

# MERGE

*Grupo de Trocas Multigeracionais*

*O que nos une está  
além do tempo!*

INICIAR





Se é Bayer, é bom

## O MERGE

Conheça mais sobre o pilar de Inclusão & Diversidade Bayer que discute gerações, sua visão, missão e objetivos no Brasil.

SAIBA MAIS



## As gerações e seus contextos

Entenda um pouco mais sobre as características e os contextos que cada geração está inserida.

SAIBA MAIS



## Tire suas dúvidas

Sabe aquelas dúvidas sobre gerações que você sempre teve, mas não tinha coragem de perguntar para ninguém? Esclareça-as aqui.

SAIBA MAIS



## Dicas

Uma coletânea de livros, filmes, vídeos e *podcasts* sobre gerações para te inspirar!

SAIBA MAIS





Se é Bayer, é bom



“ Quando as gerações  
trabalham em conjunto,  
aceleram a inovação  
trazendo mais valor e  
retorno aos negócios. ”

## **MERGE** Grupo de Trocas Multigeracionais

Nossa missão é potencializar a voz de cada geração. Queremos criar espaços seguros de *networking*, desenvolvimento profissional e liderança, construindo um *pipeline* de talentos fortes e com pensamentos diversos que tragam valor e inovação aos nossos negócios.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS





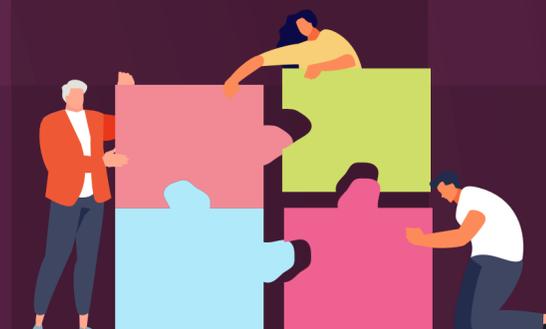
Buscamos refletir a representação etária do Brasil na Bayer, garantindo uma diversidade de pensamentos entre os talentos da companhia.



Queremos facilitar o relacionamento entre as diferentes gerações, dando voz a cada uma delas.



Trabalhamos para que cada geração continue aprendendo e se desenvolvendo, independente do estágio profissional em que se encontre.



Queremos influenciar a nossa cadeia de valor, trabalhando juntos em projetos e iniciativas multigeracionais que beneficiem ambas partes.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



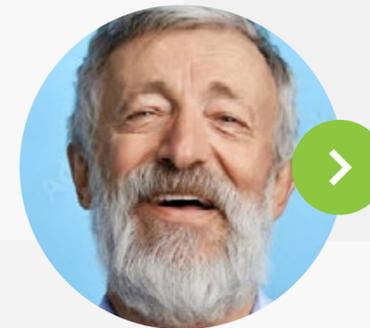
# As gerações e seus contextos



Se é Bayer, é bom

Cada pessoa é fruto de crenças, valores, visão de mundo e paradigmas distintos presentes nos eventos históricos e contexto em que está inserida. Portanto, existem diferenças marcantes entre indivíduos, culturas ou até mesmo entre regiões de países de dimensões continentais como o Brasil.

**Dessa forma, colocar as pessoas em caixinhas geracionais não faz muito sentido. Mas, entender os contextos e principais características de cada geração, pode nos ajudar no relacionamento e melhor convívio entre elas.**



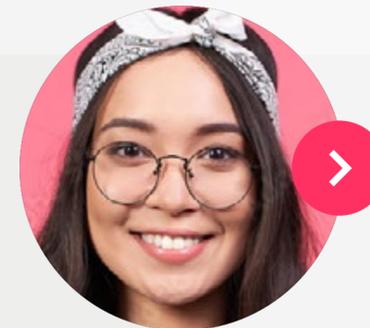
**Veteranos**  
(1922-1945)



**Baby boomers**  
(1946-1964)



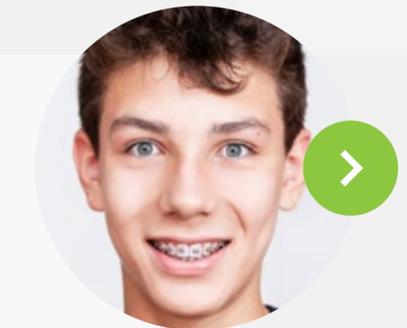
**Geração X**  
(1965-1980)



**Geração Y  
ou Millennial**  
(1981-1994)



**Geração Z**  
(1995-2009)



**Geração Alfa**  
(2010 em diante)



O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

# Veteranos (1922-1945)



Se é Bayer, é bom



E como tudo isso se reflete no comportamento das pessoas?

## Duas guerras mundiais

Militarismo muito presente

Período de recessão no mundo em função da quebra da Bolsa de Valores

## No Brasil a crise do café

Ricos perdem tudo e se tornam pobres

Período de muitas dificuldades financeiras



O MERGE



AS GERAÇÕES



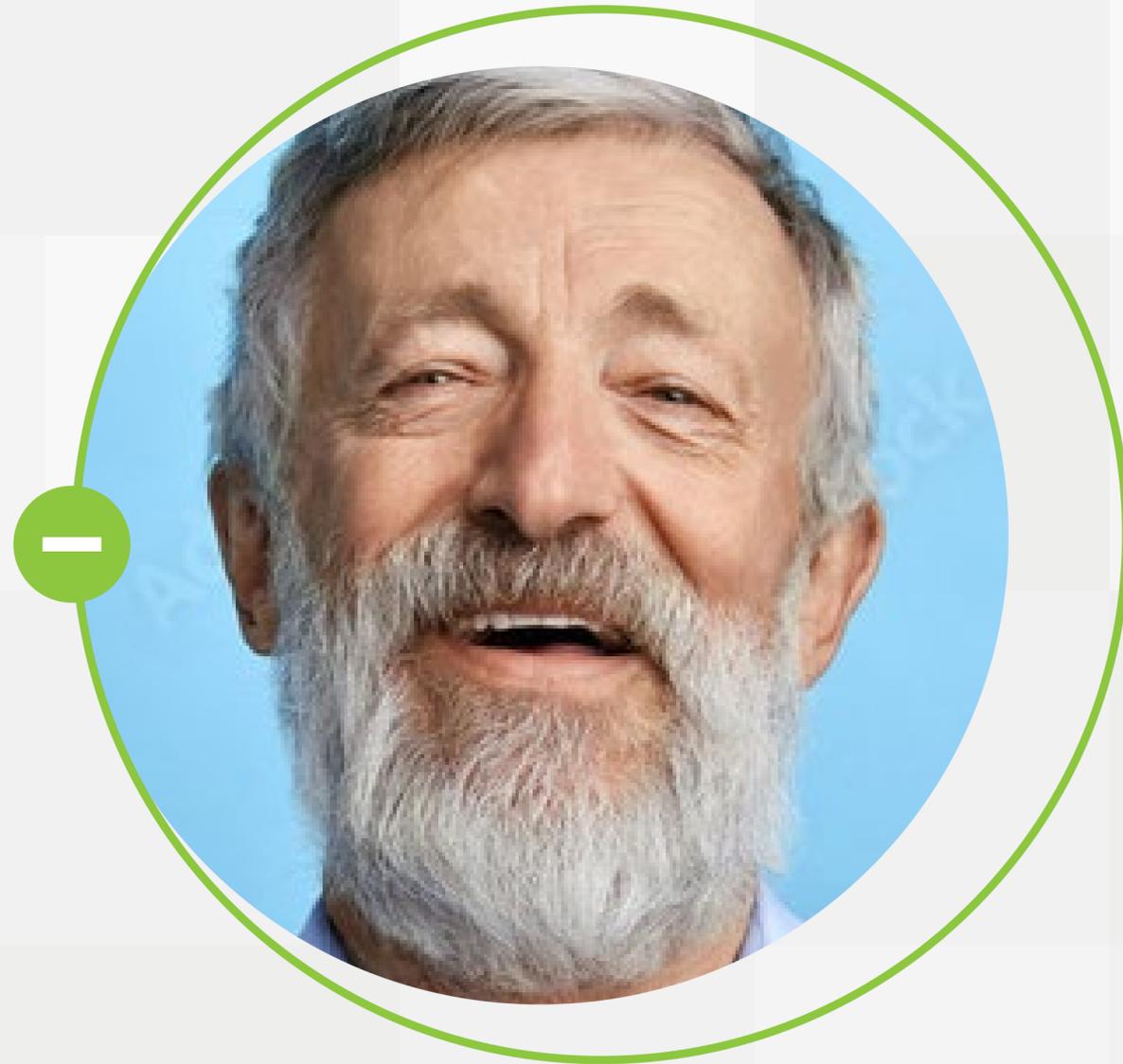
DÚVIDAS



DICAS



# Veteranos (1922-1945)



- Estilo de **liderança autoritária**.
- São **tradicionais** e respeitam **hierarquia**.
- Têm valores absolutos da vida como: **trabalho, família, moral e amor à pátria**.
- Perseguem a **disciplina no ambiente de trabalho** e sabem aguardar a **hora certa para receber a recompensa pelo trabalho**.
- Querem **disciplina, comprometimento e lealdade**.
- Tem **forte sentido de dever**.
- **Acreditam na lógica** e não na magia.
- Investem de forma **conservadora**.



O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

# Baby boomers (1946-1964)



Se é Bayer, é bom



E como tudo isso se reflete no comportamento das pessoas?

## Fim da Segunda Guerra Mundial

Impulso da industrialização

## Festival de Woodstock

3 dias de música, paz e amor

## Mulheres entram no mercado de trabalho

Queima de sutiã em praça pública

## Golpe Militar

no Brasil



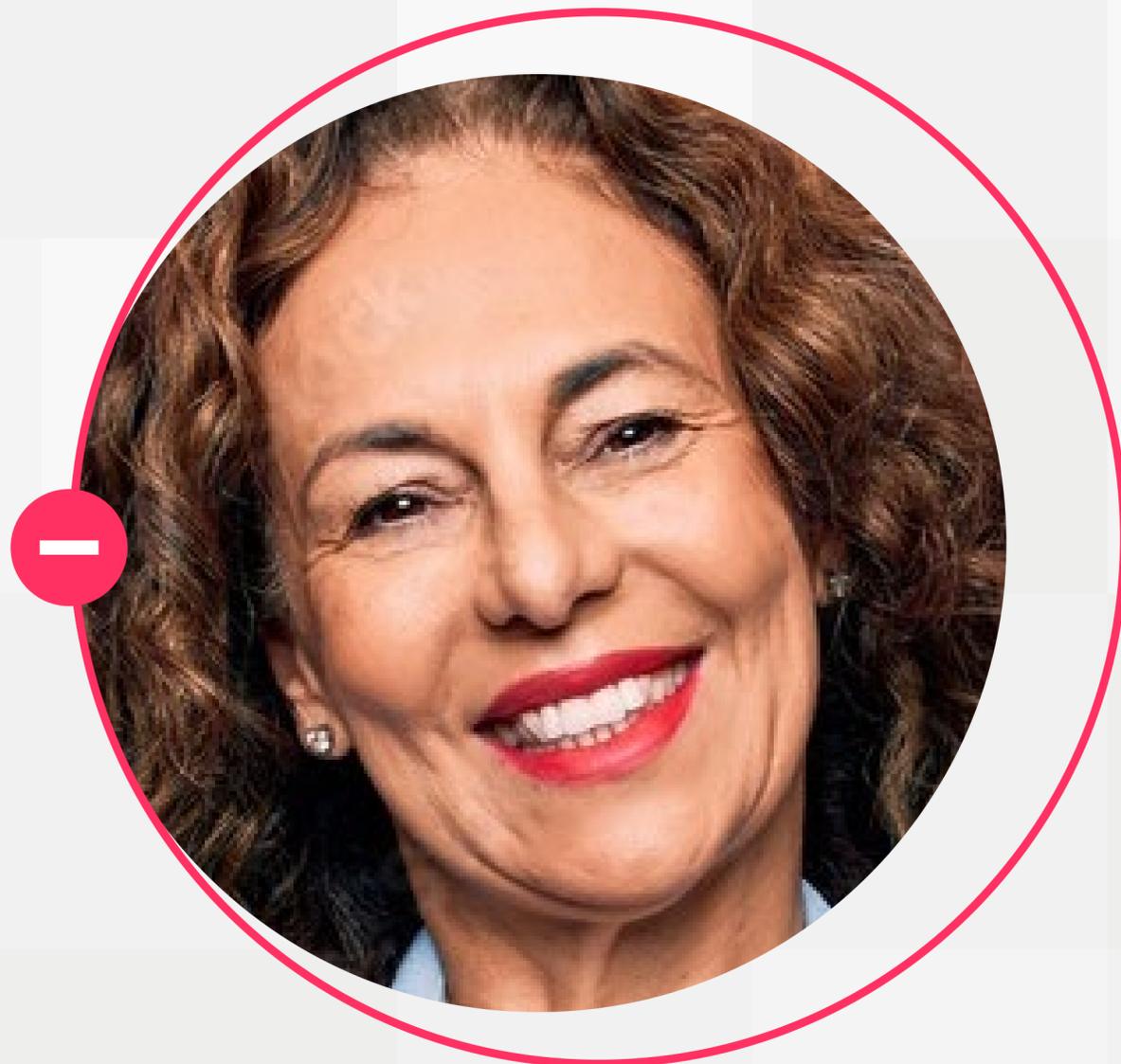
O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

## Baby boomers (1946-1964)



- **Redefiniram as regras de comportamento** e foram responsáveis pela **consolidação do estilo de vida**: casa, carro, televisão, família, restaurantes, shoppings, viagens, lazer, entretenimento cultural.
- Geração em que se **umenta o número de divórcios**.
- **Jovens rebeldes** que se tornaram **adultos conservadores**, embora não rígidos.
- Foram criados para construírem **carreiras seguras e estáveis**, e ensinados que para terem **sucesso** teriam que dedicar anos ao **trabalho duro**.
- Valorizam status e ascensão profissional: **workaholic**. A **carreira fica em primeiro lugar**, inclusive da família.
- São **políticos**, formam **alianças** e criam **seus feudos** para atingirem **seus objetivos**.
- **Fiéis às organizações** que trabalham.
- Necessitam de **justificativas convincentes e estruturadas para** tomada de **decisão importante**.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



# Geração X (1965-1980)



Se é Bayer, é bom



O MERGE

AS GERAÇÕES

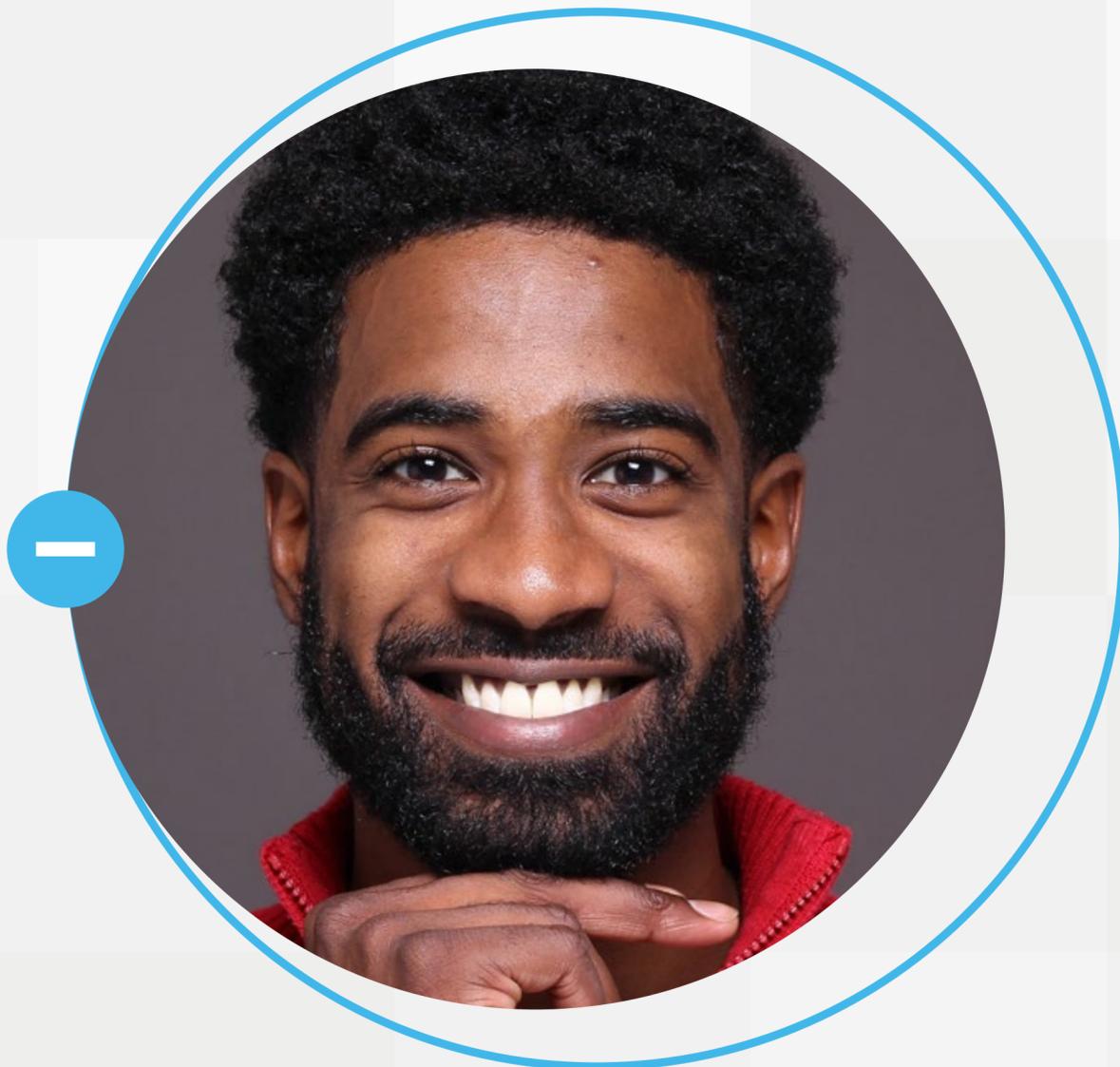
DÚVIDAS

DICAS

# Geração X (1965-1980)



Se é Bayer, é bom



- Marcados pela **falta de otimismo e apatia política**.
- Buscam **equilíbrio** entre **vida pessoal e profissional**.
- Família: valorizam **paternidade participativa**.
- São **criativos** e têm **facilidade com a tecnologia**.
- **Instabilidade no emprego**: assistiram aos “*downsizing*”.
- São **fiéis a si mesmos** e não às organizações. Gostam de cumprir **objetivos e não prazos**.
- Trabalham com **entusiasmo quando possuem foco definido**, prezando pela **liberdade, flexibilidade e criatividade**.
- **Não gostam de rotina**. Buscam **informalidade no trabalho, variedade, desafios e oportunidades**.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



# Geração Y ou Millennial (1981-1994)



Se é Bayer, é bom



E como tudo isso se reflete no comportamento das pessoas?

**Terrorismo e percepção de um mundo perigoso**

**Boom da tecnologia,**  
mas com a internet discada

**Estatuto da Criança e do Adolescente no Brasil,**  
mudando a noção de hierarquia

**Pais superprotetores**  
e mais “amigos” dos seus filhos

**Mais mulheres no mercado de trabalho,**  
pois as crianças entram na pré-escola desde cedo



O MERGE



AS GERAÇÕES



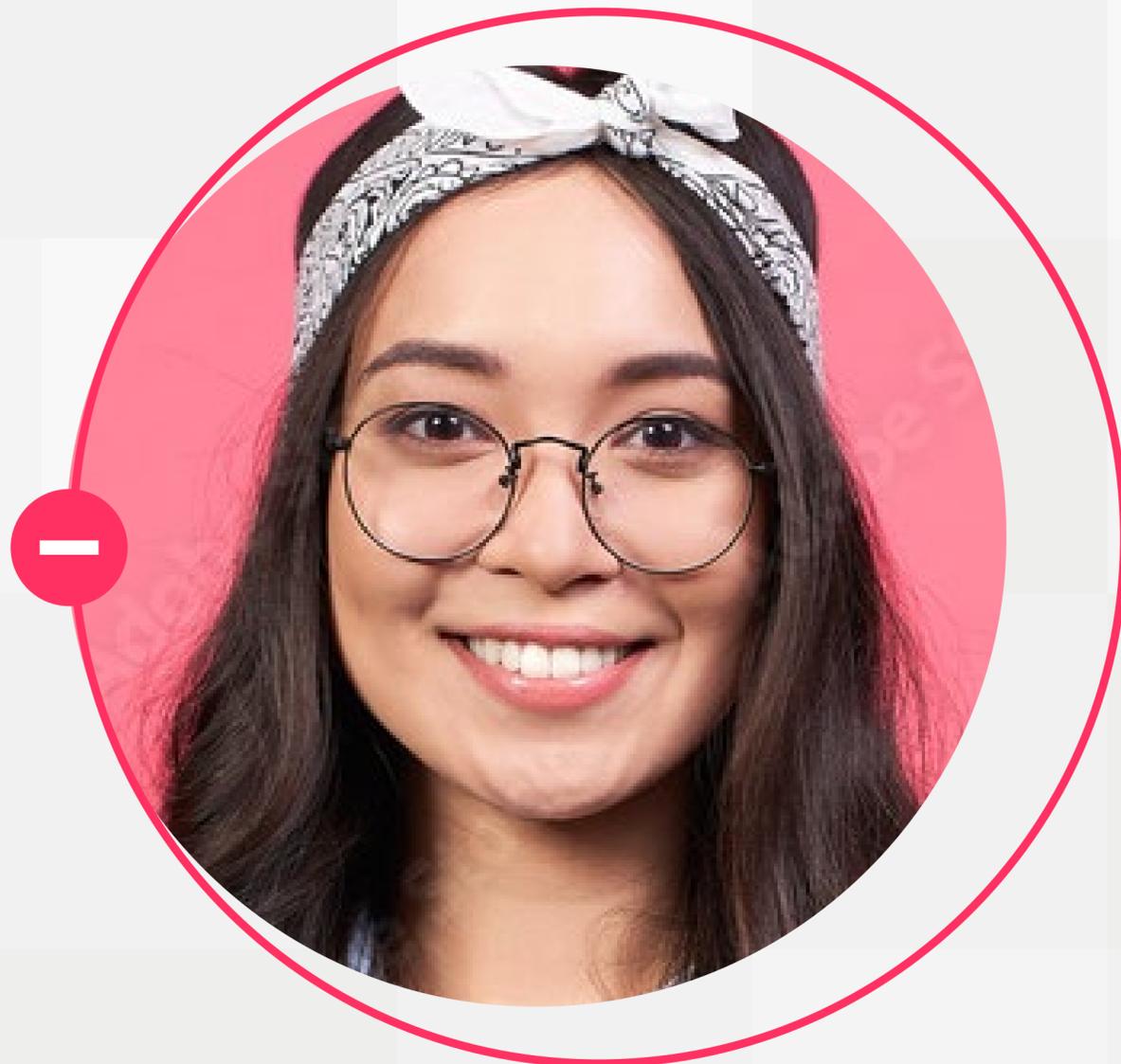
DÚVIDAS



DICAS



## Geração Y ou Millennial (1981-1994)



- **Sabem mais de tecnologia** do que as gerações anteriores. Estão sempre conectados, **são questionadores, priorizam a experiência em detrimento da posse**, não tendo interesse em marcas, por exemplo.
- Apreciam a **maneira de ser dos pais** e cobram seus **direitos**.
- Aceitam de forma natural a **diversidade** de raças, religiões e ambientes.
- São embaixadores da sustentabilidade, **ecologicamente corretos e socialmente justos**.
- **Auto confiantes, otimistas quanto ao futuro**, agitados, inquietos, ansiosos e impacientes.
- Desenvolvem **tarefas múltiplas**. Vivem com **sobrecarga de informações**, dificultando a correlação de conteúdos.
- Têm **visão fragmentada e desorganizada**.
- Buscam equilíbrio entre vida pessoal e profissional.
- **No emprego, trazem entusiasmo**, querem trabalhar e aprender, tendo uma necessidade enorme de “queimar” etapas.
- Detestam autoritarismo, não respeitando cargos e nem currículos pois **admiram a competência real, a coerência e o comportamento ético**.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



# Geração Z (1995-2009)



Se é Bayer, é bom



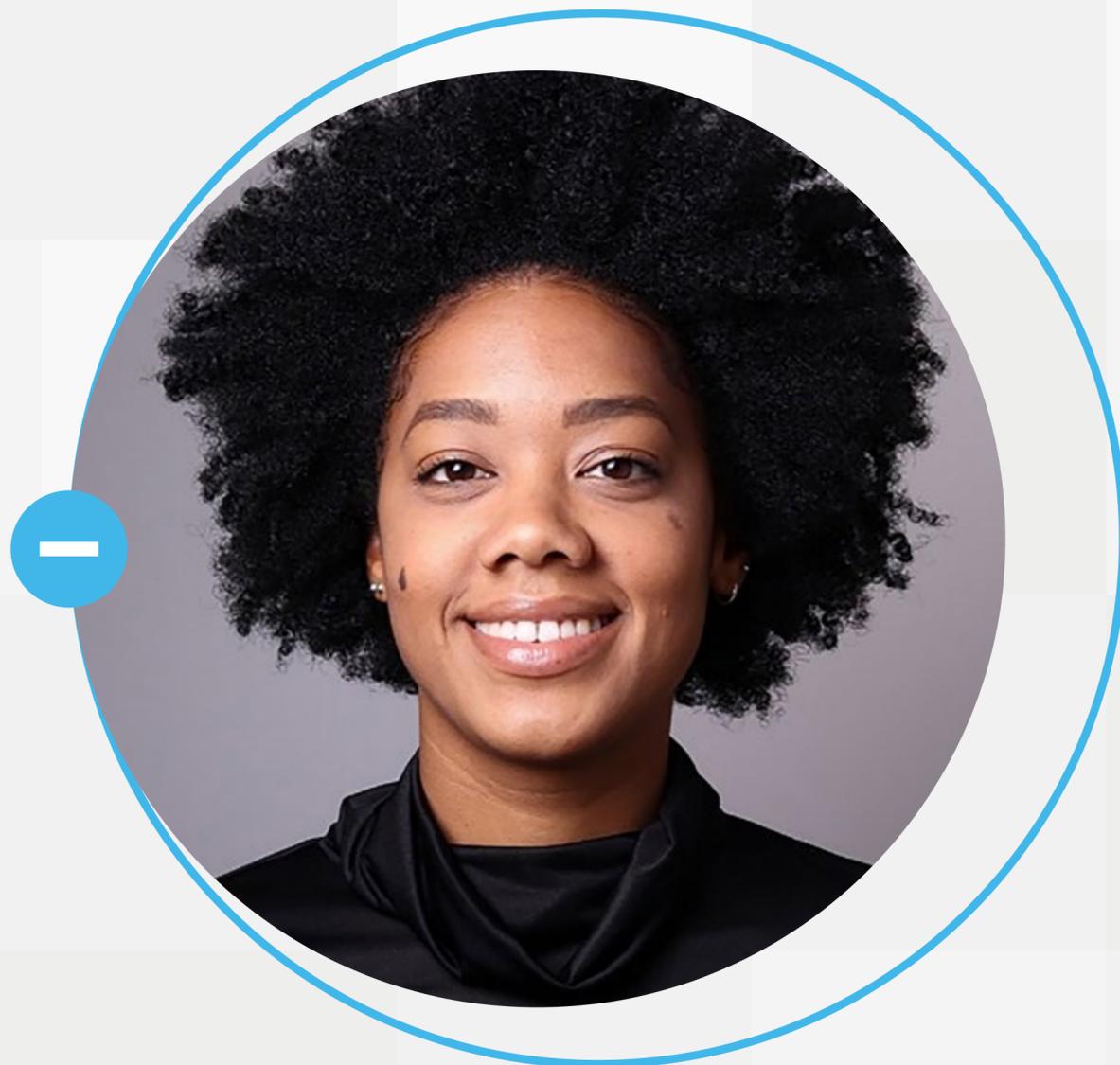
O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

# Geração Z (1995-2009)



- Retomam um **engajamento social de gerações anteriores**, tendo uma visão menos idealista e mais pragmática do mundo.
- Intimidade com a **tecnologia** sendo **a primeira geração de “nativos digitais”**: já nasceram com **celular na mão** e não conhecem o mundo sem internet.
- Eles não apenas **gostam de ser ouvidos** (como qualquer adolescente sempre gostou): eles **têm cada vez mais os meios para tal**.
- **Geração do desapego à posse**, explicando o sucesso de *Uber*, *Airbnb*, *Netflix* e *Spotify*.
- **Valorizam as oportunidades** de trabalho, pois estão crescendo em períodos de crise.
- **Não veem problema em fazer carreira**, desde que as empresas sejam condizentes com sua visão de mundo.
- **Esses jovens também são os mais diversos** que o mundo já viu em identidade sexual e racial.



O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

# Geração Alfa (2010 em diante)



- É a geração mais recente e em pleno desenvolvimento, portanto seu contexto e características ainda estão sendo descobertos. Já percebemos que é uma geração composta por crianças que **desde muito pequenas** estão inseridas em um **cotidiano rodeado pela tecnologia**.
- A tendência indica que sejam muito **mais independentes que suas gerações antecessoras** e com habilidade de adaptação a novas tecnologias.



O MERGE

AS GERAÇÕES

DÚVIDAS

DICAS

# Tire suas dúvidas



Se é Bayer, é bom

## *O que é ageísmo, etarismo ou idadeísmo?*

É toda forma de preconceito ou intolerância relacionada à idade, seja direcionado a pessoas idosas ou jovens. Acontece quando estereótipos de gerações são construídos do tipo “todo velho é ranzinza, antiquado”, “todo jovem é imprudente, “ansioso”, acabando por colocar a idade como fator decisivo a favor ou contra de um determinado grupo etário.

## *O que é a Revolução Prateada?*

A Revolução Prateada é um fenômeno global e inédito na história da humanidade: o envelhecimento da população mundial e um conseqüente aumento da longevidade. Essa média etária tão elevada e uma participação tão grande dos maduros (ou prateados), em relação ao total das populações, trazem diversos desafios para as nações e empresas.

## *O que é Silver Tech?*

O termo “*Silver Tech*” significa “Tecnologia Prateada”. De acordo com uma pesquisa da *American Association of Retired Persons – AARP* (Associação Americana dos Aposentados), a *AARP 2020 Tech Survey*, adultos com mais de 50 anos estão adotando novas tecnologias, como *smartphones*, *wearables* e assistentes domésticos inteligentes, em ritmo similar ao de pessoas com 18 a 49 anos. Por isso o nome vinculado à “Tecnologia Prateada”.



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



# Tire suas dúvidas



Se é Bayer, é bom

## *O que é criança índigo?*

Criança índigo é um termo utilizado para descrever crianças que a parapsicologia, uma pseudociência, acredita serem especiais. Os defensores dessa crença afirmam que os “índigos” constituem uma nova geração de crianças, com habilidades especiais, e que têm por objetivo a reconstrução de uma “nova era” na Humanidade.

## *O que é Silver Economy?*

É o sistema de produção, distribuição e consumo de bens e serviços que satisfazem as necessidades e desejos de pessoas idosas, aproveitando seu potencial de compra.

## *Quer aprender mais sobre Inclusão, Diversidade e Gerações?*

Acesse nossa trilha de desenvolvimento >  
[go.bayer.com/trilha\\_merge](http://go.bayer.com/trilha_merge)

*Ainda tem dúvidas?*

**[merge\\_br@bayer.com](mailto:merge_br@bayer.com)**



O MERGE



AS GERAÇÕES



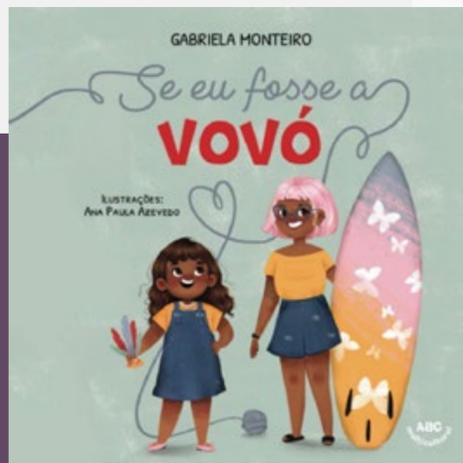
DÚVIDAS



DICAS



## Livros



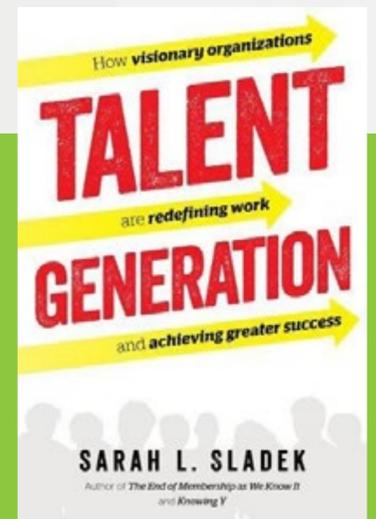
*Se eu fosse a vovó*  
Gabriela Monteiro



*Conflito de Gerações:*  
*desafios e estratégias para*  
*gerenciar quatro gerações*  
*no ambiente de trabalho*  
Valerie M. Grubb



*Gerações em Ebulição:*  
*O passado do futuro e o*  
*futuro do passado*  
Mário Sérgio Cortella,  
Pedro Bial



*Talent Generation: how*  
*visionary organizations*  
*are redefining work and*  
*achieving greater success*  
Sarah L. Sladek



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS



## < Filmes >



*Up – Altas Aventuras*  
(2009)



*Um Senhor Estagiário*  
(2015)



*Os Experientes*  
(2015)



O MERGE >

AS GERAÇÕES >

DÚVIDAS >

DICAS >

# Dicas



Se é Bayer, é bom

## < Vídeos >

*Muito além das gerações*

**Sidnei Oliveira**



*Conflito de gerações no mercado de trabalho:  
A era dos nativos digitais*

**Lina Nakata**



*Gerações diferentes  
são diferentes*

**Andréa Cordoniz**



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS





## Podcasts



*Diversidade e o mercado de trabalho para a geração 50+*



*Gerações e diversidade*



*Inclusão e diversidade geracionais*



O MERGE



AS GERAÇÕES



DÚVIDAS



DICAS





Se é Bayer, é bom

[merge\\_br@bayer.com](mailto:merge_br@bayer.com)



**MERGE**

*Grupo de Trocas Multigeracionais*