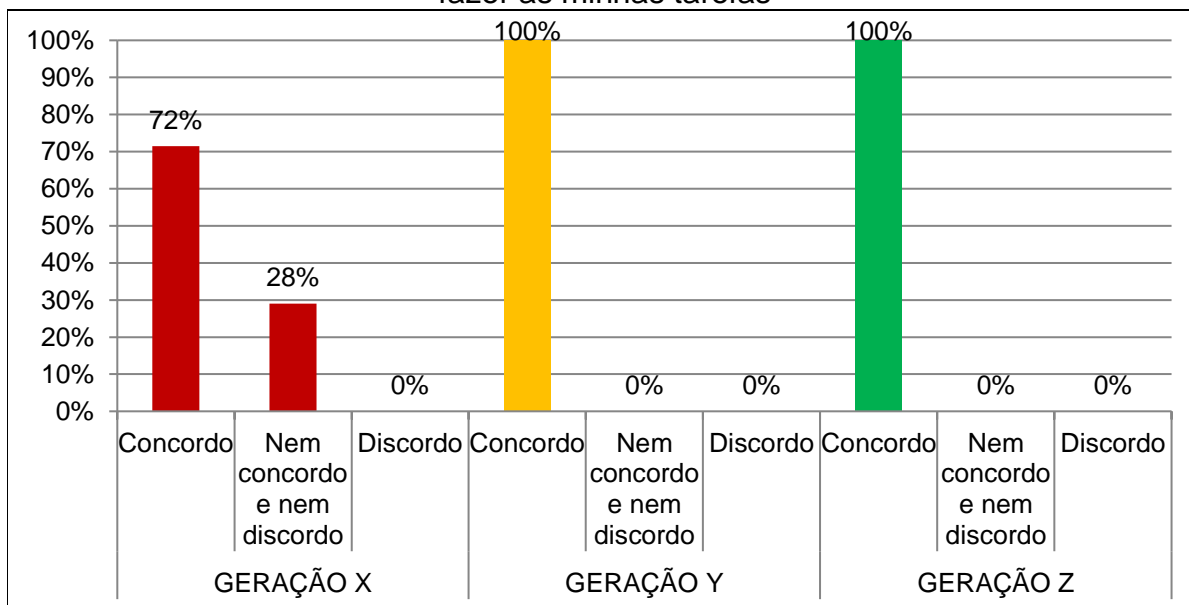
Ainda sobre a percepção dos indivíduos da geração Z, as recompensas da organização pouco estimulam o compartilhamento da informação entre eles, mas estão inseridos em um meio de trabalho que incentiva e valoriza os bons relacionamentos. Outro ponto relevante é que a ideia que prevalece ao realizar um trabalho bem feito é pensar no resultado coletivo.

Levando em consideração a motivação, percebe-se que acreditam que partilhando suas informações é possível alcançar ganhos na carreira e conquistar futuras promoções e que por meio da partilha são capazes de demonstrar o trabalho que desenvolvem.

#### 4.4 Síntese

De uma forma geral, como mostra o gráfico 1, as gerações Y e Z em totalidade demonstram ser atentas às inovações e abertas à busca por novidades para aplicar no contexto de trabalho. Já a geração X, a mais velha no mercado de trabalho em referência, possui uma parcela – 29% – dos seus respondentes que são neutros a respeito dessa informação.

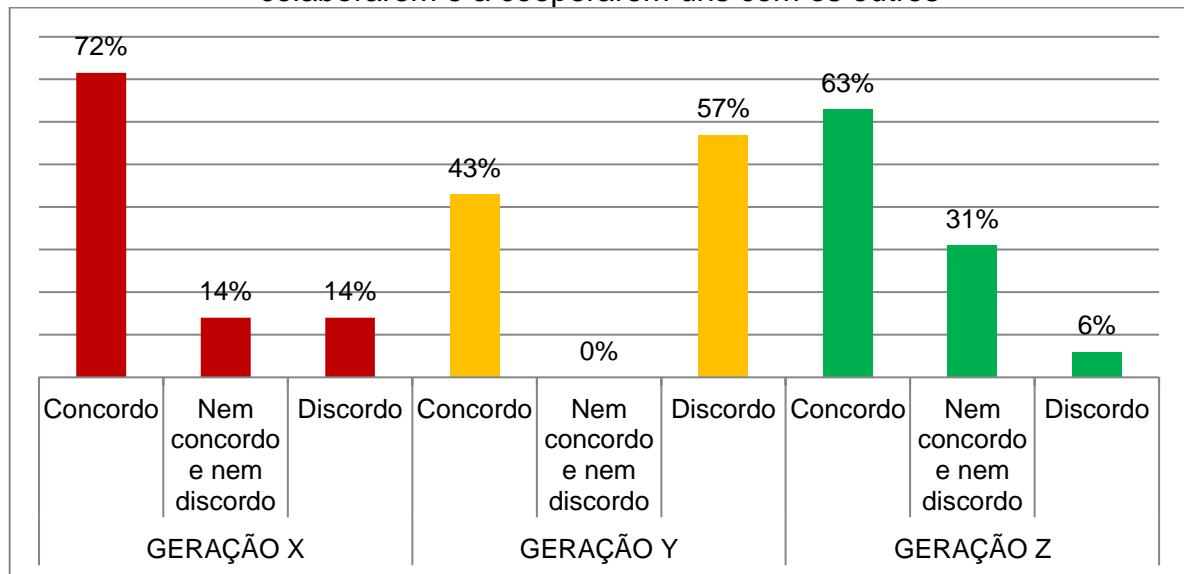
Gráfico 1: Estou atento às inovações e gosto de buscar um jeito inovador de fazer as minhas tarefas



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Percebe-se que há uma diferença na percepção das gerações no que tange à disposição do compartilhamento dos colegas – gráfico 2. Há de se considerar a relevância da disposição em partilhar informações dentro do ambiente de trabalho, pois segundo Barreto (1994), as trocas de informações são consideradas conjuntos significantes capazes de propiciar conhecimento para o indivíduo e para o seu grupo.

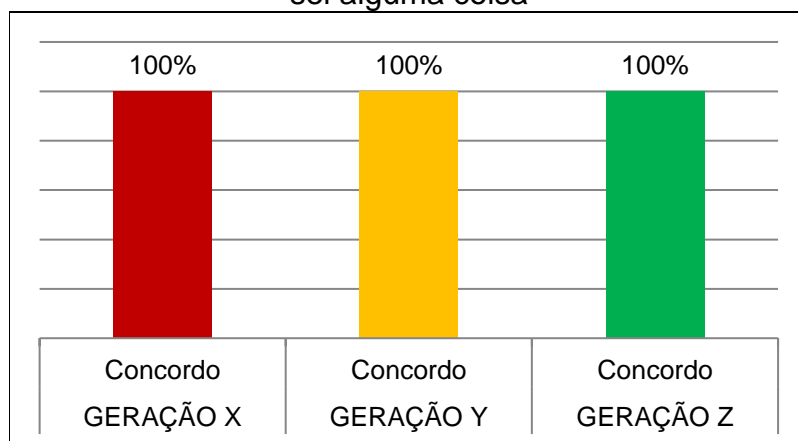
Gráfico 2: Na organização em que trabalho todos os funcionários estão dispostos a colaborar e a cooperarem uns com os outros



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A totalidade dos respondentes pertencentes às gerações X, Y, e Z, demonstram ser abertos à procura de informações, dentro do ambiente organizacional, quando não têm conhecimento a respeito de algum assunto – gráfico 3. Essa abertura à busca por informações pode ser considerada como uma atitude positiva, uma vez que Barreto (1994) assegura que, através das trocas de informações, esperam-se melhores resultados por meio do conhecimento adquirido.

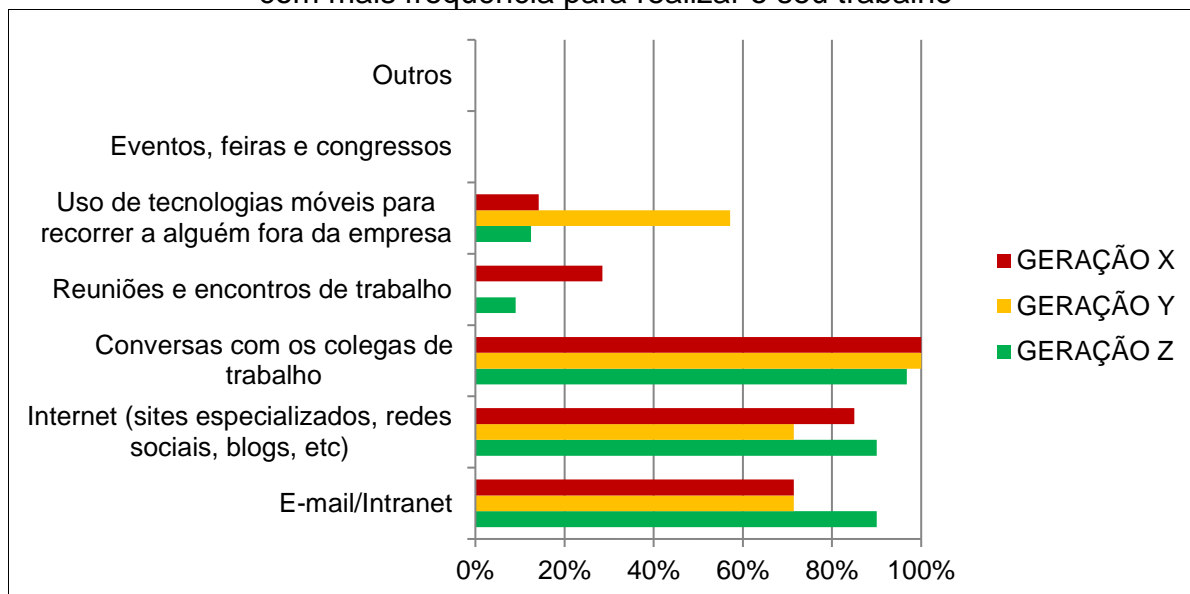
Gráfico 3: Tenho como característica sempre buscar por informações quando não sei alguma coisa



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No que tange a busca por informações e os meios mais utilizados dentro da organização para o compartilhamento da informação (gráfico 4), percebe-se uma semelhança dos meios mais recorrentes entre as gerações.

Gráfico 4: Indique três meios disponíveis de troca de informações que você utiliza com mais frequência para realizar o seu trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Pode-se considerar, assim, que apesar das diferenças geracionais o grupo em questão demonstrou ser atento às inovações, aberto à procura por novidades e ter um comportamento próximo no que tange a busca por informações e aos meios de partilha utilizados. Um fator importante que favorece essa homogeneidade é o incentivo ao bom relacionamento intraorganizacional, uma vez que, segundo a ótica de Tapscott (2010), as organizações devem se voltar para políticas de gestão que assegurem que os indivíduos organizacionais encontrem motivos para ficar e se doar.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados possibilitaram uma análise que considere as diferentes gerações no que tange ao compartilhamento da informação, destacando se há ou não diferença entre elas na disponibilidade para partilhar. A pesquisa parte da constatação de que o ambiente organizacional é dividido por pessoas que apresentam características específicas de cada grupo geracional. Foram consideradas no estudo, as gerações X, Y e Z, uma vez que não houve respondentes que se enquadrasse na geração *Baby Boomer*.

Infere-se que em busca de novas maneiras de realizar seus trabalhos, a totalidade das gerações Y e Z concorda que está atenta às inovações e grande parte da geração X – a mais velha em análise – também mostrou uma atitude positiva frente às novidades que cercam o trabalho que desempenham na organização. Todos os indivíduos concordam que carregam como característica a busca por informações quando não sabem de alguma coisa.

No que diz respeito à partilha, percebe-se uma semelhança nas fontes de informações mais recorrentes. Os participantes em geral afirmam que recorrem aos colegas da unidade de trabalho, à internet e também contam com a ajuda dos seus líderes. Quanto aos meios mais utilizados para essa partilha, há também uma conformidade. Grande parte dos respondentes concorda que a maior troca de

informações se dá de modo informal, por meio das conversas com os colegas de trabalho. Também contam com a ajuda da internet para essa partilha e, de maneira mais formal, se faz pelo e-mail e pelo sistema de intranet da empresa.

No que tange à organização, percebe-se que é fácil trocar informações com os níveis hierárquicos mais altos e a mesma é vista na perspectiva dos indivíduos como um sistema que valoriza a colaboração. Depreende-se, assim, que essa sinergia entre as gerações é resultante do ambiente colaborativo em que estão inseridos. A harmonia organizacional é necessária para o desenvolvimento efetivo das atividades e propicia a base para um relacionamento profissional. Conclui-se também que, na perspectiva dos respondentes, por meio das trocas efetivas de informações podem conseguir alcançar bons resultados na carreira e uma possível ascensão profissional.

Vale salientar ainda que, por meio do sistema intranet da empresa, compartilham e encontram informações necessárias para o trabalho, contudo os respondentes relatam sentir dificuldade em sintetizar conteúdos na plataforma.

É interessante notar que as gerações X e Y demonstram ser mais preocupadas em realizar o trabalho individual bem feito, enquanto para geração Z prevalecem os resultados coletivos.

Destarte, apesar das diferenças geracionais descritas pelos autores, dentro do ambiente em estudo não houve diferença significativa entre as gerações na disposição em partilhar informações. Vale salientar ainda que a geração *Baby Boomer*, que possui características mais divergentes das demais, não fez parte da pesquisa e por isso não foi analisada neste estudo.

A partir dos resultados, pode-se afirmar que há uma atitude positiva das gerações X, Y e Z quanto à disponibilidade em compartilhar informações. Infere-se, com base nos dados coletados, que os respondentes estão sempre em busca de algo novo e não se sentem constrangidos em procurar ajuda quando necessário. Entretanto, é importante salientar que não há uma percepção clara quanto às atitudes dos colegas no que diz respeito à colaboração e à disponibilidade para o compartilhamento.

Sugere-se, para pesquisas futuras, que o tema compartilhamento da informação e gerações no ambiente organizacional seja estudado em outros contextos organizacionais para que os limites desse trabalho sejam ampliados. Há de se considerar que a organização estudada apresenta características de uma pequena empresa, localizada em uma cidade média em que há um relacionamento entre as pessoas anterior ao fato de serem colegas de trabalho. Muitos desses relacionamentos já se iniciaram em outros ambientes sociais, o que precisa ser considerado ao se propor estudar compartilhamento da informação. É relevante apontar que esse trabalho apresenta limitações próprias de aplicação em um único cenário organizacional que precisam ser levados em conta quanto à análise dos resultados encontrados.

Para as organizações, é importante salientar que o compartilhamento da informação só acontece a partir do momento que há políticas de Gestão de Pessoas voltadas para a sua promoção alinhadas às políticas de reconhecimento e valorização do conhecimento criado dentro dos limites da empresa.

## 6. REFERÊNCIAS

ADECCO. **Generation Z vs. Millennials**. 2015. Disponível em: <<http://pages.adeccousa.com/rs/107-IXF-539/images/generation-z-vs-millennials.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2020.

ALCARÁ, A. *et al.* Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.14, n.1, p. 170-191, 2009. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1413-99362009000100012>>. Acesso em: 18 ago. 2020.

ALEXANDRE, R.; PITA, M.; FREITAS, A. Do antigo ao novo: geração Baby Boomers, geração X, geração Y, geração Z e seus conflitos nas organizações. **Revista de trabalhos acadêmicos - Universo Juiz de Fora**, v. 1, n. 7, p. 1-11, 2018. Disponível em: <<http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1JUIZDEFORA2&page=articulo&op=view&path%5B%5D=7220&path%5B%5D=0>>. Acesso em: 08 set. 2020.

ALMEIDA, G.; SILVA, C. O desafio dos gestores na carreira contábil: A perspectiva das gerações Baby Boomer X, Y e Z. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 37, n. 4, p.105-120, 2018. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/37052>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

ALVES, A.; BARBOSA, R. R. Influências e barreiras ao compartilhamento da informação: uma perspectiva teórica. **Ciência da Informação**, v. 39, n.2, p.115-128, 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652010000200010>> Acesso em: 22 ago. 2020.

ALVES, A.M. **Colaboração e compartilhamento da informação no ambiente organizacional**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola Ciência da Informação. Universidade Federal de Minas Gerais, 2011.

ANDRADE, A. R.; ROSEIRA, C. A informação como elemento de integração entre propósito, processos e pessoas: um estudo em instituições portuguesas. **Gestão e Produção**, v.25, n.1, p.107-116, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/0104-530x2642-16>>. Acesso em: 07 set. 2020.

BARRETO, A. A. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n.4, p. 3-8, 1994. Disponível em: <[http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04\\_01.pdf](http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04_01.pdf)>. Acesso em: 19 ago. 2020.

BORELLI, F.; TOMAÉL, M. I. Situações que envolvem o compartilhamento de informação por sistema informatizado. **Em questão**. Porto Alegre: v. 18, n. 2 p. 71-83, Jul/dez 2012. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/21850/24055>>. Acesso em: 11 mar. 2020.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. Geração Z: compreendo os hábitos de consumo da geração emergente. **RAUnP**. v. 3, n. 2, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/raunp/article/view/70>>. Acesso em: 22 set. 2020.

COMAZZETTO, L. et al. A Geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações. **Psicologia: Ciência e Profissão**[online], v.36, n.1, p.145-157, 2016. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-98932016000100145&script=sci\\_abstract&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-98932016000100145&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 08 out. 2020.

CRUZ, L.; SILVA, L.; LEITE, C. As novas gerações não têm comprometimento? Diferenças no comprometimento organizacional ao longo dos grupos geracionais. **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, v. 9, n. 2, p. 192-208, 2019. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/53542/as-novas-geracoes-nao-tem-comprometimento--diferencas-no-comprometimento-organizacional-ao-longo-dos-grupos-geracionais/i/pt-br>>. Acesso em: 12 set. 2020.

DANTE, F.; ARROYO, R. Âncoras de Carreira: Por onde Caminham as Gerações? **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, v. 7, n. 2, p. 512-528, 2017. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/ReCaPe/article/view/32748>>. Acesso em: 08 set. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008. Disponível em: <<https://biblioteca.isced.ac.mz/bitstream/123456789/707/1/M%C3%A9todos%20de%20Pesquisa%20Social.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2020

HEGAZY, F.M.; GHORAB, K. E. The influence of knowledge management on organizational business processes' and employees' benefits. **International Journal of Business and Social Science**, v. 5, n. 1, 2014. Disponível em: <[https://scholar.google.com.br/scholar?q=The+influence+of+knowledge+management+on+organizational+business+processes%27+and+employees%27+benefits&hl=pt-BR&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.br/scholar?q=The+influence+of+knowledge+management+on+organizational+business+processes%27+and+employees%27+benefits&hl=pt-BR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)>. Acesso em: 20 ago. 2020.

JACQUES, T. C. et al. Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 67-85, jul./set. 2015. Disponível em: <[https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11226/pdf\\_1](https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11226/pdf_1)>. Acesso em: 14 jun. 2019.

LOMBARDIA, P. G.; STEIN, G.; PIN, J. R. Políticas para dirigir a los nuevos profesionales: motivaciones y valores de La generacion Y. Documento de investigacion DI-753. Mayo, 2008. Disponível em: <<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0753.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2020.

MANNHEIM, K. El problema de las generaciones. **Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)**, n. 62, p. 193-242, 1993. Disponível em: <[http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_062\\_12.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_062_12.pdf)>. Acesso em: 08 set. 2020.

MELO, M.; FARIA, V.; LOPES, A. A construção da identidade profissional: estudo com gestoras das gerações *Baby Boomers*, X e Y. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17,

edição especial, p. 832-843, 2019. Disponível em:  
<<https://www.scielo.br/pdf/cebape/v17nspe/1679-3951-cebape-17-spe-832.pdf>>.  
Acesso em: 26 set. 2020.

MORAIS, F. O desafio das lideranças: assegurar a produtividade com pessoas de diferentes gerações. **Revista de Carreiras e Pessoas (RECAPE)**, v. 6, n. 2, p. 176-187, 2016. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/42696/o-desafio-das-liderancas--assegurar-a-produtividade-com-pessoas-de-diferentes-geracoes>>.  
Acesso em: 08 set. 2020.

MORELLI, P. R. Compartilhamento de informações na rede social corporativa Yammer do sistema Fiep. In: **IV Colóquio em Organização, Acesso e Apropriação da Informação e do Conhecimento (COAIC)**. 2019. Disponível em:  
<<http://www.uel.br/eventos/cinf/index.php/coaic2019/coaic2019/paper/viewFile/648/422>>. Acesso em: 17 set. 2020.

RECH, I. M.; VIÊRA, M. M.; ANSCHAU, C. T. Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais. **Revista Tecnológica**, v. 6, n. 1, p. 152 - 166, 2017. Disponível em:  
<<https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/223>>. Acesso em: 08 set. 2020.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SILVA, E. F.; PEREIRA, F. C. M.; RODRIGUES, E. H. G. Creation of organizational knowledge on the basis Von Krogh, Nonaka and Ichijo capacitors: a case study in the grange DF Pork Company. **International Journal of Innovation: IJI Journal**, v. 4, n. 2, p. 155-172, 2016. Disponível em: <  
<https://periodicos.uninove.br/innovation/article/view/10173> >. Acesso em: 08 set. 2020.

STEWART, T. A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. (tradução de Marcelo Lino). Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TOMAÉL, M. I. **Redes de conhecimento**: o compartilhamento da informação e do conhecimento em consórcio de exportação do setor moveleiro. 2005. Tese – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005. Disponível em: <[https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/EARM-6ZFQFX/1/doutorado\\_\\_\\_maria\\_in\\_s\\_toma\\_l.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/EARM-6ZFQFX/1/doutorado___maria_in_s_toma_l.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2020.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 11, n. 1, p. 75-91, 2006. Disponível em:  
<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2006v11nesp1p75/387>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

VALENTIM, M. L. P. Processos de compartilhamento e socialização do conhecimento em ambientes empresariais. **Ciência da Informação**, v. 45, n. 3, 2016. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/4050/3570>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

VELOSO, E.; DUTRA, J.; NAKATA, L. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e *Baby Boomers*. **Revista de Gestão (REGE)**, v. 23, n. 2, p. 88-98, 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/121103>>. Acesso em: 08 set. 2020.