

O SENTIDO DO TRABALHO: UMA ANÁLISE À LUZ DAS GERAÇÕES X E Y

Ana Paula Pydd Teixeira¹
Cintia Frigo Petuco²
Lorena Tello Gamarra³
Carolina Kuhsler⁴
Rafael Teixeira⁵
Amarolinda Zanela Klein⁶

Recebido em: 13/02/2014 | Aceito em: 17/03/2014

Resumo: O sentido do trabalho é questão fundamental quando levamos em consideração que a própria organização laboral se modifica constantemente, trazendo à tona inquietações aos indivíduos. O presente artigo analisou o sentido do trabalho para as gerações X e Y. Foi realizada uma pesquisa *survey* com dois grupos, um pertencente à geração X e outro à geração Y. Características atribuídas à geração Y apareceram com maior significância entre os respondentes da geração X e a similaridade das médias de algumas respostas indica que as gerações partilham muitos valores, o que comumente não se afirma.

Palavras-chave: Sentido do Trabalho; Geração X; Geração Y.

THE MEANING OF WORK: AN ANALYSIS IN THE LIGHT OF THE GENERATIONS X AND Y

Abstract : The sense of work is a fundamental issue when we take into consideration that the very labor organization changes constantly, bringing out concerns to the individuals. This article analyzed the meaning of work for the generations X and y. A survey research was conducted with two groups, one belonging to the generation X and another to the generation Y. Characteristics attributed to the generation Y appeared with greater significance among the respondents of the generation X and the similarity of the averages of some answers indicates that the generations share many values, which commonly is not stated.

Keywords: Meaning of Work; Generation X; Generation Y.

¹ Graduada em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestranda em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) E mail <anaredesociais@gmail.com>.

² Graduação em Informática pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), MBA em Gestão Empresarial pela FGV e Mestranda em Administração na Unisinos. Professora de graduação do Centro Universitário Metodista IPA E mail <cpetuco@gmail.com>.

³ Mestranda em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) E mail <lorenatelloamarra@gmail.com>

⁴ Mestranda em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) E mail <carolkuhsler@gmail.com>.

⁵ Ph.D. em Management pela Clemson University (Carolina do Sul, EUA), mestre em Administração pela Unisinos, especialista em Marketing pela FGV-RJ e graduado em Administração pela UFRGS. Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). E-mail <teixeira.rafa@gmail.com>

⁶ Doutora em Administração pela FEA/USP, pós-doutora em Administração pela Université Pierre Mendès France – Grenoble. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) - RS. E-mail:<amaroklein@gmail.com>

Introdução

São muitas as discrepâncias no mundo do trabalho. Frente ao surgimento de tecnologias, desaparecem empregos e reorganizam-se as formas de trabalho. Sofrem os que não encontram espaços e oportunidades e, igualmente, os que são vítimas de demandas excessivas (MORIN, 2001). Atualmente, o trabalho é que tende a estar subordinado à realização pessoal, o que incrementa a busca por uma ocupação que tenha sentido para o indivíduo (GUY; FRANSSEN, 1997). Além disto, convivem nas organizações diferentes gerações, e esta convivência pode provocar inquietudes no ambiente de trabalho e conduzir à falta de perspectivas, problemas de liderança e fragilidade nas relações (FOJA, 2009). Como resposta, surge a necessidade de se incorporar inovação, criatividade e flexibilidade nas tarefas de gestão de pessoas (LOMBARDIA, 2008).

O comportamento das gerações no trabalho tem sido objeto de estudos que ora destacam a geração X (BOVA e KROTH, 2001; COUPLAND, 1991), ora a geração Y (TULGAN, 2001; MARTIN, 2005; LOMBARDIA, 2008; COIMBRA et al, 2001; FOJA, 2009) ou mesmo a interação entre uma ou mais gerações (CRAMPTON et al, 2006; GLASS & JENKINS, 2007; ZEMKE et al, 2000; SMOLA e SUTTON, 2002; JURKIEWICZ, 1998). No entanto, a análise de diferenças de percepção com relação ao sentido do trabalho sob a ótica das gerações é menos recorrente na literatura, sendo que alguns trabalhos contemplam uma geração somente (FOJA, 2009), ou estão centrados no sentido do trabalho de forma geral (MORIN et al, 2007; ALBERTON, 2008; GUY e FRANSSEN, 1997). Em contribuição, Morin *et al* (2007), analisou o sentido do trabalho no contexto brasileiro. Nas conclusões do estudo, a idade dos entrevistados foi um dos fatores com indícios de diferenciação. Foram observadas variações que poderiam ser atribuídas à idade e a diferentes momentos de vida dos entrevistados, o que sugere um estudo que investigasse esta possível relação.

O objetivo do presente artigo está centrado na verificação do sentido do trabalho, de maneira a investigar se existem ou não diferenças de visão entre as gerações que compõem este estudo (geração X e geração Y). O artigo subdivide-se em cinco seções além da introdução. Iniciamos com a revisão da literatura apresentando os conceitos de gerações, geração X e Y e sentido do trabalho. Após, indicamos as características da metodologia escolhida para o estudo. Em seguida, apresentamos a análise dos resultados da pesquisa e, por fim, as considerações finais.

Revisão da literatura

Gerações

O termo geração é utilizado frequentemente para classe e/ou categoria de idade característica, sendo usual destacar a presença da jovem geração, das gerações adultas, e da velha e/ou antiga geração. Segundo Forquin (2003), o conceito de geração na concepção histórica e sociológica define um conjunto de pessoas que têm em comum uma experiência histórica idêntica e/ou uma proximidade cultural. Partilhariam, portanto, de valores comuns que poderiam ser denominados de “sentimento de geração”.

Geração X

A geração X foi cunhada inicialmente por Coupland (1991) através da publicação da novela *Gene-*

ration X: tales for an accelerated culture, cujo objetivo era retratar a sua experiência de vida. Coupland (1991) identifica nessa geração quatro características que ajudam a interferir no ambiente de trabalho, afirmando que (1) buscam um equilíbrio real entre trabalho e vida pessoal, (2) é um grupo muito independente, (3) é a primeira geração que domina os computadores e é reflexo da Era da Informação, e (4) sonham com um ambiente de trabalho que lembre uma comunidade. Na década de 80, os *yuppies*, uma subcategoria da geração X, surgiu caracterizada pelo alto poder aquisitivo e pela paixão pelo sucesso social, contudo, esse termo angariou conotações negativas quando este estilo de vida propôs que “vale tudo” para atingir o sucesso profissional e econômico (LOMBARDIA, 2008). Zemke *et al.* (2000) observa que a geração X, no ambiente organizacional, tem necessidade de constante informação e flexibilidade, enquanto sente profunda aversão a uma supervisão excessiva. Apontados como não muito leais a seus empregadores (BOVA; KROTH, 2001), possuem fortes competências técnicas (ZEMKE ET AL, 2000) e são focados em resultados (CRAMPTON; HODGE, 2006).

Os membros da geração X são os filhos dos *boomers* mais velhos (a geração imediatamente anterior) e nasceram em um período de transição e instabilidade financeira e social. Muitas vezes, filhos de pais demitidos, separados ou mesmo criados por somente um dos pais. Eles testemunharam o declínio do poder americano global (KARP et al, 2002; SMOLA; SUTTON, 2002). Foi a geração que conviveu com a ameaça da AIDS e aprendeu cedo a jogar vídeo games (O'BANNON, 2001). Tendem a apreciar trabalhar sozinhos em muitas ocasiões (ZEMKE et al, 2000).

Geração Y

A geração Y também é conhecida por *Echo Boomers* e *Millennials*. Constantemente, esta geração é estereotipada pela mídia, que a descreve como preguiçosa, egoísta, com tendência para as drogas e violência, mimada e mal educada. Estas associações se devem, em grande parte, ao contexto no qual esta geração cresceu, marcado pelo aumento do uso de drogas como o crack e a cocaína, pela ascensão do fenômeno do terrorismo, vídeo games recheados de violência e programas de TV, filmes e comerciais de conotação sexual. Além disto, tiroteios e matanças em escolas, nos anos 90, emprestaram o rótulo de geração violenta e perturbada à geração Y (TULGAN; MARTIN, 2011).

Devido a todos estes fatores, a sociedade é levada a crer que os jovens pertencentes à geração Y formam, de fato, uma geração profundamente violenta. Em contrapartida, Tulgan e Martin (2011) destacam que esta geração vai “muito bem, obrigada” e apontam as suas características principais: a) uma geração otimista e cheia de autoestima; b) a geração mais consciente de todas sobre a importância da educação; c) a geração que pavimenta o caminho para uma sociedade mais aberta e tolerante; d) a geração que lidera uma nova onda de voluntariado.

Segundo Zemke *et al* (2000), no ambiente organizacional, por possuir valores diferentes das gerações anteriores, a geração Y enfrenta conflitos, pois, para ela, o trabalho deixou de ser apenas um meio de sobrevivência econômica, passando a ser uma fonte de satisfação e desenvolvimento pessoal. Essa geração está disposta a assumir novos desafios e responsabilidades, mas sem abrir mão da vida pessoal e dos relacionamentos com a família e com os amigos (NELSON, 2006). Considerada a primeira geração socialmente engajada desde a década de 60, parece estar conectada 24 horas por dia (RYAN, 2000).

Esta geração foi produto dos excessos paternos e conviveu desde sempre com a tecnologia e seus avanços (NIEMIEC, 2000; KERSTEN, 2002). Os Y valorizam sobremaneira a diversidade, o coletivismo e o trabalho em equipe (ZEMKE et al., 2000), e são muito flexíveis às mudanças (JENKINS, 2007). Outras características incluem a habilidade de realizar várias tarefas simultaneamente, o caráter exigente (MARTIN, 2005), a extrema confiança (GLASS, 2007), o espírito empreendedor e o fato de serem menos propensos a trabalharem por processos (CRAMPTON; HODGE, 2006).

As escolhas profissionais e comportamentais da geração Y são guiadas, fundamentalmente, pela busca em desempenhar um papel significativo num trabalho relevante, que ajude aos outros. Desejam ser “voluntários remunerados”, que entram para uma organização não porque tem de entrar, mas porque desejam fazer parte de algo que faça a diferença (TULGAN & MARTIN, 2011). Tulgan e Martin (2011) destacam também a importância de fazerem parte de uma equipe comprometida e motivada, com a qual possam aprender e socializar, convivendo com os colegas de trabalho como se fossem amigos. Estas conexões humanas é que tornam o trabalho divertido para os jovens da geração Y. Os Y não relutam em expressar suas opiniões e têm um apetite admirável para o trabalho (RYAN, 2000).

Outros fatores de grande importância para a geração Y dizem respeito aos objetivos financeiros e pessoais que buscam atingir. A maioria nesta faixa etária espera ganhar altos salários até os 30 anos, o que, segundo Tulgan e Martin (2011), não é nem um pouco absurdo. Além de pagar bons salários, as organizações estão buscando, também, oferecer escalas, locais de trabalho e descrições de cargos flexíveis. Em contrapartida, é importante esclarecer que dinheiro importa para esta geração, entretanto, ela também está disposta a atingir os seus padrões de trabalho específicos em troca de recompensas financeiras ou não financeiras. Apresentamos, abaixo, um quadro síntese das características e do contexto em que se desenvolveu e cresceu cada uma das gerações.

Quadro 1 - Características das Gerações

	REFERENCIAL TEÓRICO	CARACTERÍSTICAS	CONTEXTO
G e r a ç ã o X	Lombardia (2008) Zemke <i>et al.</i> (2000) Coupland (1991) Bova; Kroth (2001) Crampton ;Hodge (2006) Karp <i>et al.</i> (2002) O’Bannon(2001) Jurkiewicz & Brown (1998) Kupperschmidt (2000) Smola; Sutton (2002)	Independentes Ênfase no desenvolvimento da própria autoestima Apreciam um ambiente de trabalho comunitário Sentem necessidade de muita informação e flexibilidade São avessos a uma supervisão excessiva Tolerantes à mudança e à competição. Não são muito leais a seus empregadores Grande habilidade técnica Altamente empreendedores Preferem trabalhar sozinhos	Filhos dos baby boomers mais velhos (geração anterior). Cresceram em um período de insegurança social e financeira Declínio do poder americano global Período de estagnação do mercado de trabalho Boom da AIDS Grande diversidade e falta de tradições sólidas Lares onde os pais trabalham ou vivem com somente um dos pais, devido ao aumento da taxa de divórcio

G e r a ç ã o Y	Tulgan; Martin (2011)	Confiantes e exigentes	Excessos dos pais
	Nelson (2006)	Otimistas	Dramáticos avanços Tecnológicos
	Zemke Et Al. (2000)	Carregados de autoestima	Maior nível educacional
	Jenkins (2007)	Preocupados com o bem estar social	entre as gerações nascidas até então
	Martin (2005)	Buscam recompensas financeiras e pessoais no trabalho	Geração digital, millenials, nexters
	Crampton; Hodge (2006)	Procuram flexibilidade e autonomia no trabalho	Primeira geração socialmente ativa desde a década de 60.
	Glass (2007)	Apreciam um ambiente laboral informal e divertido	Muitas vezes são filhos únicos, cujos pais ainda não sabiam conciliar vida profissional e pessoal
	Ryan (2000)	Vínculos e alta socialização com os companheiros de trabalho	Raça, nacionalidade e religião são menos importantes que afinidades pessoais
	Coimbra; Schikmann (2001)	Situações de desenvolvimento e aprendizado constante	Viveram um período de estabilidade social
	Niemiec (2000)	Desejam uma vida equilibrada	Vivem até mais tarde com os pais
	Bem adaptados às mudanças e à diversidade	Aumento do consumo de drogas como o crack e a cocaína	
	Valorizam a formação	Ascensão do fenômeno do terrorismo	
	Menos focados em processos	Publicidade de conotação sexual	
	Acostumados a “compartilhar”	Programas de tv e videogames violentos	
	Inquietos e contestadores		
	Interatividade no aprendizado		
	Grande apetite para o trabalho		
	Facilidade em realizar múltiplas tarefas simultaneamente		

Fonte: Elaborado pelas autoras

O sentido do trabalho

Trabalho

Na ética tradicional, o trabalho é considerado um dever moral e social e é através da participação do processo de produção que o indivíduo pode aspirar sua auto-realização. (GUY & FRANSSEN, 1997). O trabalho também é uma atividade física e mental intencional realizada no presente para criar produtos ou valores econômicos no futuro. (QUEY, 1968). Além disso, conforme Codo (1962, p. 39), o trabalho é definido como “... uma relação de dupla transformação entre o homem e a natureza, geradora de significado”.

O sentido do trabalho

O termo “sentido” é delimitado pela sociologia e psicologia como crença, significado e definições (MOW, 2007). Segundo Spreitzer (1995, p. 1443), o termo “sentido” é definido como “o valor de um objetivo ou propósito do trabalho”. O sentido do trabalho tenta abstrair o entendimento dos funcionários nas suas experiências obtidas na organização (WRZRZESNIEWSKI *et al*, 2003). Com a divisão do trabalho, a maioria dos trabalhadores passa a ignorar o sentido do trabalho e de sua tarefa. O fato de desconhecer

o sentido da tarefa de forma coletiva e de não identificar sentido na tarefa individual pode acarretar sofrimento ao trabalhador. Transformar esse sofrimento em um trabalho que faça sentido possibilita prazer através da utilização das competências e liberdades individuais, sendo fundamental para a saúde e normalidade do indivíduo (TOLFO; PICCININI, 2007). Abaixo, apresentamos um quadro de definições do sentido do trabalho.

Quadro 2 - Definições do sentido do trabalho

DEFINIÇÕES	AUTORES
“O sentido do trabalho é o grau em que o trabalho tem um impacto substancial na vida ou trabalho de outras pessoas, seja na organização imediata ou no ambiente externo.”	Hackman; Oldham, (1975, P. 161).
“O conceito de sentido do trabalho tem dois principais componentes: o comprometimento e os valores do trabalho. Comprometimento do trabalho é uma orientação geral que reflete a importância do papel do trabalho para a identidade; e mais especificamente os valores do trabalho, os quais representam a função que o trabalho tem para as pessoas.”	Loscocco; Kalleberg (1988, P.339)
“O sentido do trabalho tem três aspectos: significado, orientação e coerência. O significado do trabalho, as suas representações e seu valor a partir de uma perspectiva do sujeito. A orientação do sujeito em direção ao trabalho, o que ele busca em seu trabalho e as intenções que orientam suas ações. Efeito de coerência entre o sujeito e o trabalho que ele realiza, suas expectativas, seus valores, e suas ações diárias no trabalho.”	Morin (2004, P 4)
“O significado do trabalho representa o entendimento dos funcionários: o que eles fazem no trabalho, bem como o significado do que fazem.”	Wrzesniewski <i>et al</i> (2003, P. 99)

Fonte: Adaptado pelas autoras

A partir dos anos 50, aparecem os primeiros estudos do sentido do trabalho com os pesquisadores Morse e Weiss (1955) e Hackman e Oldham (1975). O estudo realizado por Morse e Weiss (1955) concluiu principalmente que o trabalho significa mais do que um meio para a maioria dos trabalhadores; que o homem não precisa estar na idade de se aposentar ou ser ameaçado de perder o emprego para imaginar o que significa para ele ficar sem trabalho e que o trabalho serve para outras funções além da econômica. O estudo realizado por Hackman e Oldham (1975) contemplou o desenvolvimento de uma ferramenta de pesquisa sobre o diagnóstico do trabalho, chamada de JDS (*Job Diagnostic Survey*). O objetivo da mesma foi diagnosticar trabalhos existentes para determinar como redesenhá-los para aumentar a motivação e produtividade.

Metodologia

Com o objetivo de pesquisar o sentido do trabalho para as gerações X e Y, o presente artigo utilizou-se do método *survey* ou levantamento. Para tanto, faz-se uso de um instrumento predefinido (FREITAS *et al*, 2000), através de um questionário com perguntas estruturadas. O questionário utilizado segue o modelo para investigação do sentido do trabalho de Alberton (2008). O instrumento de coleta foi baseado nos estudos de Estelle Morin (2001) e do grupo MOW (Meaning of Work).

A amostra para o estudo foi selecionada por conveniência. O questionário foi aplicado a grupos de

estudantes da região da grande Porto Alegre. A idade de corte utilizada para a análise final foi escolhida baseada nos trabalhos de Smola & Sutton (2002), que define os nascidos entre os anos de 1960 e 1978 como pertencentes a geração X e os nascidos entre 1979 e 1994 como pertencentes a geração Y. O questionário está dividido em três partes. A primeira parte contém aspectos relacionados à centralidade do trabalho e ao que é um trabalho que faça sentido. A segunda parte contém aspectos relacionados à descrição do trabalho atual e a terceira remete a questões relacionadas a aspectos pessoais dos entrevistados.

Análise dos resultados

Os questionários foram respondidos manualmente e, após, transcritos e analisados no software SPSS, versão 18.0.0. Dos 139 respondentes válidos, 83 foram classificados da geração Y (60% da amostra) e 56 da geração X (40% da amostra). A tabela abaixo apresenta uma descrição da amostra. A soma de alguns grupos de informações não contabiliza 100%, pois foram apresentadas apenas as duas respostas de maior percentagem em cada um.

Tabela 1 – Descrição da amostra

		Geração X		Geração Y	
Faixa escolar	Superior incompl.	42,9%	Superior incompl.	81,9%	
	Superior compl.	17,9%	Superior compl.	8,4%	
Gênero	Masculino	58,9%	Masculino	44,6%	
	Feminino	41,1%	Feminino	55,4%	
Estado civil	Casado ou união estável	78,6%	Solteiro e mora com os pais	49,4%	
	Solteiro e/ou vivo sozinho e Solteiro e mora com os pais	8,9%	Casado ou união estável	27,7%	

Fonte: Elaborado pelas autoras

Um grupo de questões do questionário foi destinado a pesquisar o que os respondentes entendiam por trabalho. Foram elencadas quinze definições sobre o que seria trabalho, nas quais os respondentes escolheram, numa escala de 1 (menos reflete) até 10 (mais reflete), o que mais representava seu entendimento. A tabela abaixo resume as médias obtidas em cada questão para as duas diferentes gerações. Para cálculo e análise das médias, foi utilizado o teste estatístico *T de Student*, que objetiva a comparação dos resultados entre dois grupos (DANCEY; REIDY, 2006).

Tabela 2 – Grupo de questões sobre “O trabalho é algo que”

O trabalho é algo que:	Ger. X	Ger. Y	T	Sig.	Média Geral
Você faz em algum lugar específico	6,43	5,65	1,411	0,161	6,04
Alguém diz o que você deve fazer	4,70	4,92	0,449	0,654	4,81

É fisicamente exigente	4,73	5,27	1,087	0,279	5,00
Oferece uma contribuição para a sociedade	8,07	7,76	0,836	0,405	7,92
Permite a você ter um sentimento de pertencimento	7,64	7,10	1,455	0,148	7,37
É mentalmente exigente	8,16	8,13	0,082	0,934	8,15
Você faz em um horário predeterminado	6,88	7,28	0,842	0,401	7,08
Acrescenta valor a alguma coisa	9,07	8,52	1,831	0,069	8,80
É agradável	8,16	7,76	1,338	0,183	7,96
Você recebe um salário para executá-lo	8,48	8,77	0,712	0,478	8,63
Você deve prestar contas	7,79	8,05	0,589	0,557	7,92
Você é obrigado a realizar	6,88	6,69	0,383	0,702	6,79
Outras pessoas tiram proveito	7,38	6,46	2,000	0,048	6,92
Permite que você se aperfeiçoe	8,95	8,67	0,860	0,391	8,81
Que é central em sua vida	6,95	7,18	0,580	0,563	7,07

Fonte: Elaborado pelas autoras

As médias das respostas para as duas gerações se aproximou em muitas questões. Este fato foi comprovado pelo resultado do Teste T, onde muitas médias não se revelaram significativamente diferentes. Para a questão “Outras pessoas tiram proveito”, que apresentou significância 0,048, a média da geração X foi significativamente maior que a da geração Y. Para um nível de significância abaixo de 0.1, podemos ver que a questão “Acrescenta valor a alguma coisa” também foi diferente para as duas gerações, indicando que a média da geração X foi significativamente maior que a da geração Y.

Para as duas gerações, as respostas que mais representam a percepção sobre o que as pessoas entendem por trabalho foram “Permite que você se aperfeiçoe”, “Acrescenta valor a alguma coisa”, “Você recebe um salário para executá-lo” e “É mentalmente exigente”, com as médias 8,81, 8,80, 8,63 e 8,15, respectivamente. Outro grupo de questões foi destinado a pesquisar as questões que refletem o que os respondentes entendem por trabalho. Foram elencadas quinze definições sobre o que seria um trabalho que tem sentido, pontuado em uma escala de 1 (pouco faz ou não contribui) até 10 (realmente faz). A tabela abaixo resume as médias obtidas em cada questão para as duas diferentes gerações.

Tabela 3 – Grupo de questões sobre “Um trabalho que tem sentido para mim é aquele”

Um trabalho que tem sentido para mim é aquele:	Ger. X	Ger. Y	T	Sig.	Média Geral
Que corresponde aos meus interesses e desejos	8,63	8,61	-0,039	0,969	8,62
Que me permite aprender e me aperfeiçoar	8,88	9,13	1,145	0,254	9,01
Que permite exercer meu julgamento e dar minha opinião	8,23	8,48	0,935	0,351	8,36
Que é desenvolvido num meio que respeite as pessoas	8,86	9,02	0,639	0,524	8,94
Que respeita os valores humanos	9,02	8,94	-0,331	0,741	8,98
Que permite vislumbrar o futuro com confiança	8,75	8,41	-1,184	0,238	8,58
Que é feito de maneira eficaz	8,71	8,69	-0,102	0,919	8,70
Que me permite ter iniciativas para melhorar os resultados	9,09	9,12	0,147	0,883	9,11
Que faz um trabalho útil para a sociedade	8,75	8,23	-1,950	0,053	8,49
Que me permite contatos interessantes com pessoas	8,43	8,23	-0,706	0,481	8,33
Que me permite ter influência no meio em que vivo	7,73	7,87	0,608	0,708	7,80
Que respeita minha vida pessoal	8,86	8,83	-0,101	0,920	8,85
Que me deixa livre para fazê-lo do modo que eu prefira	7,57	7,72	0,404	0,686	7,65
Que eu tenha prazer em fazer	9,11	9,13	0,106	0,916	9,12
Que seja feito em um ambiente seguro e sadio	9,02	9,42	1,910	0,059	9,22
Que reconheça minhas competências	9,18	9,42	1,360	0,176	9,30
Cuja carga de trabalho é ajustada	8,34	8,35	0,033	0,974	8,35
Onde se possam conhecer os resultados da empresa	8,11	8,05	-0,175	0,862	8,08
Onde os objetivos e metas são claros	8,57	8,83	1,060	0,291	8,70
Que serve para alguma coisa	8,43	8,70	0,887	0,377	8,57
Que dá oportunidade de prestar serviço aos outros	7,93	7,98	0,149	0,881	7,96
Que me dá um salário que supra as minhas necessidades	8,77	8,71	-0,180	0,858	8,74
Onde eu posso contar com a ajuda dos colegas	8,14	8,47	1,035	0,303	8,31
Que me permite assumir responsabilidades de liderança	8,59	8,65	0,223	0,824	8,62
Onde eu posso contar com o apoio do meu superior	8,45	9,07	2,093	0,039	8,76
Que respeita as minhas convicções pessoais	8,88	8,69	-0,751	0,454	8,79
Que é feito em um local de justiça e igualdade	9,21	8,46	-2,783	0,006	8,84

Que permite o uso da criatividade e inovação	8,91	8,96	0,196	0,845	8,94
--	------	------	-------	-------	------

Fonte: Elaborado pelas autoras

As médias das respostas para as duas gerações apresentou diferenças na questão “Que é feito em um local de justiça e igualdade”, onde a geração X apresentou maior média. Para um nível de significância abaixo de 0.1, podemos indicar que a importância dada às questões “Que faz um trabalho útil para a sociedade” e “Que seja feito em um ambiente seguro e sadio” também apresentou diferenças. Para a primeira, a média da geração X é significativamente maior que a da geração Y, e, para a segunda, a média da geração X é menor que a da geração Y. As respostas que mais representam a percepção sobre o sentido do trabalho para as duas gerações de forma geral foram: “Que reconheça minhas competências”; “Que seja feito em um ambiente seguro e sadio”; “Que eu tenha prazer em fazer”, “Que me permite ter iniciativas para melhorar os resultados”; e “Que me permite aprender e me aperfeiçoar” – com as médias 9,30; 9,22; 9,12; 9,11 e 9,01, respectivamente.

Além das questões acima, entre a totalidade dos respondentes, 61,87% afirmou que se pudessem recomeçar sua vida profissional, escolheriam a mesma profissão atual. 74% recomendariam sua profissão atual para seus filhos. Dos 139 respondentes, 25 afirmaram que, se pudessem recomeçar sua vida profissional, escolheriam uma profissão diferente, no entanto, recomendariam a sua profissão para seus filhos.

Considerações finais

Neste estudo, destacamos a observação de diferenças de percepção acerca do sentido do trabalho para as gerações X e Y. A geração X apresentou médias significativamente superiores para questões que valorizam o fato de sentir-se inserida em um local de justiça e igualdade, além da intenção de estar executando um trabalho útil socialmente. A geração X também apresentou maior média na questão que remete a um trabalho que acrescenta valor a alguma coisa de forma geral. A geração Y apresentou médias maiores para questões que privilegiam um ambiente de trabalho seguro e sadio. A geração Y, considerada a primeira geração socialmente ativa desde a década de 60 (RYAN, 2000), apresentou média inferior à geração X em questão que valorizava a importância de executar um trabalho socialmente relevante, outro ponto de destaque do estudo. Ainda que os Y desejem fazer parte de uma organização não porque têm de trabalhar, mas porque desejam fazer parte de algo que faça a diferença (TULGAN; MARTIN, 2011), a geração X foi a que apresentou maior média para a questão que valoriza executar um trabalho que “tenha valor”.

Outro resultado pertinente diz respeito à seguinte questão: “Se, por acaso, você tivesse dinheiro suficiente para viver o resto de sua vida sem trabalhar, o que você faria?”. Analisando a totalidade dos respondentes, 85% responderam que continuariam a trabalhar, porém, por razões diferentes: para ter um equilíbrio maior entre trabalho e vida pessoal (41,6%) ou para abrir o seu próprio negócio (16,2%). Somente 12% informaram que parariam totalmente de trabalhar.

De forma geral, as duas gerações concordam que o trabalho é algo que permite que alguém se aperfeiçoe, que acrescenta valor a alguma coisa, onde alguém recebe um salário para executá-lo e que é mentalmente exigente. As respostas indicam, também, que um trabalho que tenha sentido é aquele que reconhece as competências do indivíduo, que é feito em um ambiente seguro e sadio, que se tem prazer em

fazer, que permite iniciativas para melhorar os resultados e que permite aprender e aperfeiçoar-se. Estes pontos são valorizados igualmente pelas duas gerações, o que pode significar que as diferenças entre as gerações X e Y não são tão marcantes quanto se imaginava (ZEMKE ET AL, 2000; SMOLA e SUTTON, 2002,). Indicamos o tamanho da amostra como uma das possíveis limitações do estudo, que possa ter contribuído para os resultados aqui apresentados. Tendo em vista o caráter ainda incipiente deste tema de estudo, fazem-se necessários novas pesquisas que possam enriquecer as considerações aqui propostas.

REFERÊNCIAS

- ALBERTON, Diego Marocco. **Os sentidos atribuídos ao trabalho pelos profissionais do ramo publicitário de Porto Alegre**. 2008. 176 f. Dissertação (Mestrado em Administração) -- Programa de Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2008.
- BOVA ; KROTH, M. Workplace learning and generation X. **Journal of Workplace Learning**, v.13, 57–65, 2001.
- CODO, W. Um diagnóstico do trabalho (em busca do prazer). In: TAMAYO, A.; BORGES-ANDRADE, J.; CODO,W. (Orgs.) **Trabalho, organização e cultura**. S.P.: Cooperativa de Autores Associados, 1987, p.34-55.
- COIMBRA, R. G. C.; SCHIKMANN, R. **A geração net**. XXV Anais do EnAnpad. Campinas: Anpad, 2001.
- COLLIS, Jill. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2ª. Edição – Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COUPLAND, Douglas. **Generation X: Tales for an Accelerated Culture**. St. Martin's Press, 1991.
- CRAMPTON, S. M.; HODGE,J. W. **The supervisor and generational differences**. Proceedings of the Academy of Organizational Culture, Communications and Conflict, 11, 19–22. 2006.
- DANCEY, C. P. & REIDY, J. **Estatística sem matemática para psicologia**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- FOJA, C. R. **O Sentido do Trabalho para a Geração Y: Um estudo a partir do jovem executivo**. 2009. Disponível em: <http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_arquivos/3/TDE-2009-11-18T185107Z-729/Publico/Celia%20Regina%20Foja.pdf>. Acesso em: 09 set. 2012.
- FORQUIN, Jean-Claude. “**Relações entre gerações e processos educativos: Transmissões e transformações**”, **comunicação apresentada no Congresso Internacional Co-Educação de Gerações**, São Paulo, SESC, outubro de 2003. Disponível em: <http://www.sescsp.org.br/sesc/images/upload/conferencias/83.rtf>[acesso em 06 mai. 2012.
- FREITAS, Henrique; OLIVEIRA, Mírian., SACCOL, Amarolinda Zanela, MOSCAROLA, Jean. **O**

método de pesquisa survey (Survey Research Method). Revista de Administração (USP) University of São Paulo Management Journal. , v.35, p.105 - 112, 2000.

GLASS, A. (2007). **Understanding generational differences for competitive success.** *Industrial and Commercial Training*, 39, 98–103.

GUY, B.; FRANSSEN, A. O trabalho, busca de sentido. **Revista Brasileira de Educação**, n. 5 e 6, p.76–95, 1997.

HACKMAN, J.R.; OLDFHAM, G. R. Development of the Job Diagnostic Survey. **Journal of Applied Psychology**, v.60, n.2, p.159–170, 1975.

JENKINS, J. (2007). **Leading the four generations at work.** Retrieved April 15, 2008, from <http://www.amanet.org/movingahead/editorial.cfm?Ed=452>

JURKIEWICZ CE, Brown RG. 1998. GenXers vs. boomers vs matures: generational comparisons of public employee motivation. **Review of Public Personnel Administration 18:** 18-37, 1998.

KARP, H., Fuller, C., & Sirias, D. **Bridging the boomer Xer gap. Creating authentic teams for high performance at work.** Palo Alto, CA: Davies-Black Publishing, 2002

KERSTEN , D. (2002). **Today's generations face new communication gaps.** Retrieved April 15, 2008.

KUPPERSCMIDT BR. 2000. **Multigeneration employees: strategies for effective management.** *The Health Care Manager 19:* 65-76.

LOMBARDIA, Pilar Garcia. **Quem é a geração Y.** In: HSM Management, n. 70, set. out. 2008. Disponível em <http://www.hsm.com.br/artigos/quem-e-geracao-y%20> Acesso em 11/05/2012.

LOSCOCO,K ;KALLEBERG, A. Age and the Meaning of Word in the United States and Japan. **Social Forces**, v. 67, n.2, p. 337-356, 1988.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. p. 720.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARTIN, C. A. (2005). From high maintenance to high productivity. What managers need to know about Generation Y. **Industrial and Commercial Training**, v 37, p. 39–44, 2005.

MORIN, Estelle. Os sentidos do trabalho. **Revista de Administração de Empresas.** v. 1, n.3, p.8-19, jul/set, 2001.

MORIN, Estelle. **The meaning of work in modern times.** In. Conference. 10th World Congress on Human Resources Management, Rio de Janeiro, Brazil, August, 20th, 2004.

MORIN, E ; TONELLI, M. J.; PLIOPAS, A. L. V. O trabalho e seus sentidos. **Psicologia & Sociedade.**

Edição Especial, p.47–56, 2007.

MORSE, N; WEISS, R. S. The function and meaning of work and the job. **American Sociological Review**, v.20, n.2, p.191–198, 1955.

MOW. International Research Team. **The meaning of working**. New York: Academy Press, 1987.

NELSON, Bob. **Everyone wins**. Meetingsnet. Oct 1, 2006. Disponível em <http://meetingsnet.com/corporatemeetingsincentives/mag/meetings_everyone_wins_3/#ixzz1wThTYMHc> Acesso em 31 mai. 2012.

NIEMIEC, Susan. **Finding common ground for all ages**. *Security Distributing and Marketing* , 2000 Disponível em <<http://connection.ebscohost.com/c/articles/2834325/finding-common-ground-all-ages>> Acesso em 12 ago. 2012.

O'BANNON, G. Managing our future: The generation X factor. **Public Personnel Management**, v . 30, p. 95–109, 2001.

QUEY, R. Toward a Definition of Work. **American Counseling Association**. November, 1968.

RYAN, M. 2000. **Gerald Cérente: he reveals what lies ahead**. Parade Magazine September 10: 22-23.

SPREITZER, G. Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. **Academy of Management Journal**, v.38, n.5, p.1442-1465. 1995.

SMOLA, K. W.; SUTTON, C. D. **Generational differences: revisiting generational work values for the new Millennium**. Journal of Organizational Behavior, v. 23, n. 4, pp. 363-382, 2002.

TOLFO, S. R.; PICCININI, V. **Sentidos e Significados do Trabalho: Explorando Conceitos, Variáveis e Estudos Empíricos Brasileiros**. Psicologia & Sociedade, v.19, Edição Especial, p. 38–46, 2007.

TULGAN, Bruce; MARTIN, Carolyn A. **Managing generation Y**. Massachusetts: HRD Press, 2001.

WRZESNIEWSKI, A; DUTTON, J; DEBEBE, G. Intepersonal Sensemaking and the meaning of work. **Research in Organizational Behavior Research in Organizational Behavior**, v. 25, p. 93–135, 2003.

ZEMKE, R.; RAINES, C.; FILIPCZAK, B. **Generations at work: Managing the clash of veterans, boomers, xers, and nexters in your workplace**. Nova York: AMACOM, 2000.