



**ANTONIO MENEGHETTI FACULDADE  
MBA BUSINESS INTUITION**

**ARLETE SALANTE**

**SATISFAÇÃO PROFISSIONAL  
NA GERAÇÃO Y**

**SÃO JOÃO DO POLÊSINE (RS)**

**2013**



**ARLETE SALANTE**

**SATISFAÇÃO PROFISSIONAL  
NA GERAÇÃO Y**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao curso MBA Business  
Intuition como requisito parcial para  
obtenção do título de pós-graduação.  
Orientadora: Ana Petry

**SÃO JOÃO DO POLÊSINE (RS)**

**2013**



**ARLETE SALANTE**

**SATISFAÇÃO PROFISSIONAL  
NA GERAÇÃO Y**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso MBA Business Intuition como requisito parcial para obtenção do título de pós-graduação.

**Banca Examinadora:**

Orientadora: \_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup> “M.Sc.” Ana Petry – Antônio Menghetti Faculdade

Membro: \_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>.” Adriane Mendes – Antônio Menghetti Faculdade

Membro: \_\_\_\_\_  
Prof. “M.Sc.” Érico de Azevedo – Antônio Menghetti Faculdade

**SÃO JOÃO DO POLÊSINE (RS)**

**2013**



## **AGRADECIMENTO**

Ao Acadêmico Professor Antonio Meneghetti por demonstrar que a consciência ôntica não é um ponto de chegada, mas sim um ponto que está em cada um continuamente, como o constante bater do coração.



## RESUMO

A pesquisa desenvolvida iniciou com a revisão bibliográfica que caracterizou as gerações antecedentes à geração Y, vinculando-as com a história do Brasil nos seus aspectos políticos e econômicos e estes, em relação ao contexto mundial. A seguir buscou-se compreender o ser humano na perspectiva da visão humanista em relação à autorrealização como resultado da própria identidade em ação. Ao buscar uma forma de avaliar a satisfação profissional, construiu-se, a partir das abordagens humanista, existencialista e na ciência ontopsicológica, um questionário com características humanistas. A pesquisa utilizou variáveis quantitativas e qualitativas com entrevistas padronizadas em nove empresas de quatro capitais brasileiras e uma cidade do Noroeste do Rio Grande do Sul. Avaliou-se que dos 102 entrevistados 37,83% estão muito satisfeitos, 42,89% satisfeitos e 18,83% insatisfeitos. Os resultados da pesquisa apontam ainda índices salariais e escolaridade de 102 jovens da geração Y.

**Palavras-chave:** geração Y, satisfação profissional, identidade



## **ABSTRAC**

The research developed began with a literature review that characterized the generations that preceded the generation Y, linking them with the history of Brazil in their political and economic aspects and these, in relation to the global context. Next we sought to understand the human being from the perspective of humanistic vision in relation to self-realization as a result of their own identity in action. In seeking a way to assess job satisfaction was constructed from the humanistic approaches, existentialist and science Ontopsychological, a questionnaire with humanist features. The research used quantitative and qualitative variables in standardized interviews with nine companies four state capitals and city the Northwest Rio Grande do Sul. It was found that 37.83% of the 102 respondents are very satisfied, satisfied 42.89% and 18.83 % dissatisfied. The survey results also indicate wage rates and education of 102 young generation Y.

**Keywords:** Generation Y, job satisfaction, identity.



## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	1
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	2
2.1	AS GERAÇÕES.....	2
2.2	AS GERAÇÕES NO CONTEXTO MUNDIAL E BRASILEIRO.....	3
2.2	IDENTIDADE E PROJETO EXISTENCIAL.....	9
2.3	EM SI ÔNTICO E SUAS CARACTERÍSTICAS.....	12
2.4	O CRITÉRIO DE NATUREZA.....	16
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	17
3.1	AValiação.....	17
3.2	DELINEAMENTOS, SUJEITOS DA PESQUISA E INSTRUMENTOS DE COLETA DE INFORMAÇÕES.....	17
3.2	AMOSTRAS, ANÁLISES DE INFORMAÇÕES, FREQUÊNCIA E CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA.....	19
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	22
4.1	VISÃO GERAL.....	22
4.2	A OPINIÃO DOS JOVENS Y SOBRE O QUESTIONÁRIO DA ENTREVISTA.....	27
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
6	REFERÊNCIAS.....	31
7	ANEXO I.....	34

## 1 INTRODUÇÃO

Os jovens de diferentes tempos entram para o mundo do trabalho com diferentes aspirações, orientações e contextos sócio-econômico-culturais. As gerações que chegam provocam conflitos porque estão vivendo seu tempo atual, vendo o mundo a partir da sua era, muitas vezes desconhecendo e até desconsiderando o processo histórico. Fazem um verdadeiro tumulto com a abundante energia que a juventude lhes proporciona. É usual para as gerações que entram no meio profissional confrontar o modo como o trabalho é realizado. Ao perceberem modelos de gestão ou formas de trabalhos desatualizados, pela sua percepção, sentem-se com maior liberdade de criticar o que encontram profissionalmente e com isso, também, trazem mudanças inusitadas e impensadas anteriormente. Confrontam para melhorar, nem sempre conseguem, mas é fato que os processos mudam. Instala-se o tão falado “conflito de gerações” que também remete a um conflito de expectativas. Enquanto a geração mais velha espera que os mais novos ajam como eles, num mecanismo de projeção, a nova geração espera ter espaço para mudar o que não considera bom.

O jovem da geração Y traz o discurso da busca de sentido de forma mais intensa que das gerações precedentes, e assim, de uma maneira geral, busca o que lhe interessa. Por este motivo, muda com mais facilidade de emprego e tem pressa em crescer na carreira. Seus conflitos e insatisfações, muitas vezes, são levados juntos para o novo trabalho.

A produção de estudos sobre gerações no Brasil acontece de forma mais recente e observa-se que possui forte referência ao modelo americano de *coortes*<sup>1</sup>, contemplando fatos históricos, econômicos e culturais dos Estados Unidos. Por este motivo, aborda-se inicialmente no referencial teórico a caracterização das gerações com a história do Brasil nos seus aspectos políticos e econômicos e estes, em relação ao contexto mundial. Deste modo, contextualiza-se com as referências históricas brasileiras.

A pesquisa que este trabalho se propõe refere-se à satisfação profissional. Compreende-se neste estudo que para haver satisfação é preciso antes de tudo, identidade. As escolhas devem estar sintonizadas com o que cada pessoa quer para si, assim oportunizam a evolução da própria identidade e exaltam a função específica de si mesmo.

A satisfação profissional contempla a autorrealização. São aspectos interligados que acompanham o ser humano há muito tempo. O espaço profissional oportuniza a pessoa desenvolver a inteligência, seus talentos e potencialidades, ainda que, esta visão do trabalho

---

<sup>1</sup> “Conjunto de indivíduos que estão experimentando um acontecimento similar no transcurso de um mesmo período de tempo” (Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br); Acesso em: 23jun2013).



não seja o principal motivo para ingresso de novas gerações na vida profissional.

A partir de entender o homem como uma identidade, busca-se na pesquisa compreender o jovem humano e a satisfação profissional com um olhar humanista. Compreende-se à luz da Ciência Ontopsicológica que identidade é um critério base, e um dos aspectos responsáveis pelo sucesso ou insucesso de uma pessoa ou empresa.

Assim, o objetivo geral é identificar a satisfação profissional na geração Y com base nas abordagens humanista, existencialista e na ciência ontopsicológica. Propõe-se avaliar como a geração Y está em relação a própria percepção da satisfação profissional e para isso desenvolve-se um instrumento de avaliação da satisfação profissional.

A relevância do tema colocado em análise mediante uma pesquisa com jovens possibilita o aprofundamento de conceitos teóricos e principalmente da sua aplicabilidade. O benefício da pesquisa aos participantes se dá pela experiência reflexiva que o questionário desenvolvido para avaliação provoca sobre suas profissões e o modo como direcionam sua vida profissional. Busca-se também benefícios através dos resultados, com as análises dos dados e as conclusões sobre o comportamento da geração Y no trabalho. A comunidade científica se beneficia de um estudo empírico quali-quantitativo com um questionário com viés humanista. Este poderá contribuir com profissionais e empresas nas suas escolhas e avaliação dos próprios modos predominantes e de seus colaboradores.

Descreve-se os procedimentos metodológicos, a denominação das empresas, a caracterização dos sujeitos da pesquisa e a aplicação do instrumento de análise desenvolvido especificamente em ações cotidianas que denotam identidade com as próprias escolhas. A seguir, apresenta-se a análise estatística discutindo os resultados e correlacionando com aspectos teóricos da revisão bibliográfica. Por fim, conclui-se com as considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 AS GERAÇÕES**

O conceito de gerações é tema relevante nas ciências humanas e sociais. Refere-se a pessoas nascidas em um período cronológico que vivenciam os mesmos acontecimentos e processam experiências semelhantes (CORDEIRO, 2012). Também o nome das gerações é atribuído fazendo menção a fatos: os Tradicionalistas representam valores da época como austeridade, autoridade e lealdade (OLIVEIRA, 2010); os *baby boomers* são chamados os bebês nascidos após a Segunda Guerra Mundial; geração X refere-se ao contexto americano de Malcon X; geração Y refere-se ao contexto russo porque lá muitos bebês receberam nomes com primeira

letra em Y; a geração Z recebe este nome por ter nascido no momento da criação de muitos aparelhos tecnológicos, também chamados de nativos digitais.

Observou-se que não há consenso entre os anos limítrofes das gerações citadas em diferentes referências bibliográficas. Corroborando com essa afirmação, Parry e Urwin (2010, p. 68 apud CORDEIRO, 2012) escreve que “nem mesmo os estudos internacionais apresentam convergência de início e término de cada geração.” Para tanto, este estudo delimita as gerações conforme descrito no Quadro 1:

**Quadro 1: Gerações e Anos Limítrofes**

<b>Gerações</b>	<b>Nascidos entre os anos:</b>	<b>Idades em 2013</b>
Tradicionalistas	1920 a 1945	93 a 68 anos
<i>Baby boomers</i>	1946 a 1963	67 a 50 anos
Geração X	1964 a 1977	49 a 36 anos
Geração Y	1978 a 1994	35 a 19 anos
Geração Z	1995 a 2012	Até 18 anos

Fonte: CORDEIRO (2012); LANCASTER e STILLMAN (2011).

Por este quadro é possível visualizar anos e idades. Olhando as idades dos tradicionalistas aos jovens da Geração Z, é claro perceber que o mundo hoje em 2013, contém pessoas de todas faixas etárias mencionadas, ou seja, todas gerações estão no mercado de trabalho, apenas não na mesma proporção.

## 2.2 AS GERAÇÕES NO CONTEXTO MUNDIAL E BRASILEIRO

A primeira geração nomeada, os Tradicionalistas, é conhecida como a geração da Segunda Guerra Mundial que, com poucos recursos financeiros e sem orientação dos pais, aprendem sozinhos a atender as próprias necessidades. Sua formação militar contribui no mercado para o trabalho ético e a lealdade às instituições a que pertencem (LANCASTER e STILLMAN, 2011). Oliveira (2010) aponta que os jovens desenvolveram os valores de compaixão e solidariedade nesta época de guerra com suas perdas, crise econômica, e imigração. A Segunda Guerra afetou a sociedade mundial; portanto, a missão dos jovens é de reconstrução da sociedade. Os Tradicionalistas estão entre 1920 e 1945, e no Brasil, entre 1922-1930, os tenentes dos comandos se opõem a setores de bases militares e promovem os chamados levantes tenentistas; acontece a Coluna Prestes (1924 a 1927) com as bandeiras de moralidade pública, democratização do voto e dignidade nacional; o Exército se posiciona

como força anticomunista. Em 1937 as Forças Armadas se agrupam em torno de Getúlio Vargas e instaura-se a ditadura com nome de Estado Novo que faz poucas conquistas nacionalistas, mas suficientes para contrariar interesses norte-americanos. Com isso Getúlio em 1945 é deposto pelos mesmos militares que comandaram a repressão durante a ditadura (ARNS, 1985).

A geração pós-guerra, os chamados *Baby Boomers*, nasceram entre 1946 e 1963, hoje, em 2013 estão entre 50 e 67 anos de idade. Eles viveram um período marcante na história, com muitas transformações mundiais e romperam com modelos comportamentais estabelecidos. Esta geração influenciou fortemente a geração seguinte, os X. Muitos *Baby Boomers* são pais da geração X e da geração Y.

Por terem pais mais autoritários, os *Boomers* criaram seus filhos de modo mais aberto priorizando qualidade, comunicação e colaboração (LANCASTER e STILLMAN, 2011). Oliveira (2010) atribui aos comportamentos de disciplina, ordem e obediência impostos por autoridades como pais, chefes e professores a origem das manifestações de rebeldia. O autor considera que a situação tornou-se insustentável diante da juventude que emergia no pós-guerra e estava insatisfeita com a realidade em que vivia.

As primeiras manifestações de rebeldia apareceram na música. Surge o *rock and roll* e, com ele, os Beatles. Para Meneghetti (2013) os movimentos ligados aos jovens que surgem antes de 1968 abrigam a lógica do pensamento fraco que se traduz num “falar sem se justificar. Produziram impacto nos jovens, mas não sinalizaram um percurso para vencer” (Meneghetti, 2013, p. 149). Parece que a rebeldia daquele período reivindicava uma liberdade de existir, mas ao modo como foi reivindicada levou a uma massificação. Sobre pensamento forte e pensamento fraco Meneghetti escreve (2013, p.148): “O pensamento forte é o sincronismo no qual o Ser motiva a própria aparição, a própria fenomenologia histórica. O pensamento fraco é tudo aquilo que perde esse baricentro e procura apropriar-se da mídia de massa”.

Deste período – décadas de 60 e 70 – mundialmente impôs-se um modelo de ser jovem que rapidamente se estereotipou<sup>2</sup> e ainda perdura. O movimento *hippie*, defendia um modelo de vida alternativo que pregavam paz e amor, buscando experiências com psicotrópicos, alucinógenos e maconha para transcender seus limites físicos e viver uma

---

<sup>2</sup> Referente a estereótipo: um modelo de comportamento geral que se faz referência de outros semelhantes e que se torna valor de apoio para individualizar segurança e razão dialética com a sociedade – Dicionário de Ontopsicologia, 2012.

espiritualidade transcendental (GROF & GROF, 1989), que em última análise, é autista<sup>3</sup>. Os chamados “bichos grilo” escolheram ficar a margem da sociedade, se alienando dela e ao mesmo tempo acreditando fazer alguma revolução.

Percebe-se que ocorreu num mesmo período parte da geração deflagrar a rebeldia e outra parte direcionar seu ímpeto rebelde para desafiar o *status quo* e elevar o nível profissional no âmbito do trabalho. Assim, os *Baby Boomers* marcaram sua época no contexto americano. Enquanto isso, no Brasil 38.987.526 brasileiros viviam no meio rural enquanto que a população urbana era de 32.004.814 brasileiros, conforme censo do IBGE de 1960. O Brasil era mais rural, logo teve uma formação cultural própria, com muitas desigualdades sociais e poucas pessoas em condições econômicas de estudo e aprimoramento. No Brasil o intervalo 1946-1964 é vivido como uma etapa de desenvolvimento econômico e mudanças sociais que provocam modificações profundas na sociedade em dois sentidos opostos: nacionalista e democrático e, autoritarismo militar de viés fascista (ARNS, 1985). O alinhamento ideológico entre militares brasileiros e norte-americanos é um reflexo da direita do presidente Marechal Dutra, um governo pró-Estados Unidos (ARNS, 1985).

Os tais “Anos Dourados” no Brasil fizeram a invasão dos eletrodomésticos nas casas de classe média fazendo o retrato da *American Way of Life* no Terceiro Mundo. Embora o estilo americano de viver não passasse pela restrição econômica que o Brasil vivia. No âmbito econômico...

“A geração que chegou à vida adulta no final dos anos setenta tinha razões para estar amargurada com uma longa ditadura militar, em um Brasil cruelmente desigual. Desconfiavam, crescentemente, que pela via do esforço individual pudessem melhorar de vida. A perspectiva de transformação do Brasil e de seus destinos pela organização coletiva foi ganhando credibilidade. Greves defensivas contra a superinflação se legitimaram diante da maioria do povo como justas. Foi uma experiência geracional de classe que levou o Brasil a bater, nos anos oitenta, todos os recordes mundiais de números de horas de greve” (ARCARY, 2010, p.153-154).

Em 1970 os primeiros *Baby Boomers* nascidos em 1946 estavam com 24 anos e enfrentaram as desvantagens de um país subdesenvolvido. O ensino universitário brasileiro era restrito às universidades federais e a poucas universidades particulares cuja participação requeria elevado investimento econômico. Além disso, a maioria se localizava em capitais ou centros maiores.

---

<sup>3</sup> Em artigo - Colpa evica e deliquio narcótico – Meneghetti (2000) escreve sobre o comportamento autista causado pela droga. Tradução nossa.

A cultura jovem dos anos 60 no Brasil também teve o movimento pacifista<sup>4</sup> *hippie*. Suas manifestações se deram pelo meio artístico. Os jovens estudantes engajados fizeram manifestos e movimentos políticos no Brasil apoiados por movimentos artísticos e culturais. Pode-se dizer, que a rebeldia dos *Baby Boomers* brasileiros foi provocada pelo golpe militar, com anos tensos, eles protestaram nos centros acadêmicos e nas ruas até quando puderam, depois entraram na luta armada, tiveram a liberdade vigiada e muitos destes estudantes desapareceram ou se exilaram em outros países. No interior do país a vida seguia para os jovens rurais sem maiores alterações. De modo mais obediente viviam as restrições econômicas e acompanhavam os acontecimentos por rádios.

Em 1950 é fundada a TV Tupi no Rio de Janeiro, primeira emissora brasileira e no mesmo ano passam a existir as concessões de emissoras de televisão no Brasil. Até 1959 são inauguradas TVs em São Paulo, Recife, Belo Horizonte e Porto Alegre. A partir de 1960 implanta-se a transmissão simultânea, quando várias cidades recebiam sinal ao mesmo tempo. Em 1965 é fundada TV Globo, que já nos anos 70 adquire a TV Tupi. Nestes anos Globo e Tupi formavam redes nacionais que alcançavam grande parte do território brasileiro, assim lideravam a audiência na maioria das praças. Após a aquisição da Tupi a Globo assume uma posição hegemônica no mercado televisivo brasileiro.

Com acesso a televisão expandido, os *Baby Boomers* puderam acompanhar a greve geral em Paris em 1968<sup>5</sup> e os jogos da seleção brasileira. Na Copa do Mundo de 70 no México, a transmissão foi em cores pela primeira vez de modo experimental.

Conforme o censo do IBGE de 1970, observa-se uma inversão da concentração da população. Se a contagem da população em 1960 apurava um país rural, em uma década a população urbana atinge 52.904.744 habitantes contra 41.603.839 habitantes na área rural. A geração X surge neste momento que o Brasil se torna mais urbano.

Os X nascem entre 1964 a 1977, que traz o reflexo das mudanças sociais como divórcio e mulheres entrando em maior número no mundo de trabalho. Por isso, flexibilizam o mercado promovendo equilíbrio entre sua vida pessoal e emprego (LANCASTER & STILLMAN, 2011). A geração X surpreendeu as gerações anteriores que não estavam preparadas ou abertas para serem questionadas e admitir suas próprias frustrações apontadas por jovens novatos. Além disso, esta geração não estava disposta a repetir os pais e pagar o

---

<sup>4</sup> Pacifista porque defendia uma nova sociedade em comunhão e harmonia com outros padrões.

<sup>5</sup> Em Maio de 1968 a onda de protestos que começou com o movimento dos estudantes pedindo reforma educacional, evoluiu para greve dos trabalhadores. Desencadeou a rebeldia, o desapego material e a crítica ao sistema.

alto preço do sucesso com incessantes horas de trabalho.

No Brasil, o nascimento da geração X coincide com o início da ditadura militar de 1964. Porém, a ditadura vai além, perdura até 1985 e depois, começa um período de grande instabilidade econômica e de inflação. Os X crescem sob regime de ditadura que fazia coação psicológica e social aos adultos da época, os Tradicionalistas e os *Baby Bomers*. Viram ou sentiram seus pais com a liberdade vigiada. Também as informações eram restritas, não havia liberdade de expressão nos jornais, livros e televisão. Esses jovens cresceram sob o impacto de um país com poucos recursos porque era um período de grande recessão econômica, restrito investimento social e um número grande de pobres. Viveram sua adolescência sob constante ameaça do Brasil “quebrar”, termo usado na época e bem lembrado por quem escreve esta reconstituição da história. Não havia uma orientação para o futuro do país, embora o FMI – Fundo Monetário Internacional – interferisse constantemente na economia, mas nada surtia efeito. Conforme Leitão (2011) entre 1986, ano do Plano Cruzado, do primeiro governo pós-ditadura, até 1994, ano do Plano Real, o Brasil teve 11 ministros da Fazenda.

“O sofrimento que provocou nas famílias, o empobrecimento dos mais pobres, a desordem na contabilidade das empresas, a incapacidade absoluta em fazer qualquer previsão e planejamento, tudo ficou insuportável. A inflação inflacionou a vida brasileira. Ocupou todos os espaços. Era o único assunto das editorias de economia, era a manchete mais frequente nos jornais, era a obsessão do cidadão, a derrota dos governantes” (LEITÃO, 2011, P. 20).

Esta era a realidade da maioria dos estados brasileiros. Ficaram fora do drama econômico os estados que estavam sendo criados na época e recebiam grandes incentivos com subsídios e aporte de dinheiro do governo para se desenvolver, como é o caso do Mato Grosso e outras exceções. Quando os X estavam entrando no mercado de trabalho o País vivia momentos dramáticos na economia. Após os muitos anos de inflação e hiperinflação a moeda não tinha valor, não conseguia estabilizar, mas alguém, que não era o povo, ganhava com todo caos. “O dinheiro jorrava através de inúmeros mecanismos sempre em direção aos mesmos destinatários” (LEITÃO, 2011, p.92).

Resumidamente, o Brasil teve contas caóticas desde a proclamação da república, quando acreditava que bastava emitir dinheiro e haveria riqueza, atitudes violentas como confisco do dinheiro em aplicações, poupança e até conta corrente que deixou marcas dolorosas. Após diversos tropeços econômicos, sofrimentos de muitos e ganhos exorbitantes de alguns, o Brasil encontra o começo da estabilização da sua moeda, que mudou diversas

vezes de nome até chegar ao “real” em 1994, a moeda que derruba a inflação histórica brasileira (LEITÃO, 2011) .

Neste período de estabilidade política e econômica brasileira a geração Y termina de nascer. Os primeiros nascidos em 1978 estão com 16 anos em 1994. Com Brasil que cresce e emprega, a geração Y vem para ficar nas próximas décadas no mundo do trabalho e traz suas inovações. Conforme Folha de São Paulo (21nov2010), no Brasil esta geração já ocupa 20% dos cargos de gerencia e considerando o quadro geral de funcionários nas empresas, mais de 40% estão dentro desta faixa etária.

A geração Y, nascida entre 1978 e 1994, conforme Lancaster e Stillman (2011), valoriza o legado dos pais, tende a reconhecê-los como pessoas inteligentes, recebem deles amplo investimento, e, por sua vez são bastante protegidos, com tecnologia disponível e maior conectividade que possibilita aos pais maior controle. A mudança de hábitos dos pais da geração Y também ocorreu em função do aumento da violência e das distâncias entre casa, escola e trabalho (OLIVEIRA, 2010).

Lancaster e Stillman (2011) coordenaram um projeto norte-americano chamado *Arquivo da Geração Y*, que identificou as tendências que formam e acompanham a geração Y no trabalho. O item significado do trabalho chama a atenção. No referido projeto estes jovens manifestaram que o trabalho precisa significar alguma coisa, além de ter uma vida boa graças a ele. Querem um ganho psicológico proveniente do trabalho, ambientes interessantes com valorização e liberdade de trabalhar. Ao mesmo tempo foi identificada a pressa que a geração tem de ser bem remunerada e encontrar seu lugar, que sabe muito de tecnologia e não tem muita clareza sobre o que é privado e o que é público.

Vasconcelos (2010), em pesquisa *on line* realizada com aplicação do Inventário de Âncoras de Carreira de Shein<sup>6</sup>, mostra que “Estilo de Vida” é a âncora tendência desta geração. Por Estilo de Vida, Shein aponta para o equilíbrio entre a vida profissional e vida pessoal.

Percebe-se que dentro de um contexto político democrático, economia sem maiores sobressaltos e tecnologia disponível, os jovens Y escolarizados buscam o melhor lugar para si. Naturalmente que apoiados pelos pais, que não viveram as mesmas oportunidades. Neste sentido há a tendência em trocar de emprego com maior rapidez que as gerações anteriores.

Além destas características, nos espaços profissionais e na observação clínica

---

<sup>6</sup> Edgar Schein (1996, apud KNABEM 2005), define oito âncoras que funcionam como referências estabelecidas pelas pessoas ao fazerem suas escolhas, baseadas nos seus talentos, habilidades, competências, motivos, necessidades e valores associados à carreira.

evidencia-se a tendência que os Y tem em se perder num emaranhado de redes sociais e na influência por modelos midiáticos. O resultado disso é certa superficialidade consigo mesmos, a hipervalorização do mundo afetivo, das aparências e de relações. Compreende-se que, embora tragam a necessidade de ver sentido no que estão fazendo, muitas vezes o sentido é mais externo, porque entram fácil no discurso ideológico do momento, em detrimento a identidade própria.

Os nativos digitais são chamados de geração Z e começam chegar aos postos profissionais agora e por isso pouco se sabe sobre o que os diferencia da geração mais próxima, os Y.

Compreende-se que cada geração, dentro do seu contexto histórico, primava pela autorrealização, por fazer algo que fizesse sentido.

## 2.2 IDENTIDADE E PROJETO EXISTENCIAL

Para compreender o jovem humano e a satisfação profissional, buscou-se resgatar um olhar existencial-humanista e propor uma pesquisa segundo pressupostos apresentados por Antonio Meneghetti (1936-2013), um estudioso do ser humano há mais de cinquenta anos e criador da Ciência Ontopsicológica, e dos humanistas Abraham Maslow (1808-1970) e Rollo May (1909-1994).

Para Meneghetti (2005, p. 343), o jovem “é capaz de formalizar um élan vital, o jato do que a vida, no principiar-se, expõe como próprio escopo e investimento”. Embora cada geração cresça em contextos sócio-econômico-culturais diversos, no princípio, a essência que cada jovem traz é a vida expondo sua necessidade de realização de um projeto existencial único. Assim, os espaços profissionais são oportunidades da inteligência<sup>7</sup> entrar em ação.

Para o psicólogo Abraham Maslow (2003), o trabalho oportuniza pessoas saudáveis crescerem rumo à autorrealização. Ele sugere que aprendamos com indivíduos autorrealizados o que seria uma postura ideal diante do trabalho: “...estes indivíduos, altamente evoluídos, assimilam o trabalho dentro da própria identidade, isto é, o trabalho se torna uma parte efetiva de seu próprio Eu, parte da definição que ele tem sobre si mesmo” (MASLOW, 2003, p. 7).

Para o psicanalista existencialista Rollo May (1991), o ser se configura na autorrealização. A realização do projeto da alma traz a característica da transcendência.

A transcendência é compreendida pelos pensadores existencialistas como capacidade

---

<sup>7</sup>Inteligência conforme Dicionário de Ontopsicologia (2012, p.139) “Lat. *intus legere actionem* = ler dentro da ação, compreender dentro. Faculdade exclusiva psíquica e, portanto espiritual para compreender, em evidência, a ordem causal da ação ou do fato”.



que cada pessoa tem de superar seus obstáculos rumo à realização do projeto existencial. Mas o que se entende por identidade e por projeto existencial? Muitas vezes parece que há uma dupla identidade: “...o homem vive em um mundo de memes, crenças, seguranças, estereótipos de valores, e lhe falta o ingresso íntimo que o faz dentro da coisa, dentro do projeto” (MENEGHETTI, 2010, p. 411, tradução nossa). Clinicamente são claramente perceptíveis estas identidades clonadas e sem funcionalidade real de vida, elas tornam-se geradores de confusão, conflito, insatisfação, angústia, ansiedade, depressão, etc., e estão presentes em todas as gerações.

O conceito de identidade é estudado por diversos autores . Como definição usa-se o conceito conforme o Dicionário de Ontopsicologia: “Identidade lat. *Id quod est ens* = o que o ser é aqui, assim e agora. É a forma que especifica em si o objeto ou o indivíduo” (MENEGHETTI, 2012, p. 134).

Na conferência: Identidade, Sociedade e Ação, Meneghetti (2010, p. 410) discorre sobre o tema de modo mais amplo:

“A identidade é a chave, é o critério base de todos os critérios. O mesmo critério, por ser perfeitamente clínico, deve refletir 100% a própria identidade e, da própria identidade, uma identidade para o resto”<sup>8</sup>.

A partir deste critério base temos o princípio que faz a individuação da pessoa e deste lugar de existir devem seguir suas escolhas para então, ser reflexo do real de si mesmo. Pautado na identidade própria, além de cumprir o próprio projeto existencial a pessoa faz contribuição ao seu meio ou sociedade.

A identidade pressupõe um projeto, no Dicionário de Filosofia encontra-se o termo “projeto” da filosofia existencialista compreendido como a maneira de ser constitutiva do homem, a máxima de Heidegger para o homem que projeta a si mesmo é “torna-te o que és” (ABBAGNANO, 1982 p.768). Entende-se que a pessoa se revela pela sua constituição, usando-se do contexto para expor a si e seu potencial de inteligência. Precisa da passagem externa, do ambiente, da sociedade, do trabalho e dos outros para tornar-se o que já é, ou melhor, o que tem potencial para ser.

No Dicionário Trabalho e Tecnologia, identidade é uma expressão subjetiva, implica num sistema de representações que traduz ou caracteriza um mesmo ser em constante processo, deste modo, um constante “estar sendo”, refere-se a algo singular que pressupõe dicotomias (JACQUES, 1997. p. 127). Compreende-se que o mundo externo desperta o que

---

<sup>8</sup> Tradução da autora deste estudo.

cada pessoa traz na sua subjetividade.

Por isso as identidades estão sempre sendo descobertas e redescobertas. Percebe-se que os contextos vivenciais familiares, afetivos, sociais e profissionais podem deslocar, encobrir ou evidenciar a identidade própria. Assim, o processo de cada pessoa passa pelo constante estar sendo a si mesmo ou o contrário, as influências do meio externo e o modo como as vive dentro de si, provocam perda da referência interna. Fato que a vida é dinâmica e não estática, do mesmo modo o psiquismo humano.

“Identidade”<sup>9</sup> é o fundamento da inteligência do fazer... A identidade: o ser é aquele que não é outro. Por isso a identidade é individuação única, unida e total, em si mesma, mas diversa e distinta de todo o resto, do contexto dos outros semelhantes. Dos ambientes de todas as outras entidades, então também diferente e distinta do ser total. Então, “identidade” é um conceito forte, enquanto é exclusivo e irrepitível em cada modo de ser. Todos somos, mas nenhum é outro. A identidade me faz único em si mesmo, um que é e diferente de tudo e de todos”<sup>10</sup> (MENEGETTI, 2010, p. 410).

Constata-se que cada ser humano é uma novidade da vida, um universo de possibilidades com uma forma existencial própria que faz individuações únicas e exclusivas. Cada modo de ser é um conjunto irrepitível que fundamenta a inteligência.

O ser em sentido existencial se localiza sobre coordenadas de tempo e espaço (MENEGETTI, 2012). O ser é uma identidade que faz a exigência racional para que as escolhas sejam conforme esta singularidade própria de cada indivíduo. A racionalidade em questão é referente à razão, como: “faculdade de verificar o igual. Conjunto de princípios lógicos, com verificação na realidade, nas coisas, assumido como categóricos de sucessivos conhecimentos” (MENEGETTI, 2012, p. 230). A racionalidade como uso da razão responsabiliza a cada pessoa colher o que é igual a si próprio, verificar-se como de fato é para que seu modo de agir esteja em sintonia com seu modo de ser. Conforme Alécio Vidor, referindo-se ao pensamento de Sócrates: “Conhece-te a ti mesmo, para que teu modo de agir não ofenda teu modo de ser” (informação verbal)<sup>11</sup>.

O constante estar sendo é o processo de tornar-se pessoa, tornar-se humano. Ao fazer a própria história que o indivíduo se realiza e deixa o registro da sua ação de inteligência. O ser

---

<sup>9</sup> Do latim *id quod est ens*

<sup>10</sup> Tradução da autora deste estudo.

<sup>11</sup> Nota de aula do MBA Business Intuition, Antônio Menegetti Faculdade, São Paulo, 16jul2012.

humano se especifica pela sua inteligência e pelo modo como faz autóctise histórica<sup>12</sup>, como se autoconstrói.

Por pessoa, conforme Dicionário de Ontopsicologia (MENEGHETTI, 2012, p. 211) lê-se: “*Lat. per se esse* = ser por si. Isto que é por si, indiviso em si distinto de todo resto. Isto que faz título de autoridade e de valor do próprio intrínseco”. Então vê-se que passa, antes de tudo, pelo cultivo e desenvolvimento das virtudes de cada um, pelo reconhecimento de uma autenticidade e pelo movimento contínuo em aprimorar esta identidade própria para criação de ações sustentáveis.

Atingir isso é parte do caminho de cada um e passa por superar erros históricos, não de natureza: a identidade humana projetada pela natureza tem ordem, porém na existência é inerente conhecer o mal e experimentar a dor (MENEGHETTI, 2002). As lógicas externas introjetadas no ser humano, por escolhas de gerações, culturas, tradições passadas e presentes, fazem limitar a sociedade, os indivíduos que ela compõe, e assim, a possibilidade do erro.

Os modelos sociais escolhidos precisam ser funcionais, ou seja, os comportamentos, as escolhas, as realizações devem fazer vantagem não para a ação ou coisa em si, mas sim, em referência e em sustento a próprio escopo (MENEGHETTI, 2012). As escolhas devem estar sintonizadas com o projeto, assim oportunizam a evolução da própria identidade, exaltando a função específica de si mesmo para que não haja dupla identidade.

### 2.3 EM SI ÔNTICO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Entendendo o homem como uma identidade, um projeto de natureza, buscou-se a raiz desta evidência. O critério de natureza<sup>13</sup> que funda a Ontopsicologia, ciência que possibilita a nossa razão colher o ser, é o Em Si ôntico, que faz o existir e o ser (MENEGHETTI, 2010).

O primeiro real, em todo sentido, é o Em Si ôntico da pessoa. Eu primeiro existo, depois, quando começo a dizer “Eu”, faço uma verbalização dessa unidade de ação e, quando quero compreendê-la, dou-me por conta que ela possui uma autonomia, da qual também eu surjo. Essa unidade de ação tem uma forma - um projeto, um design, uma direção (MENEGHETTI, 2004, p. 248).

Isolar o critério ôntico permitiu ao Prof. Meneghetti individuar e especificar quinze

---

<sup>12</sup> Autóctise: processo histórico de escolhas existenciais que fazem a resultante da evolução e da situação da pessoa. Autóctise histórica como processo psicológico. Para aprofundar o conceito ver em Dicionário de Ontopsicologia, verbete Autóctise, 2008.

<sup>13</sup> Conforme Meneghetti, (2004, p. 234) “critério de natureza é uma medida que procede por evidência, responde a uma intenção de natureza, e concretiza o objeto ou o campo pré-escolhido”.

características que estabelecem e diferenciam a funcionalidade do organísmico pessoal e ambiental do sujeito (MENEGETTI, 2002).

Em O Critério Ético do Humano (MENEGETTI, 2002, p. 93-101) e Dicionário de Ontopsicologia (MENEGETTI, 2012, p. 87-92), são descritas as características do Em Si ôntico, a seguir elencadas de modo resumido:

### 2.3.1 Inseico

Uno, indivisível, usa sempre o critério de si mesmo de qualquer modo que se adapte ou opere. Possui autonomia, faz a lei segundo a própria identidade, específica e pode associar o resto. É dotado de autonomia autogenética: enquanto se investe, metaboliza outras coisas sempre com uma identidade própria.

### 2.3.2 Holístico-dinâmico

A parte acrescida dá o sincronismo de como proceder do Em Si, quando se explicita em uma parte, interage e resulta total. É uma centripetação expansiva, mesmo completo é expansivo. Cada ação intensifica outra, seguindo sempre o uno, quanto mais se alarga na fenomenologia, mais se intensifica no núcleo. Esse núcleo se revela como energia auto-identificante, tem um processo investido sempre com escopo auto-edificante, intensifica sempre a própria identidade ou eceidade. Quanto mais o indivíduo é íntimo à própria evidência ôntica, mais se colhe eficiente. Ao mover-se ganha ser. Do nascimento em diante, não permanece o mesmo, mas se transforma, nasce continuamente segundo as ações que faz. Portanto além do ganho fenomenológico há o ganho ôntico de contato com o ser: quanto mais ação, mais história e mais ser. É uma variável aberta de crescimento. O indivíduo é segundo um projeto, se articula conforme o movimento próprio. Esse tem uma ação coordenada a uma contínua eficiência da própria identidade: É válido ou bom aquilo que mais o identifica e reforça.

### 2.3.3 Utilitarístico-funcional

Verdadeiro é o que identifica a função utilitarística desse princípio, ou seja: uma coisa é boa, inerente a uma individuação, se a identifica, se exalta a sua função específica, se é tal à sua ação em identidade. O indivíduo é ativo na medida em que identifica a própria essência. O metabolismo é qualitativo, significa que após certa evolução, para o indivíduo é positivo tudo o que reforça e aumenta a sua identidade. Não quer o que é do outro, quer o que é seu, o que o identifica. Se nos apropriamos de algo que não nos pertence, isto faz mal, corrói por dentro,

leva o estranho à alma, produzindo dor, impropriedade e inimizade.

#### 2.3.4 Virtual

É uma força possível que se torna real somente depois que se tornou. A virtualidade é a capacidade de uma forma de psicossomatizar-se ou metabolizar-se em mais modos, sem variar a identidade de forma essencial. O Em Si é um detentor formal em condições de variar a si informações subalternas; portanto prevalece a forma, não o biológico. Daqui nasce a dimensão psíquica, a qual estrutura progressivamente uma forma, que permanece prioritária sobre as outras. O homem sendo virtual é um projeto que faz autóctise. Cada vez que evolui, aperfeiçoa uma estrutura que não é reversível. Cada escolha condiciona à sucessiva e se reflete no inteiro. Continuamente experimentamos o efeito de nossas causas e causamos os nossos efeitos.

#### 2.3.5 Econômico-hierárquico

Intenciona em exata proporção qualquer impacto e interação assimilando o devir conforme a prioridade, por isso hierárquico, entre diversas posições, exerce uma escolha em direção ao ótimo do momento. Econômico – a regra da máxima eficiência de um contexto e também de ser imediatamente reinvestido em novidade de ser que consente o progresso, o crescimento do sujeito. Retoma o todo e reinveste-o em quantidade e qualidade.

#### 2.3.6 Vencedor

Na medida em que não conhece o erro, é exato, não impacta um novo real que não lhe seja próprio, conseqüentemente, não conhece o medo e a angústia. Quando o Em Si intercepta e quer, aquilo já o pertence. No momento em que semantiza o outro, o Em Si já o reconheceu como próprio, portanto, o outro pode ser metabolizado como Eu. Confirmando sempre a si mesmo: amplia sua existência como Eu naquele objeto onde ele já é.

#### 2.3.7 Alegre

Age por exercício de inteligência e se move garantido por uma novidade agradável de erotismo e contemplação. Age com prazer e se move com graça.

#### 2.3.8 Criativo

É um projeto aberto no fazer a si mesmo infinitamente e, cumprida uma gestalt, é sempre motivada a sua sucessiva, contudo proporcionada, mas superior a precedente.

### 2.3.9 Espiritual ou transcendente

Evade as categorias de tempo e espaço, portanto, efetua e fenomeniza múltiplos eventos sem jamais ser algum deles. É um falante jamais reduzível as palavras que usa.

### 2.3.10 Agente ao interno de um universo semântico

Éco-participe da ordem de natureza cósmica. A sua intencionalidade está sempre em iso com a *gestalt* de natureza. Cada ser humano é sempre pertinente ao holístico-dinâmico do inteiro, mas também cada parte é sempre em iso. Qualquer célula do meu organismo é em iso com o holístico-dinâmico; do mesmo modo, eu, homem, sou no isso de toda vida.

### 2.3.11 Mediânico entre o ser e a existência histórica

É o cordão umbilical entre o indivíduo e o contexto.

### 2.3.12 Histórico

Estrutura psicossomaticamente a própria virtualidade no devir existencial, nisso revela a capacidade de instrumentalizar as categorias de tempo e do espaço. No seu processo virtual é histórico, para formalizar o meu processo racional tenho necessidade de um antes e um depois (= tempo) e um onde (=espaço).

### 2.3.13 Estético

No seu processo de atualidade joga para ser belo e vencedor, para igualar-se ao seu princípio: quando a parte retorna deve identificar a estética suprema. Quando atua a sua forma como história existencial, o Em Si ôntico executa um projeto que, nas suas partes, evidencia sempre a ordem única que é possível naquele contexto. É uma beleza holístico-hierárquica, não passageira. O Em Si que tende ao belo é um existente que tende a uma forte função da sua identidade, seja metafísica que histórica, com atualização progressiva. Cada um de nós é belo segundo o ambiente que frequenta, que constitui. Não é uma beleza absoluta, mas relativa ao ambiente. A natureza repete a si mesma: quem nasce dela joga sem fim a sua maravilhosa encarnação. A existência serve para particularizar a unicidade do uno. O Em Si ôntico tem intrínseco o artista, é o nascimento do gênio. Recordando o princípio da função utilitarística, ao seu lado se coloca a necessidade de perfeição estática como correspondência de proporção da parte em um conjunto.

#### 2.3.14 Volitivo-intencional

A sua unidade de ação é tensão à própria realização histórica, é execução ou atitude determinística do real.

#### 2.3.15 Santo

O ser individuado tem a tensão intrínseca a fazer-se coincidente com a perfeição do projeto, ou projetante, por isso é volição de identidade no ser mais, é sempre com e em direção ao Ser.

As quinze características acima mencionadas foram isoladas e descritas a partir da descoberta clínica do Prof. Meneghetti, portanto, parte da prática clínica do cientista. Trata-se de algo vivido pelo ser humano

### 2.4 O CRITÉRIO DE NATUREZA

A ciência ontopsicológica, como as outras ciências, possui um critério que fundamenta e certifica a passagem como ciência. O critério de natureza é a evidência científica da Ontopsicologia que dá exatidão para julgar qualquer situação (MENEGHETTI, 2010). Por critério entende-se a regra, a norma que estabelece a identidade ou a diferença (MENEGHETTI, 2012).

“O critério de natureza é uma medida que procede por evidência, responde a uma intenção de natureza, e concretiza o objeto ou o campo pré-escolhido.[...] Natureza é tudo o que nasce da ação da vida. Ação da vida, natureza e existência são sinônimos. [...] Quando a natureza posiciona o ato, cria uma estrutura. Por consequência, dá uma direção, um endereço. A partir do momento em que existe, seja uma natureza global ou individuada, há um fim, escolhido pelo pressuposto da vetorialidade” (MENEGHETTI, 2010, p. 147).

Assim, compreende-se que a natureza desenha um projeto de vida com direção específica. Busca-se compreender os jovens nas suas escolhas, se estas evidenciam a própria natureza. Neste sentido, a satisfação ultrapassa padrões convencionais para atingir ações de vida.

A este critério de natureza que individua a sanidade da vida tanto para a célula como para uma estrutura orgânica, é definido Em Si do homem (MENEGHETTI, 2010). O princípio que constitui um projeto deve ser lido pela sua evidência “se quisermos ser sérios, devemos partir de nós mesmos, de onde somos reais, de onde existimos: o Em si ôntico”

(MENEGETTI, 2010, p.150). A evidência é o resultado da experiência.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 AVALIAÇÃO**

Ao buscar uma forma de avaliar a satisfação profissional construiu-se a partir da revisão bibliográfica na abordagem humanista, existencialista e na ciência ontopsicológica, um questionário com características humanistas. Para criação deste questionário buscou-se também inspiração no formato do “Inventário de Âncoras de Carreira” desenvolvido por Edgar Schein no período de 1961-1973. O resultado de seus estudos sobre características pessoais para escolhas profissionais aborda oito categorias de razões em que as pessoas ancoram suas escolhas para conduzir suas carreiras (KNABEN, 2005). Pesquisas acadêmicas (KILIMNIK, CASTILHO, SANT’ANNA, 2006; KNABEM, 2005; VASCONCELOS, 2010) com o Inventário vem sendo utilizado por diversas áreas, dentre elas, a administração e a psicologia. O Inventário de Schein revela a autopercepção de habilidades e talentos. Porém, compreende-se que esta autopercepção pode ter distorções projetivas. A percepção do mundo exterior torna-se projetiva a partir da necessidade que o eu tem em manter a própria organização e neste sentido, pode distorcer a percepção externa (ANCONA, apud Telles). O exemplo disso é a autoimagem. A maneira como o sujeito se vê, muitas vezes é pautado nos seus complexos e assim, distorcida de suas verdadeiras potencialidades.

#### **3.2 DELINEAMENTOS, SUJEITOS DA PESQUISA E INSTRUMENTOS DE COLETA DE INFORMAÇÕES**

A pesquisa deteve-se em jovens da geração Y que estão atuando no trabalho. Assim, para chegar a eles, optou-se em realizar a pesquisa dentro de algumas empresas. Buscou-se autorização prévia de nove empresas para entrevista de seus colaboradores. A coleta dos dados foi realizada pela pesquisadora de forma presencial em quatro empresas de Brasília (DF) uma de São Paulo (SP), uma de Florianópolis (SC), uma de Porto Alegre (RS) e uma de Três de Maio (RS), entre 23 de abril a 07 de julho de 2013. Deste modo, foi possível ter contato direto com 103 jovens Y com idades de 20 a 33 anos, em espaço profissional, distribuídos entre quatro capitais brasileiras e uma cidade de cerca de vinte e cinco mil habitantes. Embora 104 jovens responderam a pesquisa, considerou-se válidos 102 questionários. Optou-se por excluir um questionário pela percepção da pesquisadora sobre o entrevistado que marcou resposta apenas numa questão sem leitura prévia e a outra exclusão se deu por constatar que a entrevistada pertencia à outra geração.



A pesquisa utilizou como instrumentos de pesquisa um questionário padronizado elaborado pela pesquisadora. Para compor a parte I com perguntas objetivas sobre dados pessoais como: idade, sexo, escolaridade, profissão, com quem reside, local em que trabalha, tempo no mercado de trabalho, tempo na atual empresa e faixa salarial.

A pesquisa se valeu de variáveis quantitativas e qualitativas através de entrevistas padronizadas. A **metodologia quantitativa** cumpre o papel descritivo a partir de informações numéricas que resultam da investigação. Para Lakatos e Marconi (2007), o enfoque quantitativo propõe novas observações e valorizações a esclarecer. Os dados quantitativos refletem-se em uma descrição objetiva dos entrevistados.

O **método qualitativo** além de analisar e interpretar aspectos mais profundos do comportamento humano, o descreve com maior complexidade (LAKATOS e MARCONI, 2007). Para Eisman, citado por Lakatos (2007, p.271). “a investigação qualitativa supõe adoção de determinadas concepções filosóficas e científicas e formulas específicas de coleta de análise”. De fato, nesta pesquisa parte-se de uma visão do ser humano, o que implica em um embasamento teórico que possibilita entender o grupo estudado a partir da sua experiência com mundo do trabalho.

Neste sentido, foi elaborado pela pesquisadora um questionário padronizado com perguntas fechadas (Parte II), para fazer um paralelo com ações profissionais. Buscou-se na construção do questionário vincular o cotidiano das pessoas ao seu trabalho, a fim de colher a experiência, o vivido de cada um com sua escolha profissional.

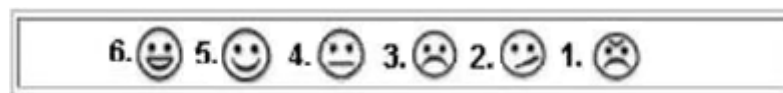
Para cada variável há quatro perguntas distribuídas em quatro repetições vinculando-as ao contexto profissional, independente do trabalho ser intelectual ou braçal. Assim, o questionário foi composto por 60 (sessenta) questões que formam um arranjo estatístico. Ao final do questionário II há um quadro de soma da pontuação correspondente a cada variável e seu total dividido por quatro, que é o número de repetições. Busca-se com as quatro sequencias de perguntas revelar o nível de concordância na projeção com a variável que faz menção a satisfação profissional.

As perguntas colocadas na primeira pessoa do singular oportunizam expressar como cada um pensa a si mesmo, como se projeta, como se vê e como sente sua ação profissional.

Outro aspecto do instrumento de avaliação é que a numeração da resposta é relacionada a uma expressão facial que expressa uma emoção. O objetivo desta escolha se deu para ativar assim, a impressão organísmica<sup>14</sup> do entrevistado, antes de formas mentais.

---

<sup>14</sup> “...Contexto psicobiológico e espiritual. Presença do Em Si ôntico no organismo humano”.Conforme,



As seis expressões acima foram utilizadas abaixo de cada pergunta, atribuindo-se os seguintes significados: 6 – muito satisfeito; 5 – satisfeito, 4 – indiferente; 3 – insatisfeito; 2 – decepcionado e 1 – muito insatisfeito.

Embora não fizesse parte da pesquisa padronizada, em algumas Empresas, após os entrevistados responderem ao questionário de Satisfação Profissional e, à medida que havia tempo e disponibilidade de ambos, a pesquisadora perguntou para algumas pessoas o que acharam do questionário ou como foi para respondê-lo.

### 3.2 AMOSTRAS, ANÁLISES DE INFORMAÇÕES, FREQUÊNCIA E CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS DA PESQUISA

A amostra ocorreu pela conveniência, uma vez que dependeu da autorização dos empresários ou dirigentes das empresas. Acordou-se previamente com empresas e entrevistados que o anonimato seria preservado. Para fins de estudo, as empresas foram denominadas por letras, seguidas das unidades da federação, área de atuação e número de entrevistados – Tabela 1.

**Tabela 1 – Denominação das empresas**

EMPRESAS	ESTADO DO BRASIL	ÁREA DE ATUAÇÃO	104 ENTREVISTADOS
A	RS	Instituição de ensino	28
B	DF	Refrigeração e assistência técnica	19
C	SP	Recrutamento e seleção	10
D	DF	Comunicação interativa	11
E	RS	Automação	5
F	DF	Investimentos financeiros	8
G	SC	Serviços de tecnologia da informação	14
H	RS	Farmácia de manipulação	6
I	DF	Clínica médica	3

Fonte: informações coletadas pela pesquisadora

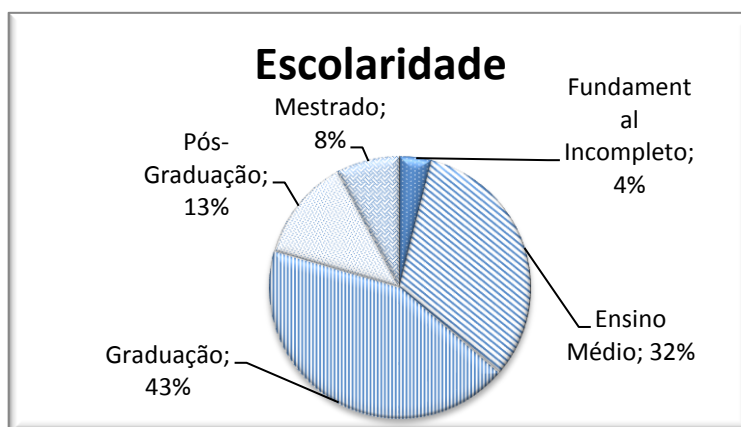
Para análise dos dados quantitativos do Questionário (Anexo I) - Parte I e II, os dados foram organizados, agrupados e tabulados em planilha eletrônica Excel e Software de Estatística Action 2.5.

Em caso de alguma variável dar empate na análise utilizou-se o critério de desempate pela maior porcentagem dentro da variável, ou seja, maior quantidade de respostas “6”.

Do público pesquisado, 59% são do sexo masculino e 41% do sexo feminino.

O Gráfico 1, mostra a escolaridade da amostra de entrevistados, composta por 4% com ensino fundamental incompleto, 32% com ensino médio, 43% com graduação, 13% pós-graduados e 8% com mestrado.

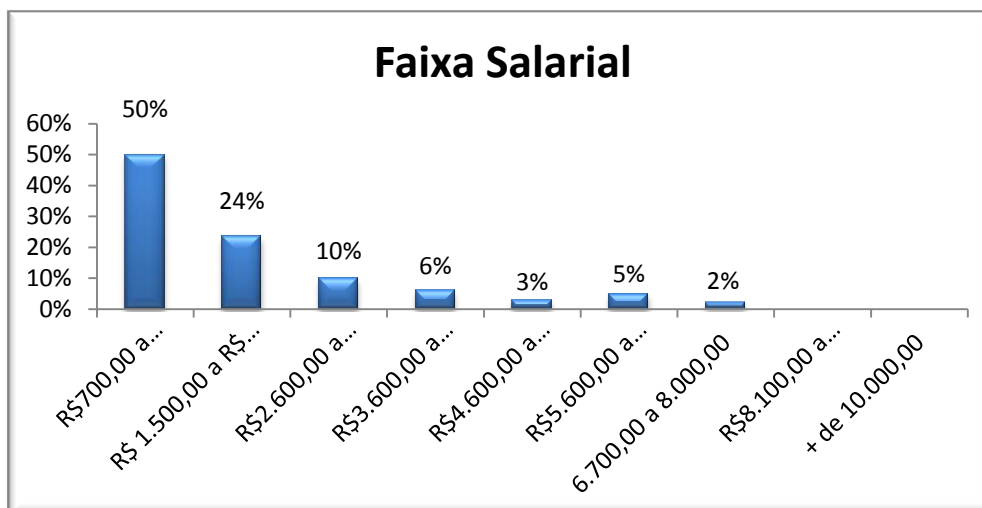
**GRÁFICO 1 – Escolaridade**



Fonte: informações coletadas pela pesquisadora.

No aspecto remuneração a maior parte dos entrevistados, 50% se enquadra na faixa salarial R\$ 700,00 a R\$ 1.400,00, mesmo que 43% da amostra tenha nível escolar em graduação – Gráfico 2.

**GRÁFICO 2 – Faixa Salarial**



Pelos dados percebe-se também o tempo dos pesquisados no mercado de trabalho, que varia de 7 meses até 22 anos. Sabendo que os pesquisados com maior idade era de 33 anos, evidencia-se que para alguns o início da vida profissional se deu aos 11 anos de idade.

A pesquisa identificou 50 profissões – Tabela 2.

**TABELA 2 – Profissões**

<b>NOME DAS PROFISSÕES</b>	<b>Nº PROFISSÕES</b>	<b>PESSOAS POR PROFISSÃO</b>	<b>TOTAIS EM %</b>
ADMINISTRADOR	1	1	1%
ADMINISTRADOR DE REDE	1	1	1%
AGENTE AUTÔNOMO DE INVESTIMENTOS	1	1	1%
ANALISTA DE RH	1	5	5%
ANALISTA DE RH JUNIOR	1	1	1%
ANALISTA DE SISTEMAS	1	2	2%
ANALISTA DE SUPORTE	1	1	1%
ANALISTA LOGÍSTICO	1	1	1%
ASSESSOR DE INVESTIMENTOS	1	1	1%
ATENDENTE	1	1	1%
ATENDENTE DE LAB. INFORMÁTICA	1	1	1%
ATENDIMENTO DE PROJETOS E PROFESSORA	1	1	1%
AUXILIAR TÉCNICO EM REFRIGERAÇÃO	1	1	1%
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	1	13	12%
AUXILIAR DE AGROINDÚSTRIA	1	1	1%
AUXILIAR DE BIBLIOTECA	1	1	1%
AUXILIAR DE ENFERMAGEM	1	1	1%
AUXILIAR DE LABORATÓRIO	1	4	4%
AUXILIAR DE PROFESSOR	1	1	1%
AUXILIAR DE REFRIGARAÇÃO	1	3	3%
AUXILIAR FINANCEIRO	1	2	2%
AUXILIAR TÉCNICO	1	2	2%
CAIXA	1	1	1%
CONFERENCISTA DE QUALIDADE	1	1	1%
CONSULTOR DE IMPLANTAÇÃO DE SOFTWARE	1	4	4%
COORDENADOR DE CURSO	1	1	1%
DESENVOLVEDOR	1	3	3%
DESIGNER	1	4	4%
EMPRESÁRIO	1	2	2%
ESTAGIÁRIA	1	4	4%
FAXINEIRA	1	1	1%
GERENTE DE OPERAÇÕES	1	1	1%

.....

.....

NOME DAS PROFISSÕES	Nº PROFISSÕES	PESSOAS POR PROFISSÃO	TOTAIS EM %
IMPLANTADOR DE SISTEMAS	1	1	1%
INSTALALADOR DE AR CONDICIONADO	1	1	1%
JORNALISTA E ASSESSORA DE IMPRENSA	1	1	1%
MECÂNICO DE AR CONDICIONADO	1	2	2%
MOTORISTA	1	2	2%
PROFESSOR (A)	1	10	9%
PROGRAMADOR	1	3	3%
PSICÓLOGA	1	1	1%
PUBLICITÁRIO	1	3	3%
RECEPCIONISTA	1	1	1%
SUORTE	1	1	1%
TÉCNICO AGRÍCOLA	1	1	1%
TÉCNICO EM AGROPECUÁRIA	1	2	2%
TÉCNICO EM INFORMÁTICA	1	1	1%
TÉCNICO EM REFRIGERAÇÃO	1	4	4%
TECNICO EM SUPORTE	1	2	2%
VENDEDOR	1	2	2%
VIGIA	1	1	1%
<b>TOTAIS</b>	<b>50</b>	<b>107</b>	<b>100%</b>

Fonte: informações coletadas pela pesquisadora.

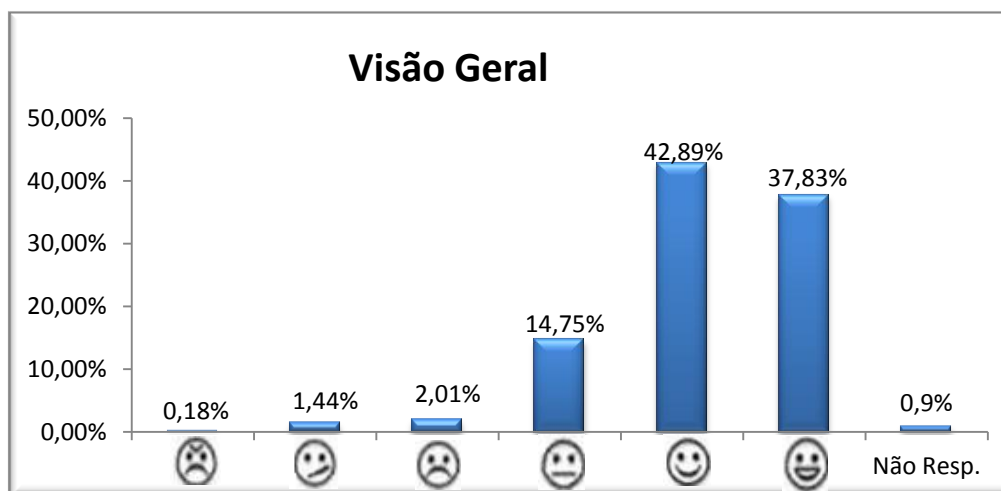
Em algumas empresas os jovens relataram ter outro emprego. Assim, optou-se por descrever todos, não limitando a profissão desenvolvida na empresa em que a pesquisa se realizava. Deste modo, chegamos ao número cento e sete profissões, embora trabalhou-se com 102 questionários válidos. Observa-se que apenas 1% dos pesquisados ocupa cargo gerencial.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 VISÃO GERAL

A visão geral configura-se em 37,86% respondendo que estão muito satisfeitos (6) e 42,89% satisfeitos (5); 14,75% demonstraram-se indiferentes (4) ; 2,01% insatisfeitos (3); 1,44% estão decepcionados com o trabalho que realizam (2) e 0,18% muito insatisfeitos (1). Os 0,9% são as questões deixadas em branco pelos pesquisados - Gráfico 3.

GRÁFICO 3 – Visão geral



Fonte: informações coletadas pela pesquisadora

A partir da visão geral, tem-se o dado de 37,86% das pessoas como muito satisfeitas profissionalmente.

Somando os que se percebem muito satisfeitos com os satisfeitos, obtém-se o percentual de 80,72% de projeção positiva com o momento atual da profissão. Lê-se também, que 18,38% não se veem satisfeitos, uma vez que a indiferença - 14,75%, denota expressão de fator negativo do momento profissional. Conforme Dicionário Aurélio, indiferença<sup>15</sup>: “que demonstra desinteresse por algo ou alguém, ou não lhe dá atenção. Insensível às coisas ou pessoas em geral, apático”.

O local da aplicação da pesquisa pode ser um fator à não isenção de consequências das respostas. O aspecto da pesquisa ter sido presencial e realizada dentro da empresa em que os jovens atuam, pode ter influenciado para os índices de resposta positiva. Por isso, pode-se questionar a veracidade do alto grau de satisfação. Dos 102 pesquisados, 80,72% se percebem satisfeitos (37,83% + 42,89%). Porém, 84% possuem remuneração inferior a quatro salários mínimos e destes, 64% são graduados e pós-graduados. As variáveis 6- Sucesso Profissional e 5 – Assertividade atingiram os menores índices, 68% e 62%, respectivamente. Lendo o cruzamento destes dados pode-se inferir que temos uma amostra da geração Y com nível superior ganhando pouco e parte dela, 38% reconhecendo-se com dificuldade em ser assertivo e 32% sem sucesso profissional.

Outra hipótese que este cruzamento de informações sugere é correlacionar a tendência

<sup>15</sup> Versão digital/eletrônica.

desta geração, conforme pesquisa *on line* (Vasconcelos, 2010) já citada neste trabalho, a âncora de carreira “Estilo de Vida”. Esta aponta para o equilíbrio entre a vida profissional e vida pessoal. Este aspecto inquieta as gerações precedentes que empregam os jovens Y e provoca conflitos no meio profissional.

Outro ponto são cargos ocupados pelos jovens. A amostra não reflete nada próximo ao anunciado em revistas e jornais citados na revisão bibliográfica deste estudo (20% dos cargos gerenciais ocupados por jovens Y). Encontrou-se 2% somando um gerente a um coordenador de curso, profissão que pode ser atribuída ao nível gerencial.

As perguntas que compuseram cada uma das quinze variáveis formaram um arranjo estatístico com quatro repetições referente às temáticas pesquisadas. Deste modo, optou-se por nomear cada uma das variáveis a partir do grupo de perguntas pela afinidade que apresentam.

Assim, o conjunto de perguntas - 1- Quando saio para trabalhar sinto... 16- Uso meu meio profissional para me aprimorar como pessoa? 31- Minhas decisões profissionais refletem o que eu acredito? 46 - Minhas escolhas profissionais correspondem ao que eu acredito? - foi nomeado como **1- Atitude para o trabalho.**

O grupo das perguntas: 2 - Minha atividade profissional me faz uma pessoa mais ativa? 17 - Minhas ações trazem novas oportunidades profissionais? 32 - Me sinto dinâmico na profissão que escolhi... 47 - O meu trabalho me faz uma pessoa melhor? - foi nomeado como **2- Ação Integrada.**

O grupamento das perguntas: 3 – Sou útil profissionalmente? 18 - Meu trabalho faz minha inteligência se desenvolver? 33 - Me sinto útil na profissão que escolhi? 48 – Me identifico com o que faço? – foram nominados **3 – Saber Ser Útil.** O resultado mostrou que 93% sentem-se úteis. Em três Empresas esta característica atingiu níveis mais altos, Empresa A (RS) com 97,32%, Empresa E com 100% e, Empresa I também com 100%. Pode-se dizer que nesta variável, o trabalho identifica e exalta as pessoas. A inteligência se desenvolve a partir do trabalho realizado e as pessoas se sentem úteis.

Nomeou-se de **4 - Responsabilidade com a Carreira** – ao grupo das perguntas: 4 - Busco ampliar possibilidades para incrementar minha carreira? 19- Invisto no que me interessa profissionalmente... (tempo, estudo, pessoas, formação, capacitação, titulação, etc.), 34 - Minhas decisões abrem caminho para que meu potencial aconteça? 49 - Invisto no que me interessa para crescer na minha carreira? Percebeu-se que em questionários que apresentavam baixa satisfação, as perguntas desta variável apareciam sempre com menor pontuação.

O conjunto de perguntas nominadas como **5 - Assertividade**, vinculada ao contexto profissional, reporta-se a escolha de prioridades, trabalho organizado, o saber investir apenas o tempo exato necessário a cada atividade. Esta variável foi encontrada em 62% dos pesquisados. Os demais, 34% tem dificuldade em hierarquizar ou priorizar o que é mais importante a cada momento. Perdem a lógica do que lhes serve na ordem das prioridades.

As quatro perguntas agrupadas, nominadas como **6 - Sucesso Profissional** - refletem no seu conjunto 68% das respostas. Esse agrupamento de perguntas vinculadas a esta variável, embora similares, apresentam disparidades internas de pontuação. Na Tabela 5, seguem gráficos de resposta de cada questão.

**Tabela 5 – Gráficos das questões: Sucesso Profissional**

<p>Questão 6 - Me considero vencedor profissionalmente?</p>	<p>Questão 21 - Obtenho sucessos quando quero algo para minha carreira?</p>																																
<p><b>Questão 6</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Opção</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>31%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Não Resp.</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Opção	Porcentagem	1	0%	2	1%	3	6%	4	31%	5	36%	6	25%	Não Resp.	1%	<p><b>Questão 21</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Opção</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>39%</td> </tr> <tr> <td>Não Resp.</td> <td>1%</td> </tr> </tbody> </table>	Opção	Porcentagem	1	0%	2	1%	3	1%	4	13%	5	45%	6	39%	Não Resp.	1%
Opção	Porcentagem																																
1	0%																																
2	1%																																
3	6%																																
4	31%																																
5	36%																																
6	25%																																
Não Resp.	1%																																
Opção	Porcentagem																																
1	0%																																
2	1%																																
3	1%																																
4	13%																																
5	45%																																
6	39%																																
Não Resp.	1%																																
<p>Questão 36 - Me percebo bem sucedido profissionalmente?</p>	<p>51- Reconheco oportunidades e faço escolhas vencedoras?</p>																																
<p><b>Questão 36</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Opção</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Não Resp.</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Opção	Porcentagem	1	1%	2	1%	3	9%	4	34%	5	41%	6	12%	Não Resp.	2%	<p><b>Questão 51</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Opção</th> <th>Porcentagem</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Não Resp.</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Opção	Porcentagem	1	0%	2	3%	3	1%	4	19%	5	50%	6	25%	Não Resp.	2%
Opção	Porcentagem																																
1	1%																																
2	1%																																
3	9%																																
4	34%																																
5	41%																																
6	12%																																
Não Resp.	2%																																
Opção	Porcentagem																																
1	0%																																
2	3%																																
3	1%																																
4	19%																																
5	50%																																
6	25%																																
Não Resp.	2%																																

Fonte: informações coletadas pela pesquisadora.

Observa-se que a questão 21 – “Obtenho sucesso quando foco em algo na minha carreira?” atinge 84% de satisfação contra 14% de insatisfação. Já a questão 36 – “Me percebo bem sucedido profissionalmente?” atinge apenas 53% de satisfação contra 45% de



insatisfação. Avaliando os percentuais da questão 51 - “Reconhece oportunidades e faz escolhas vencedoras?” sobe para 76% de satisfação contra 23% de insatisfação. Evidencia-se a seguinte contradição: que quando focam em algo na carreira obtém satisfação, sabem reconhecer oportunidades e fazem escolhas vencedoras, porém, não se reconhecem bem sucedidos profissionalmente. Na Empresa A (RS) esta variável foi a mais baixa, atingindo 74,11%.

**7 - Prazer em Trabalhar**, reflete-se em 87% dos pesquisados no seguinte conjunto de perguntas: 7- Sinto alegria na minha escolha profissional? 22 - É agradável minha relação com o trabalho? 37 – Sinto prazer em trabalhar? 52 – Vivo as alegrias da minha profissão?

O conjunto de perguntas agrupadas na variável **8 - Criatividade** é: 8 - Sou criativo no meu trabalho? 23 – Quando estou satisfeito por completar um trabalho, invisto minha disposição para outro mais relevante? 38 - Me mantenho em harmonia e equilíbrio no trabalho? e, 53 - Meu trabalho ativa minha criatividade? 86% dos jovens pesquisados consideram esta variável nas suas atividades profissionais.

Na variável **9 – Superação** foi agrupada nas perguntas: 9 – Sei quem sou independente das funções que realizo no trabalho?, 24 – Vou além, não me fixo nos problemas ou dificuldades, busco transcendê-los para obter soluções e resultados..., 39 - Sei quem sou independente do trabalho que realizo? e, 54 – Consigo ultrapassar as dificuldades do cotidiano profissional? A superação remete a transcender os aspectos repetitivos, rotineiros ou problemáticos do cotidiano das pessoas.

A variável **10 – Identidade** é constituída pelo conjunto das perguntas 10 - Minha historia de vida está acontecendo através do que realizo... 25 – Me identifico com meu contexto profissional... 40 - O que faço no meu trabalho me fortalece na vida... 55 – Minha inteligência está conectada ao meu trabalho? O princípio de identidade revela a relação com o todo a partir do que cada um é. Traz o caráter metafísico.

As variáveis superação e identidade foram percebidas por 83% dos pesquisados.

Nomeou-se como **11 – Pertencimento** as perguntas que buscaram refletir a relação o indivíduo com seu contexto profissional através do seguinte grupo das perguntas: 11 - Sinto que pertenço ao mundo profissional... 26 – Sinto-me conectado com meu meio profissional? 41 – Meu trabalho me conecta com a humanidade? 56 – Utilizo minhas habilidades para tornar o mundo um lugar melhor de se viver? A percepção de pertencimento revelou-se em 78% dos pesquisados.

A variável **12 – Escolha Atual** é representada pelo conjunto das perguntas 12 –Sinto que escolhi o lugar certo para trabalhar... 27 – Considerando minha vida, sinto que escolhi o

lugar certo para trabalhar neste momento? 42 – Estou na profissão certa fazendo o que me realiza 57 – Aproveito as oportunidades atuais para me realizar profissionalmente? Esta variável remete ao momento do atual trabalho e por consequência pode revelar a satisfação com a empresa escolhida pelo pesquisado para trabalhar. O objetivo da variável não é avaliar a empresa, mas o momento histórico do pesquisado.

Já a variável **13 – Equilíbrio** tem o seu resultado com base no conjunto das perguntas 13 - Acho que me apresenta fisicamente com cuidados e roupas adequadas pela função que exerço? 28 – Mantenho minha área de trabalho arrumada? 43 - O modo como me apresento valoriza meu potencial profissional? 58– Ajo com equilíbrio no trabalho? Buscou-se com estas perguntas pesquisar a proporção das partes no conjunto das ações.

A variável **14 –Crescimento.** Buscou-se vincular a história de vida com as escolhas realizadas através do grupo das perguntas: 14 – O meu trabalho é uma realização? 29 – Minhas escolhas tem foco no desenvolvimento e ampliação do meu potencial profissional? 44 – Minhas ações convergem para o que eu desejo alcançar no trabalho? 59 – Meu comportamento corresponde a minha ambição?

As variáveis equilíbrio e crescimento foram percebidas em 80% do pesquisados.

Na variável **15 – Escolha Profissional** buscou-se questionar se a escolha profissional fazia menção ao projeto existencial. Deste modo, como missão de vida. Traduziu-se no conjunto das perguntas: 15 - Minha escolha profissional pode ser considerada uma missão na minha vida... 30 – Meu trabalho está a serviço da humanidade? 45–Cumpro uma missão de vida ao realizar o meu trabalho... 60- Percebo crescimento pessoal pelo trabalho que realizo?

O – Saber Ser Útil – foi apontado por 93% dos pesquisados enquanto que – Assertividade - foi a variável de menor identificação com 62%. Esse resultado remete a uma contradição: é como se os pesquisados dissessem: “sei ser útil, só que não sou assertivo”. A variável Assertividade chega a apenas 62% representa que, 38% têm dificuldade em hierarquizar ou priorizar o que é mais importante a cada momento. Assim, ao se perderem da lógica do que lhes serve na ordem das prioridades, deixam de ser assertivos. A informação corrobora a percepção clínica da pesquisadora a cerca da tendência na dispersão por influências externas que os jovens Y têm ao se perderem nas redes sociais, nos modelos midiáticos, na hiper-valorização dos afetos, aparências e relações.

#### 4.2 A OPINIÃO DOS JOVENS Y SOBRE O QUESTIONÁRIO DA ENTREVISTA

Em diálogos com diversos jovens que responderam à pesquisadora o que haviam achado do questionário, obtiveram-se alguns relatos, a seguir transcritos:

*“Muito bom, não é aquele padrão de bom, muito bom, parece que é para o espírito falar”* (Empresa A).

*“Ao responder me vi encontrando minhas respostas aos meus questionamentos, a partir da metade do questionário”* (Empresa A).

*“É legal porque ao final você percebe o seu momento profissional”* (Empresa C).

*“As perguntas são bem do dia-a-dia, perguntas que a gente não se faz, mas que é o que acontece o tempo todo”* (Empresa C).

*“Achei bem legal porque conecta o que você faz com que você sente”* (Empresa C).

*“Achei bem completo o questionário, legal, gostei”* (Empresa C).

*“Eu me senti mais deprimido”* (Empresa C).

*“Achei bem importante, as perguntas para gente pensar no que está fazendo e como faz e que no dia-a-dia não se percebe”* (Empresa D).

*“Tem dias que o pessoal se mistura com profissional. Por exemplo, hoje percebi que podia me arrumar melhor, mas se não tô bem nada adianta, nada parece ficar bem”* (Empresa E).

*“Tranquilo, ultimamente tenho feito estas perguntas para mim”* (Empresa E).

Apesar de serem relatos opinativos, as respostas confirmam que as perguntas correlacionadas às características abrangem o cotidiano das pessoas no âmbito das suas profissões. Os entrevistados fizeram o “espírito falar”, usando uma das expressões mais espontâneas ouvidas e isso reflete bem o sentido da pesquisa. Há indicativos que avaliação da satisfação ultrapassou padrões convencionais atingindo ações de vida, e abrangendo o aspecto humano da satisfação.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Após a revisão bibliográfica que descreveu as gerações e correlacionou anos de nascimento e juventude aos principais fatos mundiais que determinaram os *coortes*, buscou-se situar estas gerações e os principais fatos internacionais à realidade do contexto brasileiro. Assim, compreendeu-se que cada geração, ao seu tempo e contexto tem linhas gerais que as caracterizam, porém, evitou-se neste estudo caracterizar as gerações brasileiras a partir das americanas, ainda que tenham algumas características comuns e influência do modelo americano. Considera-se que a revisão de bibliografia fez a pesquisadora perceber que existe uma lacuna no conhecimento da formação das gerações brasileiras. A base de muitos estudos publicados no Brasil sobre gerações é a partir da bibliografia americana disponível no

mercado editorial brasileiro.

Ainda no estudo das gerações pode-se concluir que independente do tempo e do contexto, os jovens anseiam por se realizar. Os movimentos juvenis clamam pelo novo a partir da necessidade de romper com modelos ultrapassados. Dos Tradicionalistas até a geração X houve lutas e manifestações coletivas para alcançar maior liberdade política, econômica e social. A geração Y vive os reflexos das conquistas das gerações precedentes. Pode canalizar sua energia, disposição e sentido de liberdade para a própria carreira, sem se alienar aos fatos sociais, culturais, políticos e econômicos, se assim escolher. O mundo do trabalho parece ser o local propício para iniciativas que busquem autonomia, liberdade de ação e criação. Porém, até que ponto está geração quer isso? Até que ponto a herança recebida não se torna ponto de apoio para acomodação e exaltação de um estilo de vida que prima pelo equilíbrio entre vida profissional e pessoal, buscando ascensão e remuneração sem maiores sacrifícios?

Além dos *coortes* que definem uma geração, elas se formam pela rede discursiva do meio em que vivem. Desde Psicanálise até as abordagens mais contemporâneas sabe-se que os jovens captam o inconsciente reprimido dos adultos e executam. Assim, pode-se dizer que ao compreender a geração Y, lê-se o reprimido das gerações precedentes.

Realizar a pesquisa dentro das empresas fez perceber que pode gerar desconfiança, inibição ou coação aos pesquisados e deste modo à pesquisa pode ter um viés amostral de parcialidade a ser considerado na análise dos resultados. Por este aspecto sugere-se também considerar o grau de liberdade que um colaborador sente ao responder uma pesquisa de clima dentro do seu local de trabalho. Mas talvez, também corrobore com o modo com que a geração Y enfrenta suas batalhas. Neste ano de 2013, em protestos ocorridos no país em busca de melhorias de transporte e educação, os jovens aparecem com os rostos cobertos. Além disso, não aparecem os nomes dos promotores, dos líderes e nem mesmo os que dá início e começa chamar as pessoas através das redes sociais para as manifestações. Já se compreendeu que esta geração prefere não responder em primeira pessoa, sente-se mais confortável com o anonimato. Compreendido isso se abre a perspectiva de um novo estudo com a realização de pesquisa *on line* com o mesmo questionário para comparar os dados.

Percebe-se que as informações produzidas no estudo são contribuições para os jovens Y darem-se conta do modo como estão e a partir daí utilizarem-se disso para aperfeiçoar a própria *performance* profissional. As informações também contribuem com as gerações precedentes a geração Y, uma vez que estão com ela no mercado de trabalho, através da forma da gestão das empresas.

À medida que se construiu e aplicou um instrumento de avaliação a partir das referências teóricas estudadas, pode-se constatar que se respondeu ao objetivo específico de desenvolver um instrumento de avaliação da satisfação profissional. Assim, contribui-se com o questionário composto por variáveis complementares: Atitude para o Trabalho, Ação Integrada, Saber ser Útil, Responsabilidade com a Carreira, Assertividade, Sucesso Profissional, Prazer em Trabalhar, Criatividade, Superação, Identidade, Pertencimento, Escolha Atual, Equilíbrio, Crescimento e Escolha Profissional. Considera-se que o método utilizado e as abordagens humanista, existencialista e a ciência ontopsicológica, demonstraram-se sensíveis ao mundo do trabalho e às escolhas profissionais. Bem como, as variáveis pesquisadas possibilitam um novo olhar sobre a avaliação da satisfação profissional. Contudo, este é um primeiro ensaio, algumas questões podem apresentar falhas de correlação. Trabalhou-se com especial atenção e cuidado para não restringir ou padronizar o tema ao trazê-lo para a aplicabilidade. Ao elaborar as perguntas buscou-se o sentido das ações no trabalho e com o trabalho.

Constata-se, também, que com os relatos pós-pesquisa, as pessoas tiveram uma experiência reflexiva. Ao responder o questionário houve a oportunidade de autoconhecimento sobre o comportamento no atual trabalho. Oportunizou a expressão na primeira pessoa do singular com um instrumento que projeta a percepção que cada um tem sobre si, servindo como estímulo às manifestações de autoimagem.

Avalia-se que o questionário teve dificuldade de compreensão com os colaboradores com nível de escolaridade fundamental incompleto. Portanto, desfavorável a este público.

Observa-se que este trabalho abre a perspectiva de mais estudos visando preencher a lacuna do conhecimento da formação das gerações brasileiras; no desenvolvimento do instrumento de avaliação da satisfação profissional que foi desenvolvido; e também com as características das empresas pesquisadas. Em especial a Empresa A que demonstra no resultado estatístico o maior nível de satisfação e é a única não situada em capital, ao contrário, situa-se distante de grandes centros.

Conclui-se que este estudo serviu muito mais do que pré-requisito para conclusão do MBA *Business Intuition* – Identidade Empresarial. Considera-se que foi uma excelente oportunidade de aprofundar uma parte do conhecimento, ao qual se obteve contato nos dois anos de curso. A pesquisa enriqueceu a aprendizagem da teoria ao chegar à forma prática, dentro das ações e do cotidiano das pessoas. Além disso, ressalta-se que o desafio proposto superou as expectativas iniciais e foi de relevante importância pessoal e profissional para a pesquisadora.



## 6 REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, Nicola. Projeto. In: **Dicionário de Filosofia**. 2 ed. Tradução de Alfredo Bosi. São Paulo: Mestre Jou, 1982. p. 768.

ARCARY, Valério. **Peculiaridade da história política do Brasil contemporâneo**: notas para um balanço do ciclo de supremacia do PT e da CUT. DOSSIÊ - América Latina: nova fase de múltiplos embates. Disponível em: [http://www.pucsp.br/neils/downloads/pdf\\_19\\_20/12.pdf](http://www.pucsp.br/neils/downloads/pdf_19_20/12.pdf). Acesso em: 18/05/2013.

ARNS, Paulo E. (Org.) A origem do Regime Militar. In: **Brasil: nunca mais**. 5º Ed. Petrópolis: Ed.Vozes, 1985, p.53-59.

CORDEIRO, Helena Talina Dante. **Perfis de carreira da geração Y. Dissertação**. Programa de Pós Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/>>. Acesso em 29/12/2012.

GROF, S.; GROF, C. (Orgs.). **Emergência Espiritual**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1989, p.270.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE – População – Censo demográfico 1960 e 1970. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>; Acesso em: 23/06/2013.

JAKES, Maria da Graça. Identidade de trabalho. In: CATTANI, Antonio David (Org.). **Trabalho e Tecnologia**: dicionário crítico. Petrópolis: Vozes; Porto Alegre: Ed. Universidade, 1997. p. 127-131.

KILIMNIK, Zélia Miranda et al. **Carreiras em transformação e seus paradoxais reflexos nos indivíduos**: metáforas de carreira e de competências. *Comportamento Organizacional de Gestão*, Belo Horizonte, 2006, v. 12, n.º 2, 257-280. Disponível em: <<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/cog/v12n2/v12n2a08.pdf>>. Acesso em:15/11/2012.

KNABEM, Andrea. **Trajatória profissional e âncoras de carreira de Edgar Schein**: traçando possíveis relações. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PPSI0199.pdf>>. Acesso em: 15/11/12.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 312 p.

LANCASTER, Lynne C.; STILLMAN, Dsavid. **O Y da Questão**: como a geração Y está transformando o mercado de trabalho; Tradução Leandro Woyakoski. São Paulo: Saraiva 2011. 264 p.

LUNA, D. **Brasil é tetracampeão em felicidade, indica pesquisa da FGV**. Seção Equilíbrio

e Saúde. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/1058447-brasil-e-tetracampeao-em-felicidade-indica-pesquisa-da-fgv.shtml>>. Acesso em: 10Nov2012.

LEITÃO, Miriam. **Saga brasileira**: a longa luta de um povo por sua moeda. 4. ed. Rio de Janeiro: Record. 2011. 476 p.

MASLOW, Abraham Harold. **Diário de negócios de Maslow**. Organizado por Deborah C. Stephens; Tradução Nilza Freire. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003. 323 p.

MATOS, C. **20% dos gerentes do país têm menos de 35 anos**. Seção Mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/833835-20-dos-gerentes-do-pais-tem-menos-de-35-anos.shtml>>. Acesso em: 03Mar2012.

MAY, Rollo. **A descoberta do ser**: estudos sobre a psicologia existencial. 2 ed. Tradução de Claudio G. Somogyi. Rio de Janeiro: Rocco, 1988. 199 p.

MENEGHETTI, Antônio. **Os jovens e a ética ôntica**. Tradução Ontopsicologica Editora Universitária. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editora Universitária, 2013, 196 p.

\_\_\_\_\_. **Psicologia Impresariale**. Capítulo: Identità, Società e Azione, tradução nossa. Foil. Marudo- Itália, 2010.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia Ontopsicologia**. 2. ed. Tradução Ontopsicologica Editrice. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editrice, 2005, 408 p.

\_\_\_\_\_. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Tradução Ontopsicologica Editrice. Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2012. 288 p.

\_\_\_\_\_. **O Em Si do Homem**. Tradução Ontopsicologica Editrice. 5. Ed. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editrice, 2004. 278 p.

\_\_\_\_\_. **O Critério Ético do Humano**. Tradução Maria Luisa Andreola; Porto Alegre, Ontopsicológica Editrice, 2002. 202 p.

\_\_\_\_\_. **Manual de Ontopsicologia**. Tradução Ontopsicologica Editora Universitária. 4. Ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Ed., 2010. 520 p.

\_\_\_\_\_. **Projeto Homem**. Tradução e revisão Cláudia Montenegro e Gabriela Rockenbach. 3. Ed. Recanto Maestro, RS: Ontopsicologica Editora Universitária, 2011. 310 p.

MEZOU, H. et all. Projeto Formação do Líder Autêntico. Disponível em: <http://www.portalodm.faculdadeam.edu.br/projetos.php>, Acesso em 15mai2013.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y**: O nascimento de uma nova versão de líderes. São Paulo: Integrar Editora, 2010.152p.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras. 2006, 435 p.

VASCONCELOS, Kátia C. et al. **A Geração Y e suas Âncoras de Carreira**. 2010. Disponível em: <http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/197-751-1-pb.pdf>. Acesso em: 03/11/2012.

SANTOS, Cristiane Ferreira dos. et al. **O Processo Evolutivo entre as Gerações X, Y e baby boomers.** In: XIV SemeAd SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 10, 2011. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhos-PDF/221.pdf>>. Acesso em: 03Nov2012.

SOUZA, Rainer. **Reflexos da cultura hippie no Brasil.** Disponível em: <http://educador.brasilecola.com/estrategias-ensino/reflexos-cultura-hippie-no-brasil.htm>. Acesso em: 08Jul2013.





## 7 ANEXO I

### QUESTIONÁRIO: SATISFAÇÃO PROFISSIONAL

#### Parte I – Dados:

Iniciais do nome: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Sexo: ( ) masculino ( ) feminino

Idade: \_\_\_\_\_

Escolaridade: ( ) Nível Médio ( ) Graduação em \_\_\_\_\_

( ) Pós-graduação ( ) Mestrado ( ) Doutorado

Profissão: \_\_\_\_\_

Com quem reside: ( ) Familiares ( ) Esposo/a ( ) Amigos ( ) Outros

Local em que trabalha: \_\_\_\_\_

Tempo no mercado de trabalho: \_\_\_\_\_

Tempo na empresa atual: \_\_\_\_\_

Faixa Salarial:

( ) R\$700,00 a 1.400,00 ( ) 1.500,00 a 2.500,00 ( ) 2.600,00 a 3.500,00

( ) 3.600,00 a 4.500,00 ( ) 4.600,00 a 5.500,00 ( ) 5.600,00 a 6.600,00

( ) 6.700,00 a 8.000,00 ( ) 8.100,00 a 10.000,00 ( ) + de 10.000,00

#### Parte II – Perguntas objetivas:

Responda às perguntas como sente:

1 - Quando saio para o trabalho sinto...

6. 😊	5. 😊	4. 😐	3. 😞	2. 😞	1. 😞
------	------	------	------	------	------

2 - Minha atividade profissional me faz uma pessoa mais ativa?

6. 😊	5. 😊	4. 😐	3. 😞	2. 😞	1. 😞
------	------	------	------	------	------

3– Sou útil profissionalmente?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

4 - Busco ampliar possibilidades para incrementar minha carreira?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

5 - Sei escolher a prioridade de cada momento?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

6- Me considero vencedor profissionalmente?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

7 – Sinto alegria na minha escolha profissional?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

8 – Sou criativo no meu trabalho?

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

9 – Sei quem sou independente das funções que realizo no trabalho...

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

10 – Minha história de vida está acontecendo através do que realizo...

6. 😊 5. 😄 4. 😐 3. 😞 2. 😓 1. 😡

11- Sinto que pertenço ao mundo profissional...

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

12 – Sinto que escolhi o lugar certo para trabalhar...

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

13 – Acho que me apresento fisicamente com cuidados e roupas adequadas pela função que exerço?

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

14 – O meu trabalho é uma realização?

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

15 - Minha escolha profissional pode ser considerada uma missão na minha vida...

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

16 – Uso o meio profissional para me aprimorar como pessoa?

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

17 – Minhas ações trazem novas oportunidades profissionais?

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

18 – Meu trabalho faz minha inteligência se desenvolver?

6. 😄 5. 😊 4. 😐 3. ☹️ 2. 😞 1. ☹️

19 – Invisto em que me interessa profissionalmente... (tempo, estudo, pessoas, formação,

capacitação, titulação, etc.)

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

20 – Meu trabalho é organizado?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

21 - Obtenho sucesso quando foco em algo para minha carreira?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

22 – É agradável minha relação com o trabalho?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

23 – Quando estou satisfeito por completar um trabalho, invisto minha disposição para outro mais relevante...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

24 – Vou além, não me fixo nos problemas ou dificuldades, busco transcendê-los para obter soluções e resultados...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

25 – Me identifico com meu contexto profissional...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

26 – Sinto-me conectado com seu meio profissional?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

27 – Considerando minha vida, sinto que escolhi o lugar certo para trabalhar neste momento?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

28 – Mantenho minha área de trabalho arrumada...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

29 – Minhas escolhas tem foco no desenvolvimento do meu potencial profissional?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

30 – Meu trabalho está a serviço da humanidade?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

31 - Minhas decisões profissionais refletem o que eu acredito?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

32 – Me sinto dinâmico na profissão que escolhi...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

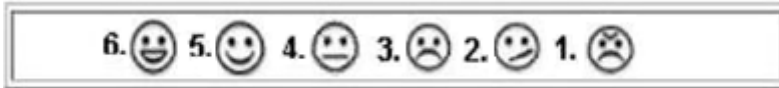
33 – Me sinto útil na profissão que escolhi?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

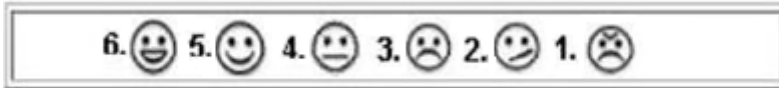
34 – Minhas decisões abrem caminho para que meu potencial aconteça?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

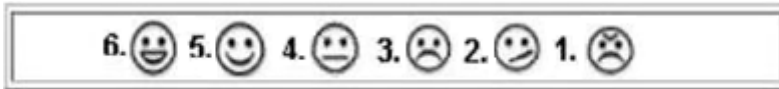
35 – Sei investir apenas o tempo exato para cada atividade e com isso obtenho ótimos resultados?



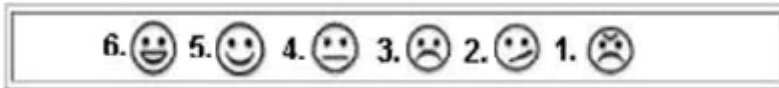
36 – Me percebo bem sucedido profissionalmente...



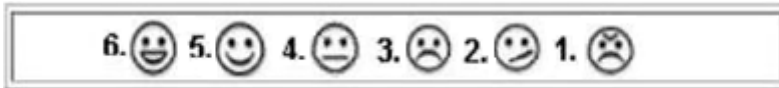
37 – Sinto prazer em trabalhar?



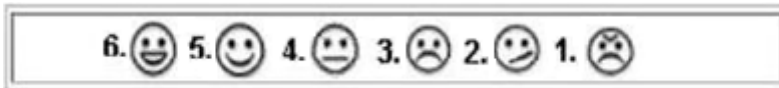
38 – Me mantenho em harmonia e equilíbrio no trabalho?



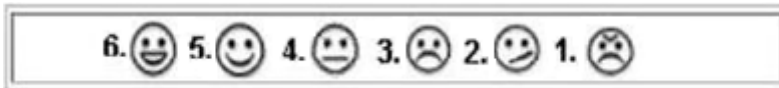
39 – Sei quem sou independente do trabalho que realizo?



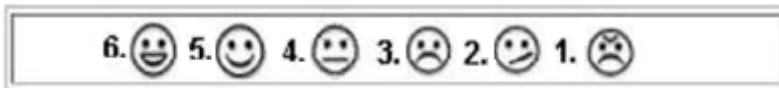
40 – O que faço no meu trabalho me fortalece na vida...



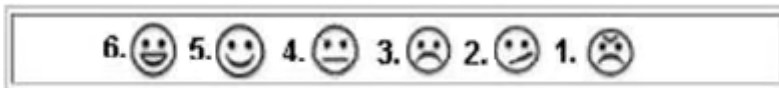
41 – Meu trabalho me conecta com a humanidade?



42 – Estou na profissão certa fazendo o que me realiza?



43 – O modo como me apresento valoriza meu potencial profissional?



44 – Minhas ações convergem para o que eu desejo alcançar no trabalho?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

45 – Cumpro uma missão de vida ao realizar meu trabalho...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

46 – Minhas escolhas profissionais correspondem ao que eu acredito...

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

47 – O meu trabalho me faz uma pessoa melhor?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

48 – Me identifico com o que faço?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

49 – Invisto no que me interessa para crescer numa carreira?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

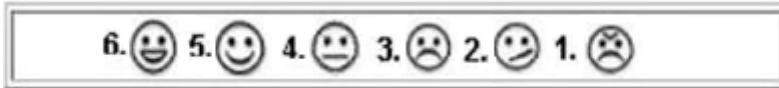
50 – Ajo com a máxima eficiência e o mínimo de esforço?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

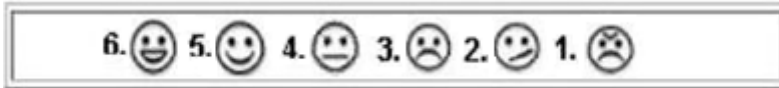
51 – Reconheço oportunidades e faço escolhas vencedoras?

6. 😊 5. 😊 4. 😐 3. 😞 2. 😞 1. 😞

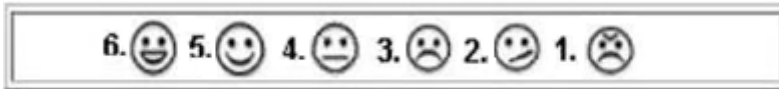
52 – Vivo as alegrias da minha profissão?



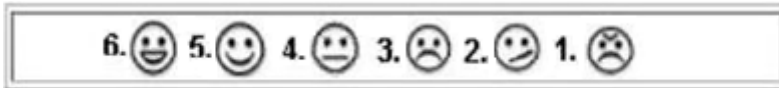
53 – Meu trabalho ativa minha criatividade?



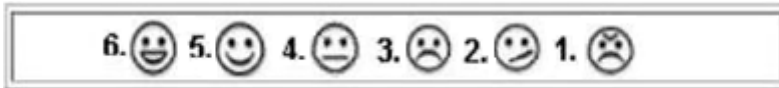
54 – Consigo ultrapassar as dificuldades do cotidiano profissional...



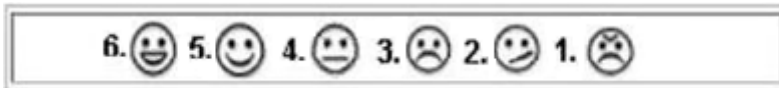
55 – Minha inteligência está conectada ao meu trabalho?



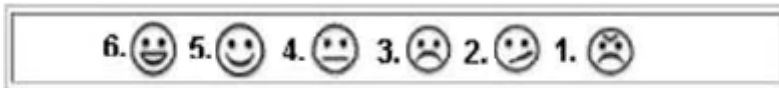
56 – Utilizo minhas habilidades para tornar o mundo um lugar melhor de se viver?



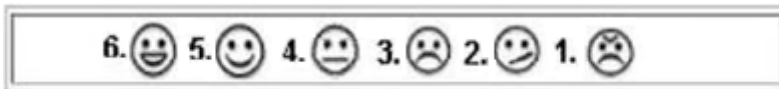
57 – Aproveito as oportunidades atuais para me realizar profissionalmente?



58 – Ajo com equilíbrio no trabalho?

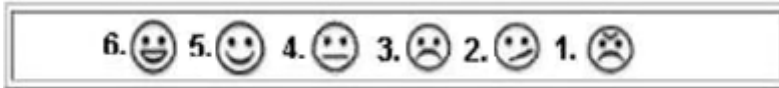


59 – Meu comportamento corresponde a minha ambição?



60 – Percebo crescimento pessoal pelo trabalho que realizo?





### Classificação

As 15 variáveis foram dispostas em arranjo de quatro repetições, conforme o quadro abaixo. Para classificar as características do questionário, o número da expressão escolhida foi ao lado da questão correspondente:

Variável	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Repet. 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Repet. 2	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Repet. 3	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
Repet. 4	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Total															
Média															
Total/4															