

A concepção de trabalho para a geração y na Amazônia**The conception of work for Generation y in the Amazon**

DOI:10.34115/basrv4n3-083

Recebimento dos originais: 20/04/2020

Aceitação para publicação: 07/06/2020

Daniela Castro dos Reis

Docente no curso de Administração
Universidade Federal Rural da Amazônia
Endereço: Rodovia PA 275 s/n – Parauapebas – PA
E-mail: danireispara@gmail.com

Leonardo Petrilli

Docente no curso de Administração
Universidade Federal Rural da Amazônia
Endereço: Rodovia PA 275 s/n – Parauapebas – PA
E-mail: leopetrilli@yahoo.com.br

Priscilla Andrade Silva

Docente no curso de Agronomia
Universidade Federal Rural da Amazônia
Endereço: Rodovia PA 275 s/n – Parauapebas – PA
E-mail: prisciandra@yahoo.com.br

Josilene Ferreira Mendes

Docente no curso de Administração
Universidade Federal Rural da Amazônia
Endereço: Rodovia PA 275 s/n – Parauapebas – PA
E-mail: josilenefmadv@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar a concepção de trabalho para a Geração Y. O método de pesquisa caracterizou-se como empírico, exploratório e descritivo, por meio do levantamento de informações. O estudo foi realizado na Amazônia, especificamente no sudeste do estado do Pará, nos municípios de Parauapebas e Canãa dos Carajás. Participaram da pesquisa 190 trabalhadores com idades entre 18 e 58 anos; 70 do sexo feminino e 120 do sexo masculino; 150 da Geração Y e os outros 40 das demais gerações; envolvendo 27 de empresas públicas e 129 privadas e 34 de outra natureza. O instrumento utilizado foi um formulário contendo 20 questões objetivas e subjetivas divididos em itens como: identificação dos participantes; perguntas objetivas (com categorias dicotomizadas sim ou não), e subjetivas (sobre concepção de trabalho). A análise foi quantitativa e descritiva com dados absolutos e relativos. Os resultados revelaram que a concepção de trabalho está relacionada a organização e deve levar em consideração que esses colaboradores consideram fundamental a responsabilidade individual e a liberdade de tomar decisões. Acreditando mais na codificação do que na hierarquia, e por isso, a empresa deve oferecer flexibilidade de tempo e espaço. A conclusão de novas pesquisa avaliando ou comparando os tipos de Geração ajudará a entender a concepção do trabalho na região amazônica.

Palavras-chave: Geração Y, Trabalho, Valorização.

ABSTRACT

The objective of this work was to analyze the conception of work for the Generation Y. The research method was characterized as empirical, exploratory and descriptive through the collection of information. The study was carried out in the Amazon, specifically in the southeast of the state of Pará, in the municipalities of Parauapebas and Canãa dos Carajás. Participated in the research 190 workers aged between 18 and 58 years participated in the study; 70 females and 120 males; 150 of Generation Y and the other 40 of the other generations; involving 27 of public and 129 private companies and 34 of another nature. The instrument used was a form containing 20 objective and subjective questions divided into items such as: identification of the participants; objective questions (with dichotomized categories yes or no), and subjective (about the conception of work). The analysis was quantitative and descriptive with absolute and relative data. The results revealed that the concept of work is related to organization and should take into account that these employees consider individual responsibility and the freedom to make decisions as fundamental. Believing more in codecision than in hierarchy, and therefore the company should offer flexibility of time and space. The conclusion that new research evaluating or comparing the types of Generation will help to understand the conception of the work in the Amazon region.

Keywords: Generation Y, Work, Appreciation

1 INTRODUÇÃO

O trabalho humano constitui categoria de estudo de diversas áreas das ciências, como Antropologia, História, Economia, Sociologia, Psicologia e Filosofia, e confunde-se com a história da humanidade (BENDASSOLLI, 2007; BENDASSOLLI, 2009). A concepção ou o sentido que o trabalho apresenta, foi constituído com a evolução da sociedade humana e ganhou definições diferentes conforme as concepções econômicas e sociais de uma determinada época. Sachuk e Araújo (2007) reforçam o caráter central do trabalho para a humanidade quando afirmam que, ao longo de toda a história da evolução humana, o trabalho foi algo determinante para a manutenção da vida do homem, tanto individual como coletiva.

A sociedade primitiva, com a base na economia de subsistência, não acumulava bens e, portanto, o trabalho era envolto por mitos, danças e rituais (BENDASSOLLI, 2009). A concepção de trabalho naquela época inexistia, diferentemente de como se conhece no século XXI. Distintamente, a sociedade escravista, já apresentava um sentido para o trabalho e o entendia como algo indigno, sendo realizado somente por pessoas sem alma, como os escravos. Para Aristóteles, segundo Koshiba (2000), o escravo era aquele indivíduo que, por natureza, não pertencia a si próprio, mas a outrem. Já no feudalismo, pode-se dizer que a dominação se apoiava principalmente no controle das ideias (KOSHIBA, 2000).

Na transição da sociedade feudal para o capitalismo, a concepção de trabalho, antes uma atividade indigna, ganha um novo sentido. Vê-se então que o primado do trabalho, a valorização do trabalho humano é um produto da ordem social (GONÇALVES & LOPES, 2013). Esta concepção perpassa pelas mudanças ocorridas na época em que, principalmente, a Europa vivenciou o surgimento

de uma nova classe de poder econômico, que em seguida assumiria também o poder político, a burguesia. Assim, o surgimento do capitalismo envolto por mudanças sociais, econômicas e políticas, trouxe também consigo a mudança do sentido do trabalho, agora digno. Assim, somente com o trabalho era possível ser reconhecido como pessoa e adquirir algum bem, amparado por uma ideologia puramente burguesa.

Em plena expansão do capitalismo, uma série de revoluções ocorreu, e assim o sentido do trabalho também foi sendo transformado. Apesar do sentido de dignidade que o trabalho representa para a sociedade capitalista, as formas e as concepções de trabalho, no modo de produção capitalista, também foram sendo modificadas. No início da era industrial, o trabalho era algo penoso e que só poderia ser realizado em grandes fábricas, com horas de trabalho entre 12 e 16 horas. O trabalhador quase sempre era a força de produção descartável. Segundo Marx (2017) nos Manuscritos econômico-filosóficos, pode-se constatar que o trabalhador era reduzido irrisoriamente à condição de mercadoria, e que sua miséria se põe em relação inversa das potencialidades e amplitudes de sua produção.

A partir da 2ª guerra mundial, uma nova forma de produção influenciou o mundo, a necessidade do reconhecimento tácito e do trabalhador, passou a ter o vínculo empregatício vitalício, estabelecendo assim uma nova forma de trabalho denominada de reestruturação produtiva (ZANARDINI, et. al. 2011). A reestruturação produtiva, assim como ficou conhecida essa forma de produzir trouxe uma ampla mudança na maneira de produção mundial, e com isso um estilo diferenciado de entender o trabalho, algo como dignificante e que o colaborador deveria viver por aquela empresa (ZANARDINI, et. al. 2011).

No final da década de 70, a reestruturação produtiva foi um movimento global que contribuiu para que a produção prezasse cada vez mais pela produtividade eficiente. Valorização de produtos com grande qualidade e com flexibilidade e rapidez. Essa foi a marca de uma época, em que o sentido do trabalho ficava condicionado ao local de trabalho, uma organização física (ZANARDINI, et. al. 2011; TUMOLO, 2001).

De maneira geral, pode-se dizer que a concepção de trabalho está diretamente ligada a uma determinada Geração que vive em uma definida época ou período que se apropria ou internaliza a forma de entender o trabalho e repassa por meio de suas práticas laborais a forma de entender a sociedade (COMAZZETTO, et. al. 2016). Por sua vez, ao mesmo tempo, o indivíduo leva para as organizações a seu fazer profissional, induzindo as organizações a se ajustarem em termos de gestão e cultura organizacional.

A era da informação, conforme Chiavenato (2010) sinaliza, trouxe uma nova forma de organização e concepção de trabalho. Sobretudo para uma população jovem criada em uma série de tecnologia e que o tempo e as informações são acelerados. Essa Geração formada no século XXI,

denominada Geração Y, vem se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho e contribuindo na inserção de uma nova prática laboral.

Para a discussão do conceito sobre Geração Y é necessário entender o que se caracteriza por Geração. Para Comazzetto et al. (2016) a Geração pode ser identificada por um grupo de pessoas que tem seu nascimento em períodos próximos, ou no mesmo ano, o que levam a vivenciar a mesma circunstância social, econômica, política de uma determinada sociedade. Neste cenário, uma Geração acaba compartilhando um conjunto de crenças, valores e prioridades, diferentes de outras gerações.

Para Chiuzi, Peixoto e Fusari (2011) esses elementos são consequência direta da época em que cresceram e se desenvolveram e torna-se relevante entendê-las de um ponto de vista sociocognitivo-cultural. Isto quer dizer que as gerações são produtos e produtora de um fenômeno social e de eventos históricos que demarcaram desde a origem da espécie humana a concepção de trabalho. Assim, torna-se de extrema importância entender sobre a concepção de trabalho para esta Geração.

Em função da atualidade do tema estudos sobre as gerações terem despertado interesse, principalmente, a sua influência no mercado de trabalho e nas organizações de negócios. Os pesquisadores vêm tentando compreender como se configuram as novas gerações, principalmente pela alta quantidade de jovens que estão se inserindo no mercado de trabalho (CHIUZI et al., 2011). Com isso, diversos estudos acerca desse tema vêm sendo realizados, o que faz com que diferentes posicionamentos e opiniões, bem como a falta de um consenso entre os diferentes pesquisadores do tema sejam elucidados. Segundo Veloso, Dutra e Nakata (2008), os estudiosos que pesquisam sobre o tema, sobretudo, os perfis das gerações nem sempre apresentam exatamente o mesmo demarcador cronológico para identificar o nascimento dos integrantes ou a Geração. No entanto, a descrição das características dos indivíduos que compõem determinada Geração não diverge.

Para Veloso, Dutra e Nakata (2008) classificam como Geração Y aquela que nasceu de 1978 em diante e apresenta uma série de características que a define como: indivíduos que entrará em contato com as tecnologias de informação e são mais individualistas. Para Lancaster e Stillman (2011), a Geração Y é formada por jovens nascidos entre os anos de 1982 a 2000, Geração que sucede a X, nascidos entre os anos de 1965 a 1981, os Baby Boomers, nascidos entre os anos de 1946 a 1964 e os Tradicionalistas pessoas nascidas antes de 1946. Este estudo optou por seguir a classificação de Lancaster e Stillman (2011).

Quando as pessoas da Geração Y nasceram encontraram o Brasil passando por grande instabilidade econômica e, pouco depois, reinstalando a democracia, o período da redemocratização. Por outro lado, no cenário mundial, presenciaram a cultura da impermanência e a ausência de garantias, em decorrência dos mercados voláteis. Estas características contextuais podem ser caracterizadas como demarcadores que de maneira direta ou indireta influenciaram esta Geração (RUDGE, et al. 2017).

Pode-se dizer que a Geração Y é a primeira Geração da história a ter maior conhecimento em manusear a tecnologia do que as anteriores. Convivendo com a diversidade das famílias, tendo passado a infância com a agenda cheia de atividades e de aparelhos eletrônicos. Outra característica é que são pessoas multifacetadas, vivem em ação e administram com eficácia o seu tempo, geralmente captando os acontecimentos em tempo real e se conectam com uma variedade de pessoas desenvolvendo uma visão sistêmica e aceitando a diversidade. A geração Y não teme hierarquia, nem desemprego, é informal, impaciente e espera ascensão rápida conforme sinaliza Maciel (2010).

Além destas peculiaridades, a Geração Y nasceu praticamente na mesma época do início das evoluções tecnológicas e, por consequência, da globalização, dois eventos que certamente influenciaram nas características, nos ideais e no comportamento desses indivíduos. Neste contexto, estes indivíduos estão compartilhando o mesmo ambiente de trabalho com pessoas de gerações anteriores, convívio este que pode estar gerando conflitos de ideias e valores (OLIVEIRA, et. al. 2016).

Tais fatores e ideais da Geração Y podem ter elevado o nível de rotatividade nas empresas. Ao mesmo tempo, as pessoas dessa Geração que chegam ao mercado de trabalho são interessantes e importantes para as organizações, dadas as suas habilidades e talentos cultivados junto ao advento da tecnologia, tão contemporânea (FLINK, et. al. 2012). Talvez, sejam esses fatores que venham tornando-se um desafio para as organizações lidarem com os indivíduos da Geração Y.

Concomitante a esses desafios, encontram-se indivíduos altamente inventivos e inovadores, relacionais, imersos em fluxos de todas as ordens, com uma inteligência associada ao coletivo, produzindo constantemente novas ideias e levando a organização a mudanças rápidas e emergentes. Para Perrone, et. al. (2012) a resistência e a criação caminham juntas, e este é paradoxo que demanda uma nova ação das organizações. Nesta direção pode-se sinalizar que a negativa de uma relação de trabalho, pode ser interpretada como uma recusa da alienação da vida, sendo esta uma característica fundamental para o investimento pessoal na inovação e desenvolvimento para esta nova Geração (PERRONE, et. al. 2012).

Diante destes aspectos, este é um tema que vem despertando interesse entre os pesquisadores da área (Oliveira, et. al. 2016), principalmente no mercado de trabalho e nas organizações, que vêm buscando entender como se configuram as novas gerações em função da alta quantidade de jovens que estão se inserindo nas empresas. Para Comazzetto et. al. (2016) nesse contexto que a inserção da Geração mais jovem no mercado de trabalho vem despertando o interesse de estudiosos do comportamento humano organizacional, bem como suscitando nos gestores, seus antecessores, dúvidas sobre como agir diante de suas características.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi analisar a concepção de trabalho para a Geração Y trabalhadora. Para tanto, este estudo teve como objetivo específico, identificar a concepção de trabalho

e os motivos que levam os indivíduos a gostarem ou não do seu trabalho, assim como identificar a percepção de valorização do seu trabalho. Para ajudar a entender o objetivo desta pesquisa, levantam-se algumas perguntas: qual a concepção de trabalho na Geração Y? Quais os motivos levam a Geração Y a gostarem ou não do seu trabalho? E quais os motivos levam a Geração Y a perceberem seu trabalho valorizado?

2 MÉTODOS DE PESQUISA

Esta pesquisa, quanto a sua natureza, caracterizou-se como empírica e quanto aos objetivos ela é exploratória e descritiva e utilizou como procedimentos técnicos o levantamento de informações, a partir de uma abordagem com enfoque quantitativo (SAMPIERI, et. al. 2013).

Contexto: Esta pesquisa envolveu dois municípios do sudeste do estado do Pará: Parauapebas e Canãa dos Carajás. Os dois municípios são importantes localidades para a região, pois em sua área territorial há dois grandes projetos de mineração: a serra dos Carajás, maior reserva de ferro do mundo e o projeto S11 D, respectivamente.

Participantes: Para a realização deste estudo foram entrevistados 190 participantes, trabalhadores ativos nos municípios de Parauapebas e Canãa, com idades entre 18 e 58 anos; 144 são da Geração Y e os outros 46 são das demais gerações; 27 trabalhadores de empresas públicas, 129 de empresas privadas e 34 de outra natureza.

Instrumento: Para a realização da pesquisa foi utilizado um formulário contendo 20 questões objetivas e subjetivas divididos em itens como: identificação dos participantes (escolaridade, profissão, função, empresa, idade, sexo, hora de trabalho, estado civil, religião, naturalidade), perguntas objetivas (com categorias dicotomizadas sim ou não), e subjetivas (sobre a concepção de trabalho).

Procedimentos de coleta: A coleta foi dividida em etapas, sendo a primeira a elaboração do instrumento de pesquisa; a segunda envolveu autorização da cada participante e para tanto foi aplicado o termo de assentimento livre e esclarecidos (TCLE) solicitando autorização para utilização de seus dados; na terceira etapa a coleta foi realizada com cada participante, realizando entrevista para que cada indivíduo pudesse responder o formulário.

Procedimento de análise: Após a coleta de dados, as informações foram inseridas em um banco de dados em uma planilha de Excel, neste processo os dados foram filtrados e triados. Cada coluna da planilha foi criada uma variável: escolaridade, nível educacional, profissão, função, empresa, carga horário de trabalho, tipo de empresa, idade, faixa etária, sexo, status familiar, tem filhos, estado civil, religião, naturalidade, qual idade iniciou a trabalhar, entre outras. Utilizou-se estas categorias para análise quantitativa descritiva dos dados, isto é, foi utilizado procedimento estatísticos com dados absolutos e relativo demonstrados em tabelas.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados serão apresentados em duas seções: a primeira a caracterização biosociodemográfica dos participantes e a segunda seção os dados quantitativos acerca da influência da Geração y no sentido do trabalho.

Caracterização do perfil biosociodemográfico dos participantes da Geração Y

Do total de 190 entrevistados, 144 (75,78%) são da Geração y, enquanto que 46 (24,21%) são de outras gerações, sendo 40 (21,05%) da Geração X, três (1,57%) dos Baby Boomes e dois (1,05%) tradicionalistas. Quanto ao sexo da Geração Y, 65 (45,13%) do sexo feminino, 79 (54,86%) masculino. Um dado que chamou atenção, foi a frequência de trabalhadores do sexo feminino.

Os resultados corroboram os dados de Knob e Goergen (2016) que revelaram também uma maior concentração de sexo feminino (70%) em seu estudo. Para os autores, essa característica foi algo novo que se apresentou nesta Geração, a inserção das mulheres no mercado de trabalho, como em outras gerações anteriores não tinham mais como dedicar grande parte do seu dia, pois cuidavam dos filhos e da casa. Para Feiria, Luchese e Nardir (2016) a Geração Y foi criada por babás, e se assim não fosse, iam desde novinhos para creches, escolinhas e maternal. Foi uma Geração criada diante da televisão com pais ausentes. E por conta disso, eles se tornaram muito exigentes quanto ao seu trabalho e à qualidade de vida.

Quanto à escolaridade, os participantes da Geração Y, nove (6,25%) apresentou ter o ensino fundamental, 76 (52,77%) o ensino médio e 59 (40,97%) o ensino superior. Os jovens desta Geração segundo Knob e Goergen (2016) são mais conectados e empreendedores, o que pode ser verificado de acordo com a escolaridade, pois no estudo desenvolvido pelos pesquisadores, a escolaridade foi considerada elevada, de modo que a minoria deles, 9%, possui até o ensino fundamental e 40,97 % ensino superior, resultados semelhantes foram encontrados nesta pesquisa.

Quanto ao tipo de organizações, na Geração y, 10 (6,94%) são autônomos, 31 (21,52%) trabalham em organizações públicas, 102 (70,83%) em empresas privada, e 1 (hum) (0,6%) sem informação. Quando se analisa a idade que a Geração y começou a trabalhar, identificou-se uma média de 16,42, com um desvio padrão de 3,09, sendo a idade mínima nove anos e máxima de 27 anos.

O sentido do trabalho para a Geração y

Para responder sobre a concepção de trabalho foram analisados três tipos de respostas: a primeira sobre a concepção de trabalho, a segunda se o colaborador sente satisfação no seu trabalho e quais os motivos, e a terceira unidade de análise se o colaborador percebe que seu trabalho é valorizado e quais os motivos para justificar sua resposta negativa ou positiva.

Apesar do trabalho de Costa (2014) evitar a associação entre trabalho e carreira, nesta pesquisa entende-se que são conceitos próximos e que podem ajudar a analisar teoricamente os dados. Assim, Costa (2014) sinaliza que para se analisar a carreira é necessário se falar sobre o sucesso. Para o autor a carreira pode ter várias dimensões, como resultados financeiros, promoções, realização de metas, capacidade crescente de se adaptar e atuar em trabalhos de maior nível de complexidade, identidade com o trabalho ou empregabilidade, equilíbrio vida-trabalho, realização pessoal, sentimento de orgulho e reconhecimento de outras pessoas. É nesta teia complexa de dimensões que se tentará discutir os resultados desta pesquisa.

Concepção de trabalho

A primeira análise dos resultados está relacionada à concepção de trabalho categorizada conforme a tabela 1. As principais categorias identificadas foram remuneração, sobrevivência, dignidade, aprendizado e objetivo respectivamente.

Tabela 1. Dados descritivos sobre a concepção do trabalho para a Geração Y (N=155).

Categorias	N	%
Remuneração	56	39
Sobrevivência	24	17
Dignidade	23	15
Aprendizado	14	10
Objetivo	11	7,6
Obrigação	7	4,9
Independência	4	2,7
Conquista	2	1,3
Autorrealização	1	0,7
Contribuição p/sociedade	1	0,7
SI	1	0,7
Total	144	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Quanto à remuneração e a sobrevivência para Oliveira, Silva e Rufino (2016) essa Geração apesar de priorizar as relações humanas e esteja ligada ao aspecto social, ela não é tão comprometida, e acaba buscando sua própria comodidade. Para Blasco, Júnior, Brambilla, & Kruehl (2016) os indivíduos da Geração Y apresentam fortes restrições a trabalhos aparentemente subalternos, e saem da faculdade com pretensões salariais completamente utópicas.

Quanto à fidelidade em relação à empresa, a pesquisa de Oliveira (2015) identificou que 88% (média 4,3) dos participantes trocariam com facilidade de emprego, caso recebesse uma proposta de salário maior. Quando se fala em política de remuneração, os jovens querem ter bons salários e benefícios, acreditam que quanto maior a responsabilidade assumida maior deve ser o salário e prezam a estabilidade financeira e segurança, além de desejarem reconhecimento pelo que fazem.

Outro estudo realizado por Oliveira, Silva e Rufino (2016) refere que a Geração Y está sempre em busca de conhecimento, geralmente mantêm-se atualizados, são flexíveis e não têm medo da inovação, pois são acostumados à mudança e veem as novas tecnologias como facilitadoras no ambiente de trabalho. Para Knob e Goergen (2016) apesar destas características, a Geração Y possuem grandes expectativas e buscam em seu trabalho um significado mais por prazer, apesar de entenderem que a remuneração está ligada ao tempo e à atividade trabalhada.

Satisfação com o trabalho

Para a discussão sobre o sentido do trabalho, uma das perguntas realizadas foi se os colaboradores tinham satisfação com o trabalho, e os dados revelaram que 135 (93,7%) responderam que sim, e nove (6,3%) responderam não. Para Oliveira, Silva e Rufino (2016) as características mais marcantes, enquanto ambiente de trabalho, da Geração Y identificou que as principais qualidades descritas foram pró-atividade, otimismo e criatividade. Nos estudos de Knob e Goergen (2016) identificaram que a maioria está satisfeito (75%). No estudo de Lancaster e Stillman (2010) a qualidade de vida no trabalho é fundamental para a permanência de 91% (média 4,5) dos participantes na empresa. Dos participantes, 88% (média 4,5) responderam que o fato de acreditarem na empresa em que trabalham faz permanecerem nela. Além disso, para este mesmo percentual (88%, média 4,6), gostar do que faz é fundamental para que eles continuem trabalhando na empresa. Estes resultados juntamente com a literatura evidenciam que para os indivíduos desta pesquisa ter um trabalho significativo é uma necessidade: eles precisam acreditar e gostar do que fazem.

Ao responder que sim ou não, solicitou-se que os participantes justificassem a sua resposta e os dados identificados podem ser verificados na tabela 2. Os principais resultados encontrados relacionados às respostas positivas foram independência, dignificante e necessidade. As repostas negativas foram necessidades e falta de perspectiva.

Tabela 2. Demonstrativo dos motivos em gostar ou não de trabalhar (N=155)

Categorias	Não	%	Sim	%	Total	%
Dependência	1	0,6	-	-	1	0,6
Dignifica	-	-	46	31,9	46	31,9
Falta de perspectiva	2	1,3	-	-	2	1,3
Independência	-	-	55	38,1	55	38,1
Necessidade	3	2,1	21	14,5	24	16,6
Odeio	2	1,3	-	-	2	1,3
Prazer	-	0	1	0,6	1	0,6
Sobrecarga	1	0,6	-	-	1	0,6
Sobrevivência	-	-	12	8,3	12	8,3
Total	9	6,25	135	93,75	144	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Ainda na pesquisa de Oliveira (2015) sentir-se desafiado no local de trabalho foi outro aspecto que também emergiu e que está ligado ao sentido do trabalho, tendo recebido destaque pelos entrevistados ao longo da pesquisa. Além desse aspecto, a independência também se apresentou como elemento essencial na produção de sentido do trabalho para os entrevistados. A importância de um ambiente de trabalho que ofereça liberdade para que o indivíduo possa criar, desenvolver, expressar suas ideias, liberdade nos relacionamentos e a flexibilidade da gestão e das lideranças foram aspectos destacados pelos participantes (FEIRIA, et. al., 2016).

Quanto à categoria dignificante, a Tabela 2 apresenta 46 (31,9%) sobre o sentido do Trabalho. Observa-se que, para os participantes da pesquisa, gostar do que faz aparece como um elemento essencial ao seu trabalho. Nos estudos de Melo, Santos & Souza (2013) quando questionados sobre quais aspectos consideram mais importantes no seu trabalho, ou que elementos consideram determinantes para lhes manter trabalhando nas organizações, muitos deles referenciam esse aspecto do gosto pelo que se faz do trabalho como uma realização e uma satisfação pessoal, que o trabalho é dignificante.

Valorização do trabalho

Perguntou-se ainda se percebe se o trabalho é valorizado pela empresa e obteve-se a seguinte resposta 73 (50,69%) responderam que não e 71 (49,3%) responderam que sim. Quando se estratificou os dados por sexo, os resultados revelaram que as mulheres da Geração y não consideram o seu trabalho valorizado 38 (26,3%), e 35 (24,3%) responderam os homens. A resposta positiva sobre a valorização do trabalho identificou que 27 (18,7%) das mulheres acreditam na valorização do seu trabalho enquanto que 44 (30,6%) dos homens responderam também que sim.

Após a resposta novamente solicitou-se que justificasse apontando os motivos, conforme tabela 3. Os principais resultados relacionados às respostas negativas foram: baixa remuneração, discriminação/desvalorização/falta de respeito e chefe/Ambiente. As principais justificativas para respostas positivas: salário, competência/conhecimento/confiança e satisfação.

Tabela 3. Demonstrativo da justificativa acerca da valorização do trabalho (N=155)

Categorias	Não	%	Sim	%	Total	%
Baixa remuneração	37	25,6	-	-	37	25,6
Chefe/Ambiente	5	3,4	-	-	5	3,4
Competência/conhecimento/confiança	1	0,6	10	6,9	11	7,6
Discriminação/desvalorização/falta de respeito	17	11,8	-	-	17	11,8
Lei trabalhista	-	-	1	0,6	1	0,6
Necessidade	1	0,6	-	-	1	0,6
Qualificação	-	-	1	0,6	1	0,6
Reconhecimento	-	-	3	2,1	3	2,1
Resultado	-	-	1	0,6	1	0,6
Salário bom	3	2,1	33	22,9	36	25
Satisfação	-	-	8	5,5	8	5,5

SI	8	5,5	11	7,6	19	13,1
Social/econômico/instabilidade	1	0,6	3	2,0	4	2,7
Total	73	50,6	71	49,3	144	100

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Identificou-se que baixa remuneração e salário bom são categorias antagônicas e que surgiram nos resultados. Os dados relevaram que mesmo para esta geração, a remuneração é uma variável importante para analisar o sentido do trabalho. Para Tulgan (2009) as expectativas dos indivíduos da Geração Y são muito altas, não só sobre eles mesmos, mas também por seus empregadores e superiores imediatos. Neste ponto, estes indivíduos estão mais propícios a discordar abertamente das missões, políticas e decisões da empresa, questionar as condições de desafios do seu emprego e do sistema de recompensas estabelecidos pelo empregador.

Essas expectativas, segundo Tulgan (2009) podem dificultar a gestão desses jovens, já que é uma Geração mais difícil de recrutar, reter, motivar e gerir. No entanto, pode afirmar que essa também será a Geração com a mais alta potencialidade como força de trabalho para aqueles que souberem como geri-la. Apesar dos dados sinalizarem nesta pesquisa um peso alto sobre a remuneração, autores como Oliveira (2015) sinalizam o contrário. Assim, para Oliveira (2015) a motivação da Geração Y parece seguir um padrão complexo e sutil. A Geração anterior a Y, a motivação pessoal foi associada às recompensas, focadas e atribuindo um peso grande ao pacote financeiro. No entanto, para a Geração Y isso já não é mais uma verdade absoluta.

No estudo de Lancaster e Stillman (2010) corrobora os achados desta pesquisa quando sinaliza que a recompensa não precisa ser grande para ser importante: ingressos ou folgas podem ser formas de mostrar que o desempenho de um deles foi percebido. Este aspecto está relacionado, pois a Geração Y gosta de flexibilização e está atenta a outras situações que possam dar prazer na vida.

Importante também ressaltar que, para a Geração Y, um fator que merece atenção é a remuneração. Para os participantes da pesquisa de Lancaster e Stillman (2010) não há sensação de serem bem-sucedidos pela recompensa financeira que obtém na carreira, apenas 9,5% acham que possuem uma recompensa financeira satisfatória e, 40,4% discorda dessa afirmação.

Conforme Oliveira (2015), a Geração Y é a Geração da gratificação instantânea, o que se pode relacionar com este descontentamento da sua remuneração. A maioria dos respondentes do estudo de Knob e Goergen (2016) acredita que a remuneração que recebem pelas atividades profissionais não é justa pelo que já investiram na carreira, isso pode ser o reflexo do alto índice de jovens que estão cursando o ensino superior.

Outra variável identificada como justificativa para perceber que seu trabalho é valorizado foi competência/conhecimento/confiança. Os dados identificados corroboram com o trabalho de Blasco et

al. (2016) e identificaram que 88% (média 4,5) dos participantes, trabalhar numa empresa que proporciona capacitação profissional e treinamentos pesa na escolha profissional, o que indica que os jovens estão interessados em empresas que possibilitem o seu desenvolvimento. Eles procuram oportunidades de treinamento formal e informal, pois buscam a garantia de que estarão adquirindo conhecimento e habilidades em grande velocidade (TULGAN, 2009).

A preocupação com a formação e a busca por uma qualificação que complemente a formação e a prática profissional também foram elementos que surgiram e que se relacionam com o sentido do trabalho. De acordo com Veloso (2012), a qualificação profissional do trabalhador se dá por meio de uma formação profissional com o objetivo de aprimorar suas habilidades para executar funções específicas demandadas pelo mercado de trabalho, que vem se tornando cada vez mais exigente.

Como traços e características dessa geração, Veloso (2012) ainda relata a definição clara de seus objetivos pessoais e profissionais, isto é, utilizam com eficiência suas habilidades, e estão sempre em busca de conhecimento, mantêm-se atualizados, são flexíveis e não têm medo da inovação, pois são acostumados à mudança e veem as novas tecnologias como facilitadoras no ambiente de trabalho. Também mantêm o foco nos resultados e se preocupam em otimizar o tempo hábil para a realização das tarefas, buscando sempre agregar inovação ou algo que lhes conceda crédito (OLIVEIRA, et. al. 2016).

Além destes aspectos, os jovens dessa Geração têm uma necessidade de constante reconhecimento, diz Oliveira (2015). Eles preferem padrões informais, mais flexíveis e prezam muito a individualidade como forma de expressão, além de constantemente buscarem ampliar a sua rede de relacionamento.

4 CONCLUSÃO

O sentido do trabalho se apresenta como um efeito, um produto da atividade humana. Pensar sobre o sentido do trabalho é pensar sobre a maneira como o indivíduo o concebe. E também se questionar sobre os valores subjacentes, sobre a orientação do indivíduo associado ao trabalho e sobre o grau de coerência que o trabalho tem para ele (LOMBARDÍA, et. al. 2008). A categoria “O sentido do trabalho” foi assim denominado por apresentar elementos compreendidos como aspectos formadores e constituintes do sentido do trabalho para cada um dos participantes.

Ao passo em que se propõe ao estudar as diferentes concepções das gerações, esse é um importante aspecto a ser observado, e é fundamentado por Lombardía, et. al. (2008), quando afirmam que para manter os jovens dessa Geração na empresa, acredita-se que a organização deve levar em consideração que esses colaboradores consideram fundamental a responsabilidade individual e a liberdade de tomar decisões. Acreditando mais na codecisão do que na hierarquia, e por isso a empresa deve oferecer flexibilidade de tempo e espaço.

De modo geral, percebeu-se que os principais sentidos referenciados ao trabalho se relacionam fortemente com questões de ordem pessoal, como família, com questões de identificação e autorrealização vinculadas ao trabalho, com aspectos como desafio e autonomia, que dizem respeito ao que os indivíduos esperam por parte das organizações e, ainda, à busca pela qualificação profissional.

Conclui-se que há grandes desafios para em entender a Geração Y no ambiente organizacional, seja a forma de motivação, ou seja, como proporcionar uma evolução funcional considerando a busca de reconhecimento, crescimento e ascensão profissional e monetária; e ao mesmo tempo responsáveis por suas ações no trabalho. Em suma, o referente estudo apresentou a concepção de trabalho para a Geração Y por meio da análise das respostas dos entrevistados, salientando a transformação do conceito de trabalho ao longo das épocas e a transfiguração das particularidades pertinentes a um grupo de indivíduos em função do tempo.

Desse modo, na análise das repostas, percebeu-se um padrão na grande maioria das respostas que foi justificado pela pesquisa que se seguiu, constatou-se que o padrão de resposta caracterizava a Geração Y, de modo a representar (75,74%) de 144 dos entrevistados. Nesse viés, contatou-se por meio de pesquisa as preferências, anseios e temores dos indivíduos da Geração y acerca da valorização do trabalho contemporâneo. Assim, foi possível, além de compreender a concepção do trabalho para a Geração Y, traçar o perfil característico desse grupo de indivíduos multifacetados, recém ingressados no mercado de trabalho.

Como limitação da pesquisa, pode-se citar a necessidade de ampliar o número de participantes com o intuito de comparar as percepções sobre a concepção do trabalho em diversas gerações: Baby Boomers, Tradicional X, Y e Z. Este artigo propõe que novas pesquisas possam ser realizadas no contexto amazônico, sobretudo para entender ou comparar como a Geração Y se caracteriza neste contexto. Estudos considerando a Geração Y no mundo do trabalho ajuda a buscar dados mais contextualizados fora dos grandes contextos urbanos, levando a consolidar pesquisa na Amazônia.

REFERÊNCIAS

ALVES, G. *Dimensões da Reestruturação produtiva*. Londrina, SP: Praxis, 2007.

ARAÚJO, R. R.; SACHUK, M. I. Os sentidos do trabalho e suas implicações na formação dos indivíduos inseridos nas organizações contemporâneas. *Revista de Gestão USP*, 14(1), 53-66, 2007.

BENDASSOLLI, P. F. *Trabalho e identidade em tempos sombrios: insegurança ontológica na experiência atual com o trabalho*. São Paulo: Ideias & Letras, 2007.

BENDASSOLLI, P. F. *Psicologia e trabalho: apropriações e significados*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

BLASCO, C., JÚNIOR, E. B., BRAMBILLA, F. R.; KRUEL, A. J. As expectativas da Geração y em relação ao mercado de trabalho. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 4(1), 1-18, 2016.

CARVALHO, B. A. *A globalização em xeque - incertezas para o século XXI*. São Paulo: Atual, 2000.

CHIAVENATO, I. *Iniciação à teoria das organizações*. São Paulo: Manole, 2010.

CHIUZI, R. M., PEIXOTO, B. R. G., & FUSARI G. L. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. *Temas em Psicologia*, 19(2), 579-590, 2011.

COMAZZETTO, L. R. A. Et. al. Geração y no mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 36(1), 145-157, 2016.

COSTA, L. V. Sucesso na carreira. In M. M. M. SIQUEIRA, (Org.). *Novas Medidas do Comportamento Organizacional*. (p. 280 - 297). Porto Alegre: Artmed, 2014.

FLINK, R., Et. al. . Porque e como atrair e reter os profissionais da geração y nas empresas. *In IX Congresso Virtual Brasileiro de Administração*, 2012.

FREIRIA, B. M., et. al. A relação da geração y com o mercado de trabalho na atualidade. *Revista Científica Eletrônica Estácio*, 8(8), 20-30, 2016.

GONÇALVES, H. A., C; LOPES, M. H. A dignidade da pessoa humana e o valor social do trabalho. *Revista de Direito Econômico e Socioambiental*, 4(2), 129-145, 2013.

KNOB, M. A. S; GOERGEN, C. Percepção de carreira para a geração y - um desafio para as organizações. *Revista de Carreiras de Pessoas. Revista de Carreiras e Pessoas*, 6(3), 332-345, 2016.

KOSHIBA, L. *História - Origens, Estruturas e Processos*. São Paulo: Atual, 2000.

LANCASTER, L; STILMAN, D. *O Y da questão: como a geração y está transformando o mercado de trabalho*. São Paulo: Saraiva, 2011.

LOMBARDIA, P. G; et. al. Quem é a Geração Y? *HSM Management*, 3(70), 1-7, 2008.

MACIEL, N. B. *Valores que influenciam a retenção dos profissionais da Geração Y nas organizações* (Monografia) Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2010.

MARX, K. *Manuscritos Econômico-Filosóficos*. São Paulo: Textos Filosóficos, 2017.

MELO, F. A. O; et al. A geração y e as necessidades do mercado de trabalho contemporâneo: “um olhar sobre os novos talentos”. *Gestão e tecnologia para competitividade*.23(03), 1-15. Disponível em:<<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/9418164.pdf>.> Acesso em 03 Mar. 2020.

OLIVEIRA, A; et. al. *Geração y: o desafio da liderança*. In: XXI Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III Inovarse-Responsabilidade social aplicada, 2016.

OLIVEIRA, C. E. Problemas e obstáculos para a realização de inovação em empresas brasileiras. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 3(1), 93-112, 2015.

OLIVEIRA, S. L. *Sociologia das organizações: Uma análise do Homem e das empresas no ambiente competitivo*. São Paulo: Thomson, 1999.

PERRONE, C. M., et. al. A percepção das organizações pela Geração Y. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 6(3), 546-560, 2012.

RUDGE, M., et al. Geração Y: um estudo sobre suas movimentações, valores e expectativas. *Revista de Carreiras Pessoais*. 7(1), 406-421, 2017.

SAMPIERI, H, et. al. *Metodologia de Pesquisa*. Porto Alegre: Penso, 2013.

TULGAN, B. *Not Everyone Gets a Trophy: how to manage generation Y*. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

TUMOLO, P., S. Reestruturação produtiva no Brasil: um balanço crítico da produção bibliográfica. *Revista Educação e Sociedade*, 21(77), 71-99, 2001.

VELOSO, E. F. R. É possível negar a existência da geração Y no Brasil? *Revista Organização & Sociedade*, 19(62), 745-747, 2012.

VELOSO, E. F. R., et. al. *Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers*. In XXXII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2012.

ZANARDINI, I. M., et. al. O processo de reestruturação produtiva e a reforma do Ensino Médio: implicações para os trabalhadores. *Educação Unisinos*, 15(1), 22-31, 2011.