
AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE JOVENS PARTICIPANTES DE PROJETO SOCIAL DE INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

ARTIGO – GESTÃO DE PESSOAS EM ORGANIZAÇÕES

Angela Beatriz Scheffer Garay

Formada em Psicologia (PUC-RS) e Administração de Empresas (UFRGS), com mestrado e doutorado em Administração (no Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da UFRGS – PPGA/EA/UFRGS) Professora Adjunta da EA/UFRGS – Porto Alegre–RS, Brasil
E-mail: absгарay@ea.ufrgs.br

Recebido em: 8/5/2009

Aprovado em: 30/6/2010

RESUMO

O presente estudo analisou, a partir de estudo de caso em empresa multinacional de destaque em responsabilidade social com projeto social voltado à inserção via trabalho, as representações sociais formadas pelos participantes sobre trabalho e futuro profissional. Foram entrevistados dois gestores e 26 participantes do projeto, incluindo ex-alunos, hoje empregados na empresa. A partir da compreensão do imaginário desses jovens, pode-se verificar que, para eles, a condição fundamental para a entrada no mercado de trabalho é ter ou não “atitude”, condição que hoje já os diferencia de outros jovens de suas comunidades e que favorece o acesso a possibilidades de consumo, bem como amplia os círculos de convívio próximo. O trabalho adquire diferentes sentidos. A empresa é vista tanto como espaço de profissionalismo quanto como “uma família”, interessada no futuro deles. Há todo um esforço de mobilização da subjetividade no sentido de aproximar o sonho dos jovens das possibilidades existentes na empresa.

Palavras-chave: Representação Social, Inserção Profissional, Investimento Social Privado.

SOCIAL REPRESENTATIONS OF YOUNG PARTICIPANTS IN A SOCIAL PROJECT FOR THEIR INCLUSION IN THE LABOR MARKET

ABSTRACT

This article deals with social characteristics of young participants in a social project concerned with their first experience in the labor market. Understanding the thinking of these young people leads to the conclusion that a sine qua non condition for beginning in the labor market is to have an attitude, one which signals their difference from other youths in the community. It increases their purchasing possibilities and extends their conviviality and relationships as well as providing better employment situations. Work acquires many meanings. The company is seen as a professional environment as well as a family, interested in their future. In addition, the company's effort to conciliate the youth's aspirations with available possibilities was quite evident.

Key words: Social Representations, Labor Market Insertion, Private Social Investment.

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE JÓVENES PARTICIPANTES DE UN PROYECTO SOCIAL DE INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO

RESUMEN

En este artículo se analizaron, a partir de un estudio de caso en una empresa multinacional de relieve en responsabilidad social con proyecto social orientado a la inserción a través del trabajo, las representaciones sociales formadas por los participantes sobre empleo y futuro profesional. Fueron entrevistados 2 gestores y 26 participantes del proyecto, incluyendo ex-alumnos, hoy contratados en la empresa. A partir de la comprensión de las expectativas de esos jóvenes, se puede verificar que, para ellos, la condición fundamental para la entrada en el mercado de trabajo es tener o no tener “actitud”, condición que hoy ya los distingue de otros jóvenes de sus comunidades, favorece el acceso a posibilidades de consumo, y amplía los círculos de convivencia próxima. El trabajo adquiere diferentes sentidos. La empresa es vista tanto como espacio de profesionalismo cuanto como “una familia” interesada en el futuro de ellos. Existe todo un esfuerzo de movilización de la subjetividad en el sentido de aproximar el sueño de los jóvenes a las posibilidades existentes en la empresa.

Palabras-clave: *Representación Social, Inserción Profesional, Inversión Social Privada.*

1. INTRODUÇÃO

Mais que um modismo, a ação social das empresas pode ser vista hoje como resultado de toda uma nova configuração institucional. Nesta, distintos atores (atores locais, regionais, internacionais, empresários, governos, consumidores, organizações não-governamentais, movimentos sociais, etc.) entram em jogo, constituindo uma teia de relacionamentos onde cada um, com suas necessidades, interesses e expectativas, acaba exercendo pressões sobre a gestão de negócios e promovendo novas regulações.

Independentemente das razões das organizações para entrarem nesse campo, observa-se um movimento crescente de empresas que publicam seus esforços em relatórios, profissionais do mercado que buscam melhor qualificação para lidar com o campo social, empresas que lançam projetos de investimento social, entre outras ações. Dentre as formas de investimento social, a formação de jovens para o mercado de trabalho tem sido alternativa considerada pelas empresas.

Como aponta Coutinho (2006), o espaço da formação profissional na empresa é um espaço estratégico para a mobilização da subjetividade dos trabalhadores, desejada nos dias de hoje. Em razão do fenômeno da reestruturação produtiva, tornou-se fundamental a adesão do coletivo de trabalhadores aos objetivos empresariais, de modo a favorecer atitudes positivas em relação à empresa e ao trabalho, expressas na disposição para participar, na busca constante por atualização, no orgulho pelo pertencimento à organização, na responsabilidade para com o grupo/organização, entre outras características. A subjetividade é entendida como a expressão do modo de ser e de viver do trabalhador, que é produzido, em especial, nas relações em determinados contextos.

O presente estudo buscou analisar, a partir de estudo de caso conduzido em uma empresa multinacional de destaque em responsabilidade social (empresa que desenvolve projeto social voltado à inclusão/integração por meio do trabalho), as representações sociais formadas pelos participantes sobre o trabalho e sobre seu futuro profissional. Ou seja, buscou-se compreender, a partir da perspectiva daqueles que são os “beneficiários” do programa social, como estes expressam o significado desse momento de vida

(que envolve questões como a adolescência, a empresa e seu modo de “ser” e o projeto social) e como se relacionam com o futuro.

Considera-se que a representação social constitui uma “rede” de ideias e imagens que expressam a realidade comum de um determinado conjunto social e que são construídas pelos sujeitos como forma de expressar o conteúdo dessas relações sociais e a maneira pela qual são estabelecidas. Enquanto sistemas de interpretação, as representações regulam a relação dos sujeitos uns com os outros e com o mundo, orientam e organizam as condutas e as comunicações sociais, interferindo, ainda, nos processos de desenvolvimento individual e coletivo, na definição das identidades pessoais e coletivas, na expressão dos grupos e nas transformações sociais (DUVEEN, 2003). Dessa forma, procurou-se levantar o tipo de construção de realidade comum que pode ser identificada nesse determinado conjunto social – o de jovens em situação de risco participantes de um programa de inserção/integração por meio do trabalho –, analisando, ainda, o tipo de relação que passa a ser estabelecida com a empresa, ou seja, como se expressa a mobilização da subjetividade desses jovens.

Julga-se importante compreender essas questões para que se possa refletir sobre as possibilidades de inserção social desse público. Aqui, entende-se inserção como ir além da integração no mercado de trabalho, numa ação capaz de proporcionar o crescimento do capital humano (competências da população local) e do capital social, entendido como o somatório dos processos e recursos que favorecem o desenvolvimento da vida social de uma população.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Responsabilidade socioambiental e investimento social corporativo (o campo da empresa)

Seja pelo crescimento da pressão do público ou de grupos de interesse, fruto da evolução das expectativas da sociedade em relação às empresas, seja pelos impactos da globalização sobre as empresas, o contexto atual sinaliza a necessidade de uma ação mais compromissada de diferentes atores sociais, uma ação de responsabilidade

socioambiental. Entre esses atores está a empresa privada, que tem dado maior atenção a temas referentes ao meio ambiente, desenvolvimento de comunidades, saúde e bem-estar, diversidade e direitos humanos, entre outros, que afetam diretamente a vida das pessoas, bem como a sua própria sobrevivência.

Percebem-se cada vez mais empresas publicando seus esforços em relatórios sociais, profissionais buscando melhor qualificação para lidar com essa questão, consultores oferecendo orientação sobre como lidar com investimentos no campo socioambiental, vários programas de formação sendo oferecidos, bem como *websites* e outros movimentos.

Segundo refere Silva (2001), as organizações possuem diferentes graus de comprometimento com a questão da responsabilidade socioambiental (RS), podendo atuar seja com uma estratégia obstrucionista (aquela que evita a postura de RS, enfatizando as prioridades econômicas), seja com uma estratégia proativa (tem uma postura de liderança na iniciativa social, antecipando a identificação dos aspectos sociais e ambientais emergentes e a resposta a eles). Entre esses dois extremos encontram-se as estratégias defensivas (a empresa faz o mínimo legalmente requerido) e as estratégias acomodativas (aceita a RS e tenta satisfazer critérios legais econômicos e éticos prevalentes).

Essas diferentes fases estão relacionadas ao que Jeurissen (2004) aponta como uma questão de sensibilidade ao tema, que pode evoluir para o que ele chama de cidadania corporativa. Segundo o autor, cidadania se refere a um papel social caracterizado pela orientação das ações tendo em vista um contrato social, pela responsabilidade ativa e coletiva, bem como pelo estabelecimento de uma postura ativa.

O exercício das ações externas da empresa voltada para o desenvolvimento de suas comunidades está ligado ao conceito de Investimento Social Corporativo. Este incorpora a noção de que o ato de doar recursos ou conhecimentos passa a assumir conotações estratégicas para quem o realiza, ou seja, o doador passa a priorizar ações e projetos sociais que, por suas características, são interpretados como capazes de aportar uma contribuição mais efetiva ao enfrentamento da questão social. Há a preocupação

com o uso racional dos recursos, lógica que se está procurando estender até mesmo aos executores de projetos e/ou atividades que são apoiados pelos que realizam o investimento.

2.1.1. Projeto social: desafios e possibilidades

Quando da elaboração de projetos sociais, a ação social deve centralizar o desenvolvimento das comunidades e, como grande questão social, a dialética da exclusão/inclusão social, processo que tem colocado à margem da sociedade um contingente cada vez maior de pessoas. Para Sawaia (1999), a exclusão é processo complexo e multifacetado, uma configuração de dimensões materiais políticas, relacionais e subjetivas. É processo sutil e dialético. Não é uma coisa ou um estado, é processo que envolve o homem por inteiro e suas relações com os outros. Não tem uma única forma e não é uma falha do sistema que deva ser combatida como algo que perturba a ordem social; ao contrário, ela é produto do funcionamento do sistema.

O grande desafio nos projetos sociais, de modo geral, tem sido o de contribuir para a redução das desigualdades e favorecer a inserção social de pessoas e grupos menos favorecidos por meio de crescimento econômico e desenvolvimento local. Isso passa pela busca por alternativas para o desenvolvimento e por um processo de crescimento da cidadania ativa, além de requerer vontade política. Demo (1988), Carrara (1996) e Lipietz (1999), dentre outros, enfatizam que para a emergência desse processo, capaz de levar ao desenvolvimento da cidadania, é fundamental tornar independentes as pessoas ou grupos – que estejam em situações precárias ou correndo o risco de serem marginalizados – de situações que possam contribuir para estigmatizá-los. A conquista da cidadania, como sinaliza Carrara (1996), deve passar por um processo construído, projetado com a utilização ótima do conhecimento disponível e com a integral participação de todos quantos estejam conscientes de sua importância, bem como envolver a construção coletiva de soluções. Bem público, cidadania e transformação social são conceitos profundamente ligados à ideia de conquista por meio da participação.

Douglas North (*apud* ABRAMOVAY, 2001) afirma que o desenvolvimento resulta da maneira pela qual se coordenam as ações dos indivíduos e

dos grupos sociais. Uma organização eficiente estabelece arranjos institucionais para a criação de incentivos e de uma vasta rede social que envolva a aprendizagem de um conjunto variado de atores. Assim sendo, a melhora das condições de vida das comunidades, considerada macro-objetivo nos projetos sociais das empresas, deve ser pensada a partir de projetos amplos, que considerem aspectos educacionais e culturais, e envolvam parcerias num processo de longo prazo. Mudanças significativas precisam ocorrer a partir da participação dos interessados, com ampla discussão de suas necessidades.

2.1.2. A busca por um projeto comum: a necessidade interna de novas relações e a questão da mobilização da subjetividade

O mercado é uma importante instituição que tem participado desse processo do seu modo e com seus interesses. Nesse sentido, cabe destacar que as organizações contemporâneas passam, assim, a não ser mais tão-somente agentes econômicos, mas também agentes sociais e culturais. Como agente não somente econômico, os ganhos podem ser interessantes, seja porque os projetos facilitam a adesão dos funcionários aos valores da empresa, seja porque fortalecem a imagem da empresa como ator central para a criação do bem-estar da sociedade, ou mesmo porque favorecem a participação das empresas na formulação de políticas governamentais mais amplas, promovendo seu próprio crescimento e perpetuação.

Para fins deste trabalho, cabe a discussão em torno desses dois primeiros aspectos, o da adesão e o da imagem, na medida em que serão trabalhadas as representações sociais dos participantes do projeto social em questão e quer-se analisar que relação passa a ser estabelecida entre estes e a empresa. Chanlat (1996), Enriquez (1996) e Freitas (1999), dentre outros, referem que essa entrada no campo social favorece a construção de um projeto comum, que seria político-econômico-social, capaz de mobilizar de forma diferente a subjetividade dos trabalhadores. Hoje, as organizações querem trabalhadores criativos, comunicativos, capazes tanto de tomar iniciativa e assumir responsabilidades nas situações profissionais com as quais se deparam – situações estas cada vez mais diversas e imprevisíveis –, quanto de atuar em redes. Torna-se fundamental, assim, um investimento pessoal desses trabalhadores, que vai

além da tarefa – um investimento nas “relações de serviço” (LAZZARATO; NEGRI, 2001) capazes de gerar sentimentos como confiança, segurança e conforto, tão importantes na nova relação produção/consumo que passa a se instalar.

Dessa forma, espera-se que esses trabalhadores se tornem sujeitos ativos do trabalho, como condição indispensável à produção, o que implica a chamada mobilização/produção da subjetividade. Como apontam Lunardi Filho, Lunardi e Spricigo (2001), a produção da subjetividade adentra o âmbito da modelização, onde estão inseridos os comportamentos, sentimentos, emoções, percepções, memória, relações sociais, dentre outros. A subjetividade, a vida interior, as opções mais íntimas são marcadas por um *éthos*, em que a sociabilidade, a interação com os grupos assumem um tom caracteristicamente marcante.

A inserção no mundo do trabalho representa um momento importante na vida das pessoas, em que vivências familiares, escolares, sociais imbricam-se e, agora em um novo ambiente valorizado (o do trabalho), passam a “modelar” o que é e o que deve ser o “ser trabalhador”. Ressalta-se que o trabalho é uma forma de inserção social, em que aspectos psíquicos e físicos estão fortemente implicados.

Além disso, a ação social das empresas traz consigo todo um discurso que busca tornar as empresas mais atrativas, mais humanas, um lugar de prosperidade, guardiãs dos mais altos valores sociais e da moralidade pública (como observa Freitas (1999), assumindo “ares de santidade”), o que legitimaria suas ações. Às inovações tecnológicas agregam-se discursos organizacionais que se pretendem bem articulados e politicamente corretos, indicadores de formas ditas diferenciadas de gestão (CHANLAT, 1996).

Nesse contexto, empresas privadas vêm desenvolvendo projetos sociais voltados, dentre outros focos, à educação profissional de jovens em situação de risco, o que será brevemente enfocado a seguir.

2.2. O jovem e a questão da inserção social

Os projetos sociais voltados à educação de crianças e jovens têm tido preferência nos investimentos das empresas, especialmente as de grande porte. Como afirmam Peliano e Beghin (1999) em pesquisa sobre a participação do

empresariado em ações sociais realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), é a diretoria que define os rumos da atuação social, que se volta, principalmente, para a criança e o jovem e para as ações de educação e assistência.

Conforme explicam Góis e Lages (2006), de acordo com pesquisa realizada pelo Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) e pelo instituto Pólis, aproximadamente um quarto dos jovens das oito principais regiões metropolitanas não trabalha nem estuda: 27% dos brasileiros de 15 a 24 anos estão sem atividades profissionais ou educacionais nessas regiões do país. Segundo estudo do IPEA, a taxa de desemprego entre jovens de 15 a 24 anos é 3,5 vezes a dos adultos. A pesquisa mostra que o Brasil lidera o *ranking* de maior proporção de jovens entre os desempregados em uma lista de dez países, que inclui Argentina, México, Alemanha, Espanha, Itália, França, Grã-Bretanha, Suécia e Estados Unidos (IPEA, 2008).

A fase da adolescência é considerada fase de conflito em potencial, em que são vivenciadas angústias relativas às mudanças no presente e ao futuro, o que inclui a inserção do jovem no mercado de trabalho. Como aponta Moraes (2008), dentre as inúmeras razões para tais angústias envolvendo o futuro estão: a expectativa do jovem em conquistar maior liberdade, autonomia e autoafirmação; o desejo de acesso a melhores possibilidades de consumo para satisfazer necessidades pessoais, sociais e culturais típicas da juventude; a vontade de ampliar seus círculos de convívio próximo, construindo referências mais valorizadas e concretas de prestígio e segurança; a necessidade e cobrança da família de que contribua para a renda familiar, entre outras.

A adolescência também está associada a um processo de amadurecimento e de construção da identidade, e a inserção no mercado de trabalho é fator importante para o estabelecimento de relações sociais, dos processos de identificação e do reconhecimento de pertença a uma sociedade. Destaca-se que esse processo ocorre de forma dialética na relação entre indivíduo e sociedade, na qual um se identifica e se transforma a partir do outro; nesse sentido, identidade social corresponde à consciência de pertencer a determinado grupo social e à carga afetiva que essa pertença implica (JACQUES, 1996).

Como aponta Coutinho (2006), o sujeito se constitui, constrói sua identidade ao longo de sua história, em suas relações com o mundo e com os outros. Aqui se entende identidade como algo em movimento, síntese de múltiplas e diferentes determinações, o que inclui as condições históricas, sociais, materiais, bem como as condições do próprio indivíduo.

Um dos campos nos quais essas relações se estabelecem é o mundo do trabalho, em particular as organizações produtivas, que exercem uma série de pressões sobre a identidade dos trabalhadores. Segundo Coutinho (1999 *apud* COUTINHO, 2006), verificam-se três concepções teóricas básicas sobre o assunto: para alguns autores, os sujeitos se inserem nas organizações de trabalho com a identidade já constituída; outros consideram as organizações modernas como espaços de dominação dos sujeitos e de identificação destes com seus objetivos; e existem ainda os que analisam as transformações por que passa a identidade dos trabalhadores, pressionados pelas estratégias organizacionais, mas admitem a possibilidade de espaços de resistência. Lima (1996) considera que os indivíduos intervêm na organização com uma identidade já constituída ou em processo de consolidação. Contudo, uma vez que nas organizações vem sendo priorizada a admissão de jovens que ainda estão construindo sua identidade e são mais vulneráveis às políticas de gestão implementadas, pode-se dizer que elas se utilizam de suas fragilidades, criando situações que permitem a identificação, ainda que ilusória, dos trabalhadores.

Dessa forma, entender as representações dos jovens em processo de formação profissional a partir de um projeto social revela-se interessante. Cabe, agora, discutir mais aprofundadamente o que são representações sociais.

2.3. Representações Sociais: a relação entre o indivíduo e a coletividade

A realidade é socialmente construída por meio da rede de relações estabelecidas por e entre os sujeitos que nela se inserem; num processo dialético, o sujeito produz a realidade e a si mesmo, simultaneamente. Nesse sentido, a compreensão da vida social perpassa pela subjetividade do sujeito, já que a subjetividade é constitutiva e inerente ao social.

No âmago da rede das relações sociais, as representações sociais da realidade são construídas pelos sujeitos como forma de expressar o conteúdo dessas relações e a maneira pela qual estas são estabelecidas. Contudo, toda e qualquer representação social é parcial e inferior ao que é vivenciado no ambiente no qual é produzida.

As representações sociais têm sentido somente quando são observadas no contexto em que são construídas, porque elas só têm existência completa quando alguém as está usando e, assim, completando a comunicação pela interpretação dos resultados e pela construção para si próprio da realidade que o produtor pretendeu mostrar (BECKER, 1993). A forma e o conteúdo das representações sociais são variados em razão do fato de que “a organização social molda não somente o que é feito, mas também o que as pessoas querem que as representações façam, que tarefas precisam que sejam realizadas e que padrões usarão para julgá-las” (BECKER, 1993:139).

O conceito de representação evoca uma atividade psíquica que envolve uma mediação entre o sujeito e o objeto-mundo, este último constituindo-se numa representação porque é recriado pelo sujeito, que por sua vez é recriado pela sua própria relação com o mundo. O sujeito está, assim, inserido em uma realidade social, sem estar condenado apenas a meramente reproduzi-la, e tem um papel “na elaboração da permanente tensão entre um mundo que já se encontra constituído e seus próprios esforços para ser um sujeito” (JOVCHELOVITCH, 1994:78).

Apesar de a realidade social desempenhar um papel constitutivo na gênese das representações sociais, estas não são necessariamente conscientes. Como destaca Minayo (1999:109), as representações sociais perpassam pelo conjunto da sociedade como algo habitual, que se reproduz com base nas estruturas e nas próprias categorias de pensamento – coletivo ou dos grupos: “nelas (nas representações sociais) estão presentes elementos tanto de dominação como de resistência, tanto de contradições e conflitos como de conformismo”.

A teoria das representações sociais contribui, portanto, para a compreensão das práticas coletivas. Como aponta Jovchelovitch (1994:65), a teoria das representações sociais propõe “articular tanto a vida coletiva de uma sociedade como os processos de constituição simbólica, nos quais sujeitos sociais

lutam para dar sentido ao mundo, entendê-lo e nele encontrar o seu lugar, através de uma identidade social”. Ainda segundo a autora, é importante considerar que os processos que engendram as representações sociais estão nas práticas de comunicação, como o diálogo e o discurso.

É um campo de estudo interdisciplinar que agrega conhecimentos e une especialmente as ciências psicológicas e as ciências sociais.

3. MÉTODO DE PESQUISA

Para o alcance dos objetivos deste estudo, desenvolveu-se uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo. Quanto ao método, a opção foi o uso do estudo de caso, uma vez que o foco foi buscar entender um complexo fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto.

Foi investigada uma empresa, escolhida a partir dos seguintes critérios: que (a) tivesse recebido alguma premiação por sua atuação socialmente responsável, considerando-se os últimos dois anos; (b) que tivesse programa social em andamento; (c) que possuísse projetos sociais que buscassem integração por meio da preparação ao trabalho ou da inclusão digital; e (d) cujas ações não fossem apenas pontuais.

Para a coleta de dados, realizaram-se entrevistas em profundidade na própria empresa, pautadas em grandes questões de pesquisa e envolvendo pessoas em posição de direção e gerência responsáveis pelo projeto social desenvolvido, bem como os próprios participantes desses projetos. Foram entrevistados dois (2) gestores e vinte e seis (26) participantes do projeto social. Destaca-se que foram ouvidos tanto ex-alunos (no total de seis), hoje empregados na empresa, quanto os atuais participantes, no total de vinte (20). Estes últimos foram entrevistados de forma coletiva, seguindo-se a seguinte estratégia:

1. Apresentação inicial da pesquisadora e do objetivo do trabalho, ressaltando-se a importância da participação e estabelecendo-se o formato do trabalho.

2. Em grupos de quatro alunos, confecção de cartazes sobre os seguintes temas: adolescência e juventude (buscando situar: Quem sou eu?), trabalho (Que significado passa a ter o trabalho? Como percebem sua inserção no mercado de trabalho?), futuro (Como me imagino do futuro?),

empresa X (De que forma percebem a empresa X?) e projeto social X (De que forma percebem o projeto social X? Que significado tem esse projeto em suas vidas?).

3. Apresentação dos jovens e exposição de seus cartazes temáticos.

4. Discussão final.

Os dados foram trabalhados a partir da análise de conteúdo, que, conforme definido por Bardin (1991), é um método que busca sistematizar e explorar os dados (no caso, as percepções levantadas nas entrevistas) que são de natureza qualitativa. A análise de conteúdo representa “um conjunto de técnicas de análise de comunicações

visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens” (BARDIN, 1991:42).

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, a partir do que se organizaram as informações coletadas em categorias de análise representativas, no caso, das representações sociais em torno do tema pesquisado. Para tanto, partiu-se de uma grade de análise mista, conforme orienta Vergara (2008), com categorias preliminarmente definidas (temas investigados na pesquisa, apoiados no levantamento da literatura), que, porém, foram agrupadas durante o processo, conforme mostra o quadro a seguir:

Quadro 1: Grade de Análise de Conteúdo

Categoria/tema inicial	Categoria Final	Referencial Teórico
Adolescência/juventude	Juventude e o mundo do trabalho	- Vivências/angústias características - Formação da identidade
Trabalho	Inserção no mercado de trabalho: caminho árduo?	- Inserção/inclusão dos jovens no mercado de trabalho - Centralidade do trabalho
Futuro Projeto Social X	Projeto social e projetos de vida: o empenho no presente possibilita o futuro	- Formação profissional - Desenvolvimento local - Exclusão/inclusão social - Desenvolvimento da cidadania
Empresa X	Empresa X e seu projeto comum: espaço para a mobilização da subjetividade	- Contexto e emergência da Responsabilidade socioambiental - Investimento social corporativo e projetos sociais: desafios e impactos - Projeto comum: novas relações e mobilização da subjetividade

Fonte: Dados de pesquisa.

Assim, todo material selecionado na leitura das entrevistas foi integrado às categorias iniciais e posteriormente analisado, com o apoio de procedimentos interpretativos, resultando nas seguintes categorias: Juventude e o mundo do trabalho; Inserção no mercado de trabalho: caminho árduo?; Projeto social e projetos de vida; Empresa X e seu projeto comum. Essas categorias são apresentadas a seguir.

4. APRESENTAÇÃO DOS PRINCIPAIS RESULTADOS DA PESQUISA

4.1. A empresa e o projeto em questão

A empresa é uma multinacional líder na fabricação de motores diesel, iniciou sua operação no Brasil em 1959 e está localizada na grande Porto Alegre.

Conforme relato de um dos gestores, o projeto em questão foi criado em 1988, com o objetivo de proporcionar capacitação profissional e inserção social de jovens em situação de risco. A missão do projeto foi descrita como uma busca de desenvolvimento das potencialidades de jovens de

baixa renda para integrá-los à sociedade como profissionais e cidadãos. Percebe-se, assim, que a questão da inserção é vista como um processo amplo de desenvolvimento, sem, no entanto, enfatizar-se um processo mais coletivo, de construção coletiva de soluções, com participação de diferentes atores.

O entrevistado refere que o projeto busca o “resgate” desses jovens por meio da educação profissional, com foco na formação de um trabalhador flexível, o que remete a uma necessidade das organizações contemporâneas.

Em cada unidade fabril da empresa, 20 adolescentes entre 14 e 18 anos participam de um curso de Mecânica e Montagem de Produto. O critério de seleção prioriza, entre outros quesitos, a frequência escolar e uma renda *per capita* familiar inferior a meio salário mínimo.

Anualmente chegam ao projeto cerca de 500 candidatos de escolas da região e de regiões vizinhas. O processo seletivo é composto de provas de matemática e português (eliminatórias), teste psicotécnico, entrevistas com psicóloga da empresa, visita aos domicílios e entrevista com familiares.

O programa curricular está dividido em três níveis – básico, intermediário e avançado –, todos contemplando a formação profissional e o resgate da autoestima e da cidadania, e é montado a partir de horas de sala de aula e horas de estágio nas diversas áreas da empresa. Além de matérias como organização industrial, matemática aplicada, automação, desenho mecânico e língua inglesa, o curso inclui aulas de reforço escolar e orientações sobre higiene, saúde, segurança, meio ambiente, comunicação e relacionamento interpessoal. Para isso, a empresa conta com a ajuda de educadores voluntários, geralmente seus funcionários. Durante a duração do curso, a empresa oferece aos alunos benefícios como bolsa auxílio, seguro de vida em grupo, vestuário, medicamentos, material escolar, transporte, alimentação, assistência médico-odontológica e assistência social psicológica.

A empresa, que também tem o projeto em outra planta além da estudada, já formou mais de 320 jovens em suas unidades, dos quais 90% foram encaminhados para o mercado de trabalho. Muitos até hoje são funcionários da empresa.

4.2. Os jovens e as representações sociais: “uma questão de atitude”

Nesta etapa do presente artigo serão apresentados os principais resultados do estudo, trabalhados a partir das categorias: Juventude e o mundo do trabalho; Inserção no mercado de trabalho: caminho árduo? Projeto social e projetos de vida; Empresa X e seu projeto comum. A análise englobará as representações dos atuais alunos e dos ex-alunos do projeto, hoje funcionários da empresa.

4.2.1. Juventude e o mundo do trabalho

Os jovens referem dois lados da adolescência, separados pela questão da responsabilidade: “Lado bom é liberdade, festas, começa a liberdade, a gostar de determinado tipo de música, um estilo, aí namoro, amizade, sexo; e as coisas ruins foram drogas, gravidez, a gente resumiu nisso”. A responsabilidade é considerada um marco que divide esses dois lados, pois separa a fase da brincadeira, da diversão, do descompromisso, de uma fase de escolhas, de assumir os atos e construir o futuro. “Antes, quando se era criança, não tinha que se preocupar com nada; depois tem que se preocupar com as coisas do colégio, horário de trabalho, dinheiro, a gente começa a trabalhar, tem mais responsabilidade. A gente passa a cuidar mais da gente, tem responsabilidade”.

A adolescência é tratada, assim, como relacionada a um processo de amadurecimento, de conquista de liberdade e de construção da identidade. Implica a descoberta especialmente de “quem sou” e de “quem serei”, com destaque aos processos de identificação e pertencimento, pois a partir das escolhas realizadas “tipo opção sexual, o tipo de música também” os jovens são incluídos ou excluídos de determinados grupos. As relações que estão vivenciando vão influenciando nessas escolhas.

Ressalta-se que não há apenas uma identidade, uma vez que a identidade é múltipla e se desenvolve na relação com o outro, correspondendo a um contexto social também plural. Há o ser estudante, o ser profissional, o ser amigo de outros, etc. Percebe-se, porém, que o trabalho ainda ocupa um lugar importante nesse processo, o que poderá ser mais bem observado ao longo desta apresentação. Como observa Castel (1998), trabalho é mais do que trabalho, assim como não trabalho é mais do que desemprego.

A inserção no mercado de trabalho aparece como fator importante para o estabelecimento de relações sociais, dos processos de identificação e, em especial, de abertura a novas possibilidades. O relato de uma funcionária, ex-participante do projeto, ilustra isso:

Eu vejo as gurias começando, vendo o filmezinho, vejo que tem pessoas ali que precisam bastante, que estão aproveitando, têm bastante orientação. Tem umas gurias que fazem estágio comigo, digo: gurias, vocês têm que aproveitar agora, a gente tem a liberdade, tu és um adolescente, brinca mais, pode ser mais inconsequente, mas dentro da empresa tem que levar as coisas a sério, para as pessoas te levarem a sério... Agora tem que ter um comportamento, tem gente que precisa, que está ficando aqui na empresa.

Há também a noção de que se torna fundamental um grande investimento pessoal no trabalho, um investimento que vá além da tarefa, o que leva a pensar no que Lazzarato e Negri (2001) consideram como um investimento nas “relações de serviço”.

Esse investimento é visto como importante até mesmo para a continuidade na empresa. Percebe-se, já, a valorização de um discurso que busca adequar o jovem ao “ser trabalhador”, uma construção que é social.

Os jovens consideram que no meio em que vivem é comum não terem oportunidades, o que acaba influenciando nas escolhas realizadas e, em consequência, nos diferentes caminhos a serem trilhados: “quando a gente está na adolescência a gente fica muito perdida, né, não tem muita opção, pode ir para um lado meio desanimador, como muitos que chegam aos 18 anos ou aos 20 anos e nunca trabalharam, porque faltam oportunidades e não têm experiência”. O esforço de buscar a entrada no projeto aparece como um diferencial.

Referem uma série de angústias que caracterizam esse período, associadas a perspectivas de futuro, como aponta o relato de uma jovem, hoje funcionária na empresa:

Eu estava na faixa de adolescente, tinha 16 anos, tava no colégio, no caso minha família é de baixa renda, assim, família simples, eu tava com 16 anos e aquela ansiedade de adolescente, querendo comprar as coisas, querendo trabalhar e tal, correndo e tal, sem saber o que fazer, sempre se está nessa indecisão, por onde começar, nunca pensei em trabalhar em fábrica, muito menos numa metalúrgica, achava muito masculino, não imaginava que tinha mulheres em uma

metalúrgica, motores, bem desligada para carros, nem imaginava o que tinha num carro, é só ligar o carro e sair, não imaginava o que tinha por dentro, o que fazia funcionar.

Tal como apontado por Moraes (2008), essa angústia relaciona-se com a incerteza sobre o futuro, com o desejo de acesso a melhores possibilidades de consumo para satisfazer necessidades pessoais, sociais e culturais típicas da juventude, bem como com as expectativas dos adolescentes em relação ao trabalho, entre outras. Trabalho “masculino” é outra representação trazida, bem como a de uma sociedade pautada no trabalho.

O próximo depoimento ilustra outras angústias típicas da juventude, como a expectativa do jovem em conquistar maior autonomia e autoafirmação e a vontade de ampliar seus círculos de convívio próximo:

O que foi melhor foi essa parte de integração com a sociedade e com as pessoas, foi o melhor, eu convivia no meio apenas da família, ficava muito dependente, muito bichinho do mato, e depois a gente aprende a lidar com pessoas, se fazer presente, foi difícil, eu era muito tímida, uma menina supertímida, de falar muito pouco, de expressar pouco o que sentia, muito angustiada, então comecei a aprender que não é assim, se tu quer, tem que mostrar o que quer, não dá para ficar esperando simplesmente.

Embora necessidade e cobrança da família para contribuir com a renda familiar não tenham sido destacadas como razões para angústias, foi mencionada a possibilidade de “dar um orgulho para a mãe”, o que reforça, entre outros aspectos, a importância das referências mais valorizadas e concretas de prestígio e segurança no meio em que vivem.

Os jovens reconhecem que o trabalho pode trazer realizações, bem como sofrimento:

Eu desenhei aqui esse carinho meio estressado de tanto trabalhar, tô doido, tô doido, gritando ali; trabalho, para nós, colocamos palavras que representam o que o trabalho traz, deriva, atitude, *stress*, bem-estar, liberdade, rotina, luta, dinheiro e ordem. O trabalho traz dinheiro, pelo bom trabalho, tem pela rotina, a liberdade de estar trabalhando, consegue bens materiais, que no caso pode ser uma casa, um carro, também traz *stress*.

Referem que as possibilidades de realização estão relacionadas à atitude diante do trabalho (“pela atitude do nosso trabalho a gente chega a algum

lugar, consegue muitas coisas”), bem como ao fato de se estar fazendo o que se quer, o que realmente se gosta (“pois não adianta ficar anos fazendo o que não se gosta, aí tu vai te estressar e vai acabar chegando a lugar nenhum”). Já o sofrimento está associado ao estresse (“que vem da rotina”) e às escolhas erradas (“é lutar, lutar e não se chegar a lugar nenhum, não conseguir nada; às vezes, em vez de lutar pelo bem-estar, se buscam bens materiais, e no final da vida vê que não aproveitou, não chegou a lugar algum, só se estressou a vida inteira”).

4.2.2. Inserção no mercado de trabalho: caminho árduo?

Muitos, ao falarem sobre a inserção no mercado de trabalho, consideraram que o processo seria longo e difícil: “ia começar de baixo, ia ter que sempre buscar, fazer cursos, para permanecer no serviço, não já fazendo o que se gosta de fazer. Teria que passar por várias etapas até chegar ao que se gosta. Nem sempre a pessoa chega ao que gosta”. Ou ainda, como respondeu um dos entrevistados: “vejo a dificuldade dos jovens ingressarem no mercado de trabalho, porque meu irmão e o meu primo estão nessa faixa de 18 anos, saindo do quartel, conseguem um estágio ali, um empreguinho lá, começam numa farmácia ou num supermercado”.

Associavam o início a empregos em pequenas empresas, como mercadinhos, farmácias. As grandes empresas apareciam como mais inacessíveis pelas exigências de formação e experiência. Seria fundamental a conclusão do ensino médio após a realização de pelo menos um estágio, para então “deixar o currículo nas empresas e depois começar a procurar emprego em uma boa empresa, sem isso seria muito difícil uma colocação, tem muita gente querendo emprego”. Percebe-se, desse modo, como suas imagens sobre emprego se relacionavam com inserções precárias e/ou temporárias no mercado de trabalho, próprias das experiências vivenciadas por pessoas com as quais convivem e da referida dificuldade de entrada no mercado de trabalho.

Nota-se, ainda, o caráter norteador do trabalho na vida dos sujeitos, o que corrobora diversos estudos já desenvolvidos sobre trabalho e identidade (JACQUES, 1996; COUTINHO, 2006; BENDASSOLI, 2009). Também se podem relacionar as falas com o entendimento de que a

exclusão não é uma coisa ou um estado, é processo que envolve o homem por inteiro e suas relações com os outros.

4.2.3. Projeto social e Projetos de vida: o empenho de hoje possibilita o futuro

Os hoje empregados na empresa referem que conseguiram, a partir do projeto, superar uma série de dificuldades que prejudicariam sua inserção no mercado de trabalho. Foram mencionadas dificuldades de se expressar, timidez, medo de fracassar:

Aprendi muito nessa parte de pessoas, atitude é tudo. Tinha boas ideias e não expressava, não desenvolvia, e hoje não. A parte que eu superei foi essa parte de expor, de falar, foi um processo bem lento para mim, que depois eu fui dizer: tenho que confiar nas pessoas, se eu não posso confiar nelas, elas não vão confiar em mim. Foi a parte mais difícil, conviver com outras pessoas, com outras ideias que às vezes a gente não concorda.

O projeto, assim, valoriza o desenvolvimento de uma série de atitudes, não apenas de capacidades e conhecimentos. Destaca-se, na fala anterior, a questão da confiança e do convívio com o outro, do aprender como um processo que foi considerado difícil.

Essas foram consideradas aprendizagens fundamentais que hoje lhes possibilitam pensar o futuro. Na construção do futuro, os jovens relatam que buscam realizar seus objetivos de vida num futuro brilhante, o que inclui a realização de um curso superior, um trabalho em alguma coisa que gostem, ter uma casa, carro e família. O sucesso está ligado a “conseguir tudo que a gente quer; conseguir o que mais se queria por causa da luta, da força de vontade”. Além disso, o sucesso está ligado à vida profissional, especialmente como forma de acesso a possibilidades de consumo desejadas e como forma de reconhecimento/valorização nos círculos de convívio próximo: “é conseguir conquistar um espaço que sempre desejei para mostrar para teus familiares que tu é capaz; adquirir aquilo que se quer, para conseguir viver melhor; é encontrar o que eu busco, terminar a faculdade, comprar minha casa, viajar para um monte de lugares que eu quero conhecer... o sucesso que vem através da vida profissional”.

Relatam, assim, que esse futuro está diretamente relacionado com o esforço, “com atitude e com

força de vontade”. O relato a seguir ilustra isso de forma bem clara:

Eu escrevi uma frase que para mim representa muito do que eu quero do meu futuro: o meu empenho no presente significa o reconhecimento no futuro; através do meu empenho hoje em dia, tenho 17 anos, futuramente eu vou conseguir tudo o que eu planejar e vou conseguir através do meu empenho que eu aplico no presente.

A maioria agora já traça planos para o futuro, que incluem curso superior, crescimento na carreira, aquisição de bens, ajuda à família:

Quero continuar a mesma coisa, ser tecnóloga em logística, continuar no mesmo caminho em que estou trabalhando, acho que é um mercado bem bom, aqui é uma empresa grande, tenho oportunidade de trocar de área, ter um cargo melhor. Moro ainda em casa com meus pais e agora estou vendendo minha própria casinha, foi muito bom tudo isso.

As experiências proporcionadas pelo projeto social permitiram, assim, a possibilidade de construção de projetos de vida, mesmo considerando-se os antecedentes sócio-ocupacionais das pessoas com quem os entrevistados convivem fora da empresa. Também se relacionam com o que Catão (2001) chama de dimensão socioafetiva do projeto de vida, ou seja, a possibilidade de construção das bases psicossociais para operacionalização do projeto de vida em decorrência da inclusão social, da tríade trabalho-educação-família e da relação com o outro e consigo, entre outros elementos.

Sonhos maiores, tentativas, eu achava que era difícil ingressar na faculdade e hoje estou quase lá, hoje acho supernatural, ingressar numa faculdade, só falta me decidir o que quero fazer. Antes não, na minha família ninguém fez, nem segundo grau terminaram, então me imaginava assim, que não poderia chegar numa faculdade, hoje eu acredito que sim, tranquilo, é para mim, e se me der vontade posso até fazer um mestrado, doutorado, mas antes não tinha essa expectativa de estudo... só por mim mesmo, por essa oportunidade que tive e poder sonhar e buscar, ver que é possível, não tem nada de impossível. O que mais mudou foi isso, minha visão de mundo.

Nota-se, assim, que percebem que, no seu futuro, o exercício de uma profissão surge como possibilidade de realizações pessoais e profissionais, bem como de reconhecimento social. Como aponta Ciampa (1987:201), “o trabalho é o dar-se do homem, que assim transforma suas

condições de existência, ao mesmo tempo em que o desejo é transformado”.

Projeto de vida (perspectiva de futuro) e trabalho passam a se articular, pois a abertura a possibilidades maiores de escolha acaba influenciando na trajetória da futura relação produtiva desses jovens com o mundo. Torna-se importante, dessa forma, compreender a identidade e o processo de construção do projeto de vida dos jovens à luz das relações sociais concretas que eles estabelecem em sua história de vida.

4.2.4. Empresa X e seu projeto comum: o espaço para a mobilização da subjetividade

Os jovens relatam que o projeto está associado a persistência, coragem, sonho e discriminação. “Persistência foi o que nos trouxe ao projeto, foi uma das formas que chegamos aqui, porque tem muita gente que tentou várias vezes, não conseguiu, mas a gente continuou persistindo, sabe, persistir no nosso sonho”. Já a discriminação apareceu em função da percepção do grupo de que muitos (especialmente colegas de colégio) não acreditavam na possibilidade de dar certo: “nos diziam que a gente não ia conseguir, que são muitos para poucas vagas, é uma chance em um milhão. Diziam que a gente era burro, que não ia conseguir”.

Poder ser diferente aparece, assim, como uma representação central dos entrevistados. Esses jovens passam a ter acesso a um diferencial, que não deixa de ser uma forma de construir seu universo em torno do trabalho. A realidade aparece como algo que é, ao mesmo tempo, uma conquista deles e também uma dádiva (a da empresa, nobre, que oferece uma possibilidade “única”), tal qual no discurso apresentado abaixo.

O projeto foi uma realização porque muitos de nós não temos condições financeiras de pagar um curso profissionalizante, né, e esse curso é uma capacitação profissional, a gente tem horário de tarde, a gente faz estágio, vai ter um currículo bem mais recheado quando a gente sair daqui e isso ajudou muito, traz realização e capacitação profissional.

É interessante refletir que, com relação à dádiva, há sempre o sujeito e o sujeitoado, aquele que fica com uma dívida de favor, com uma gratidão pelo bem/serviço recebido (VIEIRA, 2000).

Vários entrevistados referiram mudanças significativas, quase sempre associadas à ajuda da empresa e à mudança na atitude deles: “o pensamento que eu tinha antes era diferente do de hoje, minha forma de pensar e de agir também, o projeto X me ajudou. Hoje eu estou empregada graças à empresa X”. Ou ainda: “E atitude é uma palavra que a gente ouve bastante, que auxilia bastante, com atitude no caso uma pessoa pode ser valorizada e algumas atitudes ruins podem estragar”.

Há um preparo para o mundo do trabalho, a busca de uma adequação da formação profissional ao perfil desejado nas empresas. Além disso, os jovens salientam a importância das competências que são desenvolvidas, não apenas aquelas relacionadas à produção, mas também as humanas: “a gente aprende a lidar com pessoas, eu não tinha isso, tava num grupo de família e escola, só, nunca tinha convivido com outros grupos, lidar com profissionais e coisa e tal, tentei sugar tudo que é possível, falavam em ficar aqui, eu tinha muita vontade de ficar aqui e aí eu ficava imaginando”.

Cria-se, assim, uma vinculação desses trabalhadores com a empresa, o que, num contexto de reestruturação produtiva, favorece a adesão do coletivo de trabalhadores aos objetivos empresariais, além de uma maior integração, num esforço para diminuir as diferenças e o antagonismo de interesses (tal como apontado por Coutinho, 2006).

Muitos, ao se candidatarem ao projeto, declararam não ter clara sua dimensão, que só foi percebida durante a realização do projeto:

Eu não imaginava que eu ia conseguir emprego, achava que era só um estágio, e deu. A pessoa tem que se dedicar ao máximo, eu tentei sempre me dedicar ao máximo, ao meu serviço, ao meu estudo, isso sempre nos foi passado pelos educadores, assim como me fez no início pensar na importância de colocar uma coisa no currículo, um estágio para poder ter emprego, experiência.

Nesse sentido, percebe-se o afirmado por Coutinho (2006) sobre o espaço da formação profissional na empresa ser um espaço estratégico para a mobilização da subjetividade dos trabalhadores, numa busca pela criação de um modo de ser e de viver compatível com as necessidades das organizações atuais. Dedicção, esforço, atitude no trabalho, estudo constante, “não parar”, “levar a

sério”, “fazer com vontade” são alguns exemplos trazidos pelos alunos.

A experiência na empresa é encarada como um degrau importante na formação tanto pessoal quanto profissional: “foi um degrau que a gente subiu”; “minha família ficou muito orgulhosa, diziam: ‘tirou a sorte grande, porque é teu primeiro emprego numa grande empresa, com potencial maior’”. Novamente destaca-se a possibilidade de maior adesão do coletivo de trabalhadores às organizações.

Consideram que hoje, a partir dessa vivência, percebem seus horizontes de modo diferente dos seus colegas de escola: “os nossos colegas não são tão motivados como nós... Minha visão de futuro agora é diferente, a gente é instruída, os educadores comentam bastante como vai ser no futuro, como é que é na rua, como funciona cada empresa, e assim a gente amadurece aqui dentro, além de ter uma família, a gente amadurece aqui dentro”. Nota-se a importância de um investimento no trabalho, que caracteriza um período de transição na vida dos jovens. A empresa aparece como “uma família”, interessada no futuro deles e em lhes mostrar “o mundo”: “eles te põem na realidade, te mostram a realidade, que o mundo não é só esse mar de rosas, te preparam legal para encarar a realidade, eu aprendi a ter mais responsabilidade e vi que o mundo ali fora não é brincadeira”.

A empresa é percebida como um espaço de aprendizagem, de importante convívio, de abertura de novas possibilidades. Os funcionários acreditam que a empresa se preocupa com o bem-estar e a saúde deles e que a empresa é espaço de profissionalismo:

Aqui é uma família, irmãos, funcionários, todos se ajudam, se respeitam, se importam contigo. Se veem que está sendo feita alguma coisa errada, eles se importam, falam é assim, mostram, é bem interessante porque se preocupam com a gente, aconselham também. Em princípio, não sei se todo mundo, eu tava meio perdido, não sabia direito o que fazer, e agora, com a orientação dos próprios educadores, depois todo mundo se adaptou.

Hoje já trazem sonhos maiores, que veem como passíveis de serem alcançados, sempre atrelados à aprendizagem dentro da empresa:

Vou poder fazer faculdade de Engenharia, o outro Administração, aqui tu tens como resolver a tua vida no futuro; no colégio não tem isso, se veem aquelas

matérias soltas, se tu tá interessado em fazer faculdade eles não se preocupam. Aqui não, eles estão interessados no nosso futuro, não só agora nesse momento, eles querem mais adiante ver nós formados em alguma coisa, em uma empresa, bem-sucedidos na vida, não se importam apenas com o agora, aqui eles nos acompanham mesmo depois da nossa formatura, uma coisa bem diferente.

Cabe, por fim, ressaltar que a atividade profissional não deve ser entendida apenas como um modo de ganhar a vida, pois é também uma forma de inserção social, em que aspectos psíquicos e físicos estão fortemente implicados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão do imaginário do jovem em situação de risco sobre seu futuro e sobre a questão da inserção no mercado de trabalho, a partir da análise de suas representações sociais, permitiu revelar as imagens que vêm sendo construídas e os diferentes conceitos e valores que as suportam. Assim, analisar o projeto social na perspectiva das representações sociais desses jovens envolve compreendê-las como uma rede de conceitos e imagens interligados pelos significados construídos por esses jovens no seu processo de comunicação.

O acesso ao mercado formal tornou-se um bem escasso que gera uma angústia nesses jovens. Pelo relato dos entrevistados, percebeu-se uma preocupação com a possibilidade de “sobrarem”, não encontrando emprego. Consideram que, sem experiência, não conseguem se inserir no mercado de trabalho. No entanto, sem a inserção também nunca teriam vivido essa experiência. Suas visões sobre trabalho e inserção profissional antes de ingressarem no projeto social estavam restritas a empregos em pequenas empresas, como mercadinhos, farmácias; as grandes empresas seriam mais inacessíveis em razão das exigências de formação e experiência. Consideravam que o processo era longo e difícil, baseado em muita busca (fazer cursos, lutando para permanecer no serviço em virtude da concorrência), começando-se de “baixo” e não fazendo o que se gosta de fazer.

Muitos mencionaram ainda a discriminação em razão de suas escolhas, ressaltando a importância das relações e dos valores sociais na formação de sua identidade. Assim, a inserção no mercado de trabalho apareceu como fator importante no

estabelecimento de relações sociais, dos processos de identificação e do reconhecimento de pertença a um grupo “privilegiado de trabalhadores”, aqueles trabalhadores que conseguem emprego em grandes empresas, ganhando uma série de benefícios e tendo acesso a treinamentos e a uma carreira.

Como referido anteriormente, foram vários os fatores que impulsionaram os jovens na busca do projeto social, entre eles a expectativa de conquistar maior liberdade, autonomia e autoafirmação; desejo de acesso a melhores possibilidades de consumo para satisfazer necessidades pessoais, sociais e culturais típicas da juventude; vontade de ampliar seus círculos de convívio próximo (indo além da família), comuns ao período da adolescência, construindo referências socialmente mais valorizadas e concretas de prestígio e segurança.

A empresa, com esse projeto, faz uma importante contribuição, uma vez que, além de fornecer uma formação técnica em mecânica e montagem de produto, provoca melhora no autoconhecimento dos jovens e na sua autoestima, ajuda-os a definir seu projeto de vida e seu projeto profissional, ampliando suas possibilidades (de formação mais ampla e carreira), bem como desenvolve habilidades sociais importantes e desejadas no mercado de trabalho. Como anteriormente dito, os hoje empregados na empresa referem que conseguiram, a partir do projeto, superar uma série de dificuldades que os prejudicariam na sua inserção no mercado de trabalho, como a timidez, dificuldades de se expressar, medo de fracassar. Conseguiram sentir-se mais confiantes, expressar suas ideias, criar, bem como confiar em outras pessoas e conviver com elas.

Os jovens percebem a empresa como uma organização que propicia um espaço de aprendizagem, de convívio, de abertura de novas possibilidades, que se preocupa com o bem-estar dos funcionários, com a saúde, que é espaço de profissionalismo ao mesmo tempo em que é “uma família”, interessada no futuro deles. Além disso, favorece a construção de “sonhos maiores, que são passíveis de serem alcançados”, sempre a partir da “atitude”, conforme relato de um dos entrevistados.

O projeto trabalhou também atitudes e crenças com relação ao trabalho (“tudo é uma questão de atitude”). O sucesso aparece como atrelado em maior parte à condição do trabalhador.

Inclusão/exclusão se dão fortemente a partir daqueles que têm ou não atitude.

Assim, percebe-se que há toda uma mobilização da subjetividade enquanto processo que focaliza o indivíduo como um todo – seus conhecimentos, habilidades, atitudes mais valorizadas, construídas com base em valores, crenças, afetos, que se efetivam em ação humana. As organizações contemporâneas necessitam de jovens trabalhadores, com maior escolaridade e capacidade de desempenhar atividades mais complexas e valorizadas, que se percebam como capazes de enfrentar imprevistos e se mobilizem na busca de soluções não prescritas. À medida que as novas exigências do aparelho produtivo aos trabalhadores (autonomia, criatividade, cooperação, etc.) os tornam mais livres para empreender movimentos e questionar as finalidades da organização, a organização passa a precisar assegurar essas transformações ao mesmo tempo em que mantém o controle. Isso é conseguido pelas mediações, conforme apontado por Pagès *et al.* (1987), pelo desenvolvimento de um sistema decisório de autonomia controlada (onde regras são interiorizadas conforme a lógica da gestão) e de um sistema “puro” quanto às relações econômicas, a partir do investimento em sistemas ideológicos da sociedade global (influenciar a orientação do Estado, integrar escolas, universidades, etc.).

Na análise de Pagès *et al.* (1987), as organizações se utilizam de processos de mediação que ocultam e transformam as contradições entre os objetivos individuais e organizacionais e as contradições inconscientes vividas pelos trabalhadores. Mediações consistem na aliança de fortes restrições da empresa com grandes vantagens oferecidas aos indivíduos, que permite à organização evitar os conflitos coletivos e assegurar o controle. Dessa forma, segundo os autores citados, as medidas da organização voltadas para a promoção do bem-estar dos trabalhadores, a satisfação dos clientes, a boa reputação da empresa na coletividade, todos critérios positivos, servem para legitimar as políticas da empresa, retirando a atenção do conflito ao qual elas respondem antecipadamente.

Percebe-se a mobilização do afeto, do sonho, numa estratégia que, como observa Freitas (1999), é de sedução, porque, embora o discurso das organizações priorize a responsabilidade social, muitas vezes elas mantêm uma relação com seus

funcionários fundamentada no descompromisso. Prega-se a empregabilidade, o comportamento empreendedor, com o qual cada um se torna responsável por buscar o que lhe falta para que possa desenvolver sua carreira e em que qualquer falha é percebida como culpa do próprio indivíduo, que não teria desenvolvido as competências que a organização desejava ou teria priorizado outras. Os jovens destacam que a empresa, a partir do projeto, é a responsável pela construção e desenvolvimento de um sonho.

Assim, todo esse processo de mobilização da subjetividade reflete-se na "construção" das representações desses jovens sobre o trabalho e seu futuro profissional, tal como se procurou apresentar no presente artigo. Percebe-se um movimento de (re)construção das referências simbólicas que impõem e/ou bloqueiam uma ação mais politizada dos atores sociais. Há todo um conjunto de práticas formais que vem se associar às atividades não formais que as organizações desenvolvem “no sentido de formar os trabalhadores, adaptá-los aos seus objetivos e torná-los capazes de responder às demandas da produção e do processo de trabalho”.

Não se percebe uma preocupação com o incentivo à mobilização política, com a consciência desses jovens sobre seu papel no coletivo. Gil (2006) refere haver diferença entre projetos sociais que visam a inclusão social e projetos que trabalham a integração social. Inserção social exige mobilização e engajamento da comunidade como um todo na concepção, elaboração e execução do projeto. Já a integração é mobilização para “se ajustar”, dependendo do esforço do indivíduo em se adaptar a um determinado grupo (esforço que representa uma conquista individual). No caso apresentado, já há um caminhar da empresa no sentido de promover o acesso de jovens ao mercado de trabalho e mobilizar parcerias em torno do assunto; entretanto, parece ter faltado um olhar maior para as comunidades.

É importante ainda destacar que a melhora das condições de vida das comunidades é resultado de um processo de longo prazo que precisa envolver um trabalho em parceria externa com governos e empresas. Mudanças mais significativas precisam partir de projetos mais amplos, que estejam mais próximos das necessidades de seus participantes, e englobar mudanças como as ocorridas no sistema educacional, para proporcionar maior acesso a

outros horizontes. Assim, embora os jovens valorizem e aprendam muito em projetos como o apresentado, o ensino oferecido nas escolas ainda será o mesmo, o bairro onde ele mora ainda terá inúmeros problemas, o transporte será de má qualidade, etc. Além disso, um projeto como o apresentado trabalha os jovens que, por características pessoais e valores familiares, já vinham apresentando um desempenho melhor em seus estudos (provas de matemática e português selecionam os aptos a continuarem no processo seletivo) e se dedicavam às possibilidades de construção de um futuro melhor. E quanto aos demais?

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. Desenvolvimento e instituições: a importância da explicação histórica. In: ARBIX, G.; ZILBOVICIUS, M.; ABRAMOVAY, R. (Orgs.). *Razões e ficções do desenvolvimento*. São Paulo: Editora da UNESP/EDUSP, 2001.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Ed.70, 1991.

BECKER, H. S. *Método de Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Hucitec, 1993.

BENDASSOLI, P. F. *Psicologia e Trabalho: Apropriações e Significados*. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

CARRARA, K. Psicologia e a Construção da Cidadania. *Psicologia, ciência e profissão*, Brasília, v. 16, n. 1, p. 12-16, 1996. Disponível em: <http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98931996000100003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 12 out. 2007.

CASTEL, R. *As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CATÃO, M. F. *Excluídos Sociais em Espaços de Reclusão: as representações sociais na construção do projeto de vida*. Tese (Doutorado em Psicologia Social e do Trabalho) – Programa de Estudos de Pós-Graduação em Psicologia Social e do Trabalho, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

CHANLAT, J. Modos de gestão, saúde e segurança no trabalho. In: DAVEL, E.; VASCONCELOS, J. (Orgs.). *“Recursos” humanos e subjetividade*. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 118-128.

CIAMPA, A. C. *A Estória do Severino e a História da Severina: um ensaio de psicologia social*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

COUTINHO, M. C. Dialética da exclusão/inclusão em uma organização industrial. *RAE eletrônica*, São Paulo, v. 5, n. 1, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482006000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 27 nov. 2008.

DEMO, P. *Participação é conquista: noções de política social participativa*. São Paulo: Cortez Editora, 1988.

DUVEEN, G. O Poder das Idéias. In: MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

ENRIQUEZ, E. Prefácio. In: DAVEL, E.; VASCONCELOS, J. (Orgs.). *“Recursos” Humanos e Subjetividade*. Petrópolis: Vozes, 1996. p. 7-22.

FREITAS, M. E. *Cultura Organizacional: identidade, sedução e carisma*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

GIL, T. N. Análise de um projeto da educação profissional voltado à inclusão social. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO, 29., 2006, Caxambu–MG. Posters GT trabalho e educação. Caxambu–MG: ANPED, 2006. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/29ra/trabalhos/posteres/GT09-2198--Int.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2007.

GOIS, A.; LAGE, A. 27% dos jovens não trabalham nem estudam. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 fev. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u118503.shtml>>. Acesso em: 17 nov. 2006.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Desemprego entre jovens é

- 3,5 vezes maior. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 21 maio 2008. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=4636>. Acesso em: 10 dez. 2009.
- JACQUES, M. Identidade e trabalho: uma articulação indispensável. In: TAMAYO, A.; BORGES-ANDRADES, J.; CODO, W. (Orgs.). *Trabalho, Organização e Cultura*. São Paulo: Cooperativa dos Autores Associados, 1996.
- JEURISSEN, R. Institutional Conditions of Corporate Citizenship. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 53, n. 1/2, p. 87, Aug. 2004.
- JOVCHELOVITCH, S. Vivendo a Vida com os Outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). *Textos em Representações Sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- LAZZARATO, M.; NEGRI, A. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LIMA, M. A. *Os Equívocos da Excelência: novas formas de sedução na empresa*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- LIPIETZ, A. *L'Opportunité D'Un Nouveau Type de Société à Vocation Sociale*. Paris: CEPREMAT, 1999.
- LUNARDI FILHO, W.; LUNARDI, V.; SPRICIGO, J. O Trabalho da Enfermagem e a Produção da Subjetividade de seus Trabalhadores. *Revista Latino-americana de Enfermagem*, v. 9, n. 2, p. 91-6, mar. 2001.
- MINAYO, M. C. *Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- MORAES, P. R. Juventude, Medo e Violência. In: CICLO DE CONFERÊNCIAS DIREITO E PSICANÁLISE, 2005, Paraná. Disponível em: <<http://forumseguranca.org.br/referencias/juventude-medo-e-violencia>>. Acesso em: 3 mar. 2008.
- PAGÈS, M. *et al. O Poder das Organizações*. São Paulo: Atlas, 1987.
- PELIANO, A. M. (Coord.); BEGHIN, N. *A Ação Social das Empresas do Sudeste: quem são e onde estão*. IPEA. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br>>. Acesso em: 20 out. 1999.
- SAWAIA, B. Introdução: exclusão ou inclusão perversa? In: SAWAIA, B. (Ed.). *As Artimanhas da Exclusão: análise psicossocial e ética da desigualdade social*. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 7-13.
- SILVA, R. *Teorias da Administração*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2001.
- VERGARA, S. *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2008.
- VIEIRA, A. C. Assistencialismo e profissionalização: a trajetória do serviço social. In: FLICKINGER, Hans-Georg. *Entre caridade, solidariedade e cidadania*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.