

**Soriano, A. & Ortega, I. (2021). *De los Zeta a los Silver*.
Plataforma Editorial. 162 pp. ISBN 9788418582745**

João Simão

(Faculdade de Ciências Humanas | Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, Universidade Católica Portuguesa)

Morada postal institucional: Universidade Católica de Lisboa, Palma de Cima 1649-023 Lisboa – Portugal

(joao.simao@ucp.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1147-1249>

João Simão (short bio): Doutoramento em Ciências da Comunicação pelo ISCTE-IUL (2018), com uma Tese na área do *Lobbying* e Comunicação Estratégica; Mestre em Gestão Estratégica das Relações Públicas pela ESCS-IPL (2012); Licenciado em Relações Públicas e Comunicação Empresarial pela ESCS-IPL (2010). Professor Auxiliar na Faculdade de Ciências Humanas na Universidade Católica desde setembro de 2019, foi também Assistente Convidado (2012-2018) e Professor Adjunto Convidado (2018-2019) na ESCS-IPL. Investigador na área da Comunicação Estratégica e Relações Públicas, com publicações em congressos e revistas nacionais e internacionais.

Resumo (PT): O livro *De los Zeta a los Silver* caracteriza duas gerações diferentes que, nos dias de hoje, se cruzam no ambiente laboral. Os autores abordam detalhadamente as características de cada uma das gerações, proporcionando assim uma visão holística sobre os diferentes desafios que ambas acarretam às organizações atuais. A análise que o livro apresenta permite a diferentes profissionais entenderem como os trabalhadores destas duas gerações se comportam, e o que eles próprios esperam das organizações em que trabalham. Em resumo, este livro apresenta-se como uma peça interessante no *puzzle* estratégico que qualquer organização deve desenvolver – nomeadamente os diferentes profissionais de comunicação (quer num sentido mais estratégico, quer num sentido mais operacional).

Palavras-chave: gerações, organizações, comunicação, estratégia

Abstract (EN): The book *De los Zeta a los Silver* characterizes two different generations that, nowadays, cross paths in the organizational environment. The authors address in detail the characteristics of each of the generations, providing a holistic view of the different challenges that both bring to today's organizations. The analysis that the book presents allows different professionals to understand how the employees of these two generations behave, and what they expect from their own organizations. In summary, this book presents itself as an interesting piece in the strategic puzzle that any organization must develop – namely to the different communication professionals (whether in a more strategic sense or in a more operational sense).

Keywords: generations, organizations, communication, strategy

Introdução

Nos últimos tempos tem-se assistido a vários estudos sobre as novas gerações e a sua relação com o mercado de trabalho, nomeadamente os chamados *Millenials* e a Geração Z¹. Porém, o livro *De los Zeta a los Silver* traz-nos uma abordagem diferente – apresenta uma perspetiva de como a geração com menos de trinta anos (os *Zeta*) e a geração com mais de cinquenta anos (os *Silver*) podem, em conjunto, formar uma união intergeracional, como indicam os autores na contracapa do livro.

De los Zeta a los Silver foi escrito por Asunción Soriano e Inñaki Ortega, nomes porventura pouco conhecidos na realidade académica portuguesa, mas que apresentam credenciais interessantes para a temática – Asunción Soriano é CEO da ATREVIA (consultora de comunicação também presente em Portugal) e Inñaki Ortega, académico e com experiência na área da gestão, já anteriormente tinha dedicado um livro à Geração Z. *De los Zeta a los Silver* é publicado pela editora castelhana Plataforma Editorial, sendo a sua primeira edição de setembro de 2021 (não se conhecendo tradução para língua portuguesa).

O livro é composto por três partes – na primeira parte os autores explicam a importância de olhar para o fenómeno das diferentes gerações que se cruzam no mercado de trabalho, dedicando a segunda e a terceira partes à explicação de cada uma das gerações, respetivamente. Iremos então lançar um olhar sobre as principais pistas de cada uma das secções do livro.

O novo horóscopo são as gerações

O título desta secção corresponde ao título de um dos capítulos da primeira parte do livro e parece exemplificar bem a necessidade de olhar aprofundadamente para a temática das gerações quando observamos o ecossistema organizacional nos dias de hoje. Ao longo das primeiras páginas os autores vão refletindo sobre a evolução das gerações, inferindo que este cruzamento entre *Zeta* e *Silver* pode trazer diferentes oportunidades para o mundo laboral – por exemplo, salientam o facto de a geração *Silver* se ter vindo a adaptar tecnologicamente (trabalhando agora lado a lado com nativos digitais), mesmo antes da

¹ Embora cientes da falta de consenso sobre os anos de começo e término relativos a cada uma das ditas gerações, optou-se nesta recensão por seguir a terminologia e os períodos temporais indicados pelos autores do livro.

pandemia. Daí que não seja de estranhar a seguinte afirmação dos autores: “*La tecnología se ha convertido en la principal herramienta que los zeta y los silver usarán para avanzar en el desarrollo y el bien común*” (p. 19).

A pandemia e as suas alterações são outro aspeto que os autores explicam como sendo relevante no cruzamento destas gerações. Embora alguns argumentos e conclusões dos autores sejam baseados em dados da realidade espanhola, encontramos algumas semelhanças com a realidade portuguesa – como o ‘paternalismo’ face a gerações mais jovens e à forma como gerem o seu ócio, a taxa de desemprego elevada entre jovens até aos 24 anos e (de uma forma estrutural) a falta de políticas públicas que abarquem as diferentes gerações e o fosso geracional existente. Os autores indicam que as idades centrais (entre as duas gerações que o livro aborda) acabam por ser atualmente as mais beneficiadas – quer em termos laborais, quer sociais.

A ideia do horóscopo geracional, que os autores desenvolvem a partir da página 27, parte da descrição de cada uma das gerações e alia cada uma delas a um período histórico e de desenvolvimento sociocultural. Por outro lado (e mais uma vez salvaguardando as diferenças contextuais face ao país de origem dos autores), importa não esquecer que existem características comuns às diferentes gerações que vão influenciar o seu modo de ser e de viver em sociedade. Por isso continuamos a ter *Silvers* não só à frente de grandes organizações (como Bill Gates), como até muito recentemente políticos ou Chefes de Estado (como Angela Merkel ou a Rainha Isabel II) cuja abrangência e carisma não se esgota nas pessoas comuns à sua geração. Ou seja, os autores dão estes exemplos para simbolizar não um corte entre gerações, mas sim uma oportunidade para melhor desenvolver o capital humano (p. 33).

Assim, é normal que se compreenda a necessidade de as organizações se adaptarem frequentemente para gerir da melhor forma os colaboradores mais jovens e com pouca experiência, mas também os colaboradores mais seniores e que ainda são uma força de trabalho importante. E esta é uma das principais mensagens deste livro.

Os Zeta e os Silver

Existem inúmeros estudos que descrevem as gerações, dos mais académicos aos mais empíricos, mas os autores apresentam uma síntese consideravelmente interessante na

segunda e na terceira partes do seu livro – dividindo cada uma das gerações numa caracterização genérica, no seu papel como consumidores e no seu papel como produtores (utilizando, para cada secção, vários estudos académicos e empíricos que retratam de forma interessante as duas gerações).

Do ponto de vista da caracterização, os autores centram-se nos principais aspetos da atual geração sub-30 – uma geração que nasceu na era da tecnologia e está habituada a viver com materiais tecnológicos, constantemente atualizados, com uma quase intuição tecnológica que os permite viver quase permanentemente *online* em várias plataformas, mas também em comunhão com o mundo que os rodeia. Para os *Zeta* a ideia de trabalho fixo e para toda a vida já não existe, e as necessidades de informação são muito distintas das necessidades de gerações anteriores: “*no solo cree que posee el derecho inalienable de crear, modificar y transmitir la información, sino que es desconocedora de que la información tenía filtros en el pasado*” (p. 43). Relativamente aos *Silver* os autores salientam a importância da longevidade (visto Espanha ser um dos países ocidentais mais envelhecidos), mas também o facto de estruturalmente muitos dos cargos de senioridade nas organizações serem ocupados por membros desta geração. Com experiência e com uma importante rede de contactos, do ponto de vista profissional os autores não hesitam em afirmar que os 60 anos são os novos 40 anos (p. 110).

Por outro lado, enquanto consumidores, os autores identificam os *Zeta* como tecnológicos, pró-ativos e informados – são uma geração que está preparada para inovar de forma diferente em tudo o que faz, o que também leva a uma certa irreverência na forma de comunicar (como na ‘transformação’ das palavras e conversas em *emojis* e *memes*) e nos hábitos de consumo. Ao invés, os autores caracterizam os *Silver* sobretudo como fiéis aos seus valores, mas também como cada vez mais ativos e com preocupações saudáveis – indicando ainda resultados de estudos que mostram como esta geração tem também crescido na forma como ‘consume’ digitalmente (seja por compras *online*, seja pela utilização de diferentes *apps*).

Enquanto produtores, os *Zeta* caracterizam-se por terem um olhar mais desafiador face ao conceito de autoridade, assim como procuram a independência e a autonomia no local de trabalho e anseiam por estas – o que coloca desafios às organizações, visto que é uma geração que necessita de ser escutada (p. 76). São uma geração que se caracteriza não só pelo empreendedorismo, como também pelo ativismo e pela utilização de plataformas de *social media* para melhor expressar opiniões, ideologias e preocupações. Em contraste, é

interessante perceber que hoje os *Silver* se tornam cada vez mais empreendedores, embora por razões diferentes: “*las personas de cincuenta años están encontrando una vía en autoemplearse para seguir activas y saltar la trampa de um mercado laboral que todavía hoy las estigmatiza*” (p. 133). Muito críticos da realidade laboral espanhola na forma como as gerações mais seniores são tratadas, os autores dedicam várias páginas ao longo do livro a essa mesma crítica – por outro lado, vão indicando pequenas sugestões que permitam aos *Silver* ter novos modelos de carreira e uma maior flexibilidade laboral (visto a sua experiência e talento continuarem a ser fundamentais para a resolução de problemas).

Conclusão

Optou-se por deixar para a parte final algumas das principais conclusões que se indicam na segunda e terceira partes do livro para os *Zeta* e para os *Silver*, respetivamente, para que possamos também trazer alguma luz sobre a relevância desta obra para o contexto da comunicação organizacional.

O facto é que nem tudo é positivo para os *Zeta* e nem tudo são nuvens negras para os *Silver*. As organizações precisam de incorporar as novas gerações num modelo de trabalho menos precário, e que lhes permita terem espaço para pensar e ser criativas. Se é verdade que os *Zeta*, hoje, se preparam para empregos que ainda não existem e divergem de caminhos mais tradicionais da vida profissional, também é verdade que os desafios com esta geração começam na sua formação e no ensino universitário (muitas vezes ainda não adequado àquilo de que esta geração necessita, do ponto de vista de ferramentas práticas).

As próprias organizações podem e devem ter aqui também um papel relevante – não interessa só captar talento, mas também retê-lo, e isso só se consegue com os *Zeta* dando-lhes as ferramentas de que precisam para se sentirem constantemente desafiados. A isto se deve aliar a longevidade da vida profissional, que dá uma importância renovada aos *Silver*. Os autores vincam a questão tecnológica como um elo de ligação entre estas duas gerações – se uma é nativa digital, a outra tem sabido (mais do que o senso comum normalmente apregoa) adaptar-se a uma nova realidade, seja em termos laborais, seja em termos sociais (os autores dão inclusive o exemplo das *smart homes* e *smart cities*).

Não sendo um livro de boas práticas relacionais entre *Zeta* e *Silver*, nem apenas centrado nas questões comunicacionais (optou-se por não falar, por exemplo, nas questões financeiras relacionadas com a longevidade dos *Silver*, que os autores desenvolvem amiúde), porquê abordá-lo? Exatamente porque para pensar hoje estrategicamente uma organização devemos começar por perceber quem temos ‘dentro de casa’, ou seja, quem são os nossos colaboradores e de que forma eles corporizam aquilo que a nossa organização é, o que pode ser e o que projeta para fora. Este pequeno livro (de 160 páginas) dá-nos pistas para melhor entendermos as diferenças geracionais que hoje se cruzam nas organizações, sendo um auxílio precioso sobretudo para quem pensa a comunicação interna e a forma como as organizações se devem adaptar à atualidade. Concluimos, assim, com uma ideia que nos parece espelhar bem aquela que deve ser uma prioridade organizacional para os próximos tempos: *“la edad no es un hándicap para las compañías, sino un valor en alza que, junto a jóvenes con ganas de comerse el mundo y sobradamente preparados, mejorarán los incadores de cualquier entidad”* (p. 33).

REFERÊNCIAS

Soriano, A. & Ortega, I. (2021). *De los Zeta a los Silver*. Plataforma Editorial.