

10. Representações Sociais sobre futuro profissional por estudantes de curso de Administração de Empresas

Social Representations about the professional future by Business Administration students

Ricardo Portioli Gomes¹ @  Márcia Siqueira de Andrade² @ 

Janaína da Silva Gonçalves Fernandes³ @ 

¹ Centro Universitário FIEO, Osasco, Brasil

² Universidade Ibirapuera, São Paulo, Brasil

³ Centro Universitário FIEO, Osasco, Brasil

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar as representações sociais sobre futuro profissional por estudantes de curso de Administração de Empresas. Participaram da pesquisa 25 alunos do 2º semestre e 50 alunos do 8º semestre do referido Curso de Instituição de Ensino Superior particular, localizada em município da região oeste da grande São Paulo. Para a coleta de dados foi utilizado questionário demográfico e Teste de evocação livre a partir da palavra indutora: futuro profissional. Os dados quantitativos foram analisados pela estatística descritiva. Utilizou-se ainda a análise prototípica para análise da estrutura das representações sociais identificadas, com o apoio do software EVOC (Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations) versão 2000. Os resultados sugerem que o núcleo central das representações sociais sobre futuro profissional compartilhado pelos alunos do segundo e oitavo semestres do curso de Administração de empresas se estrutura em três significados que dão sentido a toda representação: liderança, empreendedorismo e realização profissional. Há indícios que sugerem que o curso em pauta contribui para a valorização do conhecimento teórico e técnico pelos futuros profissionais que buscarão, por estes meios, um lugar de destaque no cenário organizacional do país.

Palavras-chave: Ensino Superior; Graduandos; Formação; Profissão; Representação Social

Social Representations about the professional future by Business Administration students

ABSTRACT

The research aimed to identify the social representations about the professional future by Business Administration students. The study included 25 students from the 2nd semester and 50 students from the 8th semester of the aforementioned Private Higher Education Institution Course located in a municipality in the western region of the State of São Paulo. For data collection, demographic questionnaire and free evocation test were used, based on the inductor word: professional future. Quantitative data were analyzed by descriptive statistics. It was also used the prototypical analysis to analyze the structure of social representations identified, with the support of the EVOC software (Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations), version 2000. The results suggest that the central nucleus of social representations about professional future shared by the students of the 2nd and 8th semesters of the Business Administration course is structured in three directions that give meaning to every representation: leadership, entrepreneurship and professional achievement. There are indications that suggest that this course contributes to the valorization of theoretical and technical knowledge by future professionals who will seek, by these means, a prominent place in the country's organizational scenario.

Keywords: Higher Education; University Students; Training; Profession; Social Representation

Representaciones sociales sobre el futuro profesional de estudiantes del curso de Administración de Empresas

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo identificar las representaciones sociales sobre el futuro profesional de los estudiantes de Administración de Empresas. Participaron en la investigación 25 alumnos del 2º semestre y 50 alumnos del 8º semestre del mencionado Instituto de Enseñanza Superior Privado Curso, ubicado en un municipio de la región oeste de São Paulo. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario demográfico y una prueba de recuerdo libre basada en la palabra inductora: futuro profesional. Los datos cuantitativos se analizaron mediante estadística descriptiva. También se utilizó el análisis prototípico para analizar la estructura de las representaciones sociales identificadas, con el apoyo del software EVOC (Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations), versión 2000. Los resultados sugieren que el núcleo

central de las representaciones sociales sobre el futuro profesional de los estudiantes del segundo y octavo semestre de la carrera de Administración de Empresas se estructura en tres direcciones que dan sentido a toda representación: liderazgo, emprendimiento y realización profesional. Hay indicios que sugieren que el curso en cuestión contribuye a la valorización de conocimientos teóricos y técnicos por parte de futuros profesionales que buscarán, por estos medios, un lugar destacado en el escenario organizacional del país.

Palabras clave: Educación Superior; Estudiantes Universitarios; Capacitación; Profesión; Representaciones Sociales

Représentations sociales de l'avenir professionnel des étudiants en Gestion d'Entreprise

RÉSUMÉ

Cette recherche vise à identifier les représentations sociales de l'avenir professionnel des étudiants en Gestion d'Entreprise d'un établissement privé d'enseignement supérieur situé dans une municipalité de la région ouest de São Paulo. 25 étudiants du 2ème semestre et 50 étudiants du 8ème semestre du cours susmentionné ont participé dans cette étude. Pour la collecte des données, un questionnaire démographique et un test d'évocation libre ont été utilisés autour du mot inducteur: avenir professionnel. Les données quantitatives ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives. L'analyse prototypique a également été utilisée pour étudier la structure des représentations sociales identifiées, avec le support du logiciel EVOC (Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations), version 2000. Les résultats suggèrent que le noyau des représentations sociales sur le devenir professionnel partagé par les étudiants des 2ème et 8ème semestres en Gestion d'Entreprise est structuré en trois directions qui donnent un sens à toute représentation: leadership, entrepreneuriat et réussite professionnelle. Il y a des indices qui suggèrent que le cours en question contribue à la valorisation des connaissances théoriques et techniques par les futurs professionnels qui chercheront, par ces moyens, à obtenir une place importante dans le scénario organisationnel du pays.

Mots clés: Formation Universitaire; Étudiants universitaires; Formation; Profession; Représentation Sociale

1. INTRODUÇÃO

Os Cursos de Administração de Empresas existentes no Brasil engendram-se na necessidade de formação e qualificação de profissionais que atendam

as exigências do mercado de trabalho. Esse mercado que até então se fundamentava nos modelos taylorista/neotaylorista e na hierarquia burocrática apresenta-se atualmente com novas demandas que emergem, dentre outros aspectos, da globalização da economia e da reestruturação produtiva exigindo um novo perfil profissional que atenda os novos contextos (Nascimento et al, 2019).

A formação profissional partia de princípios da administração científica e da administração comportamentalista que privilegiam a liderança, a motivação, a satisfação no trabalho (Pivetta; Campos; Scherer, 2018). Contudo, na atualidade, exige-se uma formação que propicie o desenvolvimento de competências, habilidades, e a capacidade de flexibilização.

Estudos voltados ao ensino e à pesquisa em Administração cumprem notável papel no desenvolvimento do conhecimento desta área, tanto por permitir um maior entendimento do processo de formação, como por indicar meios para adequá-lo às demandas, continuamente em transformação, impostas pela sociedade (Cosso; Franco; Fernandes, 2018; Cunliffe, 2020). A relevância desta pesquisa sobrevém, na medida em que possibilita aos gestores de instituições e coordenadores de cursos o acesso a informações e análises que permitam avaliar o posicionamento dos estudantes em formação, viabilizando, assim, um aprimoramento do planejamento das atividades do curso.

Conforme Nascimento et al (2019) a mudança sustentada pela globalização, com o crescimento cultural, social e econômico remete à necessidade de revisão dos currículos de cursos de graduação em Administração de Empresas, desatualizados e concebidos em outra época, pois não respondem as exigências do mercado de trabalho e necessidades reais da educação. Ribeiro (2021) pontua que a educação geral e a educação profissional devem ser pensadas a partir do processo de globalização, definida como multiplicidade de mudanças surgidas a partir de 1970, que instituiu novas relações internacionais nos planos econômico, social, cultural, político e tecnológico.

O futuro profissional está pautado no desenvolvimento de habilidades que remetam a um perfil de sucesso focado no futuro, para capacitar o indivíduo a ser eficaz no contexto do trabalho (Venter; Herbst; Iwu, 2019). Entende-se que a organização universitária, como qualquer outra esfera da educação formal, está sendo convocado a assumir um duplo papel, o de educar, que se distingue da mera instrução, e o de preparar profissionais para atender às novas de-

mandas do mercado de trabalho (Cosso; Franco; Fernandes, 2018; Cunliffe, 2020; Ribeiro, 2021). A questão, a saber, é como os estudantes percebem, interpretam e reagem neste contexto, ou seja, suas representações sociais.

Para Moscovici (2012), o processo de representação envolve a codificação, até mesmo dos estímulos físicos, em uma categoria específica. De fato, a representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes. Dessa forma, a realidade social é um espaço onde nascem, mas também possuem vida independente reproduzem-se e se misturam, tendo como causas outras representações e não apenas a estrutura social.

Jodelet (2002, p.27) explica que as representações sociais “são uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, tendo uma visão prática e concorrendo para uma construção de uma realidade comum a um conjunto social”. Para Franco (2004, p.170) as representações sociais são elementos simbólicos que os seres humanos expressam mediante o uso de palavras e de gestos e “essas mensagens, mediadas pela linguagem, são construídas socialmente e estão, necessariamente, ancoradas no âmbito da situação real e concreta dos indivíduos que as emitem”.

Moscovici (2012) reconhece que a representação social é um conjunto de conceitos, explicações e afirmações que se originam na vida diária, no curso de comunicações interindividuais. O universo das representações sociais é o universo consensual, sendo que a linguagem desempenha um importante papel, facilitando associações de idéias, reconstruções de regras e valores, em que o desconhecido passa, simbolicamente, a ser conhecido.

Os universos consensuais são universos familiares em que não há conflito. Diante disso, tudo o que é dito ou feito, confirma as crenças e as interpretações adquiridas. De tal modo, a dinâmica das relações é uma dinâmica de familiarização em que os objetos, pessoas e acontecimentos são compreendidos previamente. Entretanto, o não familiar são ideias ou as ações que perturbam e causam tensão. Por conseguinte, o que é incomum, não familiar é assimilado e pode modificar as crenças. Esse é o processo de rerepresentar o novo (Moscovici, 2012).

O fundamento teórico-metodológico da Teoria do Núcleo Central proposto por Abric (2000) permite compreender a dimensão cognitivo-estrutural que responde a uma visão funcional do mundo, permitindo ao indivíduo ou ao

grupo dar um sentido às suas condutas e compreender a realidade através do seu próprio sistema de referências. Uma representação é formada de elementos constitutivos (informações, crenças, opiniões e atitudes) que são organizados e estruturados de acordo com a hipótese de que quaisquer representações são organizadas em torno de um núcleo central.

É o núcleo central, portanto, que determina o significado de uma representação. É no "âmbito do núcleo central que as representações sociais cristalizam-se, solidificam e estabilizam a partir da vinculação de ideias [...], as quais são mediadas pela realização de ações concretas" (Franco, 2004, p.172).

Cabecinhas (2004) considera que o núcleo central de uma representação corresponde a uma estrutura que dá coerência e sentido à representação. À volta do núcleo central, e organizado por este, encontram-se os elementos periféricos. Assim, se por um lado, o núcleo central gera a significação da representação e determina sua organização, o sistema periférico permite a adaptação à realidade concreta e a diferenciação do conteúdo.

Segundo Franco (2004), há a rigidez, a estabilidade e a consensualidade do núcleo central e a flexibilidade, as transformações e as diferenças do sistema periférico, numa aparente contradição. De acordo com Sá (1996, p.73) se "(...) o sistema central é normativo, o sistema periférico é funcional; quer dizer que é graças a ele que a representação pode se ancorar na realidade do momento".

O núcleo central está ligado e determinado por condições históricas, sociológicas e ideológicas, marcado pela memória coletiva e pelo sistema de normas. Evolui de forma lenta. É ele quem atribui ou transforma a significação (um sentido, um valor) ao objeto representado; assegura a permanência e a perenidade da representação; permite compreender a realidade; dá homogeneidade ao grupo e define os princípios fundamentais em torno dos quais se constituem as representações; é simples, concreto, consensual, historicamente marcado, imagético e coerente; apresenta um valor simbólico, poder associativo, saliência e forte conexidade na estrutura (Abric, 2000). Neste sentido, o núcleo central não pode ser refutável.

Não obstante, de acordo com Abric (2000), o sistema periférico é mais rico e complexo do que o sistema central. Logo, as relações entre as representações e as práticas podem ser examinadas a partir do estudo dos elementos periféricos e a descoberta do núcleo central permitiria descobrir coisas aparentemente óbvias, já conhecidas.

No contexto da presente pesquisa, pretende-se responder a seguinte questão: A formação oferecida pelos cursos superiores de Administração de Empresas está preparando os indivíduos para o futuro profissional, considerando o mercado de trabalho no atual contexto brasileiro e mundial? Portanto, o objetivo é identificar as representações sociais sobre futuro profissional por estudantes de curso de Administração de Empresas.

2. MÉTODO

A pesquisa foi de abordagem qualitativa, do tipo descritivo, pautada na abordagem estrutural da Teoria das Representações Sociais. Essas escolhas visam coletar e analisar as informações coletadas de maneira sistemática e organizadas (Abriç, 2003).

A Instituição de Ensino Superior que serviu de campo para a coleta de dados localiza-se na região oeste da Grande São Paulo. O município em que está localizada a Instituição de Ensino Superior apresenta infraestrutura precária e alto índice de criminalidade, além do baixo desenvolvimento social e econômico da população. A população do município, de acordo com o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), era de 369.584 habitantes em que, a maior parte trabalha em outros municípios.

Em funcionamento desde 2002, a Instituição de Ensino Superior (IES) privada oferecia dez cursos de graduação nas distintas áreas de conhecimento, com valores promocionais, nos períodos matutino, vespertino e noturno. O curso de Administração de Empresas, foco desta pesquisa, iniciou suas atividades em 2007, com a duração de 4 anos ou oito semestres, contando com 500 alunos por ocasião da coleta de dados.

Para participar da pesquisa foi escolhida uma amostra não probabilística composta por dois grupos: 25 alunos do 2º semestre (G1) e 50 alunos do 8º semestre (G2), totalizando 75 alunos de ambos os sexos, matriculados no Curso de Administração de Empresas, em período noturno, da IES escolhida como campo da pesquisa. Foram os seguintes os critérios de inclusão: ser aluno regularmente matriculado no curso de Administração de Empresas de faculdade particular por ocasião da pesquisa; aceitar participar da pesquisa; assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Os dados foram coletados pelo próprio pesquisador que utilizou questionário sociodemográfico para melhor caracterização e a Técnica de Evocação Livre

de Palavras. Este tipo de investigação aberta e projetiva se estrutura na evocação de palavras dadas a partir do estímulo indutor: futuro profissional. Logo, buscou-se abranger as crenças e valores sobre futuro profissional do administrador de empresas. Apelou-se a esse recurso metodológico, pois segundo Abric (2003), essa técnica além de obter o conteúdo semântico de forma rápida e objetiva do fenômeno pesquisado, permite que sejam atualizados elementos implícitos ou velados que podem ser perdidos ou mascarados nas produções discursivas dos participantes.

Solicitou-se à coordenação do curso, autorização para a coleta de dados junto aos alunos de 2º e 8º semestres que consentiram em participar da pesquisa e assinaram o TCLE. O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da instituição promotora. Após sua aprovação o pesquisador dirigiu-se às salas de aula nos horários regulares e convidou os alunos a participarem do estudo, explicando os objetivos e procedimentos da pesquisa.

Foi entregue o questionário sociodemográfico para preenchimento para os alunos que concordaram em participar da pesquisa. Depois de respondido o questionário o pesquisador solicitou a cada aluno que escrevesse, em uma folha de papel, 3 palavras que viessem a mente imediatamente após ouvirem a expressão futuro profissional. Após preenchidos, os questionários foram recolhidos e o pesquisador se comprometeu com os alunos a apresentar os resultados da pesquisa quando finalizada.

2.1. Análise dos dados

Os dados foram analisados em dois momentos. Inicialmente os dados coletados dos questionários sóciodemográficos foram analisados pela análise estatística descritiva com o apoio do *software* estatístico *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS), versão 13.0. Posteriormente buscou-se analisar a organização interna das representações sociais considerando o conteúdo da evocação livre baseado na técnica de análise prototípica proposta por Vergès (2002) que tem como fundamento a teoria do núcleo central. Para esta análise utilizou-se como apoio o *software* Evoc (*Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations*) versão 2000.

A análise prototípica baseia-se no cálculo de frequências e ordens de evocação das palavras, e parte do pressuposto que os elementos da representação social com importância em sua estrutura são mais prototípicos, isto é, mais

acessíveis à consciência (Wachelke; Wolter, 2011). Para Flament e Rouquette (2003), a análise prototípica baseia-se no princípio segundo o qual, quanto antes um indivíduo se lembra de uma palavra, maior é a representatividade dessa palavra num grupo formado por indivíduos com perfil semelhante. Os autores referem-se a esse princípio como lei de Marbe.

Em sentido estrito, a análise prototípica é uma convenção de apresentação de dados, não uma análise estatística padrão. Não é um procedimento de cálculo de parâmetros e níveis de significação, mas sim um padrão de organização de informações relativas à evocação de formas verbais de modo sintético (Wachelke; Wolter, 2011).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente apresentam-se as características sociodemográficas de todos participantes. Posteriormente, os participantes foram divididos em dois grupos de acordo com o semestre que se encontram no curso: Grupo 1 (G1) constituído por alunos do 2º semestre do curso de administração (n= 25) e Grupo 2 (G2) constituído por alunos do 8º semestre do curso de administração (n= 50). Por fim, analisa-se a organização interna das representações sociais identificadas nos grupos pesquisados.

3.1. Caracterização dos participantes

Para análise das características sociodemográficas quanto ao sexo, faixa etária, escolaridade, estado civil, situação de moradia, faixa salarial e presença de filhos foram conduzidas análises descritivas usando o pacote estatístico SPSS, versão 13.0. A Tabela 1 apresenta a distribuição dos participantes por sexo, faixa etária e o estado civil.

Tabela 1. Análise descritiva em relação ao sexo, faixa etária e o estado civil dos participantes

Sexo	N	%	FAIXA ETÁRIA	N	%	ESTADO CIVIL	N	%
Feminino	47	60	20 a 30	54	68	Solteiro	30	64
Masculino	28	40	31 a 40	16	24	Casado	40	28
			41 a 50	5	8	Divorciado	5	8
TOTAL	75	100		75	100		75	100

Fonte: Elaborada por autores (as).

A partir da Tabela 1 é possível verificar que as mulheres predominam entre os participantes da pesquisa. Esse dado é confirmado por pesquisas realizadas pelo Conselho Federal de Administração (2019) que revelaram que o número de mulheres administradoras vem crescendo nos últimos anos. Em 1994, seu percentual apurado em relação aos homens foi de 21%; em 1998, de 25%; na pesquisa de 2003, de 29,98%; em 2006, atingiu 32,60% e em 2011, atingiu 35% em 17 anos. Portanto, o percentual de indivíduos do sexo feminino teve um acréscimo de 60%.

A faixa etária de 20 a 30 anos foi a de maior prevalência com N= 54 que representa 68% dos participantes. A idade média foi de 31,33 anos ($DP= 3,2$) e o intervalo entre as idades dos participantes foi de 30 anos. Em relação ao estado civil a maior parte dos participantes é casada, seguidos dos solteiros. A Tabela 2 apresenta a situação dos participantes em relação à presença de filhos, situação de moradia e renda familiar.

Tabela 2. *Análise descritiva em relação à presença de filhos, situação de moradia e renda familiar.*

FILHOS	N	%	SITUAÇÃO MORADIA	N	%	FAIXA SALARIAL	N	%
Sim	21	28	Sozinho	10	13	Até 4 salários mínimos	21	28
Não	54	72	Com família de origem	25	33	Entre 4 e 8 salários mínimos	36	48
			Com família constituída	40	54	Mais que 8 salários mínimos	9	12
						Não declarado	9	12
TOTAL	75	100		75	100		75	100

Fonte: Elaborada por autores (as).

Descritas a caracterização dos participantes, na sequência serão apresentados os resultados das evocações coletadas dos participantes a partir da organização estrutural proposta pela Análise prototípica.

3.2. Análise Prototípica

Considerando-se que as representações são ao mesmo tempo estáveis e móveis, rígidas e flexíveis, consensuais, mas marcadas por fortes diferenças interindividuais (Abric, 2003), buscou-se comparar a organização interna das representações sociais sobre futuro profissional entre alunos do G1 (segundo semestre) e G2 (oitavo semestre). Os dados foram organizados e processados

com a realização de cálculos estatísticos, de forma a construir matrizes de coocorrências, os quais serviram de base para a construção do quadro de quatro casas conforme critérios apresentados por Vêrges (2002): os critérios adotados na distribuição dos termos nos quadrantes são a média de frequência das palavras (f) e a ordem média de evocação (OME).

Para análise dos dados foram agrupadas palavras que compartilham o mesmo radical e classe, o que recebe o nome de lematização (Flament; Rouquette, 2003). Nesse caso, o agrupamento reuniu apenas respostas masculinas e femininas, e no singular e plural. Sem casos omissos, houve 225 evocações (total de evocações), e uma média geral de frequência de 2,45 (frequência média das evocações). A frequência mínima considerada para inclusão das palavras nos quadrantes foi de 3, (frequência mínima para inclusão no quadro).

Referente às determinações dos pontos de corte para as coordenadas dos quadrantes foi empregado o critério da mediana nas ordens de evocação; como havia 3 respostas por participante, o valor do ponto de corte foi 2 (critério do ponto de corte da ordem de evocação) (Wachelke; Wolter, 2011). Palavras com ordem média de evocação inferiores a 2 foram classificadas como tendo baixa ordem de evocação. Quanto ao critério de frequência, optou-se por incluir nos quadrantes de alta frequência uma proporção mínima de 30% das evocações (critério do ponto de corte para frequência); no caso da presente análise, isso se deu a partir da frequência 7; palavras com essa frequência ou valores superiores corresponderam a 31,3 % do total de evocações. A Tabela 3 apresenta os resultados da análise prototípica mencionada.

No primeiro quadrante, (superior esquerdo) situam-se os elementos mais relevantes e, por isso, possíveis de constituírem o núcleo central de uma representação. "Nem tudo que se encontra nesse quadrante é central, mas o núcleo central está nesse quadrante" (Abric, 2003, p. 582). Foram mais prontamente evocados e citados com frequência elevada pelos participantes da pesquisa os termos: empreendedorismo, realização profissional e liderança. Eles orientam percepções, atitudes, condutas e relações sociais dos participantes do G1 e G2.

No segundo quadrante ou primeira periferia (superior direito) organizam-se os elementos que obtiveram uma frequência alta, mas que foram citados em últimas posições: inovação e risco para o G1 e conhecimento, capacidade e competência para o G2; indicam a possibilidade de já ter pertencido ou podem

Tabela 3. *Análise prototípica referente ao termo indutor futuro profissional (N=75)*

	OME < 2						OME ≥ 2					
	G1			G2			G1			G2		
	Palavra	f	OME	Palavra	f	OME	Palavra	f	OME	Palavra	f	OME
	empresen- dedorismo	12	1,82	empresen- dedorismo	18	1,98	inovação	8	2,8	conhe- cimento	10	3,3
f ≥ 7	liderança	11	1,75	liderança	12	1,80	risco	7	2,6	capacidade	9	3,1
	realização profissional	9	1,58	realização profissional	10	1,76				competência	8	2,8
	atividade	8	1,44									
f < 7	salário	4	1,42	inovação	5	1,00	autonomia	3	2,2	oportunidade	6	2,6
	oportuni- dade	3	1,35				criatividade			comprome- timento	5	2,3

Fonte: Elaborada por autores (as) a partir dos resultados do software Evoc.

vir a pertencer ao núcleo central. Esses elementos constituem a periferia próxima das representações e referem-se à assimilação de novos conceitos, ainda não totalmente incorporados ao núcleo central, mas indicando uma possibilidade de inovação das crenças e opiniões. Refletem possíveis mudanças em relação ao objeto de representação que estão, provavelmente, ocorrendo ou sendo construídas no ambiente sociocultural dos atores sociais.

No terceiro quadrante ou quadrante inferior esquerdo (zona de contraste) encontram-se os elementos que foram citados numa frequência baixa, porém foram evocados primeiramente: autonomia e criatividade no G1 oportunidade e comprometimento no G2. Estes são interlocutores, aqueles que embatem com o núcleo central, tentam entrar ou permanecer nele. Sugere-se também representar a zona muda das representações sociais, os elementos latentes no discurso dos participantes. A zona muda, segundo Deschamps e Guimelli (2004), é composta de elementos da representação que são contra normativos, ou seja, cognições ou crenças que não são expressas pelo sujeito em condições normais de produção, pois podem entrar em conflito com valores morais ou normas do grupo.

Finalmente, no quarto quadrante (periferia distante ou segunda periferia) estão os elementos menos citados e menos evocados em primeira mão pelos

participantes; estão mais distantes do núcleo central e com menor possibilidade de vir a pertencer a ele: salário e oportunidade no G1 e inovação no G2.

Diante desses resultados pode-se afirmar que, embora os elementos do núcleo central das representações sociais sobre futuro profissional dos estudantes do curso de Administração sejam próximos em ambos os grupos (G1 e G2) a organização dessas representações aparece de forma distinta para cada grupo. Os termos empreendedorismo, liderança e realização profissional surgem como nucleadores e organizadores das representações sociais desses estudantes sobre futuro profissional.

Dornelas (2021) avalia que, empreender tem a ver com fazer diferente, antecipar-se aos fatos, programar ideias, buscar oportunidades e assumir riscos calculados. Por isso, variados indivíduos têm buscado no empreendedorismo o caminho para o sucesso; entretanto nem todos têm conseguido atingir o almejado no campo empresarial. Neste sentido, o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e o processo, que em conjunto levam à transformação de ideias em oportunidades. Logo, a implementação dessa oportunidade propicia a criação de negócios de sucesso.

Nessa perspectiva, a liderança tem um papel fundamental, pois além de influenciar equipes de trabalho, também corrobora dependendo do líder, em resultados de equipes motivadas e comprometidas. A liderança está centrada na capacidade de o líder ser eficaz. Assim, a liderança eficaz consiste em fornecer aos colaboradores o que eles ainda não conseguiram suprir em si próprios (Santos; Porto; Borges-Andrade, 2021). Portanto, o objetivo das ações do líder é criar condições para que se tornem cada vez mais dirigidas e motivadas por si mesmas.

Diante disso, é preciso conhecer as ferramentas de gestão de pessoas que poderão auxiliar o líder na tomada de decisões em relação ao aproveitamento e valorização dos talentos que integram as equipes de trabalho (Lima, 2022). Silva e Burger (2018) apontam que as principais ferramentas da gestão de pessoas é o aprendizado contínuo, que possibilita ao líder um aprendizado organizacional, ou seja, que propicie o desenvolvimento da capacidade de promover educação/desenvolvimento com serviço de alta qualidade. Neste sentido, oferece-se aberturas para a transmissão de informações, tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo de maneira a possibilitar a participação dos colaboradores na tomada de de-

cisões, com uma atuação voltada ao perfil de educador, negociador, incentivador e coordenador.

A realização profissional remete à reflexão sobre o papel do homem como ser social, envolto em relações sociais, permanentemente ligado ao movimento e as mudanças. A motivação para a realização é um impulso para vencer desafios, avançar e crescer na busca de seus objetivos. Essa realização é fundamental para que outros fatores possam acompanhá-las (Silva; Souza Júnior, 2021). Assim, o desafio que se apresenta é na percepção de gerenciamento potencial que envolve o desenvolvimento de habilidades latentes e desafiando os colaboradores a desenvolverem-se não somente como profissionais, mas também como pessoas que tenham uma atuação cidadã.

Para os estudantes do G1, a capacidade de inovação do Administrador de Empresas surge como crença e opinião compartilhada pelos alunos do início da formação. Para este grupo a capacidade de inovação e de assumir riscos deverá orientar suas condutas no caminho rumo ao empreendedorismo, liderança e realização profissional. Já, os alunos que se encontram há mais tempo no curso, valorizam especialmente o conhecimento técnico o conhecimento e a competência adquiridos durante sua formação como possibilidade de tornarem-se empreendedores, líderes e obterem a realização profissional.

Esses resultados apontam para uma diferenciação incorporada, possivelmente, a partir dos conteúdos apresentados no curso de graduação que frequentam e da experiência pessoal de cada aluno, uma vez que os termos conhecimento e competência, presentes na primeira periferia das representações sociais dos participantes do G2, não são mencionados pelos participantes do G1. Essa questão é corroborada por Abric quando coloca que toda realidade "é representada, quer dizer, reapropriada pelo indivíduo ou pelo grupo, reconstruída no seu sistema cognitivo, integrada no seu sistema de valores, dependente de sua história e do contexto social e ideológico que o cerca" (Abric, 2000, p. 27).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo compreender as representações sociais sobre futuro profissional por estudantes de curso de Administração de Empresas, caracterizando suas estruturas. Considerou-se, para efeito deste estudo, que as representações sociais são indispensáveis para a compreensão da di-

nâmica social, bem como informativas e explicativas da natureza das ligações sociais, intra e intergrupos, e das relações dos indivíduos com seu ambiente social, tornando-se assim um elemento essencial para a compreensão dos determinantes dos comportamentos e das práticas sociais, conforme proposto.

A análise prototípica dos dados coletados por meio da Técnica de Evocação Livre de Palavras sugere que o núcleo central das representações sociais sobre futuro profissional compartilhada pelos alunos do segundo e oitavo semestres do curso de Administração de empresas se estrutura em três significados que dão sentido a toda representação: liderança, empreendedorismo e realização profissional. Quanto à variabilidade intergrupo acerca dessa representação social, a análise prototípica forneceu indícios que sugerem que o curso em pauta parece contribuir para a valorização do conhecimento teórico e técnico pelos futuros profissionais que buscarão, por estes meios um lugar de destaque no cenário organizacional do país. Nesse sentido, elementos como conhecimento, competência e capacidade surgem, para os alunos do último semestre do curso na periferia das representações no lugar de risco e oportunidade apontados pelos alunos iniciantes. Esses resultados confirmam um dos aspectos mais enfatizados pelos teóricos e pesquisadores das representações sociais: a importância das relações entre práticas sociais cotidianas e a construção e transformação das representações.

Os resultados aqui apresentados poderão ser úteis para os educadores da área, na medida em que viabilizarem os conteúdos oferecidos nos cursos considerando como o aluno pensa seu futuro, tendo em vista o contexto social em que grupo e objeto estão inseridos, para dar conta de uma compreensão satisfatória do fenômeno que estudam.

Sem dúvida, nas representações identificadas e analisadas, subjazem certas concepções, mais ou menos conscientes e explícitas, sobre o futuro profissional e como se chega a alcançá-lo. Entretanto, importa apontar os limites desta pesquisa. O primeiro deles diz respeito à população estudada: o fato de pertencerem a uma mesma instituição particular restringe a possibilidade de generalização a partir do contexto. Embora o interesse inicial fosse estudar as representações sociais sobre futuro profissional do curso em pauta, compreende-se a necessidade de ampliar-se o contexto em novos estudos a serem realizados.

A segunda questão considera a escolha metodológica, visto que o modo de coleta pode interferir na forma como as representações aparecem. Assim, é preciso pensar na necessidade de uma maior diversidade nas técnicas de investigação das representações sociais sobre futuro profissional de estudantes com a utilização de técnicas quantitativas (aplicação de *escalas likerts* em amostras maiores) e qualitativas de investigação, como entrevistas e observações de práticas.

Nesse sentido, os resultados aqui apresentados sugerem a necessidade de novos estudos sobre o tema de forma a que se compreenda como as representações sociais sobre futuro profissional podem interferir no desempenho acadêmico dos estudantes e na sua formação uma vez que as representações sociais indicam a orientação para a ação.

REFERENCIAS

- Abric, J.C. (2003). La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. In: Abric, J. C. (Ed.), *Méthodes d'étude des représentations sociales* (p. 59-80). Ramonville- Saint Agne: Érès.
- Abric, J. C. (2000). A abordagem estrutural das representações sociais. In: Moreira, A. S. P.; Oliveira, D. C. (Orgs.). *Estudos interdisciplinares de representação social* (p. 27-38). 2. ed. AB.
- Cabecinhas, R. (2004). Representações sociais, relações intergrupais e cognição social. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 14(28), 125-137, 2004.
- Conselho Federal de Administração. (2019). *Mulheres graduadas em Administração no Brasil*. Disponível em: <https://bit.ly/3OK70Rh>. Acesso em: 04. Nov. 2022.
- Cosso, E.; Franco, M. L. P. B.; Fernandes, J. S. G. (2018) Representações sociais sobre relação professor-aluno no ensino superior. *Revista Brasileira de Ensino Superior*, Passo Fundo, 4(3), 5-23, 2018.
- Cunliffe, Ann L. (2020) Reflexividade no ensino e pesquisa de estudos organizacionais. *Revista de Administração de Empresas*, 60(1), 64-69, 2020.
- Deschamps, J. C.; Guimelli, C. (2004). L'organisation interne des représentations sociales de la sécurité/insécurité et hypothèse de la «zone muette» In: Beauvois, J. L, Joule, R. V.; Montreil, J. M. *Perspectives Cognitives et Conduites Sociales* (pp. 300-323). Tomo IX. Rennes: Press Universitaire de Rennes.

- Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. 8a. ed. São Paulo: Empreende Editora.
- Franco, M. L. P. B. (2004). Representações sociais, ideologia e desenvolvimento da consciência. *Cadernos de pesquisa*, 34(121), 169-186.
- Flament, C.; Rouquette, M. L. (2003). *Anatomie des idées ordinaires*. Comment étudier les représentations sociales. Armand Colin, VUEF.
- Jodelet, D. (2002). Representações sociais: um domínio em expansão. In: Jodelet, D. (org.). *As Representações sociais*. (pp. 17-44). Eduerj.
- Lima, J. S. (2022). Gestão de pessoas e a liderança na empresa: o líder diante das mudanças organizacionais. *Research, Society and Development*, 11(5), e3611521217.
- Moscovici, S. (2012). *Representações sociais: Investigações em Psicologia Social*. Trad. Pedrinho A. Guareschi. 6. ed. Petrópolis: Vozes.
- Nascimento, M. V. F. et al. (2019). Identificação da cognição sobre o perfil do administrador do século XXI através da ótica de egressos do curso de administração de uma instituição privada do interior do Rio de Janeiro. *Revista Interdisciplinar Pensamento Científico*, 5(4), 193-211.
- Pivetta, N. P.; Campos, S. A. P.; Scherer, F. L. (2018). A influência do modelo weberiano de burocracia na escola clássica, escola de relações humanas e abordagem comportamental. *Revista de Administração IMED*, 8(2), 90-117.
- Ribeiro, A. V. (2021). *Educação Profissional no Contexto da Precarização do Trabalho*. Editora Dialética.
- Sá, C. P. (1996). Representações sociais: teoria e pesquisa do núcleo central. *Temas em Psicologia*, 4(3), 19-33.
- Santos, M. M.; Porto, J. B.; Borges-Andrade, J. E. (2021). Liderança: revisão da literatura brasileira e comparação com a produção estrangeira. Brasília, *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 21(4), 1750-1757.
- Silva, Í. N.; Souza Júnior, A. A. (2021). Perspectivas dos estudantes de administração da UFAM frente aos desafios do mercado de trabalho pós-pandemia. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 12(4), 93-109.
- Silva, T. C.; Burger, F. (2018). Aprendizagem organizacional e inovação: contribuições da Gestão do Conhecimento para propulsionar um ambiente corporativo focado em aprendizagem e inovação. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, 8(1), 7-19.

- Wachelke, J.; Wolter, R. (2011). Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. *Psicologia: Teoria e pesquisa*, 27(4), 521-526.
- Venter, A. A.; Herbst, T. H.; Iwu, C. G. (2019). What will it take to make a successful administrative professional in the fourth industrial revolution?. *SA Journal of Human Resource Management*, 17(1), 1-14.
- Vèrges, P. (2002). *Conjunto de programas que permitem a análise de evocações: EVOC: manual*. Versão 5. Aix en Provence: [S. n.].