



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS- CCSA  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

DEMÉTRIO MEDEIROS

**OS JOVENS E O MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A  
PERCEPÇÃO DA EMPREGABILIDADE NA EMPRESA MOTIV TELECOM NA  
CIDADE DE JOÃO PESSOA – PB.**

CAMPINA GRANDE - 2014

**OS JOVENS E O MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A  
PERCEPÇÃO DA EMPREGABILIDADE NA EMPRESA MOTIV TELECOM NA  
CIDADE DE JOÃO PESSOA – PB.**

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de bacharel em Administração.

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

M488j Medeiros, Demétrius Josino de

Os jovens e o mercado de trabalho [manuscrito] : Um estudo de caso sobre a percepção da empregabilidade na Empresa Motiv Telecom na cidade de João Pessoa – PB. / Demétrius Josino De Medeiros. - 2014.

26 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Prof. Msc. João Rodrigues dos Santos, Departamento de Administração e Economia".

1. Jovem. 2. Vulnerabilidade. 3. Empregabilidade. 4. Mercado de Trabalho. I. Título.

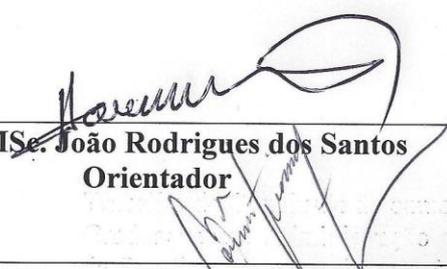
21. ed. CDD 331.12

**OS JOVENS E O MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PERCEPÇÃO DA EMPREGABILIDADE NA EMPRESA MOTIV TELECOM NA CIDADE DE JOÃO PESSOA – PB.**

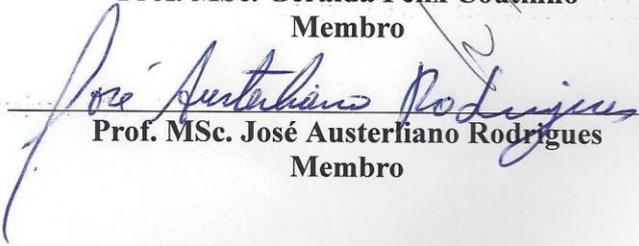
Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovada em Fevereiro de 2014

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
**Prof. MSc. João Rodrigues dos Santos**  
Orientador

\_\_\_\_\_  
**Prof. MSc. Geralda Félix Coutinho**  
Membro

  
\_\_\_\_\_  
**Prof. MSc. José Austerliano Rodrigues**  
Membro

## RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar o perfil real dos jovens inseridos no mercado de trabalho, mediante a experiência de contratação da empresa *Motiv Telecom*, bem como a verificação das estratégias para a empregabilidade que a mesma se utiliza na contratação de funcionários de idade entre 17 a 29 anos. Para isso, utilizou-se como eixo norteador a seguinte indagação: *Qual a percepção da empresa Motiv Telecom sobre a participação dos jovens no mercado de trabalho?* Vislumbrando levantar elementos reflexivos para esta discussão, optou-se por uma pesquisa de natureza quantitativo-qualitativa do tipo descritiva exploratória, que busca no estudo bibliográfico sobre ‘juventude’ e ‘empregabilidade’, associada ao resgate de memória dos gerenciadores da empresa e as entrevistas semiestruturadas com jovens contratados pela empresa *Motiv Telecom* elaborarmos pressupostos que nos permitam ter maior familiaridade nas discussões atuais que envolvem a problemática. Assim, foi possível constatar que as ações que a empresa desenvolve para o público jovem representam avanços tanto para o desenvolvimento no âmbito profissional como social. Mas, ao mesmo tempo, percebe-se que são necessárias ações externas governamentais, seja na oferta na escolarização de qualidade; na qualificação da mão-de-obra e participação cidadã do jovem para a diminuição das taxas de desemprego nessa fase, que no Brasil ainda, representa um número significativo de jovens que se encontram em condições de vulnerabilidade social e à margem das relações de trabalho.

**Palavras-chave:** Jovem, Vulnerabilidade, Empregabilidade, Mercado de Trabalho.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the actual profile of young people entered the labor market by hiring experience Motiv Telecom company , as well as examination of strategies for employability that it is used in the hiring of employees aged 17 to 29 years. For this, we used as a guideline the following question: What is the perception of the company Motiv Telecom on youth participation in the labor market? Gleaming raise reflective elements to this discussion , it was decided to research the quantitative-qualitative exploratory descriptive, seeking the bibliographic study of ' youth ' and ' employability ' , together with restoring memory managers of the company and interviews semi-structured with youths hired by the company Motiv Telecom elaborate assumptions that allow us to have greater familiarity in the current discussions surrounding the issue . Thus, it was established that the actions that the company develops for young audiences represent advances for professional development in social context as well. But at the same time, realize that they are necessary governmental external actions, is on offer in schooling quality, the qualification of labor and civic participation of youth in reducing unemployment rates that stage that in Brazil still represents a significant number of young people who are in conditions of social vulnerability and the margin of labor relations .

**Keywords:** Young, Vulnerable, Employability, Labor Market.

## INTRODUÇÃO

O processo de globalização e as mudanças estruturais nos sistemas produtivos têm levado a reestruturação do modelo de mercado, e como consequência tem afetado diretamente na empregabilidade de jovens, pois na maioria das vezes, o mercado exige um perfil profissional de experiência e mão-de-obra qualificada. Nesse contexto, o mercado de trabalho fica da vez mais seletiva e competitiva.

A inserção de jovens no mercado de trabalho é um desafio, pois se percebe que uma boa parcela dessa população encontra-se desempregada e, quando se trata de jovens das classes desfavorecidas, esses estão em condições de exclusão e vulnerabilidade social. Nesse sentido, o governo necessita lançar políticas públicas que deem conta da demanda de jovens e manter parcerias com as empresas, para que este público possa criar um perfil profissional e conseguir se desenvolver no mercado de trabalho atual.

Este estudo tem por finalidade diagnosticar o perfil do jovem no mercado de trabalho. Além de contribuir, cientificamente, por meio de uma pesquisa elaborada, sobre as dificuldades e/ou facilidades que as empresas podem se deparar no ato de seleção e contratação de um perfil jovem. Dessa forma, foi-se analisado o perfil jovem no mercado de trabalho, através de um estudo de caso na empresa *Motiv Telecom*. Para tanto, tornou-se necessário observar os jovens colaboradores desta empresa; analisaram-se os entraves do mercado para com os jovens e avaliar a contribuição da empresa *Motiv Telecom* para a inserção do jovem no mercado de trabalho.

Portanto, a hipótese norteadora da pesquisa consiste em investigar sobre qual a percepção da empresa *Motiv Telecom* sobre a participação dos jovens no mercado de trabalho, a partir da visão dos colaboradores da empresa, na perspectiva da empregabilidade.

O interesse por tal temática surgiu como consequência da participação de jovens gerenciadores administrativos na formação da equipe da empresa *Motiv Telecom*. No qual passamos a desenvolver ideias na criação de projetos voltados para a motivação de colaboradores.

## **CAPITULO 1: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **1.1 DEFINIÇÕES SOBRE JUVENTUDE, VULNERABILIDADE E INSERÇÃO DO JOVEM NO MERCADO DE TRABALHO**

Este capítulo tem como foco a conceituação de juventude e os processos de vulnerabilidade social ocasionada pelas condições e interações sociais do jovem. Dentro desta discussão, buscamos analisar as relações trabalhistas na sociedade contemporânea, e quais as limitações e possibilidades de inserção dos jovens brasileiros no mercado de trabalho.

#### **1.1.1 Juventude: Definições e Abordagens**

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão (BRASIL, 2010).

Para Dayrrel (2008) a concepção de juventude necessita superar a visão de intervalo ou ‘transitoriedade’ do ser criança para a fase adulta, a juventude precisa ser reconhecida socialmente como período de autonomia e tomada de decisões.

As transformações pelas quais a juventude passa não anulam as experiências anteriores da infância, e nem serão pré-requisitos para a vida adulta. Serão, sem dúvida, vivências que estarão presentes e, conseqüentemente, acompanhantes do sujeito ao longo de toda sua vida (BATISTA SD, p. 03).

As definições de juventude variam a partir de diferentes fatores biológicos, psicológicos, sociais, históricos, econômicos e culturais (ANDRADE, 2005; GROppo, 2000; PORTO, 2008; SOARES, 2010;). Assim, não existe uma idade cronológica para definir a etapa da juventude, “existem tantas juventudes quantodiferentes lugares” (ANDRADE, 2005, p. 57) nas diferentes sociedades.

A questão da “juventude” assume caráter político e sociocultural, existindo intensa polêmica no campo de sua “construção social” e em torno de sua definição. Na construção teórica do próprio conceito, varias áreas do conhecimento participam e reivindicam sua interpretação, incorporando as ideias de direito e cidadania (WAISELFISZ, 1998, p.153).

A partir da modernidade os estudiosos entendem que há uma distinção entre as mudanças orgânicas da puberdade e concepções sobre juventude nas sociedades. Não há consenso entre as teorias na definição sobre o conceito de ‘juventude’. Por se tratar de um conceito amplo, de cunho cultural, que abarca as concepções das diferentes sociedades

edefinem as normas e os padrões de comportamento dos jovens, por exemplo, os jovens criados numa tribo indígena se diferem dos jovens nascidos na zona urbana. Assim, seus papéis são definidos dentro de contextos sociais específicos, podendo variar de lugar para lugar, mesmo se encontrando no mesmo território nacional.

Os documentos oficiais nacionais e internacionais postulam diferentes faixas etárias na definição do público jovem nos países. No Brasil, o Congresso Nacional promulgou a proposta de emenda à Constituição (PEC) - PEC da Juventude- de 10 de Setembro de 2010, que define o jovem, hoje, com idade entre 16 a 29 anos. Já, a Organização Mundial de Saúde (OMS, 1989) define a juventude aqueles indivíduos que tem idade entre 10 e 19 anos.

Segundo Batista, a Organização Internacional da Juventude (OIJ) determina que jovens sejam aquelas pessoas que tiverem idade entre 10 a 29 anos. A Organização das Nações Unidas (ONU) define que fazem parte da categoria de juventude, todos aqueles indivíduos com idade entre 16 a 26 anos. De modo geral, observa-se que a faixa etária para definição da população jovem varia o que não permite uma definição concreta de maturidade biológica para ser jovem.

O conceito de juventude perpassa por questões que vão além da faixa etária. Neste sentido, Groppo (2000) assume tantas outras categorias que auxiliam a compreender as diferentes definições que este conceito traz, assim como, as contradições sociais referentes à divisão de classe socioeconômica; as relações de gênero: o ser jovem homem ou o ser jovem mulher; as questões que envolvem raça e etnia; as imposições sociais a jovens com deficiência, a localização de moradia do jovem dentro ou fora do perímetro urbano etc.

### **1.1.1 Vulnerabilidade Juvenil**

A juventude e a adolescência, geralmente, são vistas socialmente de forma pejorativa. As mudanças psicobiológicas de transição da fase da infantil para a vida adulta conduziram a concepções de instabilidade, rebeldia e indisciplina dos jovens, que muitas vezes, são chamados pelos adultos de ‘aborrescentes’ (ANDRADE, 2005). A concepção puramente biológica para definir a ‘braveza e instabilidade’ atribuídas aos jovens tornou-se hegemônica e aceita no mundo acadêmico.

Palácios (1995) contesta esta visão pessimista. Para ele, a concepção hormonal como consequente dos ‘problemas’ da juventude se torna naturalizada nas teorias, negando assim, a

influência das questões culturais, sociais e econômicas de argumentos para explicar normas e comportamentos dos jovens na sociedade.

Segundo Soares (2010) a *juventude em negativo* evidencia relações da divisão de classe social, que definem papéis para cada tipo de jovem. Nesse contexto, os jovens das classes populares tornam-se vulneráveis ao enfrentarem barreiras de acesso a direitos sociais, como por exemplo, a escolarização, a profissionalização e de atingir níveis de estudos mais elevados que garantam estabilidade no mercado de trabalho.

O conceito de vulnerabilidade vai além de questões econômicas, está diretamente vinculado ao universo de interações sociais (ABRAMOVAY, 2002). Contudo, ser vulnerável é uma “ideia de fragilidade e de dependência que se vincula à situação de crianças e adolescentes, principalmente os mais pobres” (SIERRA; MESQUITA, 2006, p. 02). Nesse caso, a condição econômica é um fator que agrava os riscos sociais do jovem e afeta seu bem-estar social.

No que se referem aos jovens pobres, as barreiras atitudinais são maiores, pois eles são vítimas da marginalização, estigmatização e preconceito. A mídia e os meios de comunicação trazem uma visão de que a maioria dos jovens que são de classes sociais desprivilegiadas é delinquente e não possui capacidade de autonomia e independência.

Nesse contexto, Abramovay (2002) assume que a violência está diretamente associada à pobreza. Todavia, a violação dos direitos sociais, como a educação, a profissionalização, o lazer, o esporte e a cultura impulsiona a vulnerabilidade do jovem e desencadeia comportamento violento e má conduta.

### **1.2.1 Mercado de Trabalho, empregabilidade e o capitalismo.**

Este tópico tem como objetivo discutir elementos das relações de trabalho capitalistas e o processo de formação profissional para empregabilidade. De modo geral, foi possível fazer uma descrição do pensamento histórico da administração de alguns autores na formação de conceitos que são de extrema relevância na análise do sistema capitalista de trabalho contemporâneo. Bem como refletir sobre o papel da gestão no processo de empregabilidade e formação do perfil profissional dos jovens, ações do governo no processo de formação profissional e no investimento em políticas públicas para a inserção de jovens no mercado de trabalho atual.

O capitalismo vai ganhando forma e se torna responsável pelo aparecimento do modelo moderno de administração, que impulsionou mudanças econômicas, políticas e sociais. A partir do século XX o engenheiro americano Frederick W. Taylor iniciou estudos sobre a administração e foi o primeiro teórico a defini-la como ciência. Na sua Teoria da Administração Científica, Taylor defende a divisão das tarefas como vantagem na organização empresarial, pois possibilita uma “máxima produção a mínimo custo” (GOMES, 2005, p. 4). Suas propostas eram relacionadas ao planejamento, a padronização das tarefas, a atividade definida por áreas específicas, o controle da jornada de trabalho e a atenção à remuneração.

Neste mesmo período o francês Henri Fayol criava os fundamentos da Teoria Clássica. Enquanto Taylor (1990) estudava a organização de divisões de tarefas e o crescimento da produção, Fayol priorizava o estudo da organização da empresa baseado em como comandar, organizar, controlar e coordenar o trabalho fechado na empresa e a manipulação dos trabalhadores na hierarquia (GOMES, 2005). Essas várias formas de organização empresarial garantiam o lucro e a produtividade em grande escala na fábrica, sendo assim, bem aceitas nas teorias administrativas.

Segundo Costanzi (2007) atualmente essas teorias foram, de certo modo, superadas, por estarmos num século marcado por intensas mudanças nas relações de trabalho através do processo de globalização. Para ele, o mercado de trabalho sofre transformações que acentua uma heterogeneidade, no qual as preocupações empresariais estão voltadas, entre outros fatores, na competição entre os trabalhadores; qualificação profissional; investimentos na gestão para a administração empresarial, além das redes complexas de organização empresarial, que justificam o novo modelo de hierarquia profissional.

As decisões individuais dos trabalhadores sobre a oferta de trabalho também se tornaram interdependentes, tendo em vista que a estrutura piramidal das organizações implica, necessariamente, concorrência dos trabalhadores entre si por sucesso profissional. Por sinal, essa disputa é uma das características mais marcantes do mercado de trabalho atual, mas é negligenciada na teoria econômica tradicional (COSTANZI, 2007, p. 4).

O autor critica a necessidade de se problematizar a competitividade entre os trabalhadores no mercado de trabalho atual. Seus argumentos sustentam a tese de que a cada dia a população tem consciência da necessidade de investimento na formação profissional e busca por melhores condições de trabalho, o que implica na preocupação dos contratados com seus possíveis concorrentes.

Nesse sentido, Costanzi (2007) aponta que na busca por ascensão profissional, surge um novo tipo de exploração: dos trabalhadores que conseguem sucesso profissional *versus* os profissionais que não tiveram expectativas de mudança atendidas. “A exploração do trabalho não mais ocorre, exclusivamente, pelo capital físico, mas, também, pela exploração dos vencedores pelos perdedores”. (COSTANZI, 2007, p. 4). O que se exige cada vez mais um investimento no capital humano, que muitas vezes, não se constitui aumento de renda daqueles contratados que conseguem êxito.

Na medida em que as relações de trabalho vão se modificando, o crescimento da ciência (em vários campos dos saberes) e da tecnologia são grandes impulsores para este processo de transformação. As empresas, assim, apostam nos aparatos tecnológicos e nas novas formas de organização para o aumento do processo de produtividade e diminuição da demanda de contratados.

O mercado de trabalho atual vivencia um quadro de instabilidade e se caracteriza predominantemente pelas relações de competitividade o que exige dos contratados cada vez mais capacitação. Esse contexto é marcado pela ideologia neoliberal da meritocracia, ou seja, aqueles que têm sucesso profissional e que conseguem ascender na pirâmide do mercado são os que tiveram formação profissional e desenvolveram habilidades de competências, iniciativa e persistência. É importante salientar que é um mito associar o desemprego a baixa qualificação da mão-de-obra, pois no Brasil, existem muitos profissionais qualificados no mercado, mas que ainda não foram contratados, e uma das razões para justificar tal fato é que algumas funções trabalhistas estão desaparecendo em razão das inovações tecnológicas, o que reduz significativamente a quantidade de trabalho humano na produção em série pelo uso da tecnológica.

Como consequência, essa concepção traz danos à classe trabalhadora, pois camufla o dever do governo e das empresas privadas sobre a responsabilidade na problemática nacional que envolve o desemprego e suas consequências sociais, transferindo a culpa aos trabalhadores que ironicamente ‘estão desempregados porque não estão capacitados para o novo modelo de mercado’, aspecto que justifica as ações e organização da hierarquia do mercado transferindo para o setor educacional no geral, e na escolarização também uma parcela de responsabilidade por não formarem profissionais que atendam a demanda de cargos previstos nas empresas.

Segundo Frigotto (2005), a partir da década de 1980 inicia-se a concepção de ensino médio politécnico ou tecnológico com a proposta de responder nesta formação as novas exigências no mundo do trabalho.

A formação no final da educação básica “trata-se de desenvolver os fundamentos das diferentes ciências que faculte aos jovens a capacidade analítica tanto dos processos técnicos que engendram o sistema produtivo, quando, das relações sociais que regula a quem e a quanto se destina a riqueza produzida” (FRIGOTTO, CIAVATTA, RAMOS, 2005, p. 14).

Essa afirmação dos autores está atrelada à concepção de formação profissional para o exercício da cidadania, no qual os jovens são chamados a pensar sobre as relações de trabalhona sociedade e qual a sua importância para a contribuição do crescimento econômico, científico, tecnológico e social do país.

Contudo, no campo empírico, as relações de formação associada à empregabilidade e participação autônoma do jovem ainda caminham a passos lentos no Brasil, pois o jovem, principalmente pertencente a grupos vulneráveis (moradores de rua, presidiários, pobres, índios, negros, mulheres e com deficiência etc.) necessitam quebrar barreiras no processo de escolarização, pois segundo o Indicador de Alfabetismo Funcional (BRASIL, 2009), 15% dos jovens brasileiros com idade entre 15 e 24 anos são analfabetos funcionais, isto é, não conseguem interpretar um texto e nem escrever, isso implica que uma grande parcela de jovens está fora do processo de profissionalização e empregabilidade formal por não possuir escolarização adequada para a sua faixa etária.

Na Paraíba, segundo o Plano Estadual da Educação (2003), a Educação Profissional é oferecida nos níveis de formação inicial (cursos de graduação), continuada e técnica. Entre os principais estabelecimentos de ensino estão: a Universidade Federal da Paraíba (dispõe do Centro de Tecnologia, em João Pessoa, Centro de Ciências Agrárias, em Areia e Centro de Formação de Tecnólogos, em Bananeiras); Universidade Federal de Campina Grande (Centro de Ciências e Tecnologia de Campina Grande); Universidade Estadual da Paraíba; Instituto Federal de Educação Tecnológica da Paraíba – IFPB; Secretaria de Estado da Educação e Cultura; Secretaria do Desenvolvimento Humano; estabelecimentos do Sistema S (SESC, SENAR, SENAI, SENAC, SESI), além de um significativo número de instituições da rede privada de ensino, sindicatos, entidades comunitárias, distribuídos nas diversas regiões do Estado (PEE/PB 2003, p. 65).

Para aqueles jovens que estão matriculados no Ensino Médio ou em cursos de graduação existe a possibilidade de participação no mercado de trabalho através de contrato de estágio previsto pela Lei nº 6.494 de sete de dezembro de 1977 (alterada pela Medida

Provisória nº 2.164-41, de 28 de agosto de 2001). No qual o estudante pode prestar serviço à empresa e obter ou não algum incentivo financeiro.

Percebe-se que a maioria dos programas do governo federal visa oportunizar a participação de jovens de classe social desfavorecida no mercado de trabalho. Um dos argumentos centrais destes projetos é afastá-los de situações de conflito e vulnerabilidade social. Mesmo com a proposta de visibilidade profissional aos jovens das classes populares e de ‘controle de problemas causados pela juventude’, não se pode garantir a participação plena destes jovens no mercado de trabalho, que “depende de um conjunto de fatores que influenciam as escolhas profissionais desta parcela da população e que, muitas vezes, os empurram para *riscos sociais*”(SPOSITO; CARRANO, 2003, p. 6). Dentre estes contextos, estão à baixa qualidade da educação pública; a evasão escolar; o desemprego; a falta de moradia; o trabalho infantil; o crescimento da violência e criminalidade; a exploração sexual de jovens etc.

## CAPITULO 2–PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a pesquisa, explicitando as expectativas e barreiras enfrentadas no mercado de trabalho vigente.

### 2.1 Pesquisa quantitativo-qualitativa

O presente trabalho tem como foco a inserção de jovens no mercado de trabalho, a partir da experiência cotidiana na empresa *Motiv Telecom na cidade de João pessoa PB*. Para tanto, este estudo coloca como questão: *Qual a percepção da empresa Motiv Telecom sobre a participação dos jovens no mercado de trabalho?* Para explorar este tema, conduzimos um estudo quantitativo-qualitativo, pois assim como afirma Strauss e Corbin (2008), a pesquisa qualitativa oportuniza obter informações sobre fenômenos relativos e aspectos subjetivos nas falas dos sujeitos, a partir dos sentimentos e percepções que as pessoas ou grupos conseguem emitir no período de coleta de dados:

[...] métodos qualitativos podem ser usados para obter detalhes intrincados sobre fenômenos, como sentimentos, processos de pensamento e emoções, que são difíceis de extrair ou de descobrir por meio de métodos de pesquisas mais convencionais (STRAUSS; CORBIN, 2008, p. 24).

A relevância da pesquisa qualitativa nas ciências sociais está na possibilidade de entender por diferentes vias, as multiplicidades do comportamento humano e das organizações sociais. Segundo Santos (2009), diferentemente das ciências naturais que se baseiam na objetividade e uniformização nas formulações das teorias, nas ciências sociais “não há consenso paradigmático (...) não dispõem de teorias explicativas que lhes permitam abstrair real de modo metodologicamente controlado” (SANTOS, 2009, p. 36, 37). Para ele, as ciências sociais não são regidas por leis universais, pois os fatos sociais dependem de um contexto e são construídos historicamente.

No que se refere às pesquisas descritivas, Oliveira (2005) aponta que esta escolha epistemológica possibilita ao pesquisador fazer um resgate de sua memória de forma aproximada da sua percepção do que foi visto no momento de coleta em campo.

Nesse sentido, no campo da teoria-prática da Administração associada à abordagem de pesquisa qualitativa buscamos estudar os empreendimentos humanos que a empresa *Motiv Telecom* desenvolve para o público jovem e refletir sobre até que ponto este investimento contribui para o crescimento financeiro do grupo com base na formulação de um conhecimento intersubjetivo, descritivo e compreensivo da problemática.

### **2.1.1 Amostra da Pesquisa**

A razão da escolha da pesquisa sobre/com jovens deu-se pelo fato primeiramente pela nossa experiência como jovens fundadores e gerenciadores da Empresa *Motiv Telecom*, ou seja, esse reconhecimento foi um dos fatores que nos desperta para o tema pesquisado. E que através de um resgate de memória da fundação da empresa, percebemos nossos limites e desafios de sermos jovens empreendedores. Isto se dá inicialmente na falta de experiências passadas para gerenciar empresa; também por nunca termos participado de iniciativas governamentais de oportunidades de trabalho, e assim, tivemos que buscar oportunidade de inserção no mercado.

Do universo de 20 colaboradores, foi extraída a amostra de 10, que representa, ou seja, 50% do quadro de funcionários da empresa, que são jovens da faixa etária desta pesquisa. E se deu pela facilidade e disponibilidade desses colaboradores para relatarmos suas experiências profissionais nas reuniões semanais; mostrando dispostos a colocar seus pontos de vistas, pensar em estratégias de melhoria de trabalho e além de contribuir no desenvolvimento da empresa. Por esta razão achamos uma amostra conveniente para ser apresentada nesta pesquisa.

### **2.1.2 Instrumentos da pesquisa**

Para a coleta de dados, este estudo descritivo de caráter exploratório associado à pesquisa bibliográfica, busca-se fazer uma análise de exemplos que estimulem a compreensão da problemática geral (SILVA, 2004), durante o qual selecionamos dez jovens com idade entre 18 a 29 anos. Por ser um estudo descritivo, os ‘achados’ dessa pesquisa não nos permitem generalizações, como também o intuito dessa pesquisa é fomentar reflexões sobre o tema, a fim de servirem como objeto e pressuposto para estudos posteriores.

Optamos por entrevistas semiestruturada associadas à aplicação de questionário com 21 questões, no qual abordamos temas através de palavras-chave que envolvem escolarização, profissionalização, experiências no mercado de trabalho, contratação, convivência etc. Considerando a questão ética na pesquisa científica, não foram revelados os nomes dos jovens que participaram deste estudo, a fim de preservar sua identidade.

O levantamento de dados foi relativamente simples. Inicialmente fizemos um resgate de memória sobre a experiência da criação da *Motiv Telecom*, no qual elaboramos uma Linha do Tempo, buscando evidenciar, numa linguagem simples e acessível, as situações de desenvolvimento das ações na contratação de jovens colaboradores. Este momento é relevante neste trabalho por evidenciar, mesmo que de forma genérica, a formação de um perfil profissional na área de gerenciamento empresarial.

As técnicas de tratamento de dados deu-se por planilha em Microsoft Excel, versão 2010 Service Pack 1 (14.0.6106.5005), copyright. Foi elaborada a planilha, alimentada com os dados coletados e através de comandos de conclusão foram extraídos e colocados em tabelas e gráficos, apresentados neste presente material.

Para o contato com os jovens contratados na empresa, construímos um roteiro de perguntas com base no estudo do referencial teórico apresentado. Posteriormente, testamos a entrevista com outra jovem que não participou dos relatos expostos aqui, a fim de melhorar a qualidade da coleta de dados e posteriormente fomos a campo para as entrevistas que dão base aos dados e análise apresentados neste capítulo.

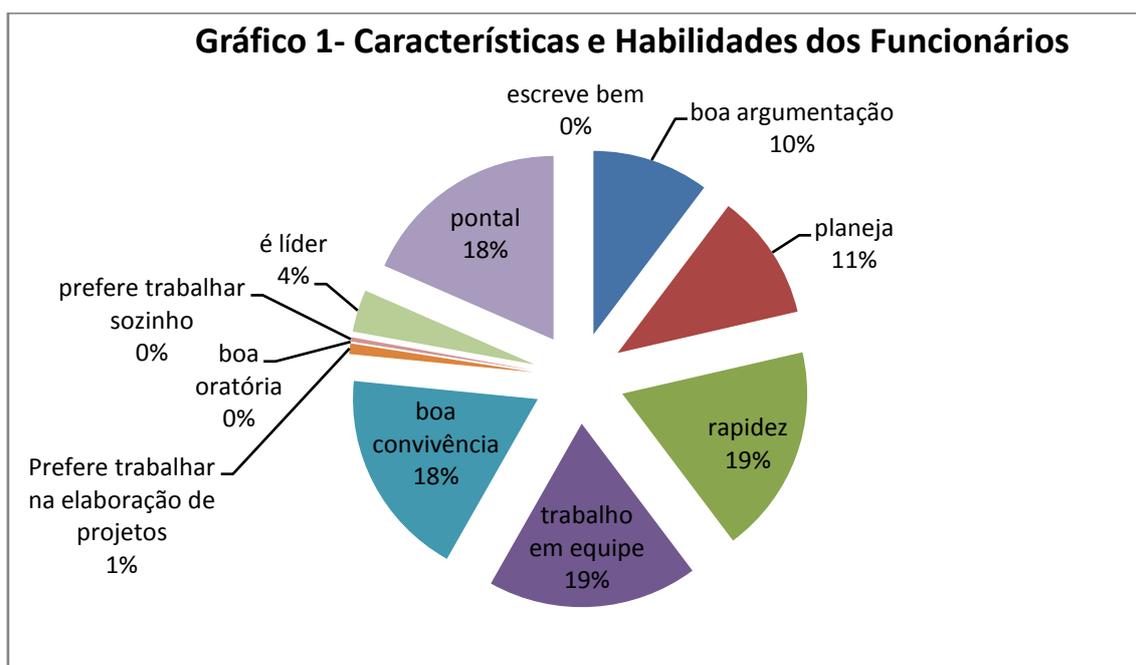
O roteiro de entrevista constituiu o ponto de partida da coleta e também ajudou-nos a manter o foco na experiência profissional desses jovens e as respostas dos questionários nos ajudaram a alimentar as entrevistas e formular novas indagações acerca da problemática em questão. A conversa foi aberta e natural, de forma que os jovens se sentissem à vontade para expressar suas emoções e sentimentos. Durante a entrevista, exploramos suas experiências no dia-a-dia de trabalho, buscando levantar elementos que nos ajudem a aprofundar o conhecimento na área, identificar experiências positivas e desafios.

## CAPÍTULO 3–ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo apresenta-se os resultados que nossa entrevista obteve e onde se podem verificar quais as vantagens de contratar um jovem colaborador para fazer parte de nossa equipe.

### 3.1 Perfis Profissionais dos entrevistados

Na questão que pontua sobre as características e as habilidades que mais são desenvolvidas com destreza nas funções dos dez funcionários entrevistados, obtivemos as seguintes respostas:



Fonte: Autoria própria - Set.2013

Dentre as dez características e habilidades apresentadas aos entrevistados, às quatro que obtiveram maior número de resposta foram: trabalho em equipe (19%); rapidez na resolução dos problemas (19%); boa convivência (18%) e pontualidade (18%). Quando se trata de trabalho em equipe e boa convivência, percebe-se que mesmo com as mudanças no mercado de trabalho atual, que impulsionam para o individualismo e a competitividade (COSTANZI, 2007) entre os trabalhadores contratados na *Motiv Telecom*, a partir das respostas do gráfico, verifica-se que *nenhum* funcionário prefere trabalhar sozinho, aspecto

que evidência a relevância do trabalho em equipe tanto para o crescimento profissional como na criação de um perfil de gestão baseada em Endomarketing, o qual vê o crescimento da/na empresa não pelo viés do trabalho *uno*, mas pela valorização de cada funcionário através do trabalho colaborativo.

Associada a estas características dos colaboradores, na pergunta complementar sobre o que eles mais gostam no dia-a-dia do trabalho na empresa, entre as respostas mais relatadas foi à possibilidade de trabalhar com pessoas diferentes, que para eles representa um momento de aprendizagem constante, tanto nas relações no ambiente profissional, como também no desenvolvimento das competências e habilidades profissionais.

Ainda no gráfico sobre a competência de boa oratória e escrita, não foi pontuado nenhuma resposta pelos dez entrevistados, isso representa a necessidade de investimento em formação a nível técnico ou superior, para que essas habilidades sejam desenvolvidas e se crie uma cultura de ‘formação permanente’. Segundo Costanzi (2007), o mercado de trabalho exige cada vez mais pessoas capacitadas e preparadas para exercer diferentes funções. Nesse sentido, o desenvolvimento da leitura, da escrita, da linguagem associada ao domínio das novas tecnologias são características essenciais para o perfil do profissional atual.

Quando perguntados sobre como são vistas as campanhas de incentivo profissional que a empresa desenvolve: 100% dos colaboradores entrevistados afirmaram que participam e que se sentem valorizados dentro dos resultados. Dentre as palavras-chaves definidas pelos mesmos para as vantagens de aderir à determinada campanha estão: motivação; incentivo; crescimento e valorização. Para eles, a maioria das empresas não dá aos seus colaboradores a possibilidade de ganhar um valor extra por produtividade. Diferentemente da empresa *Motiv Telecom*, pois eles veem uma flexibilidade econômica, através das campanhas, que os permitem terem resultados positivos além do salário previsto para cada mês.

Na questão que trata sobre as perspectivas de crescimento profissional, temos:

14A. “*Minhas perspectivas para o futuro é me sentir reconhecido profissionalmente*”. (Vendedor, 19 anos).

14B. “*Tenho que me formar, buscar qualificação e preparação profissional assim terei mais garantias no mercado de trabalho*”. (promotora de vendas, 20 anos).

15C. “*Minhas expectativas para o futuro é ter ascensão na Motiv Telecom através do ramo de Telecomunicações*”. (Operador de Telemarketing, 23 anos).

15D. “Gostaria de no futuro mudar de cargo na empresa”. (Vendedora, 22 anos).

A maioria das respostas mostra que os jovens pensam em crescer na própria empresa, seja na mudança de cargos, no reconhecimento profissional e formações há curto ou longo prazo. Estes aspectos mostram a responsabilidade social da *Motiv Telecom*, que necessita fortalecer a equipe para cada vez mais ampliar as possibilidades de crescimento no mercado.

A resposta da promotora de vendas ‘14B’ revela a sua preocupação em se formar e se qualificar para o mercado de trabalho, isso revela as novas exigências no perfil profissional (FRIGOTO, CIAVATTA, RAMOS, 2005). As exigências na formação deve ter como foco o exercício da cidadania, no qual os jovens são chamados a pensar sobre as relações de trabalho na sociedade. Além da formação, o governo deve criar políticas afirmativas de empregabilidade e contratação, que reduza os números de jovens brasileiros desempregados.

### 3.2 Por que contratar o público jovem na empresa *Motiv Telecom*?

Atualmente o quadro de funcionários contratados encontra-se da seguinte forma:

	Homens	Mulheres	Idade Mínima	Idade Máxima	Participação
Jovens	6	4	19 anos	29 anos	50%
Adultos	5	5	30 anos	45 anos	50%

FONTE: Aatoria Própria, set 2013.

O quadro de funcionários contratados na empresa conta com 50% de funcionários com idade média de 28,6 anos, sendo 6 homens e 4 mulheres jovens contratados.

Contratamos jovens colaboradores na *Motiv Telecom* baseado em dois princípios: social e empresarial. O princípio social está relacionado diretamente à vulnerabilidade que os jovens sofrem na sociedade atual. Como vimos nos capítulos anteriores, além da juventude se caracterizar numa fase da vida do indivíduo, no qual são condicionados às margens da sociedade(...), as políticas públicas de empregabilidade para este público não garantem à maioria a possibilidade de se desenvolver profissionalmente.

A *Motiv Telecom* busca dar acesso, capacitar e motivar os jovens que ocupam as funções na nossa empresa. Para desenvolver o perfil profissional destes jovens, nos reunimos com a equipe completa de colaboradores uma vez por semana, com o intuito de ouvir seu dia-a-dia nas atividades de vendas, compartilhar suas experiências de êxito (ou não), a fim de

buscamos a participação e colaboração de todos na criação de estratégias empresariais. Esse momento, consideramos relevante por se caracterizar num espaço de formação, reflexão sobre a prática cotidiana de trabalho, socialização de experiências e desafios da profissão.

Sobre o princípio empresarial verificamos quais as vantagens de contratar um jovem funcionário para fazer parte da nossa equipe e contribuir para o desenvolvimento da *Motiv Telecom*. Nesse sentido, elencamos alguns aspectos que consideramos essenciais para esta contratação: a) trabalhamos com tecnologias, e muitas vezes, os jovens se mostram motivados e criativos por terem no campo de trabalho ferramentas ligados a produtos tecnológicos; b) o jovem se mostra mais aberto às mudanças no cenário da tecnologia, por ser um produto no qual ele se relaciona no seu cotidiano; c) por ser, muitas vezes, a primeira oportunidade de emprego os jovens buscam ‘dar o seu melhor’ mostrando ser eficientes e eficazes em qualquer tarefa que exerçam; d) trazem ideias novas e mostram um espírito de liderança e empreendimento; e) gostam de desafios e oportunidades que visem o crescimento da empresa como também seu próprio crescimento profissional etc.

### **3.3 Vozes dos Jovens sobre suas experiências na *Motiv Telecom***

A seguir evidenciaremos a descrição de respostas de dez jovens contratados na empresa *Motiv Telecom* com idade aproximada entre 19 a 29 anos. As respostas foram baseadas num roteiro de perguntas para coletas de dados, que foi dividido em três blocos: escolarização, renda familiar e identificação das funções de trabalho; experiências profissionais positivas e desafios enfrentados no dia-a-dia de trabalho e expectativas e crescimento empresarial.

#### **3.3.1 Bloco de Identificação**

Neste primeiro momento, apresentaremos o perfil e as respostas dos jovens a partir do bloco de perguntas de identificação. Participaram das entrevistas seis mulheres e quatro homens, nos cargos de: vendedor/a; BackOffice; consultor/a de vendas (corporativo e pessoa física); Telemarketing e telefonia.

Se tratando de formação profissional, oito dos contratados e contratados, concluiu o ensino médio, dois estão matriculados num curso superior, uma na graduação de Pedagogia e o outro não especificou. No quesito formação profissional, apenas um entrevistado e uma entrevistada possuem cursos na área de vendas e informática. Dos *dez* entrevistados/as, uma

contratada realizou um curso de capacitação profissional através de financiamento do governo pelo Pró-Jovem Profissionalizante.

Quando perguntado sobre experiências profissionais anteriores, dos dez entrevistados/as, seis já trabalharam através de estágio ou contrato em empresas de telecomunicação e vendas. Os demais jovens afirmaram que a primeira experiência de trabalho está sendo atualmente na empresa *Motiv Telecom*.

A necessidade de empregabilidade também está em razão econômica. A média de salário dos entrevistados/as: 50% relataram que a renda da família chega a superar um pouco mais de R\$ 1.000,00 do salário de todos os membros. A outra metade dos entrevistados/as afirma que a renda da família chega a ultrapassar R\$ 2.000 nas junções dos salários de todos os integrantes. Este dado revela que uma boa parte dos funcionários necessita estar empregada para complementar à renda familiar.

### **3.4 Contratação e Experiências Profissionais**

Neste bloco de perguntas abordamos as experiências profissionais dos/as jovens e o processo de contratação e dia-a-dia de trabalho na *Motiv Telecom* que abrange os itens: motivação, tempo de trabalho, valorização profissional, campanhas de incentivo, expectativas profissionais, desafios da profissão; habilidades e relacionamento interpessoal etc.

Quando perguntamos sobre o que motivou o/a jovem a trabalhar na *Motiv Telecom* as respostas foram as seguintes:

2A. “*Eu me interessei em entregar o currículo na empresa, pois achei interessantes os programas de incentivos profissionais que o grupo desenvolve*”. (Relato de uma jovem de 20 anos/ recém-contratada na empresa).

2B. “*Meu principal interesse em ter sido contratado pela Motiv é que através dessa oportunidade eu posso alcançar meus objetivos profissionais*”. (Relato de um jovem de 25 anos/trabalha há dois meses na empresa).

2C. “*O que me chamou atenção para vir trabalhar nesta empresa, além de tudo, foi pelo tipo de produto que a empresa oferece para sua clientela. Isso verdadeiramente me motivou...*”. (Homem / 25 anos / trabalha há sete meses na empresa).

2D. “*eu conheço pessoas que trabalham na empresa e pela boa referência decidi entregar meu currículo. E após ser chamada percebi que a equipe é acolhedora e bem preparada para trabalhar com os funcionários*”. (Mulher/21 anos/ há seis meses na empresa).

Dentre os aspectos mencionados pelas quatro respostas acima, o que mais motivou os colaboradores na possibilidade de trabalhar na empresa *Motiv Telecom* foi a oferta de serviços, programa de profissionalização interno e o uso de recursos tecnológicos no cotidiano de trabalho da equipe. O jovem ‘2C’ relatou que sua escolha derivou da familiaridade com uso dos produtos que a empresa oferece. Nesse sentido, a importância de escolher um grupo de jovens para trabalhar na *Motiv Telecom* é que este público, na maioria das vezes, se identifica com o produto, o que representa ser no cotidiano de trabalho, uma das variantes determinante na motivação, uma vez que estes funcionários tendem a vender/trabalhar com um recurso, no qual ele já domina e faz uso no seu dia-a-dia, como, por exemplo, os planos de telefonia móvel, internet e os pacotes de planos de TV a cabo, que são oferecidos na empresa.

Verificamos que todos os jovens entrevistados ficaram sabendo da empresa através de amigos ou de outros colaboradores, isto é, a procura pela contratação partiu dos próprios jovens, o que implica que seja necessário pensar em ações que busquem parcerias tanto com os programas governamentais de incentivo a profissionalização, como é o caso do Pró-Jovem Trabalhador, como também a articulação com as instituições de ensino, pesquisa e tecnologia – públicas ou privadas – como, por exemplo, a UFPB; UEPB; UFCG; IFPB, o Sistema ‘S’ etc., com intuito de divulgar aos jovens um espaço, a oportunidade de estágio profissionalizante na empresa e contratação. Esta forma de acesso busca o contato da empresa com os jovens, o que é relevante, pois a contratação ocorreria não apenas pela procura do jovem à empresa, mas também através do viés das instituições de ensino e dos programas do estado.

Na questão que trata sobre ‘O Que você menos gosta no cotidiano do trabalho? As respostas foram as seguintes:

10A. *“Eu não gosto da desorganização do setor de Telemarketing que eu trabalho. Falta uma atenção à organização dos funcionários e das tarefas diárias, pois isso interfere diretamente na execução do trabalho”*. (Operador de Telemarketing, 23 anos).

10B. *“Como eu trabalho com vendas externas, preciso me deslocar de um lugar para outro. E considero que os funcionários deveriam receber um kit chapéu, protetor solar, viseira etc. por uma questão de saúde, pois ficamos muito tempo exposto ao sol”*. (Consultor de vendas, 25 anos).

11C. *“o que deveria ter na empresa é uma preocupação com os funcionários que trabalham com venda externa, pois o uso de protetor solar é essencial e a empresa não fornece...”*. (Consultor de vendas, 19 anos).

11D. *“o que menos gosto no meu trabalho, é que algumas pessoas não conseguem separar questões pessoais nas relações do ambiente de trabalho, isso atrapalha muito...”*. (Vendedora, 22 anos).

Nesta questão, é possível observar quais aspectos são barreiras no ambiente de trabalho. Dentre as respostas obtidas verificamos que a empresa deve disponibilizar protetor solar e equipamento de proteção, para que os colaboradores possam trabalhar nas vendas externas e exercer sua função sem riscos ou danos à saúde, como previsto na Constituição Federal (BRASIL, 1988). É relevante o diagnóstico das falas dos colaboradores, pois eles podem relatar quais as dificuldades enfrentadas no seu dia-a-dia de trabalho, para assim, a gestão buscar soluções e alternativas de investimento no bem-estar da equipe. Muitas vezes, as atividades de trabalho deixam de ser executadas de maneira eficaz devido a um ‘detalhe’, que em geral, é despercebido pela equipe e para isto, o diálogo se faz essencial.

A fala da ‘jovem 11D’ revela sua preocupação com as relações interpessoais no ambiente de trabalho. Para ela, aquelas pessoas que trazem para o cotidiano de trabalho questões pessoais, acabam interferindo no desenvolvimento das atividades. Como vimos no capítulo anterior, nos eixos para a gestão empresarial, dois aspectos essenciais para se desenvolver um bom relacionamento com a equipe de funcionários está relacionado à “Cultura Organizacional” e “Stress e qualidade de vida”. Segundo Cordeiro e Ribeiro (2002), a Cultura Organizacional deve ser trabalhada na gestão de modo que faça a equipe refletir sobre os valores e práticas vivenciadas no cotidiano na empresa, esse processo necessita levar os funcionários a pensar sobre a melhor forma de trabalhar em equipe, estimulando o diálogo para que se saiba até que ponto os problemas pessoais estão interferindo diretamente no trabalho. No segundo eixo, os autores evidenciam a importância da empresa harmonizar os objetivos pessoais dos colaboradores com as metas que a empresa tem de cumprir, para não sobrecarregar a equipe com finalidades que não tenha significado direto com a sua realidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se tratando da pergunta de pesquisa que propomos neste trabalho de conclusão de curso “*Qual a percepção da empresa Motiv Telecom sobre a participação dos jovens no mercado de trabalho?*”, pode-se verificar que essa perspectiva foi evidenciada ao longo deste estudo. Entretanto os ‘achados’ dessa pesquisa não nos permite generalizações e nem ser comparados com outros contextos empresariais, mas fomentar reflexões sobre juventude e empregabilidade, a fim de servirem como objeto para estudos posteriores.

Assim, o resultado desta pesquisa descritivo-exploratória aponta que a contratação de jovens na empresa representa uma proposta social, pois como vimos, os jovens vivenciam um ‘estado de assujeitamento’ que os empurram para riscos sociais. Assim, a oportunidade de estar inserido no mercado de trabalho modifica a vida do jovem, tanto em aspectos profissionais, pessoais como na vida social.

Quanto às vantagens empresariais de contratar um público jovem na empresa, destaca-se a característica principal verificada neste estudo, qual seja: mesmo os jovens sem experiências profissionais quando contratados conseguem contribuir de forma eficaz no desenvolvimento da *Motiv Telecom*, pois como os dados evidenciaram, eles sentem-se motivados na sua primeira oportunidade de trabalho e não trazem consigo vícios e hábitos de outras empresas, podendo assim se adequar mais facilmente às exigências de mercado.

E mesmo que o jovem já tenha experiência profissional, a contratação está relacionada também a motivação pela função e flexibilidade de salário, pois, na maioria das vezes, eles se sentem envolvidos pelos produtos que envolvem comunicação e tecnologia que fazem parte do universo juvenil e também pelas campanhas de incentivo profissional que a empresa desenvolve.

Constatamos também que a gestão empresarial deve estar aberta a participação de todos os funcionários, incluindo os jovens nas decisões e formulações de metas, pois isso traz avanços significativos nos resultados, além de todos se tornarem corresponsáveis e coparticipantes pelo progresso e resultados da empresa.

Além do mais, a contratação de jovens representa uma proposta positiva para o crescimento da empresa. Assim, as perspectivas atuais da gestão empresarial e do mercado de trabalho devem prever a formação de perfil profissional para este público aliada à oferta pública da escolarização de qualidade que possibilite aos jovens adquirirem habilidades essenciais para o novo modelo profissional.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, M. **Juventude, violência e vulnerabilidade social na América Latina: desafios para políticas públicas**. Brasília: UNESCO, BID, 2002.

ANDRADE, F. C. B.. Juventude e Violência. In. **Olhares Brasileiro e Mexicano sobre a Juventude: Questões Contemporâneas**. SALES, V. F. (Org.). João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 2005.

BATISTA, W. R. **Direitos Humanos e Juventude: A exigência de Consolidação de Políticas Públicas**. Disponível em: [www.faac.unesp.br](http://www.faac.unesp.br). Acesso: 01/02/2012.

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. LDB 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 05/02/2012.

BRASIL. Constituição Federal. **Lei nº 6.494** de sete de dezembro de 1977. Dispõe sobre estágios para estudantes. Disponível em: [www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br). Acesso em: 05/02/2012.

IBGE. **Censo Demográfico 2010: Resultados Preliminares**. Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acessado em: 06/02/2012.

BRASIL. Constituição Federal Brasileira de 1988. In. **Mini-código de direitos humanos**. BITTAR, E. C. B.; ALMEIDA, G. A. (Org.). São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2008.

BRASIL. **Inaf (Indicador de Alfabetismo Funcional)**, 2009. Disponível em: <http://revistaescola.abril.com.br>. Acessado em: 08/02/2014.

CORDEIRO, J. V. B. M.; RIBEIRO, R. V. Gestão da Empresa. In. **Economia empresarial**/Fae BusinessSchool. Associação Franciscana de Ensino Senhor Bom Jesus. Faculdades Bom Jesus, 2002.

COSTANZI, R. N. As Novas Formas de Exploração do Trabalho no Capitalismo Contemporâneo e as Políticas de Combate às Desigualdades. In. **Revista de Economia**. Brasília (DF), v.8, n.1, p.21–38, jan/abr 2007. Disponível em: [www.anpec.org.br](http://www.anpec.org.br). Acesso em: 07/03/2012.

ERIKSON, E. **Identidade: juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

FRIGOTTO, G. **Concepções e Mudanças no Mundo do Trabalho e o Ensino Médio**, 2005. Disponível em: [www.grupos.com.br](http://www.grupos.com.br). Acesso em: 28/03/2012.

FRIGOTTO, G.; CIAVATTA, M.; RAMOS, M. **Ensino Médio Integrado: Concepção e Contradições**. São Paulo, Editora Cortez, 2005.

GOMES, L. P. História da Administração. In: **Informativo Mensal do CRA/CE, CRA em Ação**, Ano 1 Nº 07, 2005. Disponível em: [www.ebah.com.br](http://www.ebah.com.br). Acesso em: 06/05/2012.

GROPPO, L. A. **Juventude**: ensaios sobre a sociologia e a história das juventudes modernas. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Recife: Editora Bagaço, 2005.

PALÁCIOS, J. O Que é Adolescência. In. **Desenvolvimento Psicológico e Educação**. Vol. I. Porto Alegre, RS: Artes Médica, 1995.

PERISSÉ. P. G. **S.A inserção do jovem no mercado de trabalho**. Disponível em: <http://www.soc.puc-rio.br>. Acesso: 30/01/2012.

PORTO, J. **Invisibilidade social e a cultura do consumo**, 2008. Disponível em: [www.dad.puc-rio.br](http://www.dad.puc-rio.br). Acesso em 31/12/2011.

PPE/PB. **Plano Estadual de Educação/Paraíba**, 2003. Disponível em: [www.sec.pb.gov.br](http://www.sec.pb.gov.br). Acesso em: 08/05/2012.

RAMOS, L. C. **Funcionários: Embaixadores da Empresa**, 2005. Disponível em: [www.cegente.com.br](http://www.cegente.com.br). Acesso em: 26/05/2012.

SANTOS, B. S. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez, 2009.

SIERRA, V. M.; MESQUITA, W. A. Vulnerabilidade e Fatores de Risco na Vida de Crianças e Adolescentes. **São Paulo em Perspectiva**, v. 20, n. 1, p. 148-155, jan./mar. 2006. Disponível em: [www.seade.gov.br](http://www.seade.gov.br). Acesso em: 03/02/2012.

SILVA, C. R. O. **Metodologia e Organização do Projeto de Pesquisa: Guia Prático**, 2004. Disponível em: [www.ufop.br](http://www.ufop.br). Acesso em: 15 de abril de 2011.

SOARES, A. M. M. **Nada sobre nós sem nós: Estudo sobre a formação de jovens com deficiência para o exercício da autoadvocacia em uma ação de extensão universitária**. (Dissertação de Mestrado), UFPB, 2010.

STRAUSS, A; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada**. São Paulo: Artmed, 2008.

TAYLOR, F. W. **Princípios de Administração Científica**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 1990.

WASELFISZ, J. J. **Juventude, violência e cidadania: os jovens de Brasília**. São Paulo: Cortez, 1998.