

50+: A PRESENÇA DOS SENIORES NA DEMOGRAFIA ORGANIZACIONAL
(*) Victor Richarte Martinez

- *“Você contrataria alguém com mais de 50 anos?”*

- *“Claro que sim ... desde que a pessoa seja competente...”*

É a resposta politicamente correta que se ouve em público e se lê nas publicações do mercado. Mas, de fato, nas organizações é essa a realidade?

A Organização Mundial da Saúde relata que a expectativa de vida no Brasil sobre para 75 anos. Com a discussão da extensão da idade mínima para se aposentar fica evidente que o discurso difere da prática. Já é senso comum que passar dos 40 anos representa menor chance de conseguir novas oportunidades de trabalho, mesmo nas organizações em que a pessoa trabalha há anos. Lembro-me do caso de um profissional de 50 anos que participou de longo processo seletivo para gerência e após meses teve como feedback que ele não fora aprovado por ser alto, ter voz grave e poderia intimidar as pessoas nas unidades. Detalhe: ele tem 1,78m de altura. Semanas mais tarde, ele soube por um líder que apesar de ser (bem) aprovado em todas as fases, a organização entendia (mas não explicitava, pois isso não se diz em público) que ele passou da idade para ser gerente. Foi aprovado o marido de uma das selecionadoras do processo. Alguém falou em “justiça” organizacional?

Soma-se ainda que um forte traço cultural brasileiro é a valorização da juventude. Na publicidade se busca o corpo de 20 anos e a mentalidade de jovem, ser “antenado”. Chamar alguém de velho pode ser ofensivo, como se significasse ultrapassado e não aderente ao que todo mundo pensa. Fora do Brasil, a publicidade está acompanhando essa mudança contratando pessoas mais velhas para produtos direcionados a essa população, no claro entendimento de que, além de um público consumidor, as empresas tem responsabilidade social.

O que fazer com o etarismo, ou seja, o preconceito às pessoas mais velhas em ambiente de trabalho?

Sabemos que a carreira é de responsabilidade do indivíduo, mas inegavelmente organizações sérias se preocupam em atraírem talentos, seja a idade que eles estiverem. Se o indivíduo precisa sempre se capacitar e reconhecer em si as competências cruciais e, principalmente, saber como e onde negociá-las; por outro lado, a organização e, em especial o RH, precisa ficar atento para traços culturais da organização de miopia para o conhecimento além das rugas e dos grisalhos.

Algumas críticas apontam que os seniores apresentam comportamentos enraizados difíceis de mudar como tendência a reclamar, dificuldade em aceitar novas tecnologias, resistência a lideranças mais novas etc. Mas isso também não acontece com gente mais jovem? E também não é o papel das lideranças e do RH desenvolver pessoas?

E o que dizer das contribuições dos 50+? Nem sempre com papel oficial, os seniores atuam em equipes muitas vezes como mentor e coach, ouvindo queixas e aconselhando gestores e colegas, outras vezes sendo para-raios antevendo e acalmando as pessoas de que nem todo vento é tempestade e de que nem todo novo gestor significa corte, entre outros comportamentos que costumam harmonizar ambientes, estabilizando as ansiedades mais comuns em jovens.

Se houvesse resposta fácil para gestão de pessoas, haveria softwares habilitados em descobrir tipos de diversidades compatíveis ou não entre si! Parece enredo típico de ficção científica e de consultoria de relações humanas. E já existem por aí, acreditem!

Frente a isso, cabe à gestão (eficiente e séria) da diversidade ir além das ações afirmativas, das respostas às pressões sociais e além da comunicação midiática para gerar imagem de inclusão e partir realmente para a prática e retorno à organização e aos funcionários. Reconhecer que competências podem (ou não) estarem em qualquer idade e o que importa é como a pessoa se comporta e contribui para a organização.

Práticas de gestão da diversidade alinhadas aos processos de Recursos Humanos como atenção às chamadas de recrutamento às vagas da organização, reconhecimento de vieses pessoais na interação com pessoas mais velhas, seja em entrevistas de seleção, na análise da vaga, na discussão com o gestor direto, no treinamento em sala, ou seja, em qualquer situação do dia a dia são fontes de reflexão para pessoas seriamente comprometidas com a riqueza que a diversidade, quando bem gerida, proporciona.

É para isso que a gestão da diversidade com pilares bem fundamentados trabalha!

O assunto também está em pauta no Comitê de Relações Humanas da AMPRO – Associação de Marketing Promocional. A importância da diversidade no mercado do Live Marketing foi, inclusive, assunto no último encontro entre profissionais promovido pelo Comitê, que aconteceu no final de julho, em São Paulo.

A presidente do Comitê, Dilma Campos, afirma que ter equipes diversas não é mais uma opção, é uma obrigação das empresas. Os clientes valorizam e até mesmo já solicitam a diversidade nas equipes de comunicação, por exemplo, porque sabem que é mais fácil entender o consumidor quando se partilham os mesmos valores, conhecimentos e mindset .



(*) Victor Richarte Martinez, e-mail victor.richarte@gmail.com, é PhD em Diversidade pela FEA USP, consultor, palestrante e pesquisador em diversidade nas organizações pela Cambio Consultoria e conselheiro do Comitê de Relações Humanas da AMPRO – Associação de Marketing Promocional



www.ampro.com.br 11 3815-9998

RUA CLAUDIO SOARES, 72 - 3º ANDAR - SALA 317 - PINHEIROS - SP - SP