

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS – FUCAPE**

MAYCON DA SILVA DELATORRI

**SENTIDO DO TRABALHO PARA GERAÇÃO Y NAS
CLASSES SOCIAIS A, B e C.**

**VITÓRIA
2016**

MAYCON DA SILVA DELATORRI

**SENTIDO DO TRABALHO PARA GERAÇÃO Y NAS
CLASSES SOCIAIS A, B E C.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração na área de Gestão de Pessoas.

Orientador: Prof. Dra. Marcia Juliana D`Angelo.

**VITÓRIA
2016**

MAYCON DA SILVA DELATORRI

**SENTIDO DO TRABALHO PARA GERAÇÃO Y NAS
CLASSES SOCIAIS A, B E C.**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Administração de Empresas da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 19 de agosto de 2016.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. MARCIA JULIANA D`ANGELO

Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em
Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

Profa. Dra. ARILDA MAGNA CAMPAGNARO TEIXEIRA

Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em
Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

Prof. Dr. SERGIO AUGUSTO PEREIRA BASTOS

Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em
Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus.

A minha Mãe, Lucy, pela confiança depositada em todos os instantes desta cansativa caminhada, e pelo apoio nas horas difíceis.

Aos primos Diógenes, Érica e Junior que me acolheram em sua casa nos momentos em que necessitei.

Aos meus colegas incentivadores: Gustavo, Kátia, Manuela, Gisélia, Lucas, Breno, Ricardo, Luiz, Karem, Allan, Cristiane, Rayza, Lucília e Janaina.

A Prof. Dr. Marcia Juliana, pelo apoio oportuno na orientação desta dissertação que certamente contribuíram para a qualidade deste trabalho.

Muito obrigado a todos.

“Sonhos determinam o que
você quer. Ação determina o
que você conquista.”

(Aldo Novak)

RESUMO

O trabalho vem se modificando constantemente, e observa-se a necessidade de um melhor entendimento do sentido do trabalho atribuído pelos trabalhadores nas diversas profissões. Este estudo objetiva identificar e discutir o sentido atribuído ao trabalho pelos profissionais da geração Y das classes sociais A, B e C capixabas. Por meio de uma pesquisa de campo, com característica qualitativa descritiva, foi proposto uma categorização e análise dos dados por meio do teste de evocação de palavras. A coleta de dados foi realizada com empregados do estado do Espírito Santo pertencentes à geração Y das classes A, B e C. Após a coleta foram realizadas as análises e a categorização dos dados para a construção do diagrama de evocação. Assim, foi apresentado nos resultados um diagrama de evocação com categorias definidas em núcleo central e sistemas periféricos explanando o sentido do trabalho para os trabalhadores da geração Y das classes sociais A, B e C. Como conclusão, ao identificar e discutir o sentido atribuído ao trabalho pelos profissionais da geração Y das classes sociais A, B e C do Espírito Santo, os resultados mostram que o sentido de trabalho varia muito entre as classes sociais da geração Y e o único ponto em comum no núcleo central é a trajetória profissional.

Palavras-chave: Geração Y, sentido do trabalho, teste de evocação de palavras, teoria de representações sociais.

ABSTRACT

The work is changing constantly, and notes the need for a better understanding of the meaning of work assigned by workers in various professions. This study aims to identify and discuss the meaning attributed to work by professionals of Generation Y social classes A, B and C Brazilian. Through field research, with descriptive qualitative characteristic, it proposed a categorization and analysis of data through the word recall test. Data collection was conducted with employees of the state of Espírito Santo belonging to Generation Y Class A, B and C. After the collection was performed the analysis and categorization of data for the construction of evocation diagram. Thus, it was shown in the results one evocation of diagram categories defined in core and peripheral systems explaining the meaning of work for workers of Generation Y social classes A, B and C. In conclusion, to identify and discuss the meaning assigned to work by professionals of generation Y social classes a, B and C of the Holy Spirit, the results show that the sense of work varies greatly between social classes of generation Y and the only common thread in the central core is the professional trajectory.

Keywords: Generation Y, meaning of work, word recall test, theory of social representations.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Demonstrativo de divisão classes econômicas por renda familiar....	22
Tabela 02 - Pesquisa Pré teste – evocações por classe social	29
Tabela 03 - Pesquisa final – evocações por classe social	29
Tabela 04 - Categorias	30
Tabela 05 - Categorias x palavras x evocações – classe A	31
Tabela 06 - Categorias x palavras x evocações – classe B.....	32
Tabela 07 - Categorias x palavras x evocações – classe C	32
Tabela 08 - Frequência e ordem média de evocação – classe A	34
Tabela 09 - Frequência e ordem média de evocação – classe B	35
Tabela 10 - Frequência e ordem média de evocação – classe C	36
Tabela 11- Eixo de distribuição do diagrama de quatro quadrantes–classe social.....	37
Tabela 12 - Caracterização da amostra.....	40

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Diagrama da Evocação	26
Figura 02 - Diagrama de Evocação – Classe A.....	38
Figura 03 - Diagrama de Evocação – Classe B.....	38
Figura 04 - Diagrama de Evocação – Classe C.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 O SENTIDO DO TRABALHO PARA OS EMPREGADOS.....	14
2.2 CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y	17
2.3 CLASSE SOCIAL.....	20
2.4 REPRESENTAÇÃO SOCIAL.....	23
3. METODOLOGIA.....	25
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	25
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	26
3.2.1 Teste de evocação de palavras – conceituação.....	26
3.2.2 Campo de estudo	27
3.2.3 População e amostra.....	28
3.2.4 Coleta de Dados.....	28
4. ANÁLISE DOS DADOS.....	30
4.1 ANÁLISE E DESCRIÇÃO DOS DADOS.....	30
4.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....	39
4.2.1 Núcleo Central	40
4.2.2 Demais Sistema Periférico.....	44
5. CONCLUSÃO.....	46
6. REFERENCIAS.....	48

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

Posto que o trabalho hoje vai muito além de garantir a sobrevivência, como por exemplo, construir novos relacionamentos, viver novas experiências, obter recompensas, além de salários (DUFFY; AUTIN; BOTT, 2015), entender os fatores que podem afetar a relação entre os indivíduos e o trabalho tem sido uma busca constante pelos estudiosos. Dentre esses fatores, está a busca pelo entendimento do sentido do trabalho atribuído pelos trabalhadores de diversas profissões (DUFFY; AUTIN; BOTT, 2015; BLANK; HARRIES, REYNOLDS, 2013; OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012; KUCHINKE et al., 2010).

O sentido do trabalho vem sendo abordado de forma ampla em diversos estudos pelo mundo. Duffy et al. (2015) consideram o sentido do trabalho como um meio para completar as necessidades básicas de sobrevivência (alimentos, vestuário e habitação), de poder, de conexão social, e de autodeterminação. Duffy e Austin (2013) complementam ainda que adultos, em todos os níveis educacionais e com fonte de renda mais elevada, estão mais predispostos a experimentar um trabalho mais significativo. Ou seja, para esses autores as restrições de renda e do nível educacional podem afetar diretamente o sentido do trabalho atribuído pelos indivíduos.

Kuchinke et al. (2010) sugerem que o sentido atribuído ao trabalho em países como Estados Unidos, Brasil e Coreia estão relacionados à perspectiva do contexto familiar. Porém, atividades de lazer, comunidade e religião, que envolvem a família, foram caracterizadas de forma menos prioritária na vida dos indivíduos pesquisados.

Os autores complementam ainda que, no ambiente de trabalho, a valorização do indivíduo traz mais significado para o bom desempenho de suas atividades. Para Lima et al. (2013), o sentido do trabalho envolve entender a relação entre trabalho e a subjetividade do trabalhador, ou seja, o modo pelo qual o profissional vivencia suas experiências no labor. É parte da identidade das pessoas (SILVA; CAPELLE, 2015).

Em paralelo a essa discussão, em função das mudanças demográficas no mercado de trabalho, várias gerações convivem no ambiente de trabalho. Ao mesmo tempo em que as organizações estão perdendo talentos da geração *baby boomers* por conta das aposentadorias (EVERSOLE et al., 2012), para conviver com a geração X, as organizações precisam aprender a lidar com os novos valores, expectativas e sentidos de trabalho de uma nova geração: a Y ou *millennials*, nascida entre os anos 1981 a 2000, que atualmente tem entre 16 a 35 anos (DRIES; PEPERMANS; KERPEL, 2008).

Eversole et al. (2012) acrescentam que a cultura desenvolvida pelas organizações será responsável pela retenção dos talentos desta geração, quer seja de forma flexível, quer pela valorização dos indivíduos. Portanto, os autores frisam ainda em seu estudo, que cabe às organizações gerenciar as mudanças, pois a cultura organizacional mais flexível, pode aumentar a retenção de trabalhadores e valorizar as novas gerações.

No Brasil, em particular, grande parte da população da geração Y já está atuando nas organizações (NERI, 2010). A geração *Baby Boomers* (45 a 74 anos) representa 24% da população; a geração X (35 a 44 anos) representa 14% da população; e a geração Y (15 e 34 anos) representa 35% da população brasileira.

Esses dados mostram que a população brasileira é formada por jovens com um potencial de mão-de-obra (IBGE, 2010). Para complementar este estudo, cerca de 67% da população brasileira estão classificadas nas classes A, B e C (NERI, 2010).

Embora a sociedade e a literatura definam ou caracterizem rótulos para cada geração, Dries et al. (2008) acrescentam que muito além de rótulos, cada geração dá um sentido ao trabalho ou importância à sua carreira de forma diferenciada. Além disso, a literatura aponta vários outros estudos sobre sentido do trabalho e gerações, porém, poucos estão relacionados especialmente ao estudo da geração Y em classes sociais (DUFFY; AUTIN; BOTT, 2015; SILVA; CAPELLE, 2015; BLANK; HARRIES; REYNOLDS, 2013). Desta forma, um estudo que aborde o sentido do trabalho da geração Y das classes A, B e C é necessário, pois autores apontam a relevância ao tema (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012, FOSSEN; VREDENBURGH, 2014).

Diante deste contexto, o problema de pesquisa é: **Qual é o** sentido do trabalho atribuído pelos profissionais da geração Y nas classes sociais A, B e C capixabas?

Sendo assim, os objetivos deste estudo são identificar e discutir o sentido atribuído ao trabalho pelos profissionais da geração Y das classes sociais A, B e C capixabas.

Este estudo pretende oferecer contribuições acadêmicas e práticas. Ele apoia a literatura discutindo a importância do sentido do trabalho atribuído pela geração Y nas classes sociais A, B e C. Em termos práticos, fortalece a organização com desenvolvimento, aplicação e práticas de gestão de pessoas a partir da perspectiva do sentido do trabalho para os empregados.

Capítulo 2

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O SENTIDO DO TRABALHO PARA OS EMPREGADOS

Dado que o trabalho, no passado, tinha como meio principal a busca de riquezas e sobrevivência, os indivíduos atualmente vêm buscando um novo sentido que pode estar ligado intimamente à realização pessoal e reconhecimento junto à família, empresa e sociedade (SILVIA; CAPELLE, 2015).

Morin (2001) indica em seus estudo o sentido do trabalho vem se modificando-se há anos em todo mundo. Lima et al. (2013), acrescentam que, no Brasil, não há muitos estudos sobre a temática. Os autores complementam ainda que os estudos apresentados, em sua maioria, são baseados nas investigações desenvolvidas pelo grupo *MOW - Meaning of Work International Research Team* de 1987. Morin (2001) considerou que o grupo de *Mow* iniciou sua pesquisa com o objetivo de buscar em diversos países a definição de trabalho e o que ele pode significar para os indivíduos. Seus estudos apontaram que o trabalho pode assumir a condição de neutralidade ou centralidade na identidade pessoal e social.

As pessoas que consideram o trabalho ou se envolvem com ele, em muitos casos, sonham em ter uma vida significativamente recompensada. O trabalho é o campo de jogo do profissional que busca oportunidades para satisfação, alegria e desafios (BLUSTEIN, 2008). Tablan (2015) complementa ainda que o sentido do trabalho está relacionado com a experiência dos indivíduos. Diferente de alguns autores, seu trabalho mostrou que os trabalhadores estão em busca de um emprego significativo com o qual tenham oportunidade de crescimento e desenvolvimento

profissional. Ele acrescenta ainda que o sentido do trabalho está relacionado a uma atividade que satisfaça as suas necessidades pessoais.

Duff e Autin (2015) sugerem que a satisfação com o trabalho e a vontade de trabalhar são percebidas em um ambiente onde há significado do trabalho. O significado para o autor pode estar ligado ao que satisfaz suas necessidades sociais, interesses individuais, objetivos, valores e habilidades. Por outro lado, o autor complementa que quando há racismo, sexismo, homofobia, renda baixa e a vontade de perseguir uma carreira, o sentido do trabalho é reduzido, repercutindo na redução da vontade de trabalhar. Os autores acrescentam que aqueles profissionais que enfrentam muitas restrições podem tornar-se menos propensos a se envolver no trabalho de forma significativa. Foi percebido ainda que pessoas que desenvolveram-se e interagiram melhor em seus ambientes de trabalho, alcançaram seus interesses individuais, objetivos, valores e habilidades. Para elas o trabalho tornou-se mais significativo e passou a ter um lugar na vida tornando-se mais valorizado.

Estudos desenvolvidos por Kuchinke et al. (2010), com gerentes de nível médio no Brasil e Coreia, mostraram que o sentido do trabalho para estes profissionais estava primariamente relacionado ao envolvimento afetivo da família. Num segundo momento, o envolvimento do profissional no processo de trabalho foi visto como relevante para ter um sentido. Esse envolvimento no ambiente de trabalho está atrelado à valorização do indivíduo, em condições físicas, oportunidades de aprendizagem e tarefas de trabalho interessantes e também as dimensões psicossociais do trabalho, como o bom relacionamento com colegas.

Na pesquisa realizada por Lima et al. (2013) com pessoas com deficiência, foi possível compreender que para estes profissionais, já inseridos no ambiente organizacional, o sentido do trabalho tem um objetivo subjetivo que é o sentimento de ser importante para a sociedade. Fica evidente para os autores que a subjetividade relacionada ao trabalho está ligada às suas experiências e como estas podem contribuir para formar os modos de agir, pensar, sentir e trabalhar dos indivíduos. Silvia e Capelle (2015) complementam ainda que os sentidos subjetivos afetam consideravelmente os espaços sociais onde o indivíduo está inserido e atuante.

Os estudos de Morin (2001) buscam o sentido do trabalho no desenvolvimento de relações positivas entre clientes e fornecedores nas organizações. O autor considerou que a cooperação dentro de um grupo de trabalho pode gerar sentimentos de vínculos entre os indivíduos. Com isso conclui que os objetivos organizacionais do trabalho devam ser claros e trabalhados de forma a valorizar os resultados.

Trabalho significativo é simultaneamente uma questão econômica e moral. Ela está intimamente associada à motivação (MICHAELSON, 2005) e é um aspecto significativo da satisfação do empregado. Além de ter um emprego onde podem encontrar relações sociais de apoio e segurança financeira, os trabalhadores querem um "emprego significativo e a oportunidade de crescer e desenvolver-se como uma pessoa" (O'TOOLE; LAWLER, 2006, p. 8).

Alguns autores corroboram em seus estudos informando que profissionais que não têm ou não determinam um sentido para o trabalho podem ter reações ou desilusões organizacionais trágicas, tais como: violência, suicídio, mudanças

psicológicas de comportamento entre colegas de trabalho (KUCHINKEA et al., 2010; LEAVITT, 2007). Duff e Autin (2015) ainda complementam que as barreiras de carreira podem restringir as escolhas da vida profissional dos indivíduos limitando, no entanto, a capacidade e a produtividade dentro do ambiente de trabalho.

2.2 CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

Atualmente, autores têm se dedicado a estudar diferentes gerações no mercado de trabalho, representadas por *Baby Boomers*, Geração X e Geração Y. O foco deste estudo está centralizado na Geração Y, sendo estas pessoas nascidas no início dos anos 1980 estando presentes em grande parte do mercado de trabalho. Não há consenso ou uma sistemática que delimite as datas de cada geração, ou seja, os rótulos e anos apresentados na literatura nem sempre são mesmos entre os autores (XAVIER, 2011; NERI, 2010; ALSOP, 2008; DRIES et al., 2008; SMOLA; SUTTON, 2002).

As definições que classificam o período definido dos nascidos na geração Y é amplamente discutido. Alguns consideram as pessoas nascidas entre 1980 e 1999 (OLIVEIRA et al., 2010). Veloso et al., (2008) classificam nessa geração os nascidos a partir de 1978; Howe e Strauss (2003) entre 1981-2000; Tulgan (2009) entre 1978 a 2000 e Dries et al. (2008) os nascidos em 1981 a 2001.

Esta pesquisa utilizar como referência os estudos de Dries et al. (2008), que caracterizam a geração Y ou *Millennials*, como sendo a geração da positividade, moralismo, confiança, paixão, aprendizagem, segurança, disposição para o trabalho e consciência cívica.

As discussões sobre gerações também passaram a ter um espaço nas discussões para formulação de estratégias nas organizações. Atualmente, o mercado de trabalho está composto em grande maioria pelos Y, que buscam status e autonomia no ambiente de trabalho, em suas atribuições, levando em consideração as demais gerações (CENNAMO; GARDNER, 2008). Os autores acrescentam ainda que estes profissionais são mais ambiciosos e otimistas, centrados na carreira, buscando metas e desafios, focados no trabalho.

Há autores que chamam os Y de filhos da tecnologia - por estarem totalmente inseridos na interatividade de um ambiente totalmente digital. Para eles, o aprendizado é constante e o nível de educação mais elevado que os da geração anterior (VASCONCELOS et al., 2010; DUTRA et al., 2009).

Os estudos de Dries et al. (2008, p. 85-108) apresentaram também que a geração Y desenvolveram um credo onde o lema é: “Vamos fazer deste mundo um lugar melhor”. A geração Y não busca organizações que cuidem deles ou que ofereçam segurança e estabilidade, mas sim empregadores que ofereçam desafio no trabalho e uma formação, para terem empregabilidade, assim desenvolvendo sua carreira.

Dutra et al. (2009) observam, também, que as formas de trabalho para a geração Y são mais voltadas aos desafios e à diversão com características que visam à conexão com algum tipo de mídia, outros são habituados a mudanças e diversidade e outros sempre estão ligados com questões sociais.

Na pesquisa realizada por Vasconcelos et al. (2010) as características apresentadas nos indivíduos da geração Y foram: imediatistas e impacientes, auto orientados, decididos e orientados por resultados. O autor acrescenta ainda que as

características encontradas na pesquisa, trazem para o mercado um novo conceito de trabalho, os quais não norteiam sua carreira, promoção, estabilidade e vínculo, buscando liberdade ao uso de suas habilidades e conhecimento.

Para Eisner (2005), com a entrada da geração Y no mercado, novos valores, habilidades, atitudes com relação ao trabalho e a autoridade, foram incorporados aos das gerações mais antigas, que ainda apreciam a responsabilidade e demandam *feedback* imediato com frequência. A geração “Y” está acostumada a ter uma postura ativa nas decisões familiares e espera-se que, da mesma forma, o desenvolva nas organizações. O autor afirma ainda que é possível perceber o compartilhamento de informações e conhecimentos em um mesmo espaço e que neste pode haver conflitos entre as gerações mais jovens ou mais velhas

O estudo realizado por Tamayo (2008) apresenta alguns tipos de comprometimento: com o emprego, com a equipe, com o sindicato, com a carreira e com a organização. O autor afirma, também, que o foco acadêmico para novos estudos está voltado para os da geração Y nas organizações, sendo este em sua maioria nos dias de hoje. Além disso, o estudo apontou três componentes que formam o comprometimento da geração Y, normativo, instrumental e afetivo. Destacou também que esses indivíduos têm comprometimento e envolvimento afetivo com a organização.

Martin (2015), destaca que esses jovens buscam adaptação às pessoas, aos lugares e às circunstâncias, ou seja, são adeptos às mudanças e prontos para o trabalho em equipe e novos projetos, locais e departamentais. McQueen (2010) acrescenta, também, que a geração Y enxerga o futuro como um labirinto de oportunidades, contingências e caminhos e faz destes a construção de sua carreira.

Os jovens desta geração não gostam de se sentir sozinhos, querem participar, junto às lideranças, e demonstram grande comprometimento, ajudando a resolver problemas sem perder o foco de sua carreira (TULGAN, 2009; MARSTON, 2007).

Consideradas as características da geração Y, a organização deve estar atenta para o comprometimento organizacional dos empregados. Cavazotte et al. (2012) acrescentam que o comprometimento de um funcionário com a empresa é uma atitude importante para os negócios, pois o comportamento inapropriado pode comprometer e influenciar o resultado da organização. Paralelamente a isto, Cennamo e Gardner (2008) observaram que os indivíduos da geração Y são mais propensos à falta de comprometimento e alinhamento com a estratégia da organização do que as demais gerações. Cavazotte et al. (2012) acrescentam que, atualmente, estes jovens são a maioria no mercado de trabalho e dada a influência que seu comportamento pode ter sobre os resultados da organização ela deve alinhar-se ao perfil do indivíduo da geração Y, gerenciando a atitude do grupo como um todo.

Neste cenário, a população identificada nesta pesquisa como geração Y possui características, atitudes, expectativas, hábitos e comportamentos diferentes que os fazem buscar nas empresas, esforços para compreender as atitudes deste grupo, a fim de garantir o comprometimento com os objetivos organizacionais (BENSON; BROWN, 2011; CAVAZOTTE et al., 2012; DRIES et al., 2008).

2.3 CLASSE SOCIAL

As definições de classes socioeconômicas surgiram em estudos sociológicos que buscavam entender a sociedade e o conflito entre a classe trabalhista e

capitalista, o poder e pobreza e profissionais que ocupam cargos de menor qualificação (MATOSO, 2004; SHETH et al., 1999; MARX, 1985; WEBER, 1961). Posto isto, com a finalidade de entender a dinâmica de distribuição socioeconômica da população se faz necessário entender e focar os achados na evolução e nos conceitos das classes sociais dos últimos anos.

O conceito de classe social para Marx (1985) é definido como sendo grupos que buscam meios de interação entre si, ou seja, para ele havia apenas a relação dono do capital e força de trabalho. Sendo assim, em seus estudos o foco era baseado nas duas vertentes, sendo uma do capitalismo e outra operária. Marx ainda acrescenta que o formato de classes sociais só existe devido ao capitalismo, sendo ela a base da sociedade. É válido ressaltar que o conceito de classe social apresentado por Marx não é completamente explicado em suas obras, deixando lacunas e dificultando o entendimento das classes sociais (GIDDENS, 2010).

Já o sociólogo Weber (1961) trabalha o enfoque das classes sociais por meio de fenômenos econômicos, em que aborda a teoria de classes num contexto mais abrangente do que Marx. Para esse autor o conceito de classes sociais é o de grupos de pessoas que possam compartilhar situações semelhantes quer seja por meio de bens, quer seja por experiências pessoais, ou seja, por posição no mercado ou classe social respectivamente.

Sorokin (1976) acrescenta ainda que a diferenciação entre classes sociais pode ser baseada em gênero, na idade, na etnia, na filiação religiosa, na patente militar etc. Sendo assim, para esse autor a definição de classes sociais pode estar definida como um sistema de desigualdades estruturadas entre diferentes agrupamentos. Os estudos de Matoso (2004), focam as relações de classes poder e

prestígio (fenômeno meramente econômico). Já para Sheth et al. (1999), o conceito de classe social pode ser destacado como uma posição de um membro na sociedade: quanto mais alta a posição, maior o seu *status*.

O Brasil tem uma estratificação socioeconômica muito desigual, conforme mostrado na Tabela 1. Existem miseráveis, pobres, ricos, milionários, cada qual pertencente de uma classe social diferenciada (NERI, 2010). Neste contexto, são apresentadas ao mercado inúmeras pesquisas sobre os costumes e hábitos das classes sociais, mas o resultado é bastante confuso. Nesta pesquisa, será adotado a metodologia de caracterização das classes sociais ou classes econômicas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), utilizado no censo populacional. O IBGE, para exemplificar a definição de classes sociais, relaciona-a a distribuição relativa de renda, baseando no número de salários mínimos. Para facilitar o entendimento, a Tabela 01 ilustra os dados categorizados para cinco faixas de renda ou classes sociais definidas para o Brasil (PNAD/IBGE, 2014).

Tabela 01 – Demonstrativo de divisão classes econômicas por renda familiar

CLASSES ECONÔMICAS	LIMITE INFERIOR *	LIMITE SUPERIOR *
Classe E	0	1.254
Classe D	1.255	2.004
Classe C	2.005	8.640
Classe B	8.641	11.261
Classe A	11.262	-

*em R\$ a preços de janeiro de 2014

Fonte: CPS/FGV baseado nos microdados da PNAD/IBGE

2.4 REPRESENTAÇÃO SOCIAL

A Representação Social pode ser considerada como a representação de um objeto ou de uma pessoa. Além de proporcionar a construção de conhecimentos pelas relações do homem com o seu ambiente, também pode ser considerada como uma construção mental da realidade, que possibilita a compreensão e organização do mundo e os comportamentos dos que estão em seu entorno. Portanto, esta teoria pode ser observada sobre um olhar de produção dos saberes sociais que está diretamente ligada aos saberes que se produzem no cotidiano (MOSCOVICI, 1978; JOVCHELOVITCH, 1998).

Para Jodelet (1985, p.36) as representações sociais “são uma forma de conhecimento elaborada e partilhada socialmente, tendo uma visão prática e concorrendo à construção de uma realidade comum a um conjunto social”. Abric (1998) pontua que a representação social não é um simples reflexo da realidade, mas sim um conjunto de significados que funciona como um sistema de interpretação da realidade que rege as relações dos indivíduos com o seu meio físico e social, assim determinando suas práticas e comportamentos.

A Teoria das Representações Sociais está intimamente relacionada com o estudo tanto em nível macro como em micro, dos registros simbólicos sociais que se referem as trocas desenvolvidas nas relações interpessoais e nos ambientes sociais que por sua vez influenciam a construção do conhecimento compartilhado. Além disso, estas representações sociais constituem uma forma de transformar o que é novidade em uma substância que incorpora elementos à nossa leitura de mundo, e assim agregar o que é novo (ARRUDA, 1998). Na perspectiva proposta por Moscovici, os indivíduos não são apenas processadores de informações, mas

pensadores ativos que “produzem e comunicam incessantemente suas próprias representações e soluções específicas para as questões que se colocam a si mesmo” (MOSCOVICI, 1984).

Nas representações sociais, as modalidades de conhecimento são práticas orientadas para a comunicação e para a compreensão de contextos materiais, sociais e ideativos em que estamos inseridos. São formas de conhecimento que se manifestam em elementos como imagens, conceitos, categorias ou teorias, sendo socialmente elaboradas e compartilhadas, assim contribuindo para a construção de uma realidade que possibilite a comunicação entre todos os envolvidos. Deste modo, as representações são em sua essência fenômenos sociais que tem de ser entendidos a partir das funções simbólicas e ideológicas e das formas de comunicação. Uma representação social apresenta um núcleo central e seus elementos que estão no entorno que estão relacionados com os mais estáveis da representação, ou seja, os que mais resistem à mudança e os que correspondem aos componentes mais acessíveis da representação (JODELET; 1985; SPINK, 1996).

Capítulo 3

3. METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Com a finalidade de cumprir o objetivo proposto para este estudo – identificar e discutir o sentido do trabalho atribuído pela geração Y das classes A, B e C – o tipo de pesquisa utilizada foi qualitativa, pois os dados foram coletados espontaneamente pela associação de palavras/expressões em formato de texto. Trata-se de uma pesquisa fundamentalmente interpretativa das respostas obtidas (CRESWELL, 2010).

Tal pesquisa qualitativa pode ser definida em dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, a pesquisa busca neste estudo a realidade de uma população e de um fenômeno por meio de opinião dos pesquisados. Este tipo de pesquisa é caracterizado como descritivo. Quanto aos meios, a pesquisa é realizada onde o fenômeno ocorre, sendo aplicado teste para obtenção de percepções dos pesquisados quanto ao fenômeno em estudo. Neste caso a pesquisa é considerada de campo (VERGARA, 2015). Para Creswell (2010), a pesquisa qualitativa é um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano. Os dados coletados são interpretados pelo pesquisador.

Para esta pesquisa, o levantamento foi realizado por meio de corte transversal com dados coletados em um determinado momento do tempo (CRESWELL, 2010).

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método utilizado para o levantamento e categorização e análise dos dados foi o teste de evocação de palavras (VERGARA, 2015).

3.2.1 Teste de evocação de palavras – conceituação

O teste de evocação de palavras é um método para coleta e análise de dados primários para obtenção de elementos que compõem o Diagrama de Evocação, objeto de análise da pesquisa, conforme Figura 01. Estes são originados a partir de um termo ou expressão indutora, oral ou por escrito, por meio de entrevista ou questionário. Para tanto, algumas etapas devem ser consideradas para realização do teste de evocação de palavras. Neste trabalho, foram realizadas aplicação de testes com a palavra/expressão a ser evocada pelo participante; tabulação; classificação; cálculo da frequência e ordem; análise e confronto com a literatura (VERGARA, 2015).



Figura 1: Diagrama da Evocação. Elaborado pelo autor.

O Núcleo central (quadrante superior esquerdo – cor laranja) abarca os achados mais relevantes da pesquisa, porque as categorias foram evocadas muitas vezes e nas primeiras posições. No sistema periférico primário (quadrante superior direito – cor azul) estão as categorias que mantêm uma relação estreita com o núcleo central porque, embora as categorias tenham sido mais evocadas, foram tardiamente lembradas, ou seja, foram evocadas nas últimas posições. No sistema periférico secundário (quadrante inferior esquerdo – cor amarela), embora as categorias tenham sido evocadas poucas vezes, foram lembradas nas primeiras posições. Finalmente, o sistema periférico terciário (quadrante inferior direito – cor cinza), estão as categorias pouco relevantes para a pesquisa porque foram evocadas poucas vezes e tardiamente, ou seja, nas últimas posições.

3.2.2 Campo de estudo

O estudo teve como campo de pesquisa o estado do Espírito Santo, devido à sua relação com crescimento econômico em comparação aos demais estados do Brasil. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) apontam que o estado encerrou o ano de 2014 com um avanço de 3%, além da expectativa do PIB nacional (0,1%). Em 2015 o Brasil teve como meta 0,5%. Por outro lado, o desenvolvimento econômico capixaba estava em alta e o PIB do Espírito Santo está propenso a ficar na faixa de 3,5%. O estado cresceu 4,5% contra 2,7% do Brasil (BANCO MUNDIAL/IBGE, 2015).

3.2.3 População e amostra

A população escolhida para realizar a pesquisa foi de empregados no estado do Espírito Santo nascidos entre 1981 a 2001 das classes sociais A, B e C.

3.2.4 Coleta de Dados

Os dados desta pesquisa foram obtidos por meio de e-mail direcionado aos empregados de empresas privadas do estado do Espírito Santo, no qual foi apresentada uma breve explicação sobre a pesquisa, bem como anexado um arquivo no formato Word com as orientações para participação. No caso desta pesquisa, a pergunta indutora foi: “*Qual o sentido do trabalho para você?*” As orientações foram: “Escrever cinco palavras ou expressões que lhe vêm à mente”. Também foram solicitadas informações de natureza demográfica – idade, gênero, renda, escolaridade, setor de atuação, cidade onde trabalha – para melhor caracterização do empregado e da classe social. O mesmo formato foi utilizado para o teste piloto. Mais detalhes, vide Anexo A.

No teste piloto, a aplicação da pesquisa foi realizada no mês de Janeiro de 2016, por empregados de empresas privadas do estado do Espírito Santo. Foram encaminhados 180 e-mails para uma base de dados pertencente a uma empresa de prestação de serviços, de forma aleatória. Foram respondidos 105 questionários, sendo 80 deles contemplados com todos os requisitos necessários para realização deste estudo. Este teste mostrou a evocação de 137 palavras e expressões, mostrando ser possível proceder com a categorização, conforme mostrado na Tabela 02.

TABELA 02: PESQUISA PRÉ TESTE – EVOCAÇÕES POR CLASSE SOCIAL

	Respondentes	Respostas Válidas	Palavras Distintas	Evocações
Classe A	30	19	37	95
Classe B	35	30	51	150
Classe C	40	31	49	155

Fonte: Elaborado pelo autor.

A pesquisa final foi realizada nos meses de Maio e Junho de 2016. Para tanto, foram encaminhados 621 e-mails, utilizando a mesma base de dados do piloto, tendo recebido 497 respostas. Porém, apenas 390 questionários estavam com todas as respostas necessárias para realização da análise de dados, ou seja, uma taxa de resposta de 63%. Apesar da literatura informar que dados incompletos para este tipo de pesquisa possam ser utilizados ou descartados, nesta pesquisa os dados incompletos foram descartados (VERGARA; FERREIRA, 2005). A Tabela 03 mostra a quantidade de respostas obtidas bem como as palavras distintas, isto é, as palavras diferentes evocadas e a quantidade de evocações por classe social.

TABELA 03: PESQUISA FINAL – EVOCAÇÕES POR CLASSE SOCIAL

	Respondentes	Respostas Válidas	Palavras Distintas	Evocações
Classe A	122	101	49	505
Classe B	185	141	77	705
Classe C	190	148	72	740

Fonte: Elaborado pelo autor.

Capítulo 4

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1 ANÁLISE E DESCRIÇÃO DOS DADOS

Para catalogar e manipular os dados da pesquisa foi utilizado apenas o software Microsoft Excel 2015.

Primeiro, todas as palavras ou expressões foram listadas, conforme Apêndice A. Para a definição das categorias, conforme Tabela 04, utilizou-se também o modelo sugerido por Vergara (2015) de agrupamentos de palavras ou expressões com o mesmo sentido para evitar que sejam consideradas diferente ou interfiram na construção da representação. O nome dado à categoria foi definido pela avaliação do conjunto de palavra e seus sentidos a partir do referencial apresentado nesta pesquisa.

TABELA 04: CATEGORIAS

Categorias		
Agilidade	Dignidade	Luta
Aplicar capacidade	Empenho	Potencial emancipador/liberador*
Atitude ética*	Espaço de sociabilidade*	Produção
Autodomínio	Fadiga	Produtividade
Centralização	Funcionamento	Rotina
Chegar tarde	Gratidão	Tecnologia
Compreensão	Independência financeira*	Tecnologia avançada
Comprometimento	Informática	Trajetória profissional*
Controle	Levantar cedo	Vantagem
Descanso	Liderança	Vida

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Categorias representadas por (*).

Após a validação das categorias, foram elaboradas tabelas completas com as categorias por ordem de evocação, palavras/expressões agrupadas e a quantidade de evocações por classe social, conforme Tabelas 05, 06 e 07. Nesta pesquisa não houve a necessidade de desprezar quaisquer palavras ou expressões, como sugerido por Vergara (2015), haja visto que todas palavras foram julgadas relevantes para a análise. Desta forma, algumas palavras não foram agrupadas em categorias específicas, sendo analisadas como palavras únicas, portanto, consideradas como categorias de palavras únicas (VERGARA, 2015). O detalhamento das palavras evocadas por categoria e por classe social estão nos Apêndices A, B, C, D, E e F.

TABELA 05 – CATEGORIAS X PALAVRAS X EVOCAÇÕES – CLASSE A

Ordenação	Categorias	Palavras/expressões	Evocações	%
1	Trajetória Profissional*	20	238	47,13%
2	Independência financeira*	11	138	27,33%
3	Espaço de sociabilidade*	5	28	5,54%
4	Atitude ética*	3	28	5,54%
5	Potencial emancipador/liberador*	5	27	5,35%
6	Produtividade	1	16	3,17%
7	Funcionamento	1	13	2,57%
8	Vantagem	1	11	2,18%
9	Descanso	1	5	0,99%
10	Luta	1	1	0,20%
Total		49	505	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Categorias representadas por (*).

TABELA 06 – CATEGORIAS X PALAVRAS X EVOCAÇÕES – CLASSE B

Ordenação	Categorias	Palavras/expressões	Evocações	%
1	Trajetória Profissional*	25	275	39,01%
2	Independência financeira*	17	201	28,51%
3	Espaço de sociabilidade*	11	59	8,37%
4	Potencial emancipador/liberador*	6	47	6,67%
5	Atitude ética*	6	30	4,26%
6	Controle	1	17	2,41%
7	Comprometimento	1	15	2,13%
8	Aplicar capacidade	1	13	1,84%
9	Agilidade	1	10	1,42%
10	Chegar tarde	1	8	1,13%
11	Fadiga	1	8	1,13%
12	Produção	1	8	1,13%
13	Autodomínio	1	5	0,71%
14	Informática	1	4	0,57%
15	Levantar cedo	1	3	0,43%
16	Dignidade	1	1	0,14%
17	Tecnologia avançada	1	1	0,14%
Total		77	705	100%

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: Categorias representadas por (*).

TABELA 07 – CATEGORIAS X PALAVRAS X EVOCAÇÕES – CLASSE C

Ordenação	Categorias	Palavras/expressões	Evocações	%
1	Independência financeira*	19	296	40,00%
2	Trajetória*	23	253	34,19%
3	Espaço de sociabilidade*	13	88	11,89%
4	Atitude ética*	3	28	3,78%
5	Potencial emancipador/liberador*	4	16	2,16%
6	Comprometimento	1	14	1,89%
7	Tecnologia	1	11	1,49%
8	Liderança	1	11	1,49%
9	Rotina	1	8	1,08%
10	Empenho	1	7	0,95%
11	Produção	1	3	0,41%
12	Vida	1	2	0,27%
13	Gratidão	1	1	0,14%
14	Compreensão	1	1	0,14%
15	Centralização	1	1	0,14%
Total		72	740	100%

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: Categorias representadas por (*).

A etapa seguinte foi o cálculo envolvendo as frequências e as ordens das evocações para a construção do Diagrama de Evocação proposto por Vergara (2015).

O cálculo da Ordem Média de Evocação (OME) de cada categoria é feito por meio da multiplicação do número de frequência da ordem, do somatório da multiplicação e por fim da divisão, conforme fórmula abaixo:

$$\frac{(N1^a \times 1) + (N2^a \times 2) + (N3^a \times 3) + (N4^a \times 4) + (N5^a \times 5)}{(N1^a + N2^a + N3^a + N4^a + N5^a)} = \text{OME}$$

Por exemplo, os cálculos para a categoria trajetória profissional são:

$$\frac{(59 \times 1) + (63 \times 2) + (42 \times 3) + (46 \times 4) + (28 \times 5)}{(59 + 63 + 42 + 46 + 28)} = 2,67$$

O resultado obtido apoiará a definição da frequência total de cada categoria, que é o somatório da frequência das ordens. As Tabelas 08, 09 e 10 mostram esses resultados.

Para a classe A, foram evocadas 505 palavras agrupadas em cinco categorias e cinco palavras consideradas como categorias de palavras únicas.

TABELA 08: FREQUÊNCIA E ORDEM MÉDIA DE EVOCÇÃO – CLASSE A

N	Categorias	Frequência total	Ordem					Ordem média de evocção
			1	2	3	4	5	
1	Trajetória Profissional*	238	59	63	42	46	28	2,67
2	Independência financeira*	138	24	17	30	28	39	3,30
3	Espaço de sociabilidade*	28	4	5	5	4	10	3,39
4	Atitude ética*	28	3	3	5	6	11	3,68
5	Potencial emancipador/liberador*	27	9	4	10	1	3	2,44
6	Produtividade	16	1	1	5	6	3	3,56
7	Funcionamento	13	0	5	0	3	5	3,62
8	Vantagem	11	1	3	3	4	0	2,91
9	Descanso	5	0	0	0	3	2	4,40
10	Luta	1	0	0	1	0	0	3,00
10 Categorias		505	101	101	101	101	101	32,97

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: Categorias representadas por (*).

Para a classe B, foram evocadas 705 palavras agrupadas em cinco categorias e 13 palavras consideradas como categorias de palavras únicas.

TABELA 09: FREQUÊNCIA E ORDEM MÉDIA DE EVOCAÇÃO – CLASSE B

N	Categorias	Frequência total	Ordem					Ordem média de evocação
			1	2	3	4	5	
1	Trajetória Profissional*	275	61	52	60	60	42	2,89
2	Independência financeira*	201	39	45	38	39	40	2,98
3	Espaço de sociabilidade*	59	8	9	11	11	20	3,44
4	Potencial emancipador/liberador*	47	12	14	14	4	3	2,40
5	Atitude ética*	30	3	6	6	6	9	3,40
6	Controle	17	6	3	3	5	0	2,41
7	Comprometimento	15	2	4	1	4	4	3,27
8	Aplicar capacidade	13	3	7	2	1	0	2,08
9	Agilidade	10	4	0	0	0	6	3,40
10	Chegar tarde	8	0	0	0	4	4	4,50
11	Fadiga	8	1	0	0	3	4	4,13
12	Produção	8	0	0	1	2	5	4,50
13	Autodomínio	5	0	0	3	1	1	3,60
14	Informática	4	1	1	1	1	0	2,50
15	Levantar cedo	3	1	0	1	0	1	3,00
16	Dignidade	1	0	0	0	0	1	5,00
17	Tecnologia avançada	1	0	0	0	0	1	5,00
18 Categorias		705	141	141	141	141	141	58,14

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: Categorias representadas por (*).

E para a classe C, foram evocadas 740 palavras agrupadas em cinco categorias e dez palavras consideradas como categorias de palavras únicas.

TABELA 10: FREQUÊNCIA E ORDEM MÉDIA DE EVOCÇÃO – CLASSE C

N	Categorias	Frequência total	Ordem					Ordem média de evocção
			1	2	3	4	5	
1	Independência financeira*	296	106	51	59	45	35	2,50
2	Trajectoria*	253	22	65	46	67	53	3,25
3	Espaço de sociabilidade*	88	10	12	17	14	35	3,59
4	Atitude ética*	28	4	5	10	6	3	2,96
5	Potencial emancipador/liberador*	16	0	10	1	0	5	3,00
6	Comprometimento	14	2	0	3	4	5	3,71
7	Tecnologia	11	0	0	2	2	7	4,45
8	Liderança	11	0	1	4	5	1	3,55
9	Rotina	8	3	2	1	1	1	2,38
10	Empenho	7	1	1	2	2	1	3,14
11	Produção	3	0	0	1	1	1	4,00
12	Vida	2	0	0	0	1	1	4,50
13	Gratidão	1	0	0	1	0	0	3,00
14	Compreensão	1	0	1	0	0	0	2,00
15	Centralização	1	0	0	1	0	0	2,50
15 categorias		740	148	148	148	148	148	48,54

Fonte: Dados da pesquisa. Nota: Categorias representadas por (*).

Esses resultados mostram que a quantidade de palavras evocadas está variando em função da quantidade de respostas recebidas para cada classe social. Ou seja, a quantidade de respostas da classe C foi maior do que a classe B, que por sua vez, foi maior que a classe A. Como se optou nesta pesquisa por não desprezar nenhuma palavra, as categorias também variam em função da quantidade de respostas recebidas para cada classe social.

Finalmente, o Diagrama de Evocção foi construído com base nos cálculos da média das Ordens Médias de Evocção (OME) para a construção do eixo horizontal. Ou seja, o total das Ordens Médias de Evocção (OME) dividido pelo total das

categorias, conforme mostrado na Tabela 10. E com base nos cálculos obtidos da média das frequências, ou seja, a frequência total dividida pelo total das categorias, para a construção do eixo vertical, conforme mostrado na Tabela 11.

TABELA 11: EIXO DE DISTRIBUIÇÃO DO DIAGRAMA DE QUATRO QUADRANTES – CLASSE SOCIAL

EIXOS	CLASSE A	CLASSE B	CLASSE C
Eixo vertical	505 / 10	705 / 18	740 / 15
Média das frequências de evocação	50,5	39,17	49,33
Eixo horizontal	32,9 / 10	58,5 / 18	48,5 / 15
Média das ordens médias de evocação	3,29	3,25	3,24

Fonte: Dados da pesquisa.

Em função destes cálculos, a Tabela 11 mostra a distribuição das categorias nos quadrantes. Desta forma, as Figuras 02, 03 e 04 mostram os Diagramas de Evocação para cada classe social:



Figura 02: Diagrama de Evocação – Classe A.
Fonte: Dados da pesquisa.



Figura 03: Diagrama de Evocação – Classe B.
Fonte: Dados da pesquisa.



Figura 04: Diagrama de Evocação – Classe C.
Fonte: Dados da pesquisa.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Conforme apresentado na Tabela 12, a maioria dos respondentes são do gênero masculino em todas as classes sociais pesquisadas. No tocante à escolaridade, a maioria tem pelo menos curso superior. É válido ressaltar que na classe B 50% dos pesquisados tem curso de pós graduação, representando portanto 94% com curso superior e pós, dado maior que as demais classes sociais. Na classe C percebemos um volume maior de respondentes com curso técnico e superior 74%. A idade, conforme a mediana, é maior para a classe A e abaixo dos 30 anos para as classes B e C. A renda da classe A é o dobro da classe B e 5. Quanto à região, para todas as classes, a amostra abrange todo estado do Espírito Santo, sendo que para a região Sul o volume de dados é maior, isto é devido à facilidade de acesso aos respondentes pelo pesquisador, seguindo pela Região Metropolitana da Grande Vitória e com menos pesquisados a região norte do estado do Espírito

Santo. O setor de atuação para as classes sociais B e C destaca-se o volume maior para o ramo de serviços. Para classe A o volume maior foi de respondentes referenciando ramo de indústria, isso se dá devido a concentração na região.

TABELA 12 - CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

		Classe A	%	Classe B	%	Classe C	%
Gênero	M	91	90	104	74	98	66
	F	10	10	37	26	50	34
Idade (Mediana)		33		29		25	
Renda Média		R\$ 15.340,00		R\$ 9.230,00		R\$ 3.640,00	
Escolaridade	Médio/Técnico	10	10	9	6	45	30
	Superior	43	43	62	44	66	44
	Pós-	48	47	70	50	39	26
Região ES	Norte	7	7	25	18	30	20
	Sul	66	65	61	43	80	54
	G. Vitoria	28	28	55	39	38	26
Setor de Atuação	Indústria	64	63	29	21	56	38
	Serviço	37	37	112	79	92	62

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos diagramas de evocação apresentados, primeiramente, serão analisados os dados núcleo central e, posteriormente, dos sistemas periféricos.

4.2.1 Núcleo central

No núcleo central, estão relacionados o sentido do trabalho mais relevante atribuído pelos profissionais da geração Y das classes A, B e C capixabas identificado nesta pesquisa.

A trajetória profissional é o denominador comum entre essas classes sociais e é vista tanto como meio como fim. Enquanto meio diz respeito a ter um propósito na carreira, desafios, uma visão para direcionar o rumo e aos esforços para atingir as

metas traçadas. Para tanto, significa se empenhar nos estudos, ter força e foco para desenvolver-se. Significa também ter gosto pelo trabalho ao longo do crescimento profissional, trabalho árduo para alcançar a eficiência. Enquanto fim, a trajetória profissional refere-se aos resultados positivos alcançados como o conhecimento, ou seja, o saber adquirido, os sentimentos de realização, de reconhecimento, de ser lembrado, de autorrealização, inclusive de ocupar cargos de liderança. Contudo, ao longo da trajetória profissionais também podem haver resultados negativos, como o stress. Estes resultados mostram que estes profissionais são mais ambiciosos e otimistas, centrados na carreira, buscando metas e desafios, focados no trabalho (CENNAMO; GARDNER, 2008). Esta geração não busca organizações que cuidem deles ou que oferecem segurança e estabilidade, mas sim empregadores que oferecem desafio no trabalho e uma formação para ganharem empregabilidade para o desenvolvimento da carreira (DRIES et al., 2008). enxerga o futuro como um labirinto de oportunidades, contingências e caminhos e faz destes a construção de sua carreira (MCQUEEN, 2010).

Para os profissionais da geração Y das classes A e C, a trajetória profissional é o sentido do trabalho mais relevante. Pode-se concluir que, embora as rendas sejam diferentes – a média da renda da classe C equivale a 24% da média da renda da classe A – essas classes entendem que o trabalho vai muito além da garantia da sobrevivência. Significa também viver novas experiências, obter recompensas (DUFFY; AUTIN, BOTT, 2015) e ter oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional (TABLAN, 2015). Duffy e Autin (2013) informam que profissionais com fontes de rendas mais elevadas tendem a experimentar um trabalho mais significativo. Ou seja, esses profissionais estão mais orientados à

realização pessoal e reconhecimento à família, empresa e sociedade (SILVIA, CAPELLE, 2015).

Um dado relevante a destacar ainda é que, a idade média dos respondentes é de 29 anos e a idade mediana é 33 anos para classe A, 25 para classe B e 29 anos para classe C. Essas evidências mostram que, para grande parte desses trabalhadores, a trajetória profissional bem-sucedida e o sucesso profissional na carreira são cada vez mais almejados, valorizando ainda mais o trabalho (DUFF et al, 2015).

Já para a classe social B, também foram ressaltados como sentido do trabalho mais relevantes, ainda no núcleo central, a categoria independência financeira, em segundo lugar e o potencial emancipador, em terceiro lugar. Esses achados podem ser interpretados que, para os empregados dessa classe, uma trajetória profissional bem-sucedida caminha junto com o alcance de seus objetivos financeiros, a saber: ter estabilidade e prosperidade financeira para construir sonhos, como viajar mais, ter casa própria e carro.

Esse sentido parecer refletir, no sentido do trabalho como um potencial emancipador, ou seja, ter uma família tranquila e feliz, viver com harmonia e ter poder para fazer escolhas. Nos estudos de Kuchinke et al. (2010), o sentido do trabalho para os empregados pode está relacionado ao envolvimento afetivo com a família e, em um segundo momento, com a sua trajetória profissional. É válido ressaltar que, esses empregados podem estar considerando que, “emprego significativo é a oportunidade de crescer e desenvolver-se como pessoa” (O’TOOLE, LAWLER 2006, p. 8). Silvia e Capelle (2015) esclarecem que os trabalhadores, ao se sentirem importantes no ambiente de trabalho, nos modos de agir, pensar e sentir, faz com que se sintam importante para sociedade.

Tais significados atribuídos ao trabalho – independência financeira e como potencial emancipador – podem estar relacionados com a satisfação das necessidades pessoais desses profissionais (TABLAM, 2015).

4.2.2 Sistema periférico primário

Para as classes A e C, a independência financeira possui alguma relação com a trajetória profissional. Como não está no núcleo central, pode ser interpretado que a independência financeira é consequência da trajetória profissional bem-sucedida e também uma força motivadora para essa jornada. Soma-se à classe C, que o espaço e a sociabilidade, ou seja, confiança, dignidade, trabalho em equipe, ambiente bom respeito e os relacionamentos interpessoais, de alguma forma, contribuem para esse sucesso profissional.

Para os profissionais das classes B e C, espaço de sociabilidade, ou seja, confiança, dignidade, trabalho em equipe, ambiente bom respeito e os relacionamentos interpessoais, de alguma forma, contribuem para o sucesso profissional desses profissionais. Ou seja, o envolvimento com o ambiente de trabalho está atrelado à valorização do indivíduo, às tarefas interessantes e ao bom relacionamento com os colegas (KUCHINKE et al., 2015). Já para a classe A, essa categoria faz parte do sistema periférico terciário, isto é, tem pouca relação com a trajetória profissional.

4.2.2 Demais sistemas periféricos

O sistema periférico secundário possui uma relação intermediária com o núcleo central. Assim, para as classes A e C, o potencial emancipador / liberador, ou seja, ter uma família tranquila e feliz, viver com harmonia e ter poder para fazer escolhas tem pouca relação com a trajetória profissional. Ao contrário da classe B, que considerou no núcleo central. Para a classe C, acrescenta-se a atitude ética dos profissionais, ou seja, um modo de agir ético consoante com os valores pessoais e organizacionais e preocupação com a disciplina, justiça e dignidade. Curiosamente, a atitude ética tem muita pouca relação com a trajetória profissional e independência financeira das classes A e B, respectivamente, pois está no sistema periférico terciário.

Finalmente, dentre as palavras pouco evocadas ou evocadas na ordem de número cinco, com pouca relação ao sentido do trabalho para os empregados desta pesquisa no sistema periférico terciário, foi tecnologia, evocada pelas classes B e C. Chama atenção porque a geração Y está totalmente inserida na interatividade de um ambiente totalmente digital (VASCONCELOS et al., 2010; DUTRA et al., 2009).

O Quadro 1 resume essa discussão.

	Núcleo Central			Sistema Periférico Primário		Sistema Periférico Secundário		Sistema Periférico Terciário	
	A	B	C						
Trajatória Profissional	A	B	C						
Independência financeira		B		A		C			
Espaço de sociabilidade					B	C		A	
Potencial emancipador		B					A	C	
Atitude ética								C	A B
Luta							A		
Vantagem							A		
Empenho								C	
Centralização								C	
Gratidão								C	
Compreensão								C	
Controle							B	C	
Aplicar capacidade							B	C	
Informática							B	C	
Levantar cedo							B	C	
Descanso									A
Funcionamento									A
Produtividade									A
Agilidade									B
Chegar tarde									B
Autodomínio									B
Dignidade									B
Tecnologia Avançada									B C
Fadiga									B
Comprometimento									B C
Produção									B C
Liderança									C
Vida									C

Quadro 1: Comparativo do diagrama de evocações entre as classes A, B e C.

Fonte: Dados da pesquisa.

5. CONCLUSÃO

Esse estudo mostrou que os sentidos do trabalho atribuídos pelos profissionais da geração Y nas classes sociais A, B e C capixabas, em maior ou menor relevância, abrangem trajetória profissional, independência financeira, espaço de sociabilidade, potencial emancipador e a atitude ética. Esses sentidos variam em relevância, conforme a situação socioeconômica de cada classe social.

O principal elemento que determina do significado da representação social sobre o sentido do trabalho para os empregados da geração Y nas classes sociais A, B e C foi a trajetória profissional, sendo esta vista como meio e fim. Isso nos leva a ponderar que os da classe C estão em início de carreira e vislumbrando seu potencial caminho ao futuro como os profissionais da classe A. Em outras palavras, embora as classes A, B e C, sejam diferentes do ponto de vista socioeconômico, as ambições profissionais são equivalentes.

Este estudo contribui com evidências empíricas para o debate acerca do sentido do trabalho da geração Y e por classes sociais. Contribui ainda para que as empresas implementem ações práticas, de recursos humanos, que apoiem seus empregados, em especial os da geração Y, fonte deste estudo, a direcionarem seus objetivos baseados no sentido do trabalho identificados. No tocante a geração pesquisada, Y, é válido que pesquisas futuras possam ser realizadas com as demais gerações numa mesma organização para o aprimoramento e implementação de ações praticas para o aprendizado organizacional.

Dentre as limitações, está relacionada às palavras evocadas, pois não foi solicitado ao participante uma justificativa, ou melhor esclarecimento das palavras, ficando assim a cargo do pesquisador interpretar a palavras para alocar a uma

categoria. A outra diz respeito ao campo de pesquisa, limitado ao estado do Espírito Santo, sugerindo-se, portanto, ampliar o campo de estudo para outras regiões do Brasil, com objetivo de identificar do sentido do trabalho nos demais estados brasileiros ou até mesmo traçar um paralelo entre os estados.

6. REFERÊNCIAS

- ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. de. **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: Ed. AB, 1998.
- ALSOP, R. **The Trophy Kids Grow Up: How the millennial generation is shaking up the workplace**. EUA: Jossey- Bass, 2008.
- ARRUDA, Ângela. Representações Sociais e Movimentos Sociais: Grupos Ecologistas e Ecofeministas do Rio de Janeiro. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (orgs). **Estudos Interdisciplinares de Representação Social**. Goiânia: AB, p. 71-86, 1998.
- BENSON, J.; BROWN, M. Generations at work: are there differences and do they matter? **The International Journal of Human Resource Management**, v. 22, n. 9, p.1843–1865, 2011.
- BLANK, Alison; HARRIES, Priscilla; REYNOLDS, Frances. **The meaning and experience of work in the context of severe and enduring mental health problems: An interpretative phenomenological analysis**. *Work*, v. 45, n. 3, p. 299-304, 2013.
- BLUSTEIN, David L. The role of work in psychological health and well-being: a conceptual, historical, and public policy perspective. **American Psychologist**, v. 63, n. 4, p. 228, 2008.
- CAVAZOTTE, F. S. C. N.; LEMOS, A. H. C; VIANA, M. D. A. Novas gerações o mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais? **Cadernos EBAPE**. BR, v. 10, n. 1, 2012.
- CENNAMO, L.; GARDNER, D. Generational differences in work values, outcomes and person-organization values fit. **Journal of Managerial Psychology**, v. 23, n.8, p.891-906, 2008.
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DRIES, Nicky; PEPERMANS, Roland; DE KERPEL, Evelien. Exploring four generations' beliefs about career: Is "satisfied" the new "successful"? **Journal of Managerial Psychology**, v. 23, n. 8, p. 907-928, 2008.
- DRIES, Nicky; PEPERMANS, Roland; DE KERPEL, "Real' High Potential Careers: An Empirical Study into the Perspectives of Organizations and High Potentials,' **Personnel Review**, v. 37, n.1, p. 85–108, 2008.
- DRIES, Nicky; PEPERMANS, Roland; DE KERPEL, O. 'Career Success: Constructing a Multidimensional Model,' **Journal of Vocational Behavior**, v.73, n. 2, p. 254–267, 2008.
- DUTRA, Joel Souza et al. As carreiras inteligentes e sua percepção pelo clima organizacional. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 10, n. 1, p. 2009.
- DUFFY, R. D., AUTIN, K. L. Disentangling the link between perceiving a calling and living a calling. **Journal of Counseling Psychology**, n. 60, p. 219–227, 2013.
- EISNER, S.P. Managing generation Y. **SAM Advanced Management Journal**. v. 70, n. 4, p. 4-15, 2005.

GIDDENS, Anthony; **Política, Governo e Estado**. Sociologia. 8ª ed.. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, p. 375-424, 2010.

HOWE, N.; Strauss, W. Millennials go to college. Washington, DC: **American Association of Collegiate Registrars and Admissions Officers**, 2003.

JODELET, D., La representación social: Fenómenos, concepto y teoría. In: **Psicología Social** (S. Moscovici, org.), p. 469-494, 1985.

JOVCHELOVITCH, S. Representações Sociais: para uma fenomenologia dos saberes sociais. **Psicologia e Sociedade**, v. 10, n. 1, p. 54-68, 1998.

KUCHINKE, K. Peter et al. All work and no play? The meaning of work and work stress of mid-level managers in the United States, Brazil, and Korea 1. **Human Resource Development International**, v. 13, n. 4, p. 393-408, 2010.

Leavitt, H.J. 2007. Big organizations are unhealthy environments for human beings. MARTIN, C.A. From high maintenance to high productivity: what managers need to know about Generation Y. **Industrial and Commercial Training**. v. 37, n. 1, p. 39-44, 2005.

LIMA, M. P. D., TAVARES, N. V., Brito, M. J., & Cappelle, M. C. A. (2013). O sentido do trabalho para pessoas com deficiência. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 2, p. 42-68, 2013.

MARSTON, C. Motivating the "What's In It For Me" Workforce: manage across the generational divide and increase profits. New Jersey: **Morgan James Publishing**, 2010.

MARX, K. O. **Capital: crítica da economia política**; coordenação Paul Singer, vol. 1, São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MATTOSO, C. Classes Sociais e o Comportamento das Classes C e D: um Levantamento Bibliográfico. **Revista Ciências Humanas**, v.4, n.2, p.127-138, dez. 2004.

MCQUEEN, Michael. The New Rules of Engagement: A Guide to Understanding & Connecting With Generation Y. **Morgan James Publishing**, 2010.

MICHAELSON, C. I want your shower time! Drowning in work and the erosion of life. **Business & Professional Ethics Journal**, n. 24, v.4, p. 7-26, 2005.

MORIN, Estelle. Os Sentidos do Trabalho. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo: v. 41, n. 3, p. 8- 19, 2001.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOW **International Research Team. The meaning of working**. London: Academic Press, 1987.

NÉRI, Marcelo. **A Nova Classe Média: O lado brilhante dos pobres (The New Middle Class: The Brilliant Side of the Poor)**. CPS/FGV – Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas, 2010.

O'TOOLE, J., & Lawler, E. **The new American workplace**. New York: Palgrave, 2006.

PNAD/IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em: <<http://www.cps.fgv.br/cps/ncm2014/> - 2014> Acessado em ago.,2015.

REYNOLDS, L., E. C. Bush, and R. Geist . "The Gen Y imperative." **Communication World**, v. 25, n. 2, p. 19-22, 2008.

SILVA, Késia Aparecida Teixeira; CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves. Sentidos do Trabalho Apreendidos por meio de Fatos Marcantes na Trajetória de Mulheres Prostitutas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 16, n. 6, p. 19, 2015.

SHETH, J.N., MITTAL, B., NEWMAN, B.I. **Customer Behavior – Consumer behavior and beyond**. The Dryden Press, 1999.

SHEA-VAN FOSSEN, Rita J.; VREDENBURGH, Donald J. Exploring Differences in Work's Meaning: An Investigation of Individual Attributes Associated with Work Orientations. **Journal of Behavioral and Applied Management**, v. 15, n. 2, p. 101, 2014.

SMOLA, K.W.; SUTTON, C.D. Generational Differences: revisiting generational work values for the new millennium. **Journal of Organizational Behavior**, v.23, p.363-382, 2002.

SOROKIN, P. **O que é uma classe social?** In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. R. (org.) Estrutura de classes e estratificação social. Rio de Janeiro: Zahar, 1976

SPINK, M. J. Representações Sociais: questionando o estado da arte. **Psicologia & Sociedade**, v. 8, n. 2, 1996.

TAMAYO, A. Valores organizacionais e comprometimento afetivo. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 6, n. 3, 2008.

TULGAN, B. **Not everyone gets a trophy: how to manage generation y**. San Francico: Jossey-Bass, 2009.

VASCONCELOS, Kátia C. et al. A Geração Y e suas âncoras de carreira. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 8, n. 2, 2010.

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers. In: **Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração-EnANPAD**, 32., 2008, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em Administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VERGARA, Sylvia Constant; FERREIRA, Victor Cláudio Paradela. A representação social de ONGs segundo formadores de opinião do município do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Pública**, v. 39, n. 5, p.1137-1159, 2005.

WEBER, M. **From Max Weber: essays in sociology**. London: Routledge and Kegan Paul, 1961.

XAVIER, Mário. Pólo tecnológico de Florianópolis: **origem e desenvolvimento. Florianópolis**: Insular, 2010.

OLIVEIRA, S.R; PICCININI, V.C; BITENCOURT, B.M. Juventudes, Gerações e Trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil. **Organizações & Sociedade**, v.19 - n.62, p. 551-558, 2012.

WEBER, M. **From Max Weber: essays in sociology.** London: Routledge and Kegan Paul, 1961.

ANEXO 1 - INSTRUMENTO DE PESQUISA

E-MAIL

ASSUNTO: Convite para pesquisa de campo

Prezado (a) Empregado(a)

Meu nome é Maycon da Silva Delatorri sou aluno regular do Mestrado em Administração de Empresas da FUCAPE e orientando pela Prof. Dra. Marcia J. d'Angelo. Estou desenvolvendo uma dissertação sobre o sentido do trabalho para geração Y. No momento, estou iniciando o processo de coleta dos dados e gostaria de convidá-lo para participar dela respondendo o questionário. Sua participação é muito importante para a conclusão da pesquisa e ela será anônima, você não será identificado

A resposta do questionário permitirá identificar a opinião de trabalhadores sobre o sentido do trabalho que terá o objetivo final obter um conjunto de palavras que tenham o mesmo significado sobre sentido do trabalho para geração Y.

Qualquer dúvida estarei à disposição.

Desde já agradeço a sua colaboração!

Maycon da Silva Delatorri

**Questionário de Pesquisa para Dissertação de Mestrado
FUCAPE**

Objetivo desta pesquisa é identificar e discutir os fatores determinantes do sentido do trabalho dado pelos profissionais da geração Y.

Escreva as primeiras 5 palavras ou expressões que lhe vem à mente:

QUAL O SENTIDO DO TRABALHO PARA VOCÊ?

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

Idade:	Gênero:	
	Masculino <input type="checkbox"/>	Feminino <input type="checkbox"/>
Renda:		
Escolaridade:	Médio <input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/>
	Pós/Mestrado/Doutorado <input type="checkbox"/>	
Setor de Atuação da empresa	Industria <input type="checkbox"/>	Serviço <input type="checkbox"/>
Cidade:		

Obrigado pela contribuição
Maycon da Silva Delatorri

APÊNDICE A – PALAVRAS/EXPRESSÕES EVOCADAS – GERAÇÃO Y CLASSE A

Classe Social A		Evocações	
N	Palavras/Expressões	N	%
1	Amor	10	1,98%
2	Autoridade	4	0,79%
3	Bem estar	22	4,36%
4	Carreira	27	5,35%
5	Casa	5	0,99%
6	Cobrança	10	1,98%
7	Confiança	20	3,96%
8	Contatos	5	0,99%
9	Descanso	5	0,99%
10	Desenvolvimento	23	4,55%
11	Dinheiro	20	3,96%
12	Estabilidade	20	3,96%
13	Ética	10	1,98%
14	Família tranquila	15	2,97%
15	Ficar rico	3	0,59%
16	Foco	9	1,78%
17	Força	1	0,20%
18	Funcionamento	13	2,57%
19	Futuro	13	2,57%
20	Gosto pelo trabalho	12	2,38%
21	Gratidão	1	0,20%
22	Iniciativa	15	2,97%
23	Lealdade	5	0,99%
24	Luta	1	0,20%
25	Mandar	1	0,20%
26	Ordem	4	0,79%
27	Otimismo	1	0,20%
28	Paciência	4	0,79%
29	Paz	1	0,20%
30	Planejamento	22	4,36%
31	Poder	20	3,96%
32	Possibilidade de realizar sonhos	15	2,97%
33	Pouco tempo	8	1,58%

Classe Social A		Evocações	
N	Palavras/Expressões	N	%
34	Produtividade	16	3,17%
35	Propósito	13	2,57%
36	Realização pessoal	4	0,79%
37	Recompensa	4	0,79%
38	Saúde	10	1,98%
39	Solidez	1	0,20%
40	Status	5	0,99%
41	Sucesso	15	2,97%
42	Transformação	9	1,78%
43	Transformação continua	2	0,40%
44	Valores	13	2,57%
45	Vantagens	11	2,18%
46	Viagens	18	3,56%
47	Viagens a serviço	9	1,78%
48	Vida	5	0,99%
49	Visão	25	4,95%
49 – Palavras / Expressões		505 – Evocações	

Fonte: Dados da pesquisa

APÊNDICE B – PALAVRAS/EXPRESSÕES EVOCADAS – GERAÇÃO Y CLASSE B

Classe B		Evocação	
N	Palavras/Expressões	N	%
28	Agilidade	10	3,40
66	Alegria	1	1,00
23	Ambiente bom	12	4,08
27	Amizade	11	3,27
32	Amor	9	3,11
20	Aplicar capacidade	13	2,08
41	Auto realização	7	3,57
45	Autodomínio	5	3,60
21	Autoridade	13	2,08
15	Bem estar	16	3,19
16	Bens materiais	15	2,20
1	Carreira	29	2,41
46	Carro	5	4,00
43	Casa própria	6	3,33
34	Chegar tarde	8	4,50
67	Compreensão	1	5,00
17	Comprometimento	15	3,27
12	Compromisso	18	2,78
29	Comunicação	10	2,70
47	Confiança	5	3,60
3	Conhecimento	25	2,84
55	Construção de sonhos	3	3,67
13	Controle	17	2,41
56	Convívio social	3	4,33
48	Crescimento	5	1,60
35	Crise	8	5,00
11	Desafios	19	2,32
18	Desenvolvimento	15	2,87
68	Dignidade	1	3,00
4	Dinheiro	24	2,88
9	Direcionar rumo	20	3,75
64	Disciplina	2	3,50
69	Eficiência	1	5,00
5	Empenho	23	3,52
70	Equilíbrio	1	1,00

Classe B		Evocação	
N	Palavras/Expressões	N	%
6	Esforço para atingir metas	22	2,82
8	Estabilidade	21	2,71
14	Estudar	17	2,71
49	Ética	5	4,60
36	Fadiga	8	4,13
57	Família feliz	3	3,00
71	Família tranquila	1	2,00
65	Felicidade	2	1,50
24	Foco	12	2,75
44	Força	6	5,00
52	Gosto pelo trabalho	4	3,50
58	Harmonia	3	3,00
2	Independência financeira	26	2,73
53	Informática	4	2,50
72	Justiça	1	5,00
59	Levantar cedo	3	3,00
25	Liderança	12	2,17
73	Motivação	1	3,00
7	Pagar contas	21	3,19
10	Poder	19	2,11
60	Potencial	3	3,33
37	Produção	8	4,50
50	Proposito	5	3,20
33	Prosperidade financeira	9	1,89
22	Realização	13	2,00
74	Recompensa	1	4,00
38	Reconhecimento	8	3,13
75	Reencontro com amigos	1	5,00
61	Relacionamento interpessoal	3	4,00
39	Renda	8	3,88
30	Segurança	10	2,60
76	Ser lembrado	1	4,00
42	Stress	7	3,29
51	Sucesso	5	1,00
77	Tecnologia avançada	1	5,00
62	Trabalho árduo	3	3,67
54	Trabalho em equipe	4	2,25
63	Valores	3	4,67
19	Viagem	15	2,80

Classe B		Evocação	
N	Palavras/Expressões	N	%
40	Viagem a serviço	8	3,75
26	Visão	12	3,17
31	Viver bem	10	3,80
77 - Palavras/Expressões		705 - Evocações	

Fonte: Dados da pesquisa

APÊNDICE C – PALAVRAS/EXPRESSÕES EVOCADAS – GERAÇÃO Y CLASSE C

Classe C		Evocação	
N	Expressões e Palavras	N	%
1	Agilidade	1	5,00
2	Alegria	7	4,57
3	Ambiente bom	5	3,20
4	Amizade	3	1,67
5	Amor	1	5,00
6	Aplicar capacidade	1	4,00
7	Aprendizado	10	2,20
8	Auto realização	20	3,45
9	Bem estar	21	2,76
10	Bens	10	2,10
11	Cansaço	5	4,40
12	Carreira	29	2,34
13	Carro	8	4,25
14	Casa própria	12	2,75
15	Centralização	1	3,00
16	Cobrança	9	3,89
17	Compreensão	1	2,00
18	Comprometimento	14	3,71
19	Compromisso	14	3,36
20	Comunicação	3	2,67
21	Confiança	10	4,60
22	Conhecimento	1	3,00
23	Conhecimento técnico	1	4,00
24	Construção de sonhos	9	2,89
25	Crescimento	27	3,22
26	Desafios	18	3,94
27	Desconto	1	1,00
28	Desenvolvimento	32	3,00
29	Dignidade	10	3,00
30	Dinheiro	27	3,41
31	Disciplina	2	2,50
32	Eficiência	1	5,00
33	Empenho	7	3,14
34	Envolvimento	7	4,14
35	Equilíbrio	1	5,00

Classe C		Evocação	
N	Expressões e Palavras	N	%
36	Esforço	5	3,20
37	Esforço mental	3	3,00
38	Esforço para atingir metas	1	5,00
39	Estabilidade	28	2,18
40	Família sustentada	1	1,00
41	Felicidade	8	4,00
42	Foco	1	1,00
43	Gosto pelo trabalho	2	5,00
44	Gratidão	1	3,00
45	Harmonia	3	4,67
46	Independência financeira	27	1,70
47	Liderança	11	3,55
48	Motivação	12	3,33
49	Oportunidade	16	2,69
50	Pagar contas	31	1,35
51	Poder	12	2,50
52	Potencial	1	3,00
53	Produção	3	4,00
54	Propósito	12	3,17
55	Prosperidade financeira	30	1,70
56	Recompensa	5	2,80
57	Reconhecimento	15	3,20
58	Relacionamento interpessoal	5	3,80
59	Renda	29	2,21
60	Respeito	7	3,14
61	Rotina	8	2,38
62	Satisfação	15	3,60
63	Segurança	25	3,20
64	Sobrevivência	8	2,63
65	Sucesso	15	3,27
66	Tecnologia	11	4,45
67	Trabalho	13	4,69
68	Trabalho em equipe	9	2,33
69	Valores	12	2,58
70	Valorização profissional	15	4,60
71	Viagem	9	3,44
72	Vida	2	4,50
72 Palavras / Expressões		740 - Evocações	

APÊNDICE D – PALAVRAS/EXPRESSÕES POR CATEGORIA – CLASSE A

Categoria: Trajetória profissional		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Carreira	27
2	Visão	25
3	Desenvolvimento	23
4	Planejamento	22
5	Confiança	20
6	Iniciativa	15
7	Sucesso	15
8	Futuro	13
9	Propósito	13
10	Gosto pelo trabalho	12
11	Cobrança	10
12	Foco	9
13	Transformação	9
14	Status	5
15	Vida	5
16	Autoridade	4
17	Realização pessoal	4
18	Recompensa	4
19	Transformação continua	2
20	Mandar	1
Categoria: Potencial emancipador		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Poder	20
2	Paciência	4
3	Força	1
4	Gratidão	1
5	Otimismo	1
Categoria: Independência financeira		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Bem estar	22
2	Dinheiro	20
3	Estabilidade	20
4	Viagens	18
5	família tranquila	15
6	Possibilidade de realizar sonhos	15
7	saúde	10
8	Viagens a serviço	9
9	Casa	5
10	Ficar rico	3
11	Solidez	1
Categoria: Atitude ética		

N	Palavras/expressões	Evocações
1	Valores	13
2	Ética	10
3	Lealdade	5
Categoria: Espaço e sociabilidade		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Amor	10
2	Pouco tempo	8
3	Contatos	5
4	Ordem	4
5	Paz	1
Categoria: Demais categorias não referenciadas		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Produtividade	16
2	Funcionamento	13
3	Vantagens	11
4	Descanso	5
5	Luta	1

APÊNDICE E – PALAVRAS/EXPRESSÕES POR CATEGORIA – CLASSE B

Categoria: Trajetória profissional		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Carreira	29
2	Conhecimento	25
3	Empenho	23
4	Esforço para atingir metas	22
5	Direcionar rumo	20
6	Desafios	19
7	Estudar	17
8	Desenvolvimento	15
9	Realização	13
10	Foco	12
11	Liderança	12
12	Visão	12
13	Reconhecimento	8
14	Auto realização	7
15	Stress	7
16	Força	6
17	Crescimento	5
18	Propósito	5
19	Sucesso	5
20	Gosto pelo trabalho	4
21	Potencial	3
22	Trabalho árduo	3
23	Eficiência	1
24	Recompensa	1
25	Ser lembrado	1
Categoria: Potencial emancipador		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Família tranquila	1
2	Poder	19
3	Autoridade	13
4	Amor	9
5	Família feliz	3
6	Harmonia	3
Categoria: Independência financeira		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Independência financeira	26
2	Dinheiro	24
3	Pagar contas	21

4	Estabilidade	21
5	Bem estar	16
6	Bens materiais	15
7	Viagem	15
8	Segurança	10
9	Viver bem	10
10	Prosperidade financeira	9
11	Crise	8
12	Renda	8
13	Casa própria	6
14	Carro	5
15	Construção de sonhos	3
16	Felicidade	2
17	Alegria	1
Categoria: Atitude ética		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	compromisso	18
2	Ética	5
3	Valores	3
4	Disciplina	2
5	Dignidade	1
6	Justiça	1
Categoria: Espaço e sociabilidade		
N	Palavras/Expressões	Evocações
1	Ambiente bom	12
2	Amizade	11
3	Comunicação	10
4	Viagem a serviço	8
5	Confiança	5
6	Trabalho em equipe	4
7	Convívio social	3
8	Relacionamento interpessoal	3
9	Equilíbrio	1
10	Motivação	1
11	Reencontro com amigos	1
Categoria: Demais palavras não categorizadas no referencial		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Controle	17
2	Levantar cedo	3
3	Compreensão	1
4	Tecnologia avançada	1
5	Comprometimento	15
6	Aplicar capacidade	13
7	Agilidade	10
8	Chegar tarde	8

9	Fadiga	8
10	Produção	8
11	Autodomínio	5
12	Informática	4

APÊNDICE F – PALAVRAS/EXPRESSÕES POR CATEGORIA – CLASSE C

Categoria: Trajetória profissional		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Desenvolvimento	32
2	Carreira	29
3	Crescimento	27
4	Auto realização	20
5	Desafios	18
6	Oportunidade	16
7	Reconhecimento	15
8	Satisfação	15
9	Sucesso	15
10	Valorização profissional	15
11	Propósito	12
12	Aprendizado	10
13	Cobrança	9
14	Cansaço	5
15	Esforço	5
16	Esforço mental	3
17	Agilidade	1
18	Aplicar capacidade	1
19	Conhecimento	1
20	Conhecimento técnico	1
21	Eficiência	1
22	Esforço para atingir metas	1
23	Foco	1
Categoria: Potencial emancipador		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Poder	12
2	Gosto pelo trabalho	2
3	Amor	1
4	Potencial	1
Categoria: Independência financeira		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Pagar contas	31
2	Prosperidade financeira	30
3	Renda	29
4	Estabilidade	28
5	Dinheiro	27
6	Independência financeira	27
7	Segurança	25
8	Bem estar	21

9	Casa própria	12
10	Bens	10
11	Construção de sonhos	9
12	Viagem	9
13	Carro	8
14	Felicidade	8
15	Sobrevivência	8
16	Alegria	7
17	Recompensa	5
18	Desconto	1
19	Família sustentada	1
Categoria: Atitude ética		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Compromisso	14
2	Valores	12
3	Disciplina	2
Categoria: Espaço e sociabilidade		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Trabalho	13
2	Motivação	12
3	Confiança	10
4	Dignidade	10
5	Trabalho em equipe	9
6	Envolvimento	7
7	Respeito	7
8	Ambiente bom	5
9	Relacionamento interpessoal	5
10	Amizade	3
11	Comunicação	3
12	Harmonia	3
13	Equilíbrio	1
Categoria: Demais palavras não categorizadas no referencial		
N	Palavras/expressões	Evocações
1	Comprometimento	14
2	Gratidão	1
3	Liderança	11
4	Tecnologia	11
5	Rotina	8
6	Empenho	7
7	Produção	3
8	Vida	2
9	Centralização	1
10	Compreensão	1