

Ambiente sócio-profissional: comportamento e representações sociais do trabalhador

RESUMO

Este artigo tem por objetivo investigar o comportamento e as representações sociais do trabalhador nas organizações levando em consideração a influência da cultura e as concepções sobre relacionamento dos trabalhadores. O artigo propõe novo modelo de relacionamento entre gestores, trabalhadores e agentes econômicos que pode contribuir para minimização de conflitos nas organizações. Para caracterização da proposta de estudo, foi realizada uma pesquisa de campo com gestores e colaboradores das Instituições seguintes: BR Metals Fundições Ltda – Barra do Pirai/RJ, Sindicato dos Metalúrgicos de Barra do Pirai, Coordenadores e Professores do Centro Universitário Geraldo Di Biase (UGB) – Volta Redonda/RJ., A Pesquisa demonstrou que ocorrem mudanças de comportamentos dos trabalhadores através das representações sociais no processo de inter-relacionamento no ambiente sócio-profissional das organizações.

Palavras-chave: Comportamento do trabalhador, Representação Social, Ambiente organizacional.

1. INTRODUÇÃO

Observa-se que para a maioria dos trabalhadores, o trabalho é considerado elemento de sobrevivência, em que os fatores salário, segurança, poder e prestígio passam a ocupar posições essenciais nas concepções que indivíduos e grupos sociais elaboram sobre o mesmo.

Outras questões poderão surgir e levar os trabalhadores a uma visão de que: o trabalho pode ser fonte de prazer e de satisfação para o trabalhador; o trabalho pode proporcionar o desenvolvimento pessoal; o trabalho é desafiador e pode conduzir o trabalhador à auto-realização e auto-atualização.

Com o desenvolvimento dessas questões e da apreensão do conhecimento sobre representação social, os trabalhadores podem sentir-se mais seguros na execução do trabalho e no ambiente dessas organizações e, conseqüentemente, atingir seus objetivos e os objetivos dessas organizações.

Considera-se também como fundamento da pesquisa a visão holística, ou seja, a conscientização de que os administradores devem exercer seu papel, apreendendo os trabalhadores com todas as diferenças culturais, sociais e educacionais, cada uma, de uma forma ou de outra, na relação de alteridade com o próximo. Isso estimula e desenvolve os trabalhadores, fazendo com que eles sejam capazes de resolver conflitos, organizem o pensar, e conseqüentemente desenvolvam a consciência crítica, tornando-se agentes participativos

SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia

nos ambientes organizacionais. Portanto, a pesquisa em representação social do trabalhador no ambiente sócio-profissional validará os propósitos da investigação, conduzindo a considerações objetivas, tais como: as percepções e concepções dos trabalhadores em relação ao trabalho; e mudanças comportamentais desses trabalhadores no ambiente organizacional.

O problema questionado, foi investigado através das questões seguintes: De que forma ocorrem as relações de poder no relacionamento entre gestor e trabalhador?; De que forma ocorre a representação social do trabalhador no ambiente organizacional?; e O que leva os indivíduos a mudanças comportamentais diante da política organizacional?

Para a compreensão de “representações sociais”, toma-se como base o conceito de MOSCOVICI (1978), o pioneiro da noção de representação social individual, que propõe as dimensões das representações sociais, afirmando que: “Do ponto de vista social, as proposições, reações e avaliações que fazem parte da representação se organizam de forma diversa em diferentes classes sociais, culturas e grupos, constituindo diferentes universos de opinião. Cada um desses universos apresenta três dimensões que fornecem a visão global de seu conteúdo e sentido: a atitude, a informação e o campo de representação ou imagem. A atitude é a mais freqüente das três dimensões e, talvez, mais geneticamente primordial, sendo “razoável concluir que uma pessoa se informa e se representa alguma coisa unicamente depois de ter adotado uma posição e em função da posição tomada”.

Para o autor mencionado, a prática do gestor e suas representações sobre a profissão estão intimamente ligadas às opções e trajetórias pessoais. O gestor vai construindo e reconstruindo sua identidade profissional através das experiências e vai se desenvolvendo na função que exerce com as interações do dia-a-dia.

Existem milhares de teorias de como gerir as empresas. Se essas teorias fossem realmente eficazes, com certeza as empresas não enfrentariam problemas práticos em suas administrações.

Alguns teóricos da Administração não consideram a visão administrativa holística. Portanto, valores importantes nos indivíduos que são fundamentais para o patrimônio das organizações frente às novas necessidades, em função do desenvolvimento tecnológico e pela globalização, podem passar despercebidos. Isso tem levado inúmeros gestores a refletir sobre o modelo de organização que tem predominado no mercado atual, ou seja, uma organização centrada, fundamentalmente, na figura de gestores com visão e de clientes internos motivados e felizes.

Em geral, essas reflexões apontam para a necessidade de uma reestruturação administrativa

metodológica e, conseqüentemente, para um trabalho mais efetivo de formação de profissional sob novas perspectivas. No entanto, cursos de formação profissional não têm conseguido promover mudanças substanciais na prática administrativa. Se, por um lado, eles contribuem para uma certa atualização teórico-metodológica dos profissionais, por outro, observa-se que esses mesmos profissionais continuam agindo de acordo com práticas tradicionais.

O gestor deve reconhecer que seu papel interfere na construção de sua identidade profissional e, em conseqüência, em sua prática administrativa.

A história e a evolução da administração permitem constatar que o papel do administrador já esteve associado àquele de treinador, mediador de modelos, estimulador de aprendizagem, executor de tarefas pré-estabelecidas, catalisador de informações, mediador do conhecimento e interventor circunstancial. Atualmente, o conceito de gestor tende a ser considerado, na literatura científica, como sujeito político, inovador, aberto a mudanças, pesquisador/investigador de sua própria prática e profissional capaz de desenvolver habilidades de reflexão e ação transformadora dos subordinados sob sua responsabilidade. Apesar da certeza de que cada homem é um ser único e diferente, deve-se ter desse homem uma visão ampla em seus aspectos culturais, sociais e psicológicos, que podem se programar e mudar a cada dia. Daí, a possibilidade da rendição do gestor no que diz respeito as relações de poder, da cultura e do conhecimento diante do processo produtivo no ambiente organizacional.

Conduzido pela compreensão desta possibilidade, situado sobre as dimensões de atitudes, informações, opiniões e imagens, e de suas funções que são a formação sócio-profissional, capital intelectual, e a orientação das diferentes modalidades de comunicação, desenvolveu-se a pesquisa neste artigo.

Os ambientes das organizações são influenciados por um elevado grau de dificuldades, dentre elas, as que dizem respeito aos relacionamentos, atitudes, comportamentos e à representação social do trabalho e do trabalhador nesses ambientes. Em decorrência destes fatos é que se fundamenta o desenvolvimento deste artigo.

Segundo CARAVANTES e BJUR (1996):“O indivíduo feliz é preocupação de filósofos em todas as épocas”.

As concepções sobre o trabalho, as atitudes e os comportamentos dos trabalhadores podem, sob a luz do conceito de Representação Social, serem inseridas e compreendidas em uma análise mais ampla, uma vez que a apreensão das condutas dos trabalhadores nos

mostrará o caminho para que se entenda o conjunto de variáveis que atuam na conduta individual ou coletiva dos trabalhadores, o sistema de trabalho, os processos de produção e os objetivos organizacionais. Ao investigar essas concepções, pode-se contribuir para a qualidade do inter-relacionamento dos trabalhadores no ambiente da organização e, ao mesmo tempo, conscientizá-los sobre a importância das atitudes e comportamentos felizes e engajados no processo de formação de valores, tais como auto-realização, autoconhecimento, intuição, criatividade, ética e responsabilidade social e corporativa, e capital intelectual. Tais valores são, hoje, relevantes para avaliar os recursos humanos das organizações.

2. Representação Social

2.1 REPRESENTAÇÃO SOCIAL: CONCEITOS

MOSCOVICI (1969) *apud* Nóbrega, 2001), define representação social como: “Um sistema de valores, de noções e de práticas tendo uma dupla tendência: antes de tudo, instaurar uma ordem que permite aos indivíduos a possibilidade de se orientar no meio-ambiente social, material e de o dominar. Em seguida, de assegurar a comunicação entre os membros de uma comunidade propondo-lhe um código para as suas trocas e um código para nomear e classificar de maneira unívoca as partes do seu mundo, de sua história individual ou coletiva”. JODELET (1985) *apud* Nóbrega, 2001), em pesquisa desenvolvida sobre representações sociais da doença mental em uma coletividade rural no centro da França, utiliza o conceito seguinte: “Representação Social não é somente um conteúdo, mas também como estrutura e forma cognitiva, expressiva dos sujeitos que a constroem, nas suas relações com os processos simbólicos e ideológicos, com a dinâmica e energética social”.

O objetivo da autora citada anteriormente foi decifrar a trama de práticas e idéias construídas em função das representações sobre o doente mental. Jodelet assinala que: “As representações sociais devem ser estudadas articulando-se elementos afetivos, mentais e sociais e integrando – ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação – a consideração das relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideativa sobre a qual elas têm de intervir”. Mesmo que existam acepções bastante diferentes nos diversos territórios das ciências humanas e sociais sobre a noção de representação, esta categoria é reconhecida pela comunidade científica como “uma forma de conhecimento, socialmente elaborado e compartilhado, tendo uma intenção prática e concorrendo à construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 1987 *apud* NÓBREGA 2001).

Na visão de ABRIC (2001), a representação é: “um conjunto organizado de opiniões, atitudes, crenças e informações referentes a um objeto ou a uma situação”. DOISE (1986 apud Nóbrega, 2001) considera que: “Representação Social é uma instância intermediária entre conceito e percepção; que ela se situa sobre as dimensões de atitudes, informações e de imagens; que ela contribui para a formação das condutas e a orientação das comunicações sociais; que ela conduz a processos de objetivação, de classificação e de ancoragem; que ela se caracteriza por uma focalização sobre uma relação social e uma pressão à inferência; e sobretudo, que ela se elabora nas diferentes modalidades de comunicação: a difusão, a propagação e a propaganda”. A fusão entre as visões mostra que Durkheim, elabora o conceito de representações coletivas, em que propõe um conjunto sistemático de elementos buscando explicar uma multiplicidade de fenômenos sociais, ou seja, uma gama de diferentes formas de pensamentos e de saberes partilhados coletivamente (crenças, mitos, ciência, religião).

Segundo o autor citado anteriormente, as representações sociais coletivas têm suas leis próprias e pertencem a uma outra natureza, que é diferenciada do pensamento individual. A representação coletiva é explicada por Durkheim pela maneira na qual o grupo pensa nas suas relações com os objetos que o afetam. MOSCOVICI (1969) transforma a idéia de conhecimento socialmente elaborado e partilhado em saber prático do senso comum.

Essa concepção o conduz a substituir a noção de representações coletivas pelo conceito de representações sociais, razão justificada tanto pela diversidade quanto pela origem dos indivíduos e dos grupos sociais. Moscovici faz um equilíbrio entre as representações coletivas de Durkheim, que tendem para a sociologia.

A perspectiva de Durkheim é sociologizante. É como se a cabeça das pessoas fosse vazia e a sociedade é que fosse empurrando as coisas na cabeça do indivíduo. Moscovici promove um equilíbrio entre o que se passa no indivíduo e o que se passa no social. No caso das Representações Sociais a idéia é que os sujeitos pensam juntos, mesmo que eles não se dêem conta, porque ele vai percebendo o sentido das coisas, da família, da escola, da igreja e ele vai formando coisas na cabeça dele. Aqueles sentidos que são transmitidos por essas instâncias educativas são realidade para ele. A gente pensa dentro de uma cultura, de uma mesma maneira, mas, podemos ser vistos de forma diferente por pessoas de outras culturas. Então representação é sempre fruto desse ambiente físico, mas principalmente cultural. Jodelet, em sua pesquisa com doentes mentais, após analisar as idéias de representações sociais nessa sociedade, analisa as relações de alteridade existentes entre os

doentes mentais. ABRIC (2001) e DOISE (1986) apreendem a concepção de Moscovici designando o grande número de fenômenos e processos nos quais ocorrem as representações sociais.

A representação social está norteada pelo conceito e pela percepção fundamentada nas dimensões de atitudes, informações e imagens. Considerando essas dimensões, a representação vai contribuir para a formação de conduta do sujeito e da elaboração das diferentes modalidades de comunicação (difusão, propagação e propaganda). Vai conduzir o sujeito ao processo de objetivação, de classificação e de ancoragem, caracterizando-se também a relação social e a pressão à inferência.

3 - Ambiente Organizacional

ROBBINS (2000) define ambiente organizacional como: “um composto de forças interna e externa ao ambiente da organização e que podem afetar o seu desempenho”.

Segundo o autor citado acima, o ambiente inclui normalmente: “Fornecedores, concorrentes, sindicatos, governo, mídia e grupos de interesses especiais. O ambiente de cada organização é diferente, vai depender do “nicho” de mercado que a organização demarcou para si mesma em relação aos produtos e serviços que oferece e ao mercado que atende. O dado fundamental para se entender o ambiente de uma organização é que ela cria incerteza potencial.

Poucas organizações enfrentam ambientes consolidados ou estáticos, ou seja, em que poucas forças mudam seu ambiente, nesse caso, não ocorre nenhuma incerteza, a tomada de decisões é simples e de grande precisão, mas, hoje em dia, existem poucos ambientes estáticos, a maioria das organizações enfrentam a incerteza ambiental e uma vez que a incerteza é uma ameaça à eficácia de uma organização, a administração limita essa incerteza por meio de atividades com planejamento, pesquisa de mercado, propaganda, *benchmarking* e criação de empreendimentos conjuntos com outras organizações. Robbins relata que uma pesquisa sobre o significado de incerteza ambiental esclareceu que existem três dimensões fundamentais no ambiente de qualquer organização: *capacidade* – refere-se ao grau que ela pode sustentar o crescimento, *volatilidade* – grau de instabilidade de um ambiente captado por essa dimensão e *complexidade* – grau de heterogeneidade e concentração entre os elementos ambientais”. BATEMAN e SNELL (1998) afirmam que: “As organizações são sistemas abertos que são afetados e, por sua vez, afetam seus ambientes externos. Por ambiente externo, entende-se todas as forças relevantes além dos limites da organização. Por relevante, entende-se os fatores em que os administradores devem prestar atenção para auxiliar suas

organizações a competirem eficazmente e sobreviverem no mercado”.

Segundo os autores citados, a empresa existe em seu ambiente competitivo, que é composto: “Da empresa e de seus concorrentes, fornecedores, consumidores, novos entrantes e substitutos, e que, em nível mais elevado, está o macroambiente, que inclui o ambiente político, as condições econômicas e outros fatores fundamentais que geralmente afetam as organizações.

A distinção mais simples entre macroambiente e ambiente competitivo é a quantidade de controle que uma organização pode exercer sobre as forças externas. As forças ambientais como a economia ou as tendências sociais, são muito menos controláveis do que as forças do ambiente competitivo, como fornecedores e consumidores.

Para análise do ambiente competitivo, os administradores deveriam considerar: a natureza dos concorrentes, os novos entrantes potenciais, a ameaça de substitutos, fornecedores e consumidores, as cinco forças, que influenciam a organização e fornecem indicação de ameaças e oportunidades potenciais em seus ambiente.

MUSSAK (2003) ressalta que: “Empresas e outros ambientes de trabalho são microculturas que se retroalimentam do comportamento das pessoas que ali vivem, trabalham, pensam, sonham, agem. Considerando-se que o trabalho é, atualmente, quase todo realizado por equipes, e não mais por artesãos isoladas, ambientes de trabalho devem ser ambientes de colaboração.

Considerando-se a importância da construção do conhecimento como vantagem competitiva, ambientes de trabalho devem ser ambientes de aprendizado. Eis a melhor definição das empresas hoje: empresas são ambientes de aprendizado e de colaboração”. Segundo PORTER(1986): É essencial relacionar a organização ao seu meio ambiente, através de uma estratégia competitiva. A intensidade da concorrência em uma organização não é uma questão de coincidência ou de má sorte.

Ao contrário, a concorrência em uma organização tem raízes em sua estrutura econômica básica e vai além do comportamento dos atuais concorrentes, o grau da concorrência em uma organização vai depender de cinco forças competitivas .

4. Cultura Organizacional

KANAANE (1999), ao apropriar-se das análises das relações interpessoais em dado contexto organizacional, identificam-se as sinalizações para a caracterização da cultura existente nos ambientes organizacionais, uma vez que tais interações retratam o grau de formalidade e de informalidade presente nesses ambientes. De acordo com o autor citado

anteriormente, o conceito de cultura organizacional é composto de três dimensões:

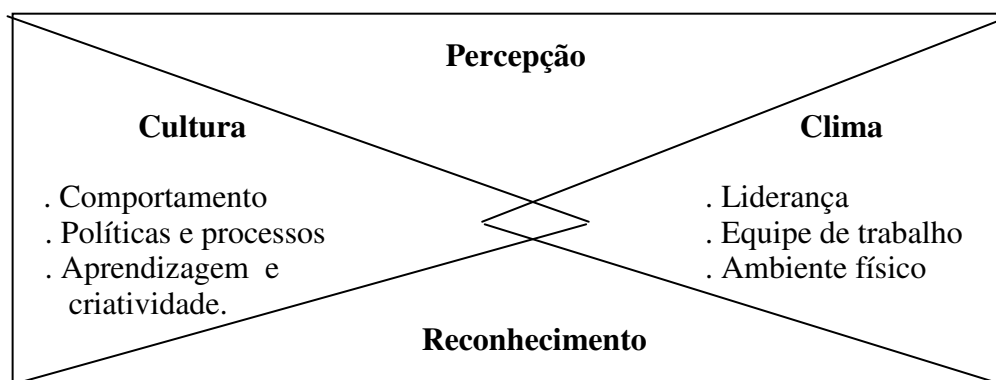
- Material: sistema produtivo;
- Psicossocial: sistema de comunicação e interação dos envolvidos; e
- Ideológica: sistema de valores vigentes na organização.

ROBBINS (2000) define cultura organizacional como: “Um sistema de significados compartilhados pelos membros de uma organização que distingue uma organização das outras. Esse sistema de significados comuns é um exame de características fundamentais valorizadas pela organização”.

TORRES (1996) afirma que: “cultura é um sistema de crenças que dá sentido às atividades do homem. Mas elas também governam as relações que mantêm com seus semelhantes, à medida que lhes fornecem modelos de interação, que se cristalizam em instituições”. MAYO (2003) destaca que a cultura se refere “aos sistemas, processos e expectativas comportamentais, construídos através do tempo, que afetam todas as partes da organização”. O autor cita como exemplos, a estrutura de recompensa, os valores corporativos ou os processos padronizados.

A Figura 2 é uma síntese do desenvolvimento da cultura e do clima nos ambientes organizacionais norteados pela percepção dos indivíduos e pelo reconhecimento dos gestores.

Figura 2 – Esquema de Cultura e Clima no Ambiente Organizacional



5. Visão Holística e Metacompetência

WEIL (1995) ressalta que “na Visão Holística o indivíduo, a sociedade e a natureza são um grupo interdependente e em movimento constante, a organização possui sua cultura interligada com culturas maiores como a do meio externo (países, cidades, etc) e com culturas

menores como as culturas individuais de cada ser humano criado de dentro de determinado grupo”. Segundo o autor citado, "a Cultura Organizacional Holística é um conjunto de valores, conhecimentos e costumes ligados a uma visão não fragmentada do mundo em que a organização é considerada um organismo vivo em constante movimento, constituindo um sistema de eventos com uma constante interação e interdependência de sistemas maiores e menores”. O trabalho funciona em equipe, dialogando sempre sobre a melhor decisão a ser tomada”. BIASE e ROCHA (2007) afirmam que: “é importante desenvolvermos uma visão integradora, sistêmica do universo, do homem, da sociedade e das empresas, compreendendo que um átomo não é dissociado de uma galáxia, que a vida não é dissociada do planeta, e que a consciência não é dissociada das outras consciências e da consciência universal.

Se continuarmos analisando a trágica situação político-econômica do mundo de hoje, com modelos administrativo-econômicos baseados em uma visão fragmentadora do real, em que cada especialista somente enxerga o seu lado, estaremos caminhando rapidamente para a tragédia ecológica e a extinção da vida no planeta”. COSTA (1998) destaca que na visão holística: “O homem deve ser tratado como todo corpo, mente e espírito”. Segundo a autora citada, o que acontece na maioria das vezes é que as pessoas chegam nas empresas totalmente esquarterjadas: a sua mente está em casa, com problemas domiciliares, o seu espírito está no futuro, o seu corpo está sentado na cadeira; então, a pessoa não consegue realizar um bom trabalho. A administração holística tenta resgatar este ser humano para o momento presente”. Segundo MUSSAK (2003), metacompetência deriva do grego *metá*, cuja melhor interpretação é: algo que transcende. Que está além, que vem depois. Pode também indicar uma reflexão crítica sobre um tema. “Metacompetência”, desse modo, pode significar tanto “o que está além da competência” quanto uma discussão sobre o verdadeiro sentido da palavra “competência”.

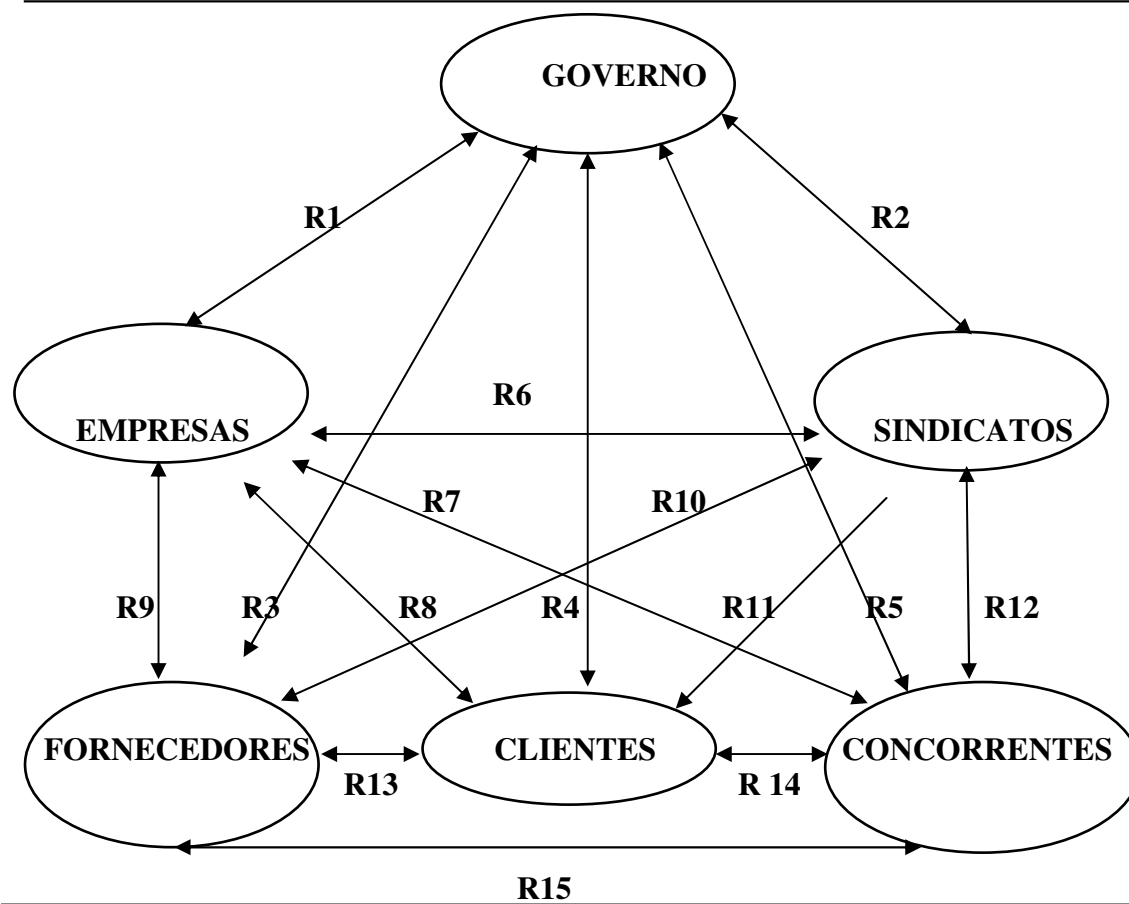
Trata-se de um acréscimo que vem atender à evolução dos fatos relativos ao trabalho, à produtividade, às exigências mercadológicas, à concorrência crescente e, por que não, à satisfação pessoal de aproximar o homem cada vez mais da qualidade, do trabalho cujo resultado principal é o de sua realização perfeita, do *ághathon* – o amor á excelência a que Aristóteles se referia como ideal de vida. Considerada em termos operacionais práticos, a metacompetência pode ser definida como a colaboração entre competências, equação em que uma ou mais competências essenciais para a realização de um trabalho recebem a colaboração de outras competências, chamadas transversais. Segundo o autor anteriormente citado, as competências essenciais de um médico, que são a de elaborar diagnósticos e promover

tratamentos, serão complementadas por outras, como noções de gestão, de liderança de equipes, de informática, de marketing etc. Todas estas competências que a escola de medicina não transfere ao estudante. Mussak depara-se, então, com a necessidade de complementar sua formação para melhor exercer sua profissão. Como por exemplo, saber dirigir é a competência essencial de um motorista, e entender de mecânica é uma competência transversal.

6. Proposta de um novo Modelo

As relações entre os agentes econômicos no novo modelo, objetivam: a conscientização dos gestores sobre a representação social do trabalho para o trabalhador; a conscientização dos trabalhadores sobre o significado do trabalho; a reestruturação organizacional para o desenvolvimento do trabalhador; e o desenvolvimento pessoal e profissional do trabalhador através do trabalho e a visão sistêmica para otimizar resultado.

Figura 3 – Demonstra as Relações entre os Agentes Econômicos



O Quadro 1 descreve as relações entre os agentes econômicos e suas representações sociais da Figura 3.

Quadro 01: Agentes envolvidos e as respectivas relações econômicas

Código	Agentes envolvidos	Relações
R1	Governo / Empresas	Mudanças nas regulamentações criando instabilidades econômica e política nas empresas.
	Empresas / Governo	Altos índices para recolhimento de impostos e Encargos Sociais
R2	Governo / Sindicatos	Abertura de mercados para a classe operária.
	Sindicatos / Governo	Política monetária para a classe operária
R3	Governo / Fornecedores	Intervenção quanto ao cumprimento dos padrões de qualidade.
	Fornecedores / Governo	Falta de política fiscal e subsídios para comercialização das Matérias Primas.
R4	Governo / Clientes	Regulamentações que afetam as atividades dos clientes com relação ao produto.
	Clientes / Governo	Incerteza na compra de produtos em função da globalização.
R5	Governo / Concorrentes	Ética profissional e leis de mercados.
	Concorrentes / Governo	Formação de <i>Cartel</i> .
R6	Sindicatos / Empresas	Negociação de aumento de salário e plano de carreira, greve e paralisação da força de trabalho.
	Empresas / Sindicatos	Negociação salarial e observância das leis trabalhistas.
R7	Empresas / Concorrentes	Utilização de <i>Benchmarking</i> .
	Concorrentes / Empresas	Mudanças de estratégias lançando novos produtos com características melhoradas.
R8	Empresas / Clientes	Investimento em tecnologia e S. I., cumprimento das exigências dos clientes (gosto, preferência etc.), como marco diferencial.
	Clientes / Empresas	Exigências de preço competitivo e qualidade dos produtos e serviços.
R9	Empresas / Fornecedores	Disponibilidade de recursos, preço, prazo e qualidade das Matérias primas.
	Fornecedores/ Empresas	Fornecimento de Matérias primas sem interrupção.
R10	Sindicatos / Fornecedores	Política de preços.
	Fornecedores / Sindicatos	Auxílio ao fornecedor
R11	Sindicatos / Clientes	Trocar informações para resolver problemas e tomar decisões
	Clientes / Sindicatos	Relacionamentos para relações eficazes patrão x empregados
R12	Sindicatos / Concorrentes	Buscar Parcerias para solucionar problemas
	Concorrentes / Sindicatos	Buscar Parcerias com sindicatos de classes afins
R13	Fornecedores / Clientes	Estabelecer e manter o suprimento de recursos na organização
	Clientes / Fornecedores	Controlar custos e ampliar valor
R14	Clientes / Concorrentes	Avaliar benefícios na comercialização
	Concorrentes / Clientes	Conformidade de produto e serviço
R15	Fornecedores / Concorrentes	Conformidade de insumos
	Concorrentes / Fornecedores	Negociar e estabelecer acordo quanto a orçamentos

7. Amostra

O tipo de amostragem escolhido para esta pesquisa foi de amostragem não-probabilística, por acessibilidade. Segundo GIL (1999), “a amostragem por acessibilidade é distituída de qualquer rigor estatístico e é normalmente aplicada em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão”. Ainda GIL (2002) “à medida que as próprias pessoas informam acerca de seu comportamento, crenças e opiniões, a investigação torna-se mais livre de interpretações calcadas no subjetivismo dos pesquisadores”.

A amostra foi selecionada nas seguintes populações: BR Metals Fundições, população de 500 colaboradores na área administrativa e 1.200 colaboradores na área operacional, totalizando 1.700 colaboradores, destes, 20 foram considerados na amostra; Sindicato dos Metalúrgicos, população de 10 colaboradores foram considerados 05 na amostra; Centro Universitário Geraldo Di Biase, população de 60 professores e 5 coordenadores foram considerados 06 na amostra;. Foram realizados pré-teste com 08 pessoas das Instituições alvos da pesquisa, no período de fevereiro a início de março de 2008.

As entrevistas foram realizadas no período de abril a junho de 2008. 31 pessoas foram entrevistadas, sendo: 19 pessoas do sexo masculino e 12 pessoas do sexo feminino.

8. Resultados da Pesquisa de Campo

Quanto ao campo da identificação dos entrevistados, são expostas a seguir, as informações seguintes:

a) Idade:

entre 25 e 35 anos = 09 pessoas (representam 29% do total)

entre 36 e 46 anos = 16 pessoas (representam **51,6%** do total)

entre 47 e 61 anos = 06 pessoas (representam 19,4% do total)

b) Formação Educacional:

Ensino Fundamental = 04 pessoas (representam 12,9% do total)

Ensino Médio = 06 pessoas (representam 19,4% do total)

Ensino Superior = 15 pessoas (representam **48,3%** do total)

Especialista = 06 pessoas (representam 19,4% do total)

c) Tempo de Trabalho:

Entre 0 a 05 anos = 09 pessoas (representam **29,0%** do total)

Entre 06 a 11 anos = 05 pessoas (representam 16,1% do total)

Entre 12 a 17 anos = 04 pessoas (representam 12,9% do total)

Entre 18 a 22 anos = 08 pessoas (representam **25,8%** do total)

Entre 23 a 26 anos = 02 pessoas (representam 06,5% do total)

Entre 27 a 31 anos = 03 pessoas (representam 09,7% do total)

d) Função / Cargo:

Executivo = 09 pessoas (representam 29% do total)

Técnico = 09 pessoas (representam 29% do total)

Operativo = 13 pessoas (representam **42,4%** do total)

e) Departamento/ Divisão

Administrativo = 09 pessoas (representam 29% do total)

Operacional = 22 pessoas (representam **71%** do total)

Considerando o perfil dos entrevistados, em síntese destacam-se os seguintes: colaboradores com a faixa etária entre 36 e 46 anos representam 51,6% do total o que evidencia uma amostra significativa na questão de maturidade profissional; quanto a formação educacional observa-se que, colaboradores com Ensino Superior representam 48,3% do total, o que demonstra um bom nível de profissionais nos ambientes destas Instituições; e quanto ao tempo de trabalho, ressalta-se as representatividades de 0 á 5 anos de trabalho com 29% e colaboradores com 18 a 22 anos de trabalho com 22,8% do total.

Quanto ao nível hierárquico e áreas no ambiente organizacional, destaca-se que 42,4% dos colaboradores são operativos e conseqüentemente, trabalham na área operacional que representa 71% destes colaboradores.

9. Conclusão

No rol dos objetivos a incidência que o fenômeno cultura tem gerado no comportamento e nas Representações Sociais do trabalhador possibilitou observar que os colaboradores têm consciência de que a gestão deve ser flexível e propiciar contatos diretos entre gestores e colaboradores para que as organizações alcancem resultados otimizados.

A Pesquisa de Campo confirmou que existe uma correlação entre o poder e o relacionamento entre gestores e trabalhadores. Destaca-se que, na história guardadas as devidas proporções, do período monárquico vivido no Brasil, ou seja, de país colonizado, o grau hierárquico superior tinha larga vantagem sobre o inferior.

Hoje, as capacidades exigidas para um profissional ingressar no mercado de trabalho muitas vezes são deixadas de lado, em benefício de uma política de bom-senso. Nem sempre o gestor está mais preparado que o trabalhador, o que se observa é que quem está no patamar

mais alto se aproveita disso para exigir e pressionar seus subordinados o que nem sempre podem cobrar, pois faltam recursos logísticos para o cumprimento das tarefas solicitadas.

Quanto à representação social do trabalhador no ambiente organizacional, constata-se que os trabalhadores se sentem importantes e orgulhosos diante do trabalho, mas para essa realidade é preciso transparência, postura, atitude e comportamento dos gestores no relacionamento com os trabalhadores.

Os trabalhadores mudam de comportamento e de atitude no ambiente organizacional em função da falta de diálogo, de informação e de participação nas mudanças que ocorrem na empresa. A representação social do trabalho pode proporcionar o desenvolvimento pessoal e profissional do trabalhador, pois no trabalho residem os maiores motivos para que um trabalhador se desenvolva sócio-profissionalmente. Os trabalhadores se sentem motivados para a auto-atualização diante do trabalho, das expectativas de promoção de cargos pela competência e habilidades adquiridas no ambiente organizacionais.

Constata-se, através desta Pesquisa que as Representações Sociais ocorrem, provocando mudanças de atitudes, comportamento dos trabalhadores trazendo benefícios no ambiente sócio-profissional das organizações.

10. Referências

ABRIC, J. C.. O estudo experimental das representações sociais. In: D. Jodelet (Org.), *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

BATEMAN, T. S., SNELL A S. **Administração Management** – Construindo Vantagem Competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

BIASE, Di F.; ROCHA, M. S.. *Caminhos do Sucesso: a conspiração holística e transpessoal do terceiro milênio*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

CARAVANTES, G. R.; BJUR, W.. **ReAdministração em Ação**. São Paulo: Makron, 1996.

COSTA, S. B.. **Administração Holística: A Intuição como Diferencial**. São Paulo: Martin Cleret, 1998.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo, 1999.

JODELET, D. **Representações Sociais: Um domínio em expansão**. In D. Jodelet (Org.), *As representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2001.

KANAANE, R.. **Comportamento Humano nas Organizações: O Homem Rumo ao Século XXI**, 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MAYO A. **O Valor Humano da Empresa: valorização das pessoas como ativos**. São Paulo; Prentice, 2003.

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

MUSSAK, E.. **Metacompetência: uma visão do trabalho e da realização pessoal**. 5. ed. São Paulo: Gente, 2003.

NÓBREGA, S. M.. Sobre Teorias das Representações Sociais. In: Antonia S. Paredes Moreira (Org.) **Representações Sociais: Teoria e Prática**. João Pessoa: Universitária, 2001.

PORTER M. E. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

ROBBINS, S. P.. **Administração: Mudanças e Perspectivas**. Tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2000.

TORRES, O. de L. S. **O Indivíduo na organização: Dimensões Esquecidas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

WEIL, P. **Organizações e Tecnologias para o Terceiro Milênio: A nova cultura organizacional holística**. 4. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1995.