



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE,
SECRETARIADO EXECUTIVO E FINANÇAS – FEAAC**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO**

ANDRÉ LUIZ CASTRO DE SOUSA

**VALORES PESSOAIS E COMPORTAMENTO: UM ESTUDO COM
PROFISSIONAIS DE SECRETARIADO**

FORTALEZA

2016

ANDRÉ LUIZ CASTRO DE SOUSA

VALORES PESSOAIS E COMPORTAMENTO: UM ESTUDO COM PROFISSIONAIS DE
SECRETARIADO

Trabalho de Conclusão submetido à
Coordenação do Curso de Secretariado
Executivo do Departamento de Administração
da Universidade Federal do Ceará, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel.

Orientadora: Profa. Me. Joelma Soares da Silva

FORTALEZA

2016

ANDRÉ LUIZ CASTRO DE SOUSA

**VALORES PESSOAIS E ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO COM PROFISSIONAIS
DE SECRETARIADO**

Trabalho de Conclusão submetido à
Coordenação do Curso de Secretariado
Executivo do Departamento de Administração
da Universidade Federal do Ceará, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel.

Aprovada em: __/__/__.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Me. Joelma Soares da Silva (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Me. Conceição de Maria Pinheiro Barros
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Me. Laudemiro Rabelo de Souza e Moraes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Ao ser superior que nos criou e nos mantém,
Deus.

Á minha mãe, meus amigos e colegas de curso.

AGRADECIMENTOS

Ao ser supremo que consentiu com nossa existência e nos dá conforto e sustenta nossa fé em situações difíceis, Deus.

À minha mãe que me ofereceu educação, amor e todo o suporte para que meus objetivos fossem alcançados, sem definir minhas escolhas ou recriminá-las.

Ao meu falecido pai, que apesar da distância tinha orgulho do seu filho e de suas conquistas.

Aos meus amigos que me deram suporte emocional e me fizeram acreditar que valia a pena todo sacrifício.

Aos amigos do Secretariado, Juliana Ladeira, Monalisa Lima, Jamille Nunes, Raul Caio, Nayanne Vitoriano, Décyá Emanuela, Ed Maysa e Ida Porto por todos os momentos divertidos e também apoio nas horas mais difíceis da vida acadêmica.

Aos amigos Karoline Ferreira, Karla Ferreira e Kamila Teixeira por toda atenção e cuidado para que este trabalho pudesse ser concluído.

Às minhas professoras Regina Soares e Daniela Durante pelos ensinamentos e pelo exemplo de profissionais e pesquisadoras.

À professora Joelma Soares pela orientação, amizade, oportunidades durante toda minha jornada no curso de Secretariado e por acreditar em meu potencial.

Aos professores Conceição Barros e Laudemiro Rabelo pela disponibilidade em participar de minha banca e avaliar este trabalho.

Aos profissionais de Secretariado de todo o Brasil que aceitaram participar desta pesquisa e me surpreenderam positivamente pela atenção e colaboração.

Por fim, agradeço a toda minha turma e meus colegas de curso que sofreram, choraram, sorriram e fizeram da universidade um ambiente ainda mais agradável, nada disso sairá de minha memória.

“Repare o ritmo da própria vida, examine a receita e a despesa, suas ações e reações, seus modos e atitudes, seus compromissos e determinações, e reconhecerá que você tem a situação que procura e colhe exatamente o que semeia.”

(André Luiz)

RESUMO

Estudar o comportamento dos indivíduos, em suas mais variadas formas, se tornou imprescindível em diversas áreas, incluindo o Secretariado. A teoria de valores pessoais fornece soluções para tal empreitada, o fator humano por trás das tarefas carrega valores capazes de influenciar o mundo do trabalho e impactar nas decisões diárias de uma organização. Este estudo, portanto, objetivou identificar a importância dada aos valores pessoais por uma amostra de profissionais de Secretariado. Trata-se de uma pesquisa de natureza quantitativa e descritiva. Foram aplicados questionários contendo perguntas sobre o perfil do respondente, além do *Portrait Questionnaire* com 21 itens (PQ21), de forma *online*, através da plataforma Google Forms®, tendo sido coletados ao total 170 respostas de profissionais de todas as regiões do país. Para fins de análise, as respostas referentes ao PQ21 foram agrupadas em pares, conforme orienta a teoria, de acordo com o tipo motivacional. Conclui-se que, para a amostra de profissionais alcançada, os secretários executivos são capazes de balancear seus valores, e consequentemente seu comportamento, podendo enquadrar-se nos diversos ambientes ao qual está inserido, tendo características importantes como: a capacidade de trabalhar em grupo, autodeterminação elevada, respeito pelo próximo e o meio-ambiente, respeito as normas e códigos comuns, além do apreço por novidade e mudanças.

Palavras-chave: Valores. Comportamento Profissional. Profissionais de Secretariado.

ABSTRACT

Study the behavior of individuals in its various forms, has become indispensable in many sciences, including management. The theory of human values provides solutions for such an undertaking, the human factor behind the work, load values can influence the world of work and influence organization's daily decisions. This study therefore aimed to identify the importance given to the personal values of a sample of Secretariat professionals. This study dealt with a quantitative and descriptive research. Questionnaires were applied containing questions about the respondent's profile in addition to the Portrait Questionnaire with 21 items (PQ21), online form, through Google Forms® platform, having been collected to total 170 responses from professionals from all regions of the country. For analysis purposes, the answers for the PQ21 were grouped in pairs as guides to the theory, according to the motivational type. Concluding that, for the sample of accomplished professionals, executive secretaries are able to balance their values, and consequently their behavior, which may fall within the various environments to which it is inserted, with important features such as: the ability to work in groups, high self-determination, respect for others and the environment, respect the common standards and codes, in addition to appreciation for novelty and changes.

Keywords: Values. Professional Behavior. Executive Secretariat.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Sexo.....	41
Gráfico 2 - Região de residência	41
Gráfico 3 - Grau de formação do profissional	42
Gráfico 4 – Criatividade	43
Gráfico 5 – Liberdade	43
Gráfico 6 – Novidade	44
Gráfico 7 – Audácia	44
Gráfico 8 – Aproveitar a vida.....	45
Gráfico 9 – Prazer	45
Gráfico 10 – Capaz	46
Gráfico 11 - Bem-sucedido	46
Gráfico 12 – Riquezas	47
Gráfico 13 - Poder social	47
Gráfico 14 - Ordem social	48
Gráfico 15 – Segurança.....	48
Gráfico 16 – Obediente	49
Gráfico 17 – Autodisciplina	49
Gráfico 18 – Humilde	50
Gráfico 19 - Respeito pela tradição	50
Gráfico 20 – Prestativo	51
Gráfico 21 – Leal	51
Gráfico 22 - Igualdade	52
Gráfico 23 – Aberto	52
Gráfico 24 - Protetor do Ambiente	52

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 A TEORIA DE VALORES PESSOAIS	13
2.1 Valores pessoais sob a ótica da filosofia	13
2.2 Valores sob a ótica da psicologia	20
2.2.1 A teoria dos valores pessoais de Schwartz	22
2.2.2 O Schwartz Value Survey (SVS) e o Portrait Questionnaire (PQ)	24
3 COMPORTAMENTO E O SECRETARIADO EXECUTIVO	27
3.1 Comportamento em sociedade	27
3.2 Comportamento do secretário no ambiente de trabalho	29
4 METODOLOGIA	36
4.1 Classificação da pesquisa	36
4.2 Estratégia da pesquisa e técnica de coleta de dados	37
4.3 Instrumento de coleta de dados	37
4.4 Universo e amostra	39
4.5 Apresentação e análise dos dados	39
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	41
5.1 Perfil dos profissionais	41
5.2 Perfil dos tipos motivacionais dos valores da amostra de profissionais de Secretariado	43
5.3 Relação do perfil dos tipos motivacionais dos valores da amostra de profissionais de Secretariado com seu comportamento profissional	53
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS	57
ANEXO	60

1 INTRODUÇÃO

Em um cenário cada vez mais competitivo no mundo do trabalho, os profissionais de todas as áreas buscam aperfeiçoar-se em qualidades não só técnicas, mas também humanas, incluindo comunicação, sociabilidade e capacidade de cooperação. O profissional de Secretariado que pretende se destacar neste contexto deve dominar, além de dominar conhecimentos específicos de seu ofício, apresentar comportamento condizente com essa nova configuração.

Sabe-se que estes profissionais são regidos por um código de ética profissional muito claro, e que por ética entende-se os princípios norteadores para a ação humana, imprescindíveis para determinar uma postura coerente no ambiente de trabalho (SOUZA FILHO, 2010). Há ainda outras variáveis que podem influenciar no comportamento e nas decisões dos indivíduos no âmbito do trabalho, portanto deve-se manter como horizontes, além do código de ética profissional, as regras de conduta social, normas internas da organização e, também os valores pessoais, cuja repercussão afeta as mais variadas esferas de sua vida, inclusive o trabalho.

Os valores pessoais vêm sendo investigados há mais de um século (SCHELER, 1913; HESSEN, 1937; ROKEACH, 1973; SCHWARTZ, 1992; TAMAYO, 1994; PORTO 2005). Conhecer os valores de um sujeito ou grupo ajuda a determinar parcelas de sua personalidade, sendo eles determinados segundo a cultura, família e círculo de convivência. Descobrir as atribuições dadas aos valores por secretários executivos colabora para fornecer um retrato desta categoria e sua subjetividade, cuja influência impacta em seu comportamento profissional e nas suas decisões dentro e fora do trabalho, pois estão constantemente se deparando com situações onde os valores éticos e pessoais são confrontados, conectando o ser social carregado de valores ao ser profissional representante de uma organização e porta-voz de uma categoria.

A partir das reflexões acima, o presente trabalho pretende responder a seguinte questão: qual a importância dada aos valores pessoais por uma amostra de Profissionais de Secretariado? Definiu-se como objetivo geral desta pesquisa identificar a importância dada aos valores pessoais por uma amostra Profissionais de Secretariado. Para o alcance deste, foram elencados os seguintes objetivos específicos:

- a) Traçar o perfil dos tipos motivacionais dos valores de uma amostra de profissionais de Secretariado.
- b) Relacionar o perfil dos tipos motivacionais dos valores da amostra de profissionais de Secretariado com seu comportamento profissional.

A importância deste trabalho se revela pela possibilidade em sondar os valores destes trabalhadores e, a partir do perfil dos tipos motivacionais, realizar inferências sobre possíveis comportamentos profissionais da amostra, e refletir também sobre a ética. Outros estudos sobre a temática foram desenvolvidos em profissionais das mais variadas categorias, como por exemplo, valores de trabalhadores de baixa renda (BORGES, 2005), mulheres e valores no trabalho (BRANDÃO; FERRAZ; LIMA, 2015), trabalhadores de empresas privadas (CAMPOS; PORTO, 2010), empregados de *call center* (PAIVA; DUTRA, 2014), mas não foram encontrados trabalhos aplicando a teoria de Schwartz (1992), ou qualquer dos instrumentos desenvolvidos por ele, em profissionais de Secretariado brasileiros. Neste sentido, o foco e a metodologia aplicados garantem a esta pesquisa seu diferencial, além da quantidade de respostas coletadas em todo o Brasil, no total 170 registros, constituindo assim amostra significativa em trabalhos com este público.

O presente estudo está dividido em seis capítulos, sendo o primeiro deles esta introdução, seguido pelo segundo capítulo que expõe a teoria de valores pessoais sob duas grandes óticas, a primeira delas filosófica, onde se fundam as primeiras concepções sobre o tema, tendo por autores principais Scheler (1913) e Hessen (1937), e a segunda, pela lente psicológica e pensadores como Rokeach (1973) e Schwartz (1992). O terceiro capítulo versa sobre o comportamento e o Secretariado executivo, onde são expostos conceitos de ética, relacionamento em sociedade, regra social, conduta moral, e as expectativas que cerceiam a classe profissional em questão. O quarto capítulo refere-se a metodologia, nele são apresentados: classificação da pesquisa, instrumento de coleta de dados, amostra, além da estratégia e análise de dados. O quinto capítulo desta pesquisa apresenta e analisa os resultados, sendo ele subdividido em três princípios: perfil dos profissionais, perfil dos tipos motivacionais e, relação do perfil dos tipos motivacionais com o comportamento profissional. O sexto e último capítulo apresenta as considerações finais onde são expostas as principais inferências da análise dos dados obtidos, assim como as limitações da pesquisa e as possíveis abordagens para continuidade do tema.

2 A TEORIA DE VALORES PESSOAIS

Etimologicamente a palavra “valor” deriva do latim *valore*, que significa virtude, força ou qualidade das coisas ou pessoas (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2009). Sabe-se que hoje o tema valores é bem difundido no meio filosófico e sua apropriação ultrapassou os limites desta ciência e percorre os mais diversos campos do conhecimento, como por exemplo, a Sociologia, Psicologia, Direito e Economia. Além disso, os termos valor ou valores são utilizados de forma cotidiana pela maioria das pessoas sem que estejam atrelados ao conhecimento científico. É preciso, no entanto, que se deixe claro a qual espécie de valor esta pesquisa se reporta: não ao valor das disciplinas econômicas, da medida pecuniária, valor de aquisição ou valor de compra e venda, mas sim dos valores humanos, aqueles investigados pelas ciências humanas e sociais. Valores, neste estudo, podem ser melhor interpretados pela perspectiva psicológica, onde se apresentam como critérios sob os quais os indivíduos regem suas escolhas, fragmentos que definem a personalidade humana e que são adquiridos ao longo do tempo e da vivência com os seres e os objetos.

2.1 Valores pessoais sob a ótica da filosofia

O termo valor e as suas primeiras percepções se confundem com a gênese da própria Filosofia. Os textos dos pensadores antigos como Platão e Aristóteles, como apontou Hessen (1980), elaboraram discussões sobre o bem e o papel do homem no *cosmo*, além da sua capacidade em identificar as qualidades das coisas a partir de uma lógica estética, ou seja, os valores estavam até então relacionados com as formas. Esta visão colabora de forma significativa para a Filosofia moderna de Kant, que se contrapôs ao pensamento clássico e desloca o valor do *cosmos* para o domínio da consciência humana e da realidade.

Segundo Hessen (1980), o estudo dos valores a partir de Kant avançou de forma exponencial. Um dos pensadores mais importantes sobre este tema se revelou no início do século XX, Max Scheler, com obras como *Formalismo Ético e Ética Material dos Valores* publicada em 1913 e *Da Reviravolta dos Valores* de 1919, cuja versão em português só se lançou no ano de 1994. Enquanto difusor da corrente fenomenológica, entendia que os valores

podiam adquirir caráter de qualidade objetiva, cabendo aos homens captá-los a partir de suas emoções e experiências.

Max Scheler foi influenciado sobretudo pela fenomenologia, isso implica dizer que este autor pensava os valores como que diretamente pertencentes a coisas e experiências, ou seja, o ser humano assume o papel de observador das características a priori daquilo que o cerca, provocando neles um estado de prazer, satisfação, repulsa ou desprazer. Sobre a forma de Scheler encarar os valores, Cadena (2013, p. 78) define que “[...] os valores e suas conexões não se confundem com os objetos e situações empíricos, são qualidades ou essências encarnadas nos bens”.

A importância de Scheler (1913 *apud* CADENA, 2013) para a filosofia dos valores reside, sobretudo, em dois aspectos: primeiro, inseriu o conceito de valores preferíveis para a consecução de determinados objetivos e de acordo com aquilo que predomina em uma determinada sociedade, ou seja, os valores podem ser hierarquizados. Segundo, teorizou que as prioridades axiológicas dos sujeitos se modificam à medida que a conjuntura social, econômica ou política assume uma nova configuração, embora defenda que a estrutura deva permanecer a mesma. Tal pensamento foi difundido na obra *Da Reviravolta dos Valores*, quando desenvolve uma crítica à inversão de valores gerada pela industrialização, Scheler (1994, p. 182) definiu “[...] o valor específico da utilidade do instrumento é superposto ao valor da vida, tanto quanto ao valor da cultura. Esta transposição valorativa não é, em última instância, consequência, mas fundamento desta visão de mundo degenerada e falsa.”

Apesar de Scheler (1913 *apud* HESSEN, 1980) ser difusor da tese de que os valores são características a priori das coisas, ao mesmo tempo defende que o espírito humano tem função ativa no processo de reconhecimento destes valores. Scheler (1913 *apud* CADENA, 2013) descreve que os seres humanos podem se libertar dos estímulos da vida natural, conhecendo as coisas segundo a sua essência e valor. Isso implica dizer que, embora os valores não digam respeito a quem valora, mas a essência das coisas, os sujeitos podem elaborar hipóteses das mais diversas para a concretização dos mesmos. O espírito humano tem participação neste processo a partir do momento em que estabelece hierarquias. De acordo com Scheler (1913 *apud* HESSEN, 1980), pode-se identificar quatro níveis nesta hierarquia dos valores:

- a) no primeiro nível estão aqueles que representam a sensibilidade dos seres humanos, quando se pode valorá-los segundo sua capacidade de agradar ou desagradar, gerar prazer ou dor, entre outros;
- b) no segundo nível estão os valores vitais, neste nível se agrupam os valores que garantem bem-estar aos indivíduos enquanto seres físicos, dentre eles está a alegria, saúde e mobilidade, por exemplo;
- c) presentes no terceiro nível estão os valores guiados pelo sentimento adquirido em experiências de amor e ódio, os valores estéticos e o da verdade e busca pelo conhecimento também cabem aqui;
- d) o quarto e considerado o mais elevado nível, é composto pelos valores do sagrado e do profano, relacionados sobretudo a fé católica, predominante.

Na filosofia dos valores de Scheler, segundo Hessen (1980), há o que pode se chamar de valores mais altos e mais baixos, os cinco critérios para que se determine a altura dos valores são:

- a) duração, os valores mais duradouros necessariamente são os mais elevados, com isso quer-se dizer que aqueles valores que devem ser cultivados são os que irão permanecer por mais tempo nas experiências dos indivíduos;
- b) grau de divisibilidade, quanto menor o grau de divisibilidade do valor, maior será a sua altura, ou seja, quanto mais objetivo e coeso for seu conteúdo, mais elevado este será;
- c) valores fundantes são mais elevados: há valores mais abrangentes que dão escopo para existência de outros menores, como por exemplo a segurança, que pode ser desmembrada em segurança pessoal, segurança emocional, dentre outras. Sabendo isto, tem-se que os valores que fundam outros são necessariamente mais elevados;
- d) satisfação, quanto maior a satisfação gerada ao se alcançar um valor, maior ele será;
- e) grau de relatividade do valor, os valores são relativos a partir das necessidades daquele que os percebe, ainda que haja, nesta linha de pensamento, uma forma ideal de atribuir valores com a qual os seres humanos devam se assemelhar.

Em resumo, os indivíduos para Scheler (1913 *apud* CADENA, 2013; 1994) devem sempre buscar os valores mais duradouros, estes são necessariamente ligados a fé, devoção e espiritualidade, inspirado constantemente pelo amor e pelo bem. Os valores mais desprezíveis, segundo ele, são aqueles que se relacionam com os desejos profanos, com o prazer e as fontes de desejo passageiro, que podem guiar o homem para atitudes que contrariam as normas morais de seu grupo. Ainda que Scheler (1913 *apud* CADENA, 2013) tenha alcançado uma perspectiva totalmente inovadora, os níveis da hierarquia de valores de seu postulado teórico são inquestionáveis, embora o espírito humano seja capaz de intuir sobre os valores, há uma determinada postura “correta” a qual todos devam se assemelhar, sobre esta rigidez do pensamento de Scheler aponta Cadena (2013, p. 83) “[...] ainda que a superioridade de um valor seja dada no ato de preferir, essa superioridade é uma relação ínsita a essência dos valores mesmos. Por isso é algo absolutamente invariável, ainda que as regras de preferência possam variar ao longo da história. ”

Cabe agora falar do próprio Johannes Hessen, também alemão e cuja obra principal para a temática chama-se *Filosofia dos Valores* publicado originalmente em 1937, claramente influenciada pelos textos de Santo Agostinho e do próprio Max Scheler com quem teve contato durante certo período de sua vida. A obra acima reportada surge de forma a complementar, e por vezes criticar o pensamento de Max Scheler e sua hierarquia dos valores que, até então, deixava grandes lacunas.

Hessen (1980) entendia que o conhecimento dos valores é indispensável para a plena realização dos homens enquanto seres de necessidades vitais e morais. Quando atingidos os valores é possível que se alcance o sentido da vida. Toda a procura pelo bem, pelo estético e, em última análise, a própria felicidade, estão diretamente relacionados com a conquista dos valores. Seu esforço em trabalhar com esta teoria, ainda em formação, estava na tentativa de oferecer aos estudiosos de sua época um pensamento sobre os valores mais unitário, uma vez que o que se encontrava sobre a temática era muito disperso e influenciado por correntes doutrinárias das mais diversas, encabeçadas por filósofos, psicólogos e cientistas sociais.

Hessen (1980) definiu valor como um *quid* que satisfaz uma necessidade, com isso quis dizer que é valor tudo aquilo que é capaz de satisfazer necessidades humanas, e, portanto, para que exista valor é necessário um sujeito capaz de identifica-lo, Hessen (1980, p. 47)

esclarece que “valor é sempre valor para alguém. [...] é a qualidade de uma coisa, que só pode pertencer-lhe em função de um sujeito dotado com uma certa consciência capaz de a registrar.”

Assim sendo, os valores não existem por si só, mas sim em função de um sujeito que os significa mentalmente a partir de sua experiência, mas apesar desta íntima ligação sujeito e valores, estes últimos não dependem dos indivíduos em unidade uma vez que funcionam como imperativo moral. Hessen (1980) acreditava nos valores como uma referência aos seres humanos de forma geral, àquilo que eles têm em comum, quando não experimentados geram frustração, confundindo-se assim com normas. Uma vez que os homens vivem os valores como algo absoluto, um imperativo moral, o pensador contemporâneo de Scheler (1913 *apud* CADENA, 2013) entendia, assim como ele, que há valores corretos e valores incorretos, os primeiros devam ser cultivados e os demais desprezados segundo o que é apropriado para cada círculo social.

Quanto reflectimos sobre a particular maneira como os valores não são dados na consciência e como nós os experimentamos, logo verificamos que eles se nos não apresentam como algo de puramente subjectivo, de só dependente da nossa vontade e dos nossos desejos e gostos, mas sim como algo de objetivo que se nos impõe e reclama de nossa parte uma incondicional adesão. (HESSEN, 1980, p. 100).

Como definiu em seu texto, Hessen (1980) não trata dos valores assim como os cientistas naturais tratam os fenômenos que lhes cabem, sem tomar posição, mas o estudioso que pretende trabalhar axiologia, ou moralista, deve determinar o valor mais adequado e, a partir dele, extrair normas para ação prática, desta forma procura distinguir a ciências da moral das demais, pelo caráter impositivo de seu objeto de estudo, muito embora se saiba que esta visão dos valores esteja fortemente influenciada por preceitos religiosos.

Assim como Max Scheler, Hessen (1980) também elaborou uma classificação dos valores sob dois grandes pilares: formal e material, o primeiro, por sua vez, se subdivide em três outras categorias, sendo elas:

- a) positivos e negativos, nesta classificação deve-se pensar em valores na forma mais usual da palavra, ou seja, algo possui valor para alguém, e o contrário disto se chama valor negativo ou “desvalor”.
- b) valores das pessoas e valores das coisas, os valores das pessoas são aqueles que estão intrinsecamente relacionados com o ser humano, como por exemplo os valores

éticos. Valores das coisas estão relacionados a objetos e bens materiais, quando ditas “valiosas”.

c) valores em si mesmos e valores derivados, os valores em si mesmos são autônomos e representam o fim, ou objetivo a ser alcançado, enquanto os valores derivados existem como meio para consecução destes primeiros, o autor também os designou valores estranhos.

Do ponto de vista material os valores podem ser agrupados de duas formas: sensíveis e espirituais. Os denominados sensíveis são:

a) valores do agradável e do prazer, ou hedônicos, nesta categoria estão todos os valores responsáveis por despertar o prazer e a satisfação, assim como aqueles capazes de suprir os desejos sensuais.

b) valores vitais, são valores próprios da manutenção da vida e do homem enquanto sujeito físico portador de necessidades biológicas, dentre eles estão saúde, força e segurança.

c) valores de utilidade, aqui estão presentes os valores que mais se assemelham a noção econômica de valor, pois refere-se a instrumentos e bens capazes de satisfazer as necessidades mais amplas dos seres humanos, por exemplo, riquezas, habitação e alimentação.

Os valores espirituais, por sua vez, se diferenciam dos demais pelo seu caráter transcendente, duradouro e “absoluto”, sendo eles:

a) valores lógicos, afastando-se da axiologia Kantiana de que verdadeiro e falso são valores, definiu valores lógicos, ou de conhecimento, como aqueles que se referem ao conhecer e investigar a verdade, naquilo que ela tem de universal;

b) valores éticos, este grupo de valores se referem, especificamente, a pessoas e não a coisas, tendo caráter de imperativo sob estes no sentido de *dever-ser* e *dever-fazer*, sendo, portanto, universais, auferindo sobre todos os aspectos da vida e atividades daqueles que sobre eles estão subordinados, para a manutenção do que se chama bem moral;

c) valores estéticos, nesta categoria estão os valores do belo, entendendo-se o sentido mais amplo da palavra, podendo se aplicar a pessoas ou objetos, desde que

diga respeito essencialmente a aparência. Diferenciam-se dos valores éticos por serem valores de expressão, enquanto aqueles outros se referem a ações, sua presença é de caráter intuitivo e atinge àqueles que percebem o estético de forma impensada, a partir da percepção do que se valora;

d) valores religiosos, ou valores do Santo, aqui estão presentes os valores do ser, em uma íntima relação com os valores estéticos, pois não funcionam como imperativo sobre os homens, mas dizem respeito as suas características próprias, nosso autor os define como *valor e ser ao mesmo tempo*, uma qualidade específica, garantida através da sua transcendência que ultrapassa os limites da realidade terrena, mas que, apesar disto, estabelece ainda relação com as demais categorias, pois lhes oferece suporte. Em resumo, os valores do santo são fundadores dos demais já que compactua com a ideia de que tudo culmina de uma relação do homem com a divindade, fugindo a compreensão deste conceito a nossa capacidade de entendimento.

Como define Santos (2015, p. 40) “[...] os valores têm a particularidade de se distinguirem uns dos outros, de estabelecerem entre eles uma relação de polaridade que os faz discernir em positivos e negativos.”, é isso que se entende por hierarquia dos valores: há valores mais importantes ou mais altos que outros, quem define estas prioridades são os sujeitos que os percebem, embora estes filósofos pretendam determinar uma postura correta de valor. Scheler (1913) já esboçou uma hierarquia, da qual falamos ainda a pouco, Hessen (1980), por sua vez, propôs uma nova forma de determinar os valores mais altos segundo três critérios: em primeiro lugar, os valores espirituais devem prevalecer sobre os sensíveis, em segundo, dentre os valores espirituais o mais alto são os éticos, por seu caráter de validade absoluta, universalidade e totalitarismo, como definiu “isto é, valem para todos, para tudo, e abrangerem todas as manifestações da vida.” (HESSEN, 1980, p. 126). E por último, os mais altos de todos os valores são os religiosos, pois todos os outros se fundam nele, e a sua permanência é tão duradoura quanto a própria vida.

A filosofia de Hessen e seu legado para o estudo dos valores é inegável, uma vez que muitos pensadores que vieram após ele levaram em consideração sua classificação dos valores. A importância dada a ele para o conhecimento dos valores pessoais serviu para atribuir

o devido destaque que esta temática deve ter para a investigação do comportamento humano, como esclareceu ainda no início de sua obra.

E não é só no interesse de nós próprios – diga-se por último – mas também no dos outros, que o conhecimento dos valores pode prestar relevantes serviços. Só conhecemos os homens quando conhecemos os critérios de valoração a que eles obedecem, é destes que dependem, em última análise, o seu carácter e o seu comportamento em face das situações da vida. (HESSEN, 1980, p. 24).

A partir do que foi exposto até então, pode-se entender que a fundação e as primeiras concepções acerca dos valores se deram dentro do campo da Filosofia, sobretudo nos dois últimos séculos, nesta ciência os valores são pensados, então, como características dos seres ou objetos que podem ser captadas e estimadas por um indivíduo ou pela coletividade. Estes pensadores foram responsáveis por fornecer a base de tudo o que se pensaria sobre a temática nos anos seguintes. Não foi diferente com a Psicologia, que encontrou nos valores uma nova lente para observar as atitudes e o comportamento humano.

2.2 Valores sob a ótica da psicologia

Na psicologia, no entanto, os valores assumem carácter de apreciação subjetiva, neste sentido, a identificação dos sujeitos com os valores pode revelar suas preferências pessoais e está diretamente relacionado com a estrutura social a qual está submetido (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2009). Um dos trabalhos mais relevantes sobre valores, em meio a psicólogos, foi o de Rokeach (1973 *apud* REICH; ADOCK, 1976), que contribuiu para a investigação dos valores contemporânea por seu pensamento de forma geral, assim como o método que utilizou para investigação dos valores (utilizando escalas), sua definição de valor pode ser resumida no trecho: “Um valor é uma *crença duradoura* em que um *modo específico de conduta* ou *estado definitivo de existência* é pessoal ou socialmente *preferível* a um modo inverso ou oposto de conduta ou estado definitivo de existência. ” (ROKEACH, 1973, p. 24 *apud* REICH; ADOCK, 1976, p. 24, grifo nosso). Pelos termos destacados acima, é possível entender que a definição de Rokeach (1973 *apud* REICH; ADOCK, 1976) atribuía aos valores carácter de premissas duradouras, assim como componente emocional dos mesmos, uma vez que incitam sentimentos de satisfação ou não quanto a eles, e também, se referem a um componente motivacional, já que os seres humanos se empenham para conseguir realizá-los.

Para Rokeach (1973 *apud* SANTOS; MUNHOZ; LELIS, 2013) os valores assumem duas funções primordiais, a primeira é orientar nossa conduta, ou seja, de funcionar como padrão, e a outra função é a que denominou motivacional. Sendo assim, estes podem ser distinguidos entre instrumentais e terminais. Como explicitam Santos, Munhoz e Lelis (2013), aqueles primeiros correspondem às preferências de conduta moral e comportamental para a consecução de objetivos pessoais, enquanto os demais se referem a estados preferidos de ser e estar, podendo ser definidos também como valores finais, em complemento com o que demonstrou Reich e Adock (1976) quando esclareceram que valores instrumentais se referem tanto a moralidade como a competência, enquanto os terminais são predominantemente intrapessoais e interpessoais.

Enquanto para a maioria dos teóricos em valores, inclusive Max Scheler e Johannes Hessen, os valores possuem forte teor de obrigatoriedade, para Rokeach (1973 *apud* REICH; ADOCK, 1976, p. 24), “o grau e a extensão dessa obrigatoriedade, serão, em parte, uma função das exigências da sociedade em relação ao valor.” Isto significa que não há valores universalmente aplicáveis a todos os indivíduos, uma vez que a organização social assume diferentes formas para cada cultura. Valores religiosos, por exemplo, podem não ter força nenhuma em sociedades seculares, enquanto imprimem pressão significativa em sujeitos com crenças religiosas fortemente enraizadas, esta visão vem sendo contradita na teoria contemporânea dos valores, que pretende encontrar padrões universais de prioridades axiológicas, independente de cultura e religião.

Em 1976, Rokeach propôs um instrumento para investigar valores a que chamou de *Rokeach Value Survey* (RVS), nele os valores são divididos em instrumentais e terminais sob a forma de duas listas, cada uma delas contem palavras ou frases que descrevem um valor, por exemplo: liberdade, uma vida confortável, corajoso, entre outros, totalizando assim 36 itens, 18 para cada categoria descrita acima. O sujeito que irá responder este *survey* deve organizar as listas de acordo com a ordem de importância para ele. Com este método, o psicólogo americano pretendia identificar a prioridade axiológica dos indivíduos a partir dos níveis de atração ou repulsa aos valores. Este instrumento foi aperfeiçoado e aplicado deste então em investigações axiológicas nas mais diversas áreas, por sua facilidade de utilização, assim como a clareza de seus objetivos.

2.2.1 A teoria dos valores pessoais de Schwartz

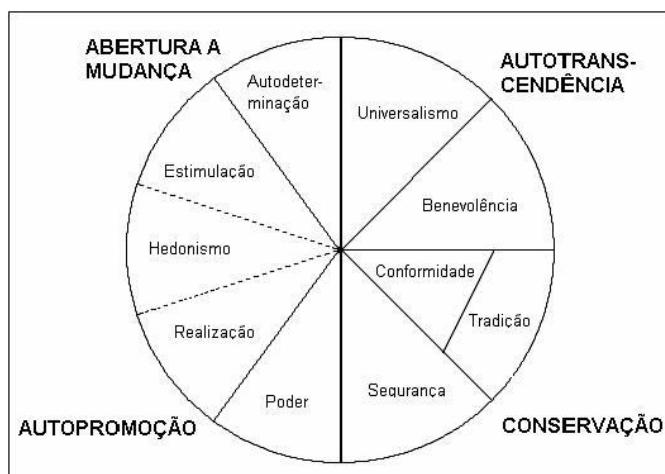
Após Rokeach, (1973) diversos estudos em psicologia se voltaram para a axiologia como alternativa para compreensão do comportamento individual e grupal dos seres humanos, para o presente trabalho, Shalom H. Schwartz, professor membro da sociedade americana de psicologia, apresenta a teoria mais relevante. Suas primeiras pesquisas sobre os valores iniciaram ainda na década de 80, propondo um novo instrumento para a identificação das prioridades axiológicas a partir de experiências com o RVS, que desde então este vinha caindo em desuso devido algumas deficiências de construção e também quanto ao método de classificar os valores.

Schwartz (2005a; 2005b) entendia que valores são critérios pelos quais as pessoas pautam suas ações e definam sua opinião sobre os objetos e os outros, sendo assim as prioridades axiológicas são tão variadas quanto a própria mente humana, cabendo ao investigador encontrar padrões segundo as formas que os sujeitos se organizam. Sua teoria identificou cinco características principais dos valores, sendo elas:

- 1) valores são crenças. Não são ideias objetivas, como defendiam os filósofos, mas estão ligados a emoção. Quando são ativados incitam sentimentos positivos ou negativos.
- 2) valores são um construto motivacional. Com isto Schwartz atribui aos valores característica de objetivos aos quais as pessoas desejam alcançar.
- 3) valores transcendem situações e ações específicas. Sua influência pode alcançar os mais diversos aspectos da vida do indivíduo, porém por seu teor abstrato diferencia-se de normas e atitudes.
- 4) valores guiam a seleção e avaliação de ações, políticas, pessoas e eventos. Assim sendo, os valores funcionam como critérios ou padrões, ou seja, nossas decisões sobre ações, políticas ou pessoas e nossos julgamentos sobre elas são justificados enquanto dignos de aproximação ou refutação, de acordo com a capacidade de facilitar ou prejudicar a consecução dos valores
- 5) os valores são ordenados pela importância relativa aos demais. Esta característica define que os valores formam um sistema de prioridades axiológicas, ou seja, há valores mais importantes para alguns enquanto para outros estes mesmos podem ser irrelevantes ou desprezados.

As propriedades acima citadas são aplicadas a todos os valores, mas o que distingue um do outro é o que Schwartz (2005a; 2005b) denominou tipo motivacional, ou seja, os valores podem ser agrupados de acordo com a motivação expressa por cada um deles. Sua teoria pretende abranger todas as sociedades e fornecer um parâmetro para que se investiguem as prioridades axiológicas de forma universal. Para tal foram encontrados dez tipos motivacionais, demonstrados na figura que segue:

Figura 1 - Representação visual dos tipos motivacionais de Schwartz



Fonte: Schwartz (2005a, p. 30)

Os tipos motivacionais mais próximos no círculo são aqueles que expressam motivações parecidas, o que denominou *continuum*, ou seja, cada tipo motivacional se relaciona com seu próximo na estrutura circular pela sua capacidade de partilhar objetivos semelhantes, com isto o autor mostra que alguns valores são complementares enquanto outros são opostos. No modelo proposto (ver figura 1) podem ser detectados quatro polos, autopromoção *versus* autotranscendência e abertura a mudança *versus* conservação, ou seja, quando os indivíduos atribuem importância aos valores, necessariamente estão designando aprovação, com aqueles com que se identifica, e negação quando há oposição a eles. Exemplificando, um sujeito que dá extrema importância a valores de tradição dificilmente será aberto a mudanças e irá considerar aqueles que representem estimulação primordiais.

Os objetivos, assim como o conteúdo, de cada tipo motivacional podem ser definidos como mostra a tabela:

Tabela 1 - Significado dos tipos motivacionais

Tipo Motivacional	Objetivo	Exemplo
Hedonismo	Prazer e gratificação sensual	Prazer, autoindulgência
Realização	Sucesso pessoal obtido por meio de demonstração de competência	Bem-sucedido, capaz, influente, ambicioso
Poder Social	Controle sobre pessoas e recursos, prestígio	Poder, riquezas, autoridade
Autodeterminação	Pensamento e ação independente (escolher, criar e explorar)	Criatividade, liberdade, curiosidade e independência
Estimulação	Excitação, novidade e desafio	Variedade, excitação e ousadia
Conformidade	Controle de impulsos e ações que podem violar normas sociais ou prejudicar os outros	Obediência, polidez, autodisciplina
Tradição	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes de uma cultura ou religião	Tradição, humildade, moderação, devoção
Benevolência	Preservação e fortalecimento do bem-estar dos mais próximos	Prestativo, leal, piedoso, responsável
Segurança	Segurança, harmonia e estabilidade da sociedade, dos relacionamentos e de si próprio	Ordem social, segurança familiar, saúde, segurança nacional
Universalismo	Compreensão, Tolerância e proteção do bem-estar de todos e da natureza	Igualdade, justiça social, sabedoria, respeito a natureza

Fonte: Schwartz (2005a; 2005b)

Observando a meta e o conteúdo de cada tipo motivacional temos que alguns deles são compostos por valores essencialmente individuais: quando sua realização impacta as pessoas em unidade (hedonismo, realização, poder, auto determinação e estimulação); e coletivos: quando dizem respeito ao agradar as demais pessoas e o meio-ambiente (conformidade, tradição e benevolência) ou ainda de interesse misto: onde os valores dentro do tipo remetem a objetivos tanto do sujeito quanto da coletividade (segurança e universalismo).

2.2.2 O Schwartz Value Survey (SVS) e o Portrait Questionnaire (PQ)

Tomando por base o instrumento de Rokeach, RVS, foi desenvolvido em 1988 o *Schwartz Value Survey (SVS)*, cuja primeira versão continha 56 valores, sendo aperfeiçoada em 1994. O SVS requer que os indivíduos indiquem a importância de cada item em uma escala

do tipo Likert de nove pontos, sendo 7 (suprema importância) e -1 (oposto aos meus valores), a aplicação deste instrumento em diversos estudos do próprio autor e, em mais de 70 países, demonstrou que a teoria e a estrutura dos tipos motivacionais se comprovavam empiricamente. No Brasil, o SVS foi traduzido e validado por Tamayo e Schwartz (1993) onde foram acrescentados quatro valores típicos da cultura brasileira, sendo eles: esperto, sonhador, vaidade e trabalho (ou trabalhador). Como mostrou Porto (2005), outros instrumentos inspirados nos estudos de Schwartz surgiram, como o Inventário de Significado do Trabalho (IST), Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT), Inventário de Valores Organizacionais (IVO), Perfil de Valores Organizacionais (PVO), funcionando como suporte para estudos nas mais diversas áreas, inclusive na administração, onde muitos pesquisadores e organizações tem utilizado da teoria de valores para conhecer as atribuições axiológicas dos seus subordinados, oferecendo subsídios, em última análise, para a tomada de decisões.

Alguns anos após a construção do primeiro instrumento, Schwartz detectou que o SVS era complexo demais para estudos axiológicos em países menos desenvolvidos, onde geralmente os resultados não coincidiam com a teoria, pois como definiu “O SVS exige um alto grau de abstração e apresenta conceitos axiológicos fora de qualquer contexto específico.” (SCHWARTZ, 2005b, p. 57). Sendo assim sua aplicação com sujeitos cujo grau de instrução não seja alto irá gerar uma interpretação confusa sobre o que se pede, a mesma lógica recai sobre o estudo com crianças. Sendo assim foi desenvolvido o *Portrait Questionnaire* (PQ) cuja versão atual é composta por 40 itens, cada qual descreve aspirações ou desejos que remetem aos tipos motivacionais de sua teoria, neste caso, ao contrário de definir grau de importância aos valores diretamente, os respondentes se identificam com a descrição de um personagem a partir de uma escala que varia de “se parece muito comigo” a “não se parece nada comigo”, a diferença entre os dois instrumentos, segundo o próprio idealizador pode ser definida:

O PQ mede valores indiretamente por meio de julgamento de similaridades; o SVS demanda uma resposta direta e consciente sobre valores pessoais como princípios orientadores. O estímulo no PQ são pessoas, descritas em termos de seus objetivos, aspirações e desejos; os estímulos no SVS são termos abstratos. (SCHWARTZ, 2005b, p. 58).

Em síntese a teoria dos valores, advinda da Filosofia, ganhou destaque no fim do século XIX e está presente, em maior ou menor grau, em estudos nas ciências sociais e na psicologia. Sua utilização oferece uma nova visão sobre as escolhas dos seres humanos e sobre

o seu comportamento nos mais variados aspectos. Nesta perspectiva é válido também falar sobre as formas que os indivíduos se organizam e o impacto do comportamento nos relacionamentos sociais e do trabalho, discussão presente no capítulo que segue.

3 COMPORTAMENTO E O SECRETARIADO EXECUTIVO

Os seres humanos se organizam socialmente desde os primórdios, ainda quando não existiam cidades, vilarejos ou até mesmo habitações, antepassados se encontravam em pequenos núcleos familiares, onde se submetiam a regras, mesmo que não explícitas, sobre obediência, conduta e ordem. Como definiu Maslow (1954), os fatores de satisfação humanos estão estritamente relacionados, dentre outras coisas, com as necessidades sociais que incluem: afeto, amizade e sensação de pertencimento.

3.1 Comportamento em sociedade

Os teóricos clássicos da política, como Hobbes (1974) e Rousseau (2000), há mais de dois séculos, elucidaram que o homem vive em sociedade para se esquivar dos seus desejos mais primitivos. Quando não submetidos a uma ordem superior, os sujeitos tendem a proteger seus próprios interesses gerando uma situação caótica, caracterizando aquilo que definiram como *estado de natureza*. Rousseau (2000) sugeriu que as pessoas abrissem mão do estado de natureza, onde todos podiam tudo, para aderir ao pacto social, desta forma se perderiam alguns direitos, enquanto se adquiriam outros, sujeitando-se a superiores políticos e a ordem estabelecida pelo povo de forma geral, “[...] a ordem social é um direito sagrado que serve de base a todos os demais. Entretanto, esse direito não tem, absolutamente, origem na natureza, estando, portanto, fundado em convenções.” (ROUSSEAU, 2000, p. 26). Como consequência, a partir do momento em que usufruem da vida em sociedade e de suas vantagens, os indivíduos, ao mesmo tempo, se sujeitam as normas sociais estabelecidas devendo, portanto, demonstrar o comportamento adequado diante de cada uma destas convenções, ainda que involuntariamente.

Na vida em sociedade as pessoas se sujeitam a normas, cuja função é garantir o bom funcionamento da ordem social. Estas normas, por sua vez, podem atingir os sujeitos de forma implícita ou explícita, neste último caso ela se manifesta por meio de leis, códigos de conduta, ou até mesmo pelas regras de etiqueta. As regras, convenções e normas tem por objetivo último moldar o comportamento dos sujeitos, como apontou Argyle e Nunes (1976) se uma pessoa não as observa, a interação desta com as demais é interrompida, sendo estigmatizada como estranha ou até mesmo maluca. A análise do comportamento humano é própria da disciplina psicológica, mas suas implicações interessam a todas as ciências humanas e sociais. Nas interações entre

indivíduos e grupos é que o comportamento se manifesta, sendo assim há formas comportamentais aprovadas de acordo com cada grupo a que os indivíduos estão sujeitos, ou seja, há modos de se comportar mais abrangentes, quando envolvem a cultura e a sociedade de forma geral (polidez, empatia, entre outros), e comportamentos mais específicos quando se referem a postura ensinada em grupos e situações particulares. Como esclarecem Terra e Machado (2011) embora não existam padrões de comportamento oficialmente certos ou errados, existem aqueles que são mais aceitos em cada ambiente e ocasião, sendo estes evidenciados pelo relacionamento interpessoal.

O comportamento humano é definido a partir do que se sente, faz e diz, além disso sua manifestação é condizente com a de seus pares, como esclareceu Reich e Adock (1976, p. 13) “[...] a nossa vida está marcada por alguma interação social, o nosso comportamento corrente é muitas vezes influenciado pelas nossas relações com outras pessoas [...]”. Ainda que a personalidade e as particularidades do indivíduo tenham força sobre sua forma de se portar, as variáveis sociais e de relações interpessoais são ainda mais determinantes. Para Reich e Adock (1976) aos papéis desenvolvidos socialmente impõem-se certas formas de conduta, e na companhia de outras pessoas que desempenhem papéis semelhantes existe cobrança mútua.

Em conclusão, o comportamento é fortemente determinado pelas interações entre os sujeitos e entre eles com os grupos, sejam elas no tempo presente ou com as experiências adquiridas no passado.

O primeiro grupo com que os seres humanos têm contato é a família, o núcleo familiar é responsável por formar os indivíduos com as primeiras noções sobre vida em sociedade, a partir de então eles partem para relacionamentos interpessoais com amigos, colegas de classe, pares afetivos e companheiros de trabalho, com estes últimos as relações são pautadas por regras que regem o mundo do trabalho, a profissão, e as normas específicas da organização que se insere. Como resultado, tem-se o que esclareceu Minicucci (1992), para se beneficiar dos resultados, os membros do grupo começam a agir e pensar do mesmo modo, a partir do momento em que vivem juntos são reforçados sentimentos e atitudes no comportamento de cada um, a interação reforça certas atitudes enquanto distorce comportamentos não desejados.

É dentro dos grupos de organização social que surge a noção de prestígio, *status*, e onde se formam estruturas coesas e se conhece as posições hierárquicas, assim como os papéis a serem desenvolvidos.

Dentro do trabalho as pessoas podem se organizar por semelhança de função, ou por grupos de trabalho em prol de um projeto, dentre outras, desde que estejam reunidas, segundo Minicucci (1992), por uma razão comum desenvolvendo papéis, normas e valores. Em síntese, as pessoas se organizam de múltiplas formas e elaboram regras e convenções de conduta para cada uma delas. No mundo do trabalho o comportamento aprovado é aquele que condiz com as necessidades do seu grupo e, em maior grau, com sua organização, sendo o desvio punido com repressão, perda de status e até mesmo demissão.

3.2 Comportamento do secretário no ambiente de trabalho

A análise do comportamento atingiu as organizações. Estudar o fator humano se tornou imprescindível para medir em que grau as pessoas por trás das tarefas são capazes de se identificar com a organização e executar padrões de conduta condizentes. Em outras palavras, tornou-se pertinente estudar o comportamento das pessoas em seu local de trabalho, suas relações interpessoais e entre elas e a organização como um todo, tendo como objetivos últimos a explicação, prevenção e controle do comportamento humano dentro das empresas.

Sartori (2011) esclareceu que o ser humano reage a situações diversas em seu dia a dia ou momentos de pressão, colocando em evidência sua personalidade individual. Desta forma, compreender como as pessoas podem se comportar em situações específicas dentro do trabalho se tornou de suprema relevância para as organizações, sendo o indivíduo parte integrante deste sistema e que, portanto, necessita deles para o alcance de objetivos. A partir da década de 1980, vem se destacando a importância da definição de cultura organizacional para garantir coesão entre seus colaboradores. O comportamento e as atitudes capazes de garantir a integração das pessoas em uma organização são essenciais para definir sua identidade, resultando em impacto positivo ou negativo sobre a motivação e, como consequência, sobre a produtividade (SARTORI, 2011). Existe certa preocupação mútua entre funcionários e empresas para a manutenção do clima organizacional, assim sendo estas últimas devem garantir os subsídios necessários para o bom desempenho interpessoal de seus profissionais, enquanto eles devem se dedicar a flexibilidade comportamental para construção sadia das relações de trabalho.

O comportamento das pessoas em seu ambiente de trabalho não é o mesmo que se faz notar nas rodas de família, amigos ou outro grupo social qualquer, desta forma o comportamento profissional assume contornos totalmente diferentes devido as exigências próprias da seriedade, obediência a hierarquias e demonstração de competências que se fazem presentes dentro das organizações, garantindo diferencial aos sujeitos capazes de se enquadrar mais nitidamente com estas exigências. O trato com as pessoas com quem se mantem relações de trabalho também são diferentes, como demonstrou Fontanella (2011) as pessoas que possuem qualidades de relacionamento humano como afabilidade, compreensão e gentileza se destacam em suas atividades e obtêm sucesso, assim como aquelas que não conseguem controlar sua vida emocional e não demonstram concentração no trabalho, reduzem sua capacidade produtiva e intelectual, além de não colaborarem para relacionamentos positivos.

É válido salientar também a relevância da Ética, e sua repercussão na vida diária, que exerce forte influência no comportamento humano de forma geral, e também no trabalho. O objeto de estudo da Ética é a moral, assim sendo poder-se-ia defini-la, segundo Rodrigues e Oliveira (2012, p. 90), como “conjunto de princípios morais que regem os direitos e deveres de cada pessoa, estabelecidos e aceitos numa época por determinada comunidade humana”. Desta forma, enquanto a moralidade faz referência ao comportamento manifesto, a ética se coloca como reflexão desta, no entanto, o discurso ético as vezes se distancia da manifestação moral, quando isto ocorre, os indivíduos experimentam sensações de frustração.

Vázquez (2013) elucida que ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens como indivíduos sociais, desta forma se coloca enquanto ciência do comportamento humano nesta condição específica, a de ser social. A ética se manifesta quando os indivíduos pensam na repercussão de suas ações diante dos outros: de seu grupo, família, colegas de trabalho e sociedade em geral. O objeto material da ética, segundo Souza Filho (2010) é o agir concreto, se positiva enquanto preocupação prévia com a teleologia da ação que ainda não foi executada, desta forma os indivíduos se deparam constantemente com dilemas éticos, pois suas ações podem repercutir em consequências positivas de um lado, e negativas de outro. A sociedade está constantemente fazendo cumprir o comportamento prático-moral, assim como avaliando e julgando estes atos, formulando juízos de aprovação ou reprovação, sujeitando-se os homens de forma livre e consciente a certas normas ou regras de ação (VÁZQUEZ, 2013).

Como foi esclarecido na primeira parte deste capítulo, os seres humanos são seres propriamente sociais e se portam como reflexo das demandas de sua sociedade, ao reconhecer isto podemos definir que o comportamento moral surge em face de construções coletivas, mas para que se fale desta espécie de comportamento é preciso que se leve em conta que os fatores sociais condicionantes são experimentados pelos indivíduos e vividos de forma pessoal, passando pela sua consciência e capacidade de discernimento, ou seja, sem deixar de serem condicionados socialmente, as pessoas dispõem de margem para decidir e agir, desta forma se constrói o comportamento moral dos sujeitos individualmente e este pode ser julgado e redefinido de acordo com os padrões suportados (VÁZQUEZ, 2013).

A ética normativa, por sua vez, se ocupa de elaborar normas em formas de códigos, onde se recomendam como os indivíduos devem atuar diante de condição específica, lhes fornecendo regras práticas para execução de ações, segundo Vázquez (2013) sua função fundamental é de fazer recomendações e formular prescrições morais diante das necessidades sociais dos homens, sendo esta apresentação da ética a mais relevante para nós a partir de então.

Como não podia ser diferente, as profissões definiram códigos para padronizar a postura profissional, fazendo com que os homens reflitam sobre suas ações, respeitando também seus semelhantes no exercício de suas atribuições profissionais (RODRIGUES; OLIVEIRA, 2012).

A ética profissional, de mesma natureza, se preocupa com o bem, portanto, pode ser definida, segundo Souza Filho (2010, p. 67) como “reflexão pessoal do agente profissional buscando definir diretrizes lógicas e valorativas orientadoras de seu procedimento laboral. [...] visando perfectibilizar um comportamento condizente com os ideais de sua profissão [...]”. Em outras palavras a ética na profissão visa tão somente fornecer pressupostos para a conduta dos indivíduos de forma geral, sem adentrar em situações específicas, cabendo a eles definir diante de cada uma delas a ação mais coerente, levando em consideração as diversas expectativas que os cerca: do cliente, do empregador, de seus parceiros e da categoria.

Cada profissão manifesta necessidades específicas de conduta e traduz seus fundamentos doutrinários de acordo com elas, todo tipo profissional também revela um conjunto diferente de saberes que os diferencia dos demais, portanto, cada código de ética profissional representa uma categoria específica de trabalhadores e deve demonstrar conteúdo próprio, definido a partir da fusão entre necessidades da profissão e habilidades requeridas. Para

Souza Filho (2010) a ética profissional possui dois grandes momentos, o primeiro deles parte de uma introspecção, os sujeitos se autoanalisam enquanto conhecedores de preceitos teóricos de seu ofício, em balanço com a correta prática do exercício profissional, sendo a auto aprovação de extrema importância para que o segundo momento se estabeleça, sendo ele fundado na própria prática do trabalho, nas problematizações insurgentes da relação com o cliente e os parceiros de trabalho, em conclusão, a ética das profissões é também uma reflexão axiológica que prepara para a execução de um comportamento laboral adequado para realização daquele ofício.

Para o Secretariado no Brasil, o código de ética foi estabelecido no ano de 1989, em uma década em que a profissão adquiriu grandes conquistas, dentre elas sua Regulamentação em 1985 e a fundação da Federação Nacional das Secretárias e Secretários em 1988. Segundo Nonato Júnior (2009) o Código de Ética do profissional de Secretariado no Brasil abriu portas para a construção do conhecimento na área, pois a partir deste documento as pesquisas acadêmicas puderam compreender melhor as atribuições e deveres sociais e morais que cercam o desempenho profissional dos assessores. Alguns capítulos deste código versam as obrigações do profissional em relação a outros e com a empresa, como por exemplo, observância ao sigilo sobre assuntos e documentos confiados, manter solidariedade e intercambio entre os profissionais, assim como um clima profissional cortês e gentil, respeitar as capacidades e limitações do próximo sem preconceitos, além do respeito pela liderança (BRASIL, 1989). No que diz respeito as proibições, o código de ética do profissional de Secretariado elucida que, é vedado, usar de posição ou influencia para conseguir facilidades em detrimento de outros profissionais, prejudicar a reputação de algum colega de profissão ou ser conivente com o erro, desrespeitando o referido código (BRASIL, 1989). Em um capítulo específico, o código irá tratar da relação empresa e trabalhador

Capítulo VI - Das Relações com a Empresa

Art.10º. - Compete ao Profissional, no pleno exercício de suas atividades: a) identificar-se com a filosofia empresarial, sendo um agente facilitador e colaborador na implantação de mudanças administrativas e políticas; b) agir como elemento facilitador das relações interpessoais na sua área de atuação; c) atuar como figura-chave no fluxo de informações desenvolvendo e mantendo de forma dinâmica e contínua os sistemas de comunicação.

Art.11º. - É vedado aos Profissionais: a) utilizar-se da proximidade com o superior imediato para obter favores pessoais ou estabelecer uma rotina de trabalho diferenciada em relação aos demais; b) prejudicar deliberadamente outros profissionais, no ambiente de trabalho. (BRASIL, 1989).

O código de ética do Profissional de Secretariado aponta, portanto, regras gerais de conduta no que se refere ao trato com clientes, outros profissionais e com o empregador, no entanto é papel do sujeito subordinado a este código, analisa-lo e compreende-lo para o despertar da consciência ética. A compreensão, por sua vez, é comprovada através do reflexo da ética nas atitudes e no comportamento do profissional em seu ambiente de trabalho, e no respeito com sua profissão também fora dele (RODRIGUES; OLIVEIRA, 2012).

É totalmente válido lembrar que a ética pessoal irá imprimir significativa influência nas decisões tomadas no exercício da profissão, ainda que trabalhadores, as pessoas são antes de tudo seres humanos, carregados de subjetividade e características de personalidade e valores que irão participar das escolhas feitas diariamente. Nesta perspectiva que reside a importância deste trabalho, pois ainda que regidos por códigos de conduta e conceitos elaborados de comportamento organizacional, as experiências pessoais podem e devem pesar no desempenho profissional em situações específicas, corroborando ou não com as expectativas das organizações,

Afinal o sujeito da ética profissional já chega aos bancos acadêmicos na fase adulta de sua vida. Ao concluir sua proficiência já é sem dúvida um ser amadurecido para os principais embates da vida. [...] já levara consigo alguns valores fundamentais que se incorporação a sua prática profissional. Os valores relativos à honestidade, à solidariedade humana, à fraternidade, à fidelidade a seu cliente provirão geralmente da experiência ética e moral que o profissional já vivenciou como indivíduo. (SOUZA FILHO, 2010, p. 72).

Por trás destes profissionais, portanto, estão seres humanos carregados de sentimentos, valores e crenças referentes a sua trajetória de vida, não é possível neutralizar estes aspectos totalmente quando desempenha suas funções e faz diariamente suas escolhas, ainda que tentem agir de acordo com as expectativas da empresa e de seus colegas. Desta forma as pessoas no trabalho estão constantemente freando seus impulsos para se adaptar as exigências típicas deste ambiente, tornando a postura profissional um componente de constante aprendizado, no caso dos assessores, a natureza interativa de sua função colabora para flexibilização, uma vez que adquire, a partir do contato pessoal, material de análise comportamental suficiente para lhe fornecer as referências necessárias (TERRA; MACHADO, 2011).

O perfil do profissional de Secretariado mudou de forma significativa nas últimas décadas e acompanhou as exigências do atual mundo do trabalho globalizado, a profissão abandonou a execução de tarefas secundárias e ganhou caráter de cogestão das organizações.

O secretário, a partir de sua posição de proximidade com a administração das empresas, realiza hoje funções complexas enquanto braço direito das decisões. Muitos destes profissionais mantem contato com os mais diversos setores da organização, sendo as vezes responsável por comandar departamentos e ter sob sua tutela responsabilidades tão grandes quanto seus superiores,

Além de exercer uma influência mais efetiva nas decisões da empresa, é formador de opinião e vem assumindo funções gerenciais. Hoje atua no processamento e organização de informações advindas do poder decisório. Sua competência técnica o habilita a assumir responsabilidades que demandam iniciativa e autonomia para tomar decisões. (FONTANELLA, 2011, p. 89)

Assim sendo, seu comportamento deve transmitir a postura profissional adequada diante da capacidade de influenciar seus pares, além disso deve demonstrar flexibilidade por se relacionar com pessoas de todos os níveis e das mais diversas personalidades, Terra e Machado (2011) explicam que a característica flexível do comportamento do profissional de Secretariado deve se fazer notar de forma continua ao longo de sua carreira, ajudando-o a obter melhor desempenho ao lidar com situação adversas, também aprimorando suas competências de relacionamento, o que torna o tema comportamento organizacional relevante para a profissão..

É preciso que todos os profissionais, inclusive os de Secretariado, tenham em mente que conviver com pessoas com personalidades e comportamentos diferentes, além de grande desafio, é oportunidade de progredir dentro do trabalho e adquirir flexibilidade, simpatia, articulação e coesão dos grupos de trabalho, garantindo resultados muito mais notórios. De acordo com Terra e Machado (2011), a flexibilidade comportamental deve ser desenvolvida a fim de favorecer as relações interpessoais, de modo que se considere os próprios valores e os valores dos outros, permitindo crescimento pautado na aceitação do outro ao mesmo tempo que se mantem as integridades individuais.

Segundo Fontanella (2011), o maior diferencial é saber se relacionar com qualidade, demonstrar acessibilidade, tratar as pessoas da forma adequada e gentil, assim como ter comportamento compatível com as regras e valores da empresa, além de se comunicar de forma

plena, sendo ouvinte e fazendo-se entender. Portanto, as qualidades técnicas do profissional de Secretariado não são garantia de lugar no mercado, uma vez que a conjuntura do trabalho na atualidade requer pessoal habilitado também em competências humanas, éticas, de comunicação e relacionamento, muitas destas não são apreendidas no ambiente universitário ou nos cursos de formação, mas no cotidiano do trabalho e nas relações com as pessoas com culturas e visões diferentes, desde que coordenadas em favor de objetivos comuns.

Enquanto as organizações dão ênfase ao comportamento humano, estudos vão surgindo sobre aspectos da subjetividade do trabalhador que podem cooperar com os objetivos organizacionais, dentre eles estão a imagem, postura, resiliência, inteligência emocional, criatividade, discrição e, de forma geral, o bom senso. Para o secretário executivo todas estas qualidades são fundamentais para melhor aproveitamento de seus atributos comunicativos e emocionais, de forma que promova a qualidade nas relações de trabalho e alcance o máximo de suas potencialidades enquanto profissional multidisciplinar.

4 METODOLOGIA

Por definição tem-se que pesquisa é o procedimento pelo qual são desvendadas informações sobre determinada realidade, Gil (2010) explicita que ela surge para proporcionar respostas através do empenho dos conhecimentos disponíveis e a utilização de métodos e técnicas de investigação científica. Em outros termos, o propósito de pesquisar é descobrir soluções para questionamentos, partindo do pressuposto que para se desvendar esta realidade é preciso que se analise o objeto além de sua superfície.

4.1 Classificação da pesquisa

Para fins de classificação, esta pesquisa é de cunho quantitativo e descritivo, Richardson (1999) explicita que o método quantitativo é caracterizado assim por trabalhar com valores mensuráveis tanto na modalidade de coleta de informações, quanto no tratamento destas por meio de técnicas estatísticas. O diferencial deste método é, portanto, a garantia da precisão, pois as chances de distorções são reduzidas ao traduzir dados do mundo real em números para realização de inferências. Para Carvalho (2011) a estatística se aplica ao estudo de fenômenos aleatórios, tendo estes fenômenos destaque uma vez que se repetem e estão associados a uma variabilidade, desta forma a pesquisa estatística busca desvendar a frequência com que um evento ocorre e sua relação com os demais. O presente estudo se encaixa nestes moldes, pois as opiniões dos sujeitos serão traduzidas em valores dentro de uma escala e tratados através de métodos estatísticos, segundo os quais é possível desvendar a regularidade de um ou mais fatores e inferir sua repercussão.

Na percepção de Gil (2010) a pesquisa descritiva busca descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, características, causas e relações com outros fenômenos, buscando observar e registrar os fatos para analisa-los sem interferência do sujeito pesquisador. O caráter descritivo deste trabalho reside no esforço em demonstrar este fenômeno através de uma análise de seus nuances sem, contudo, realizar modificações na realidade a ser estudada.

4.2 Estratégia da pesquisa e técnica de coleta de dados

A pesquisa de campo limitou-se a abordar uma amostra de profissionais de Secretariado, sejam eles formados ou formandos nos níveis: técnico, tecnólogo ou bacharel. Os respondentes foram abordados de forma aleatória, sem qualquer contato prévio, através da *internet*, de forma predominante pela rede social Facebook® e, em poucos casos, via e-mail, onde foram encaminhados para o domínio correspondente ao endereço eletrônico do formulário, desenvolvido na plataforma da Google Forms®.

O questionário foi adaptado para a plataforma acima descrita e o *link* para coleta compartilhado nos seguintes grupos de estudantes e profissionais de Secretariado no Facebook®: Secretariado Executivo, Secretariado Executivo Universidade Federal de Viçosa (UFV), Secretariado Executivo Universidade Federal do Ceará (UFC), Secretariado Executivo Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Secretariado Executivo Universidade Federal da Bahia (UFBA), Secretariado Executivo Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), Encontro Nacional dos Estudantes de Secretariado (ENESEC), Profissionais de Secretariado Executivo / Bilíngue e Trilíngue, Secretariado Executivo Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Secretariado Executivo Brasil, Secretários e Secretariado Executivo do Paraná. Para amplo conhecimento dos alunos da Universidade Federal do Ceará, a divulgação também foi feita no Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas (SIGAA). Alguns respondentes preferiram receber o endereço eletrônico para o questionário através do e-mail, não influenciando no registro de respostas, que foi feito automaticamente pela plataforma.

A coleta foi realizada durante o período de 01/10/2015 a 26/10/2015 e, seguidos 20 dias sem registro de novas respostas, o formulário eletrônico foi encerrado e os dados registrados em planilha fornecida pela Google®, sem interferência direta do pesquisador.

4.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento escolhido para coleta de dados trata-se de um questionário. Este tipo de instrumento é definido como um conjunto de perguntas predeterminadas, desenvolvido cientificamente para captar características relevantes que não podem ser obtidas através de uma

simples observação, seja em pessoas, empresas, eventos e outros fenômenos (HAIR *et al.*, 2005). Neste estudo, o questionário foi dividido em duas partes, sendo a primeira delas com perguntas sobre o perfil do respondente (sexo, idade, região do Brasil em que reside, grau de formação em Secretariado, tipo de vínculo empregatício e tempo de atuação na profissão), a segunda parte é o *Portrait Questionnaire* (PQ), ao qual cabe deixar algumas considerações.

O PQ foi desenvolvido por Shalom Schwartz em 2001, sendo aperfeiçoado até que chegasse a versão contendo 40 itens. Este questionário é uma adaptação do instrumento do mesmo autor, conhecido por *Schwartz Value Survey* (SVS), já reportado nos capítulos anteriores, o PQ foi traduzido ao português em 2002 e validado em estudo posterior (PASQUALI; ALVES, 2004), garantindo sua equivalência com a teoria no cenário nacional. O objetivo de Schwartz com o PQ é fornecer uma nova medida que valide sua teoria, de forma mais concreta e menos complexa cognitivamente (PORTO, 2005).

Partindo do pressuposto de que os instrumentos reduzidos são válidos, desde que atendam a teoria, apresentações menores do PQ surgiram, como a versão com 30 itens proposto por Lindeman e Verkasalo (2005 *apud* CAMPOS; PORTO 2010) aplicado em uma amostra finlandesa, apontando para a mesma estrutura circular do criador da teoria. No Brasil, por sua vez, o instrumento de Schwartz foi reduzido a 21 itens como no trabalho de Medina (2008), com o objetivo de diminuir o tempo de aplicação e garantir, ainda assim, equivalência com a proposta teórica.

A validação da versão de 21 itens do PQ, ou PQ21, se deu em uma pesquisa posterior de Campos e Porto (2010), da qual participaram 554 empregados de 11 empresas privadas na Região Sul do país, em diversos graus de instrução. Embora o PQ tenha sido elaborado com intenção de abranger pessoas com baixa instrução e crianças, devido sua linguagem menos complexa, sua utilização em amostras como a da presente pesquisa, (profissionais formados ou em formação de nível técnico e superior), assim como a amostra da pesquisa de Campos e Porto (2010) se justifica pela possibilidade de sondar os valores pessoais de forma mais rápida, sem que o respondente se canse ou precise elaborar conceitos complexos sobre valores, e, com isto possa ser aplicado também através de plataformas virtuais. Os resultados obtidos por Campos e Porto (2010), sugerem que o instrumento é válido como uma alternativa com diferencial de tempo reduzido de aplicação, o que, para estudos organizacionais, se torna muito conveniente.

Quanto ao conteúdo, os 21 itens do PQ se referem a metas, desejos e características de um indivíduo em questão com o qual os respondentes deverão indicar seu grau de

identificação, apontando valor em uma escala do tipo Likert de 6 pontos (6- se parece muito comigo; 5- se parece comigo; 4- se parece mais ou menos comigo; 3- se parece pouco comigo; 2- não se parece comigo; 1- não se parece nada comigo), para cada tipo motivacional da teoria central estão presentes dois itens, sendo universalismo a única exceção, com três deles, como se pode verificar no anexo.

4.4 Universo e amostra

Segundo Hair *et al.* (2005), população ou universo refere-se ao conjunto completo de objetos pertinentes para a pesquisa, compartilhando alguma característica que se pretende analisar. O universo, neste estudo, se refere aos profissionais de Secretariado atuantes no Brasil com nível de formação: técnico, tecnólogo ou bacharel, cuja quantidade é desconhecida.

Amostra é um fragmento do universo, portanto, os elementos da amostra dividem as mesmas características, devendo ser representativos de onde são extraídos, este recorte é necessário em casos onde o universo é muito grande ou de tamanho desconhecido, de modo que coletar informações sobre todo o universo inviabilizaria a pesquisa. Segundo Hair *et al.* (2005) o tamanho de amostra ideal deve ser superior a 100 observações, sendo desejável o mínimo de cinco observações para cada variável.

Nesta pesquisa, o tamanho da amostra se mostrou adequado, segundo os critérios observados acima, compondo-se de 170 indivíduos, tendo todas as regiões do país sido representadas, como esperado. Para que fosse compatível com os objetivos da pesquisa foram os respondentes instruídos a atender a dois requisitos:

- a) possuir algum grau de formação em Secretariado (em andamento ou concluído)
- b) estar atuando como Secretária (o) (estágio, emprego ou serviço público)

4.5 Apresentação e análise dos dados

A estatística descritiva se refere a organização e apresentação dos dados coletados por meio de gráficos, tabelas, além do cálculo de coeficiente que possibilitam uma descrição resumida dos fenômenos em questão (GIL, 2010). Esta ferramenta, segundo Carvalho (2011)

auxilia na apresentação dos dados uma vez que facilita a visualização de uma grande quantidade de informações, ajudando o investigador na distinção de diferenças, semelhanças e relações.

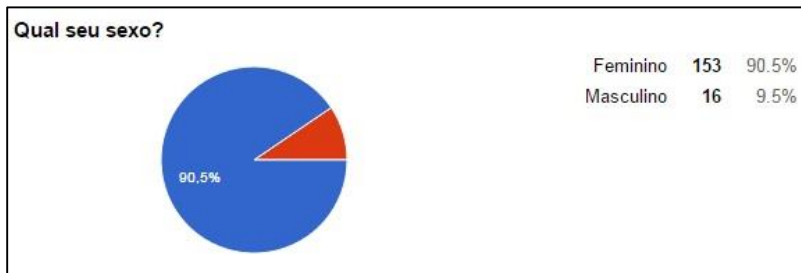
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo demonstra os resultados obtidos com a aplicação do instrumento e os discute com base na teoria de Schwartz (2005a; 2005b), sendo dividido em dois itens: perfil dos profissionais e análise dos tipos motivacionais. Para melhor compreensão, são exibidos gráficos e logo em seguida análise pertinente a cada um.

5.1 Perfil dos profissionais

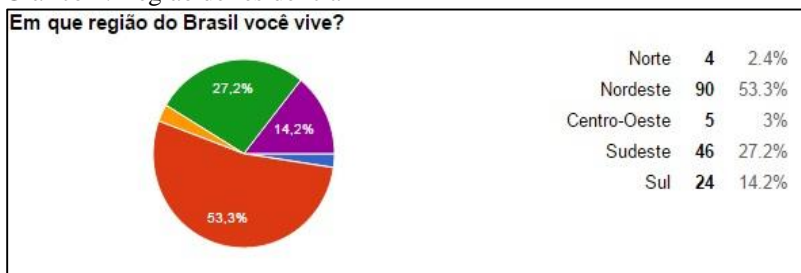
Na primeira parte do questionário buscou-se conhecer o perfil dos respondentes através de seis perguntas, sendo três delas: sexo, região do país e grau de formação (em conclusão ou concluído), resumidas nos gráficos que seguem.

Gráfico 1: Sexo



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 2: Região de residência

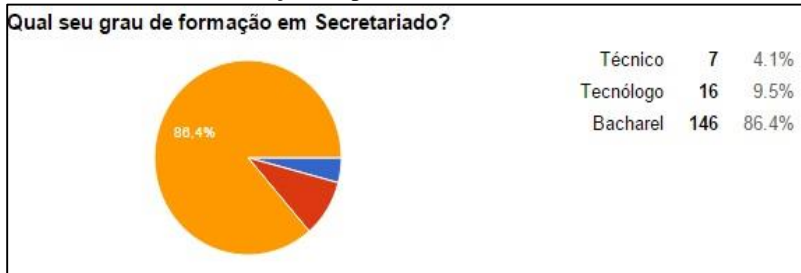


Fonte: Pesquisa de campo

Nos aspectos acima observa-se, no que se refere ao sexo, a presença predominante de mulheres exercendo a profissão, corroborando este resultado com outras pesquisas empíricas envolvendo a classe profissional e a realidade dos cursos de graduação em Secretariado no Brasil, onde o sexo masculino ainda é minoria. Quanto a região em que reside, é possível observar que todas as cinco regiões do Brasil estão representadas, em maior ou menor grau,

sendo o Nordeste a com maior número de registros, superior a 50%, seguido por Sudeste (27,2%) e Sul (14,2%), este fato se explica pela facilidade de acesso do pesquisador a estes profissionais e também a quantidade de grupos de universidades destas regiões alcançados na rede social.

Gráfico 3: Grau de formação do profissional



Fonte: Pesquisa de campo

No terceiro gráfico, que trata do grau de formação, a maioria evidente das respostas foram de profissionais que estão se graduando, ou já são graduados, como bacharéis. É válido lembrar que a divulgação foi realizada também em grupos generalistas, com pessoas de todos os níveis e de todo o país, mostrando que, apesar do crescimento dos cursos técnicos e tecnólogos na área, o bacharelado ainda exerce grande peso na formação em Secretariado no Brasil.

As demais perguntas pertinentes ao perfil investigaram a idade, o tempo de atuação na profissão e o tipo de vínculo empregatício. Quanto a primeira, os resultados apontam que 42.6% dos respondentes tem entre 18 e 25 anos idade, e 32.5% deles está na faixa etária entre 26 e 35 anos. No que se refere ao tempo de atuação, 33.7% das respostas são de pessoas que atuam como secretários (as) em um período superior a um ano e inferior a três, seguidos com 18.9%, por aqueles que exercem a menos de um ano.

Por último, o item do perfil que questiona sobre o vínculo empregatício obteve os seguintes dados: 50.9% dos registros foram de profissionais empregados com regime subordinado a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), 22.5% do total representam aqueles que ainda não concluíram seus cursos e trabalham como estagiários e, 14.2% por secretários executivos inseridos no serviço público. Inserir os demais percentuais.

Em síntese, o perfil da amostra abordada é de um profissional predominantemente do sexo feminino e jovem, muitos destes ainda dentro da universidade, ou recém-formados

bacharéis, e com pouco tempo de atuação na profissão, sendo a maioria contratados por empresas privadas em regime de emprego ou estágio.

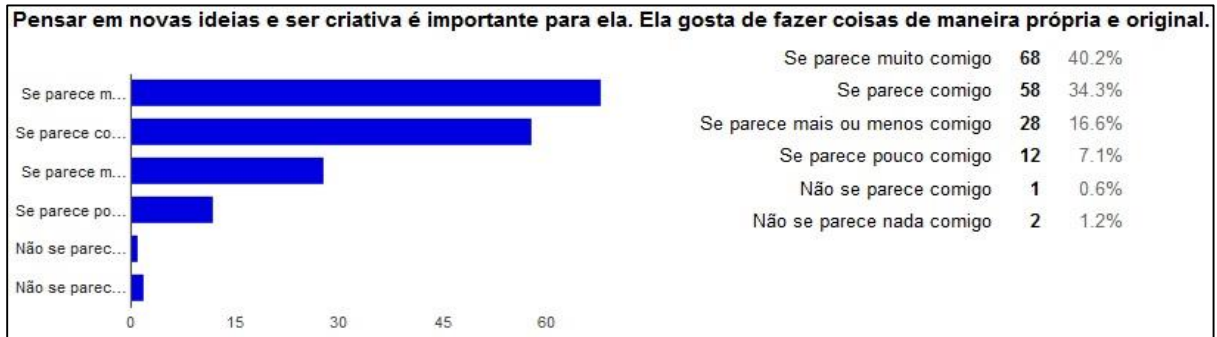
5.2 Perfil dos tipos motivacionais dos valores da amostra de profissionais de Secretariado

A segunda parte da análise se refere aos 21 itens do questionário de valores resumido de Schwartz (2005b), ou PQ21. Estes valores, como aponta a teoria, fazem referência a uma motivação interna, podendo eles serem agrupados por aquelas que se remetem ao mesmo conteúdo, o que denominou tipo motivacional. Para facilitar a visualização dos dados e a análise, foram as perguntas postas em pares, conforme tipo motivacional que expressam.

I) Autodeterminação

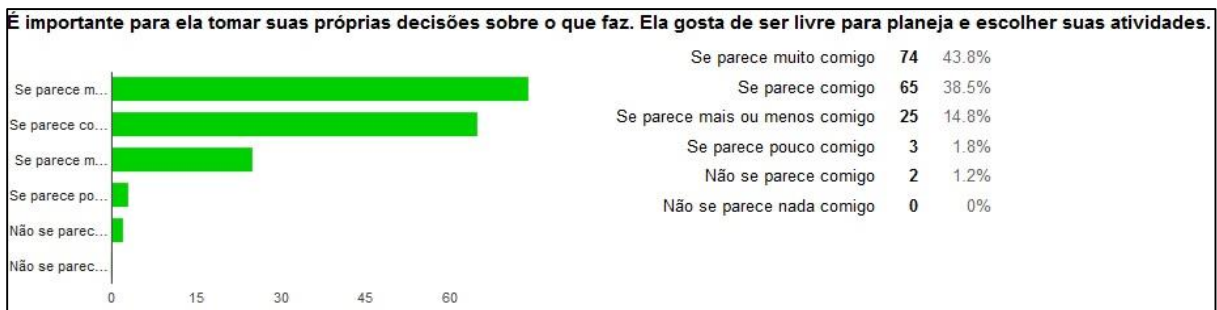
O tipo motivacional autodeterminação refere-se aos valores cujo objetivos são agir de forma independente, liberdade para criar e explorar (SCHWARTZ, 2005a).

Gráfico 4: Criatividade



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 5: Liberdade



Fonte: Pesquisa de campo

Pessoas autodeterminadas procuram constantemente em suas ações, inovar e realizar suas atividades de maneira diferente, seu comportamento deverá indicar estas

características quando os valores deste tipo forem acionados. Quanto aos dados coletados, tem-se que a amostra em questão se identifica com estes valores em alto grau, como mostram os gráficos acima, variando entre “se parece muito comigo” e “se parece mais ou menos comigo”.

II) Estimulação

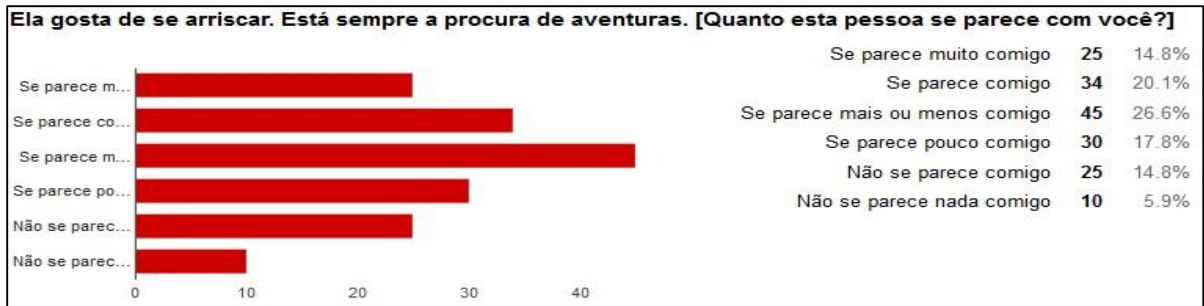
Tamayo e Schwartz (1993, p.332) afirmam que “Os valores deste grupo têm como meta a procura de excitação, novidade e mudança, que parecem ser necessárias para poder manter um nível satisfatório de funcionamento”

Gráfico 6: Novidade



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 7: Audácia



Fonte: Pesquisa de campo

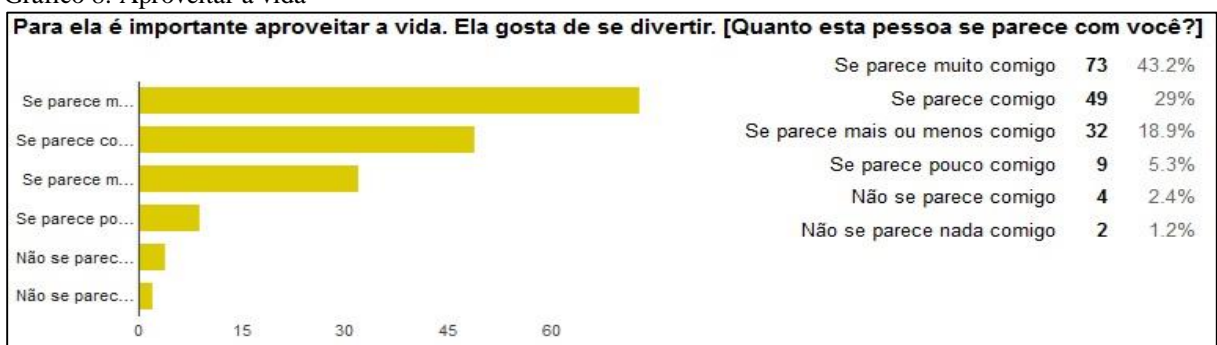
Em outros termos, pessoas cujos valores de estimulação são ditos importantes, costumam procurar uma vida variada e mecanismos capazes de lhe proporcionar a satisfação destes princípios. O comportamento de pessoas estimuladas pode contagiar seu grupo e impactar positivamente na rotina de trabalho. Como observado, os dois gráficos de estimulação apresentam uma visível diferença, enquanto o valor “novidade” obteve grande aprovação, com o maior número de respostas no topo da escala de identificação. O valor “audácia”, que se refere a capacidade de assumir riscos para se estimular, obteve respostas mais dispersas, variando entre “se parece muito comigo” e “não se parece comigo”. Estes resultados podem indicar que os profissionais de Secretariado buscam novidade em sua vida, mas não necessariamente isto

estará relacionado com assumir riscos, portanto, o novo é bem-vindo desde que não implique em incertezas.

III) Hedonismo

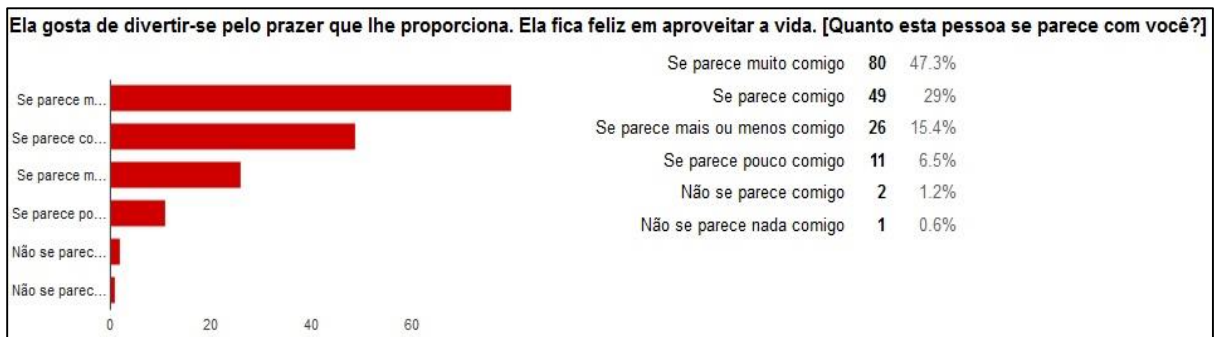
Os valores do tipo motivacional Hedonismo são definidos pelo objetivo de satisfação de prazeres. As necessidades físicas são transformadas então em valores socialmente reconhecidos (TAMAYO; SCHWARTZ, 1993).

Gráfico 8: Aproveitar a vida



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 9: Prazer



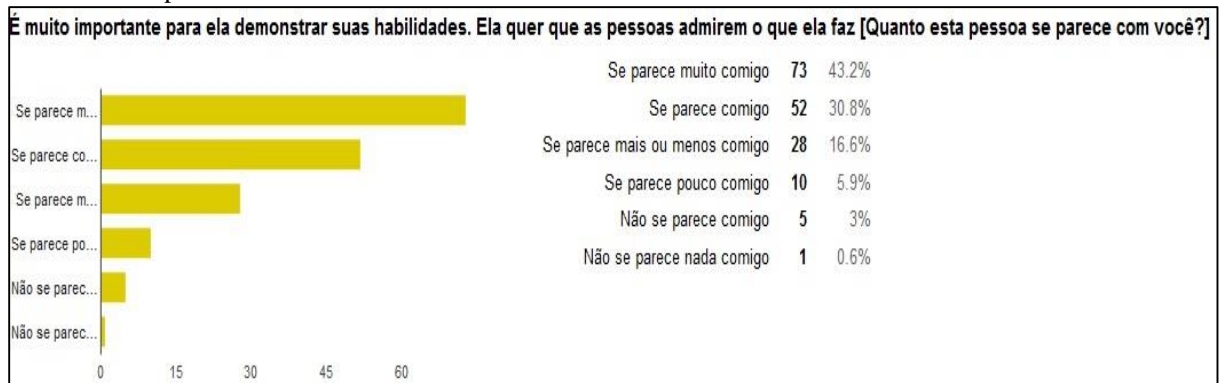
Fonte: Pesquisa de campo

Os resultados desta categoria são basicamente os mesmos, o que indica que não há uma contradição de respostas dentro do tipo motivacional, tendo os secretários assimilado “prazer” com “aproveitar a vida”, como esperado. Os valores hedônicos são estritamente de caráter individual, aqueles que com eles se identificam buscam ter o máximo de aproveitamento dos prazeres, seu alcance na verdade diz mais respeito a vida particular dos sujeitos, muito embora seu impacto também possa refletir em outras esferas, como por exemplo, na vida profissional.

IV) Realização

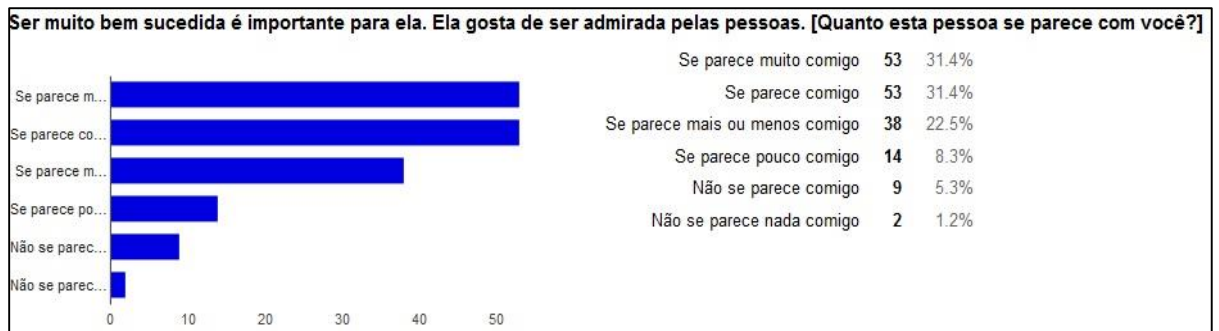
Conforme Schwartz (2005a, p. 25) este grupo de valores “ênfatisam a demonstração de competência em termos de padrões culturais prevalecentes e, portanto, aprovados socialmente”. As pessoas que considerem estes valores relevantes, e o assinalam positivamente, procuram ser bons naquilo que fazem e demonstrarem ao máximo suas habilidades. O sucesso é importante em sua vida.

Gráfico 10: Capaz



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 11: Bem-sucedido



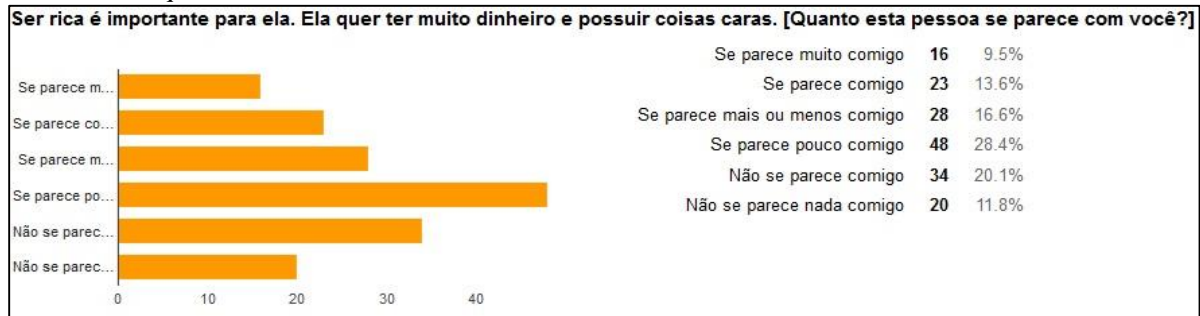
Fonte: Pesquisa de campo

Conforme sugerem os dados levantados na pesquisa de campo, as porcentagens para os dois valores deste grupo são essencialmente as mesmas, a identificação com os valores deste tipo é alta, apontando a necessidade, para os profissionais de Secretariado, em obterem sucesso e demonstrarem eficiência, além da gratificação proveniente da admiração das pessoas, seja em sua vida pessoal ou no trabalho.

V) Poder

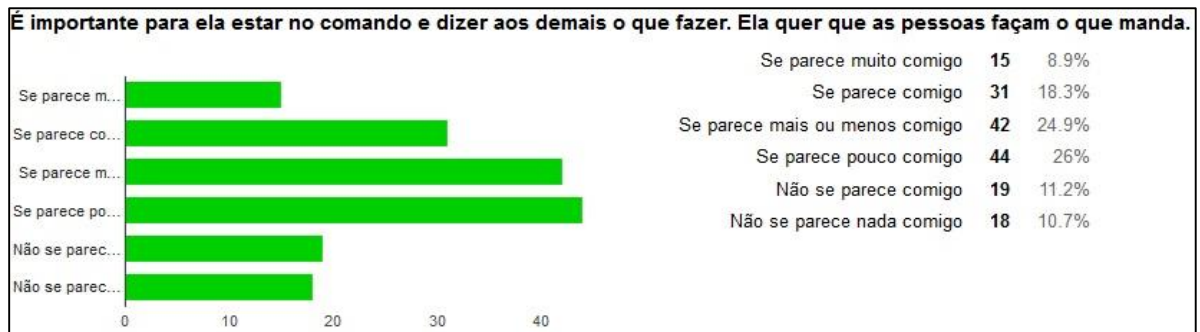
Este tipo motivacional está ligado as relações de dominação e submissão, próprias do funcionamento da sociedade, além das necessidades individuais de controle que, para justifica-las, o poder então se transforma em valor (TAMAYO; SCHWARTZ 1993).

Gráfico 12: Riquezas



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 13: Poder social



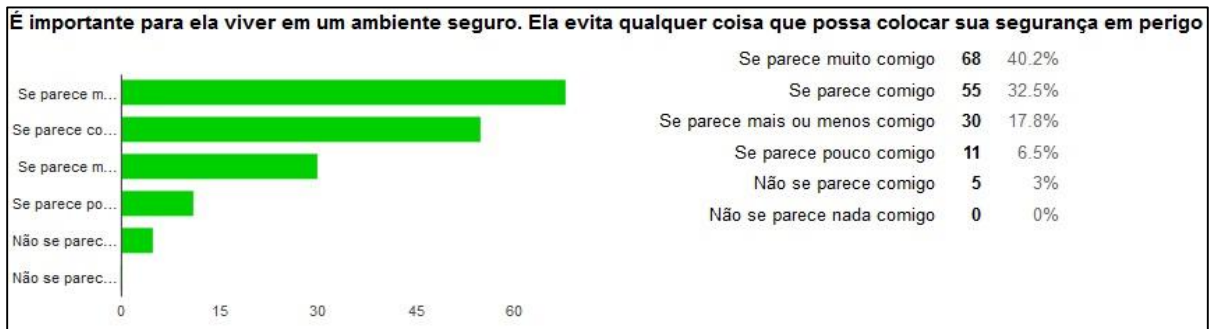
Fonte: Pesquisa de campo

Como se observa nos gráficos 12 e 13, os dois valores referentes ao poder tiveram pouca adesão sobre esta amostra. Conforme a estrutura teórica de relações entre valores de Schwartz (ver figura 1), Poder e Realização são adjacentes e, portanto, apresentam metas semelhantes, ou seja, os indivíduos que demonstrem identificação elevada com valores de realização, muito provavelmente também irão fazê-lo com aqueles que dizem respeito ao poder. Porém com esta amostra, os resultados foram discrepantes, enquanto realização obteve variações apenas no alto da escala, poder, por sua vez, obteve as maiores estatísticas do meio para a base. Os profissionais de Secretariado podem demonstrar, com estas respostas, que ser bem-sucedido e obter reconhecimento para eles não está diretamente relacionado com estar no comando ou ter grandes riquezas e bens.

VI) Segurança

O tipo motivacional Segurança diz respeito a valores cujo objetivo primordial é não só a manutenção do indivíduo enquanto ser físico, mas também dos relacionamentos interpessoais e do status. É um tipo com interesses mistos, pois ao mesmo tempo que busca proteger o coletivo, defende a si próprio (SCHWARTZ, 2005a).

Gráfico 14: Ordem social



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 15: Segurança



Fonte: Pesquisa de campo

Os dados levantados na pesquisa apontam que os profissionais de Secretariado consideram a segurança um valor de grande relevância, tendo as respostas variado dentro dos itens “se parece muito comigo” e “se parece mais ou menos comigo”.

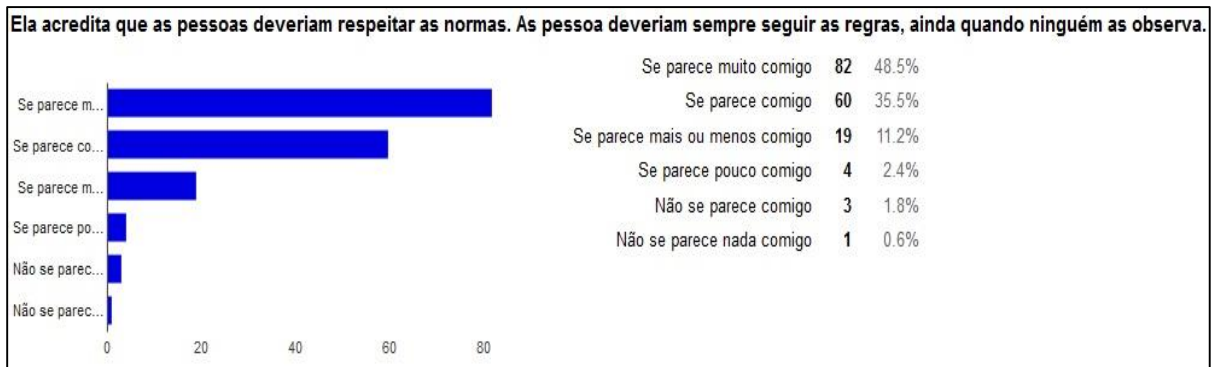
Como propõe a estrutura de relações de Schwartz (ver figura 1), segurança assume polo oposto a estimulação e autodeterminação, isso significa que pessoas que buscam excitação e novidade devem, teoricamente, considerar a segurança menos relevante ou não importante. No caso desta amostra, ambos tipos foram bem elencados, contrariando a estrutura proposta. Quando este fato ocorre, pode-se entender que, para esta amostra, a mudança, novidade, vida variada, originalidade, dentre outros valores presentes nos tipos opostos a segurança, são importantes desde que não ameacem o status, a integridade física e emocional ou seus

relacionamentos. Neste aspecto, o comportamento que poderá vir a refletir estes valores é de pessoas que buscam assumir riscos moderados, racionais e dedicadas a manutenção, acima de tudo, do bem-estar próprio e de seus próximos.

VII) Conformismo

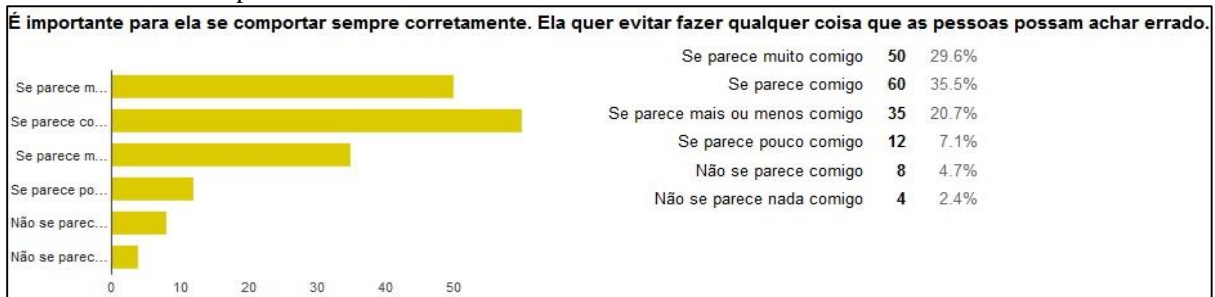
Os gráficos 16 e 17 referem-se ao tipo motivacional Conformismo, cujo objetivo é restringir inclinações ou ações que possam prejudicar outras pessoas ou violar normas sociais. Schwartz (2005a, p. 26) define que “[...] são derivados do requisito de que as inclinações dos indivíduos que possam romper e prejudicar a delicada interação e funcionamento dos grupos sejam inibidas”

Gráfico 16: Obediente



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 17: Autodisciplina



Fonte: Pesquisa de campo

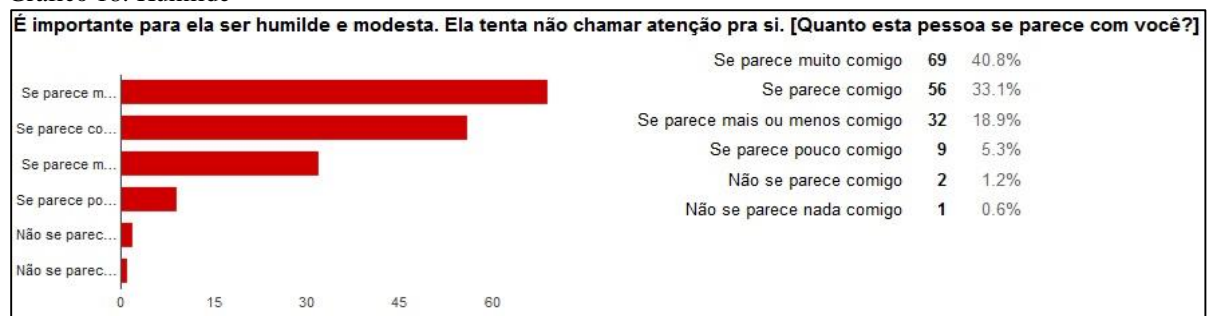
Os respondentes desta pesquisa, que se demonstraram com elevado grau de aceitação a valores de obediência a regras e autodisciplina, remetem a pessoas com preocupação com as leis, convenções sociais e ética, podendo constantemente contrastar estas últimas com suas vontades particulares. Conforme sugere a teoria (ver figura 1), o tipo motivacional em questão é oposto, em termos de objetivos, ao tipo “estimulação”, contudo é possível notar incoerência de respostas, pois os dois tipos foram bem elencados. Pessoas que busquem vida variada, estimulada e mudanças certamente não terão grande preocupação com normas, não evitam ser

mal interpretadas ou fazer tudo sempre muito corretamente, são dois tipos que contradizem um ao outro. Com estes resultados, há a possibilidade de inferir que a amostra em questão busca novidade, com audácia e riscos moderados, mas com atenção continua quanto as regras sociais, do grupo ou da instituição na qual está inserido, evitando conflitos e situações que possam desagradar seus próximos e/ou líderes.

VIII) Tradição

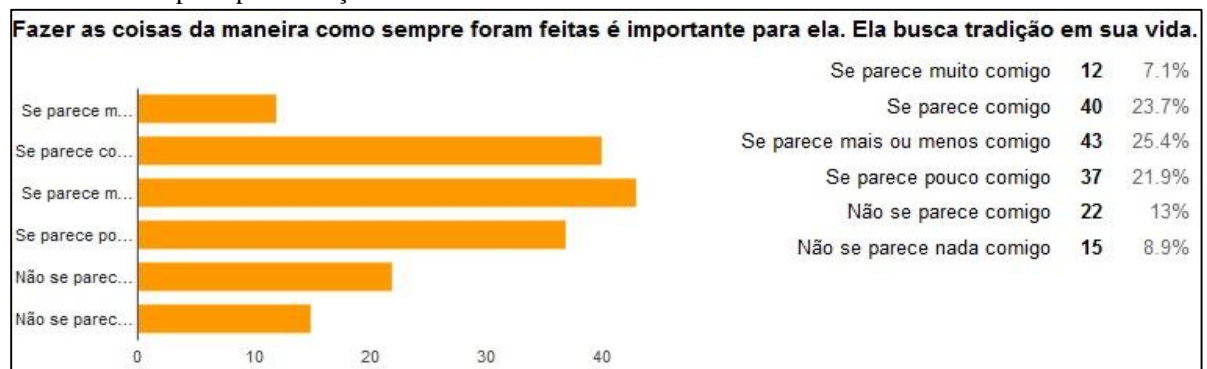
Como sugere a teoria, os tipos motivacionais Tradição e Conformidade dividem o mesmo campo na estrutura circular (ver figura 1), isto acontece porque eles dividem o objetivo mais amplo, que se refere a subordinação do indivíduo a expectativas sociais, cabendo sua diferenciação apenas quanto aos objetos a quem os sujeitos se subordinam (SCHWARTZ, 2005).

Gráfico 18: Humilde



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 19: Respeito pela tradição



Fonte: Pesquisa de campo

Enquanto conformismo diz respeito a subordinação a pessoas com quais se relaciona com frequência e suas normas, tradição implica se submeter a objetos abstratos, como religião e costumes culturais mais abrangentes. Quanto aos resultados da pesquisa de campo, o valor “humilde” tem semelhança com os outros dois pertencentes ao conformismo, mas

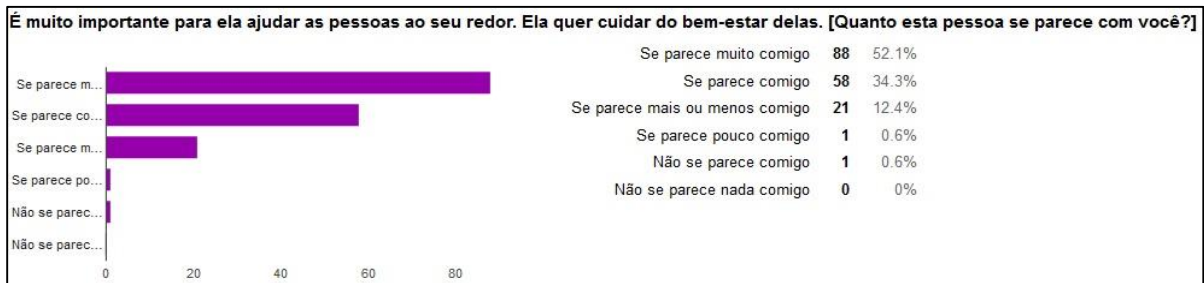
“respeito pela tradição”, entretanto, teve respostas mais dispersas com quantidades relevantes também em “se parece pouco comigo” e “não se parece comigo”, apontando para contraposição esperada com valores de estimulação, mas ainda assim estes resultados apresentam certa coerência, em relação ao tipo poder, a busca pela humildade corre na contramão da ambição por controle de pessoas e recursos. Variações dentro do tipo podem ocorrer e demonstram que alguns valores do grupo são mais priorizados que outros. Neste caso especificamente, a obediência a regras sociais implícitas e explícitas pode ser mais adequada que ordenamentos religiosos e costumes culturais.

Demonstrar humildade no ambiente de trabalho, por exemplo, atrai as pessoas e favorece a cooperação dos grupos, mas o respeito pela tradição não tem a mesma força, seu impacto diz mais respeito aos conflitos internos dos sujeitos, entre doutrina e prática.

IX) Benevolência

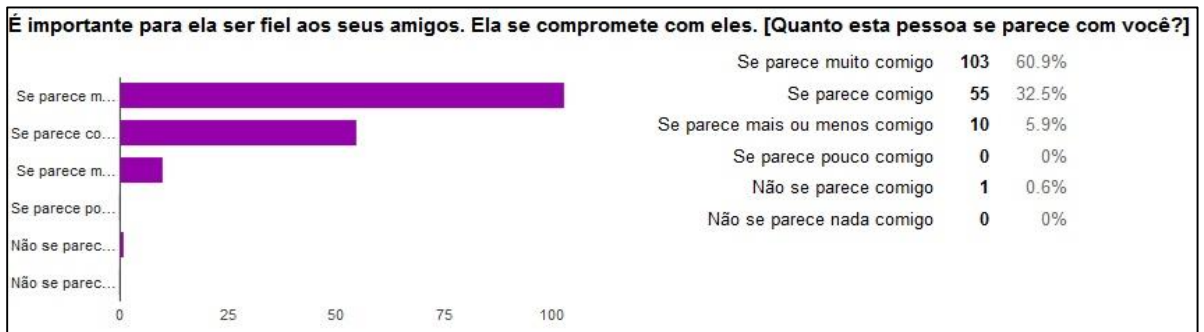
Tamayo e Schwartz (1993) definem que os valores deste grupo têm como meta o interesse pelo bem-estar das pessoas com quem o contato é mais frequente. É um tipo de interesse totalmente coletivo.

Gráfico 20: Prestativo



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 21: Leal



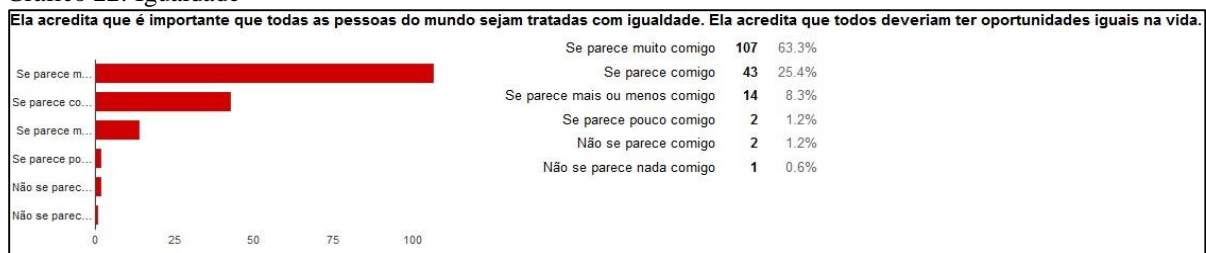
Fonte: Pesquisa de campo

Aqueles que se demonstrem favoráveis a estes critérios são profissionais que se preocupam com as pessoas próximas, que além da família, abrange também os colegas de trabalho. Pessoas benevolentes não demonstram egoísmo e buscam o sucesso também de seus parceiros. A benevolência promove relações sociais cooperativas, pois as pessoas com estas características têm base motivacional interiorizada para tal comportamento (SCHWARTZ, 2005a).

X) Universalismo

O tipo motivacional Universalismo é o único no questionário aplicado a possuir três valores, pois seus objetivos são os mais complexos, como define Schwartz (2005a) abrangendo compreensão, tolerância e proteção do bem-estar das pessoas em geral e da natureza.

Gráfico 22: Igualdade



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 23: Aberto



Fonte: Pesquisa de campo

Gráfico 24: Protetor do Ambiente



Fonte: Pesquisa de campo

Enquanto benevolência representa preocupação com as pessoas próximas, universalismo expande esse cuidado também a pessoas distantes e com o meio-ambiente, configurando assim um grupo de valores com interesses tanto coletivos quanto individuais, pois enquanto se dedica a contextos amplos, também realiza os demais objetivos de preservação do sujeito como pertencente a uma sociedade, dentro de um sistema global que necessita dos recursos naturais para sobrevivência. No geral, os registros da pesquisa quanto a estes valores foram positivos, os (as) secretários (as) são profissionais preocupados com as pessoas fora do seu círculo íntimo, aceitam as diferenças individuais e culturais e defendem a igualdade de oportunidades, assim como a preservação da natureza e seus recursos. As implicações, deste tipo motivacional, sobre o comportamento apontam para pessoas conscientes de seu papel na sociedade, abertas ao diálogo e com forte senso de justiça para causas sociais e ambientais.

No que se refere a teoria escolhida para abordar os valores da amostra abordada, alguns resultados corroboraram com a estrutura dos valores e a teoria de Schwartz (2005), enquanto outros mostraram certa incoerência. O tipo motivacional tradição, em partes, se contrapôs aos valores de estimulação, mas o mesmo não ocorreu com conformismo, por exemplo. Os valores de poder e universalismo provaram o que se propõe teoricamente, para esta amostra o poder não é tão relevante quanto o cuidado com as pessoas e o meio-ambiente. No geral, os valores são evocados em situações diárias cabendo aos indivíduos escolher entre aqueles que melhor irão satisfazer as suas necessidades e a consecução de seus objetivos. A pessoa que escolhe pode notar que suas opções naquele contexto são psicologicamente dissonantes, os demais indivíduos podem, e certamente irão apontar as inconsistências práticas e lógicas entre as ações e os valores que ela professa (SCHWARTZ, 2005a). Em síntese, os sujeitos buscam valores antagônicos e esta distinção teórica, em um nível mais básico, sugere que os valores formam um *continuum* de motivações relacionadas.

5.3 Relação do perfil dos tipos motivacionais dos valores da amostra de profissionais de Secretariado com seu comportamento profissional

Nos resultados observou-se alguns aspectos importantes que podem esclarecer sobre o comportamento desta amostra de profissionais de Secretariado, mais notadamente a forte identificação com a autodeterminação, estimulação, hedonismo, realização, segurança, conformidade, benevolência e universalismo, e a moderada, ou baixa, relevância dada ao poder e a tradição.

Com isto vislumbra-se que os profissionais investigados poderão refletir estes valores em suas ações e certamente buscarão realizá-los na sua rotina de trabalho. A baixa identificação com poder pode acenar para uma tendência de subordinação por parte dos respondentes a um superior: gestor, administrador, chefe de departamento/setor, dentre outros. Tais respostas também podem refletir que a amostra em questão tem uma tendência à assessoria, ou seja, prestar suporte a alguém ou algum núcleo. No que tange os valores respeito pela tradição e audácia, que também obtiveram respostas essencialmente negativas, enquanto este pode refletir aspectos de moderação quanto aos riscos e alteração do *status*, aquele define que para esta amostra, fazer as coisas como sempre foram feitas pode representar atraso e perda de oportunidades que a mudança é capaz de trazer à tona.

No que se refere ao código de ética, os resultados também sugerem concordância entre valores e comportamento ético profissional. A identificação, por parte da amostra, com valores do tipo motivacional universalismo e benevolência, por exemplo, remete a profissionais capazes de manter boas relações com os parceiros de trabalho e com as pessoas de forma mais ampla, obedecendo os preceitos gerais da ética e do respeito pelos agentes envolvidos dentro do ambiente de trabalho (SOUZA FILHO, 2010).

No geral, as respostas refletem aquilo que se espera deste tipo de profissional e com a formação que obtém, além das exigências impostas pelas instituições na qual se inserem e das entidades de classe. A amostra aponta para pessoas capazes de se identificar com seus próximos, incluindo os parceiros de trabalho, as pessoas em geral e meio-ambiente sem, contudo, abrir mão de sua realização pessoal e profissional através da demonstração de suas habilidades e competências. A busca pela novidade e excitação para motivar a rotina de trabalho se faz presente, ainda que com observância as normas sociais e profissionais. A busca pelo prazer naquilo que se faz é notável, ainda que com capacidade de não agredir o outro ou invadir os seus direitos, podendo demonstrar características de flexibilidade em seu agir. A flexibilização do comportamento é capaz de fazer com que o profissional se adapte às demandas do trabalho, administrando as diferenças comportamentais das pessoas com as quais convive, gerando oportunidade de crescimento mútuo (TERRA; MACHADO, 2011)

O secretário executivo, quando observada a amostra, pode-se concluir que é um trabalhador capaz de balancear seus valores e ações em prol da convivência harmoniosa no trabalho e a consecução de objetivos em grupo, pautados na capacidade de cooperação e criatividade para obtenção de realizações não só do sujeito, mas da organização como um todo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações no mundo do trabalho vêm impactando na forma como as pessoas lidam diariamente com suas atividades e seus parceiros. Conhecer o perfil dos valores pessoais de um profissional colabora de forma significativa para traçar o esboço de um possível comportamento, haja vista que os valores representam a visão que o indivíduo tem de mundo, ou seja, aquilo que acredita como certo ou errado, além de prever decisões que possam ser tomadas na rotina de trabalho e em situações específicas. Espera-se que o profissional de Secretariado, nesse contexto globalizado, tenha comportamento compatível com sua posição dentro de uma organização, refletindo, além de tudo, capacidades de comunicação, negociação, respeito ao próximo e cooperação.

Os objetivos foram plenamente alcançados, a começar pelos específicos, onde o primeiro deles que buscou traçar o perfil dos tipos motivacionais dos valores de uma amostra dos profissionais em foco foi atingido através da análise dos dados, os valores do questionário aplicado foram agrupados em pares e esclarecidos individualmente, a começar pelo significado do tipo e em sequência a repercussão destes valores no comportamento pessoal e profissional, estabelecendo assim a relação da qual se refere o segundo objetivo. Desta forma, objetivo geral foi alcançado por meio da realização destes objetivos específicos, sendo eles contemplados simultaneamente durante o processo de análise.

A pergunta norteadora, por sua vez, pode ser respondida através da análise do perfil dos tipos motivacionais da amostra referida. Quanto a importância dada os valores pessoais, foi detectado que os tipos motivacionais no geral foram ditos importantes, em maior ou menor grau, pelos profissionais alcançados. Com ressalvas ao tipo poder, que obteve respostas essencialmente negativas, e os valores respeito pela tradição e audácia, sendo estes também pouco relevantes para os respondentes, revelando com estes resultados, coerências com a teoria proposta, mas também algumas contradições.

No que se refere às conclusões da pesquisa tem-se que a amostra de profissionais em questão possui um perfil que, em certa medida, mantém observância a todos os valores, cabendo a cada situação despertar o comportamento conveniente.

Sondar os valores pessoais revelou grandes descobertas, pois em última instância os valores estão relacionados com os mais diversos aspectos das vidas das pessoas, seja

pessoalmente, profissionalmente e até no relacionamento com os demais. Nesta perspectiva a presente pesquisa apresenta relevante contribuição acadêmica e profissional, pois o conhecimento dos valores dos secretários possibilitou a investigação das repercussões destas características sobre o comportamento manifesto em sua rotina laboral, ao mesmo tempo que se apresentam novas alternativas para aqueles que pretendem se dedicar ao tema.

Para este trabalho o instrumento conveniente teve de ser tão reduzido quanto pudesse e ainda assim mostrar coerência com a teoria escolhida, pois em estudos organizacionais, grandes questionários costumam ser ignorados pelo público alvo e, quando não, o cansaço faz com que as respostas tornem-se repetitivas e pouco produtivas, portanto, a escolha do PQ21 tornou-se uma medida alternativa e eficiente, e ainda que possua apenas dois itens para cada tipo motivacional, facilita na coleta e torna os objetivos ainda mais claros para os participantes da pesquisa, mas o que para algumas análises mais aprofundadas pode ser insuficiente.

Além da limitação do questionário, é preciso reconhecer que a coleta se limitou a abordar uma amostra de profissionais que conseguiram ser alcançados através da rede social Facebook®, por e-mail ou ainda foram comunicados pelo SIGAA. Ou seja, como o meio de propagação e divulgação foi exclusivamente pela internet, os 170 resultados colhidos e a análise aqui realizada refere-se tão somente a este público. Realizar um comparativo dos valores pessoais desta classe com outros profissionais, realizar correlações com outras variáveis, como por exemplo o nível de formação em Secretariado ou o tipo de vínculo empregatício, são algumas propostas de continuidade da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ARGYLE, M.; NUNES, M. B. de M. **A interação social: relações interpessoais e comportamento social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- BORGES, L. de O. Valores de trabalhadores de baixa renda. *In*: TAMAYO, Álvaro; PORTO, J. B. (orgs.). **Valores e Comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- BRANDÃO, R. A; FERRAZ, S. B; LIMA, T. C. B. de. Mulheres e valores do trabalho: Estudo em uma multinacional. **Organizações em contexto**, São Bernardo do Campo, v. 11, n. 22, p. 487-514, jul./dez. 2015.
- BRASIL. **Código de ética da profissão de secretariado executivo**. Publicado em 7 de junho de 1989 no diário oficial da união. (1989)
- CADENA, N. B de la. Scheler, os valores, o sentimento e a simpatia. **Revista Ética e Filosofia Política**, Juiz de Fora, v. 2, n. 16, p. 76-88, dez. 2013.
- CAMPOS, C. B.; PORTO, J. B. Escala de Valores Pessoais: validação da versão reduzida em amostra de trabalhadores brasileiros. **PSICO**, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 208-213, abr./jun. 2010.
- CARVALHO, F. G. F. **Introdução à metodologia do estudo e do trabalho científico**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2011.
- FONTANELLA, R. Os tipos comportamentais dos Executivos e a postura do profissional de Secretariado. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 79-104, jul./dez. 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- HAIR, JR J. F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HESSEN, Johannes. **Filosofia dos Valores**. 5. Ed. Coimbra: Editor Sucessor, 1980.
- HOBBS, Thomas. **Leviatã ou matéria, forma e poder de um estado eclesiástico e civil**. São Paulo, SP: Abril Cultural, 1974.
- HOUAISS, A; VILLAR, M.; FRANCO, F. M. de M. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia, 2009.
- MASLOW, Abraham Harold. **Motivation and personality**. New York: Harper, 1954.
- MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas: psicologia das relações interpessoais**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- NONATO JÚNIOR, R. **Epistemologia e teoria do conhecimento em secretariado executivo: a fundação das ciências da assessoria**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2009.

PAIVA, K. C. M. de; DUTRA, M. R. S. Valores organizacionais e valores do trabalho: um estudo em um *call center*. In: ENCONTRO DA ANPAD, 38.,2014, Rio de Janeiro. **Anais...**Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2014. Disponível em <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnANPAD_GPR217.pdf>. Acesso: 30 nov. 2015

PASQUALI, L.; ALVES, A. R. Validação do *Portrait Questionnaire* – PQ de Schwartz para o Brasil. **Revista Avaliação Psicológica**, Itatiba, v. 3, n. 2, p. 73-82, nov. 2004

PORTO, J. B. Mensuração de valores no Brasil. In: TAMAYO, Álvaro; PORTO, J. B. (orgs.). **Valores e Comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005.

REICH, B.; ADCOCK, C. **Valores, atitudes e mudança de comportamento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo, SP: Atlas, 1999.

RODRIGUES, M. C.; OLIVEIRA, L. N. A percepção do código de ética para os profissionais de secretariado executivo: um estudo de caso com estagiários e graduados da UFV. **Revista do Secretariado Executivo**. Passo Fundo, n. 8, p. 89-102, 2012.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Do contrato social: princípios do direito político**. São Paulo: EDIPRO, 2000.

SANTOS, A. J. M. dos. **A decisão médica em cuidados intensivos: uma análise à luz da filosofia dos valores**. 2008. Tese (Mestrado em Bioética) – Faculdade de Medicina, Universidade de Lisboa. Disponível em: <<http://repositorio.ul.pt/handle/10451/1022>>. Acesso em: 20 out. 2015.

SANTOS, N. B. M. F.; MUNHOZ, I. P.; LELIS, J.W.F. Valores individuais: uma pesquisa com o corpo Discente da área de Engenharia. **Interfaces Científicas - Humanas e Sociais**, Aracaju, v.1, n.2, p. 57-79, fev. 2013.

SARTORI, T. Comportamento organizacional: um estudo de satisfação de Secretários Executivos no estado do RS. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 32-55, jan./jun. 2011.

SCHELER, Max. **A reviravolta dos valores**. Petrópolis: Vozes, 1994.

SCHWARTZ, S.H. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intercultural. In: TAMAYO, Álvaro; PORTO, J. B. (orgs.). **Valores e Comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005a.

_____. Validade e aplicabilidade da Teoria de Valores. In: TAMAYO, Álvaro; PORTO, J. B. (orgs.). **Valores e Comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005b.

_____. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *In*: ZANNA, M. (ed.) **Advances in experimental social psychology**, New York, v. 25, p. 1-65. 1992.

SOUZA FILHO, O. D. **Ética individual & ética profissional: princípios da razão feliz**. Fortaleza: ABC Editora, 2010.

TAMAYO, Álvaro; SCHWARTZ, S.H. Estrutura motivacional dos valores humanos. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 329-348, 1993.

TAMAYO, Álvaro. Hierarquia de valores transculturais e brasileiros. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v.10, n.2, p. 269-285, 1994.

TERRA, E. F; MACHADO, F. H. O Secretário Executivo e a flexibilidade comportamental no trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 105-120, jul./dez. 2011.

VÁZQUEZ, A. S. **Ética**. 35. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

ANEXO – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PROFISSIONAIS

Perfil de Valores Pessoais

Este formulário é composto por duas partes, a primeira contém itens referentes ao perfil do respondente, a segunda apresenta o PQ21: um pequeno questionário onde lhes são apresentadas características referentes a uma pessoa, diante destas características é solicitado que demonstrem seu grau pessoal de identificação com este personagem, em uma escala que varia de "se parece muito comigo" a "não se parece nada comigo".

***Obrigatório**

1. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino

2. Qual sua idade? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 18 Anos
- 18-25 Anos
- 26-35 Anos
- 36-45 Anos
- Mais de 45 Anos

3. Em que região do Brasil você vive? *

Marcar apenas uma oval.

- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul

4. Qual seu grau de formação em Secretariado? *

(Em andamento ou concluído)

Marcar apenas uma oval.

- Técnico
- Tecnólogo
- Bacharel

5. Qual seu tipo de vínculo empregatício? *

Marcar apenas uma oval.

- Estágio
- Emprego (CLT)
- Estatuto (Serviço Público)
- Voluntário
- Prestador de Serviços
- Outros

6. Há quanto tempo atua como Secretária(o)? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 1 Ano
- Entre 1 e 3 Anos
- Entre 3 e 5 Anos
- Entre 5 e 10 Anos
- Mais de 10 Anos

Se parece muito comigo

Se parece comigo

Se parece mais ou menos comigo

Se parece pouco comigo

Não se parece comigo

Não se parece nada comigo

Fazer as coisas da maneira como sempre foram feitas é importante para ela. Ela busca tradição em sua vida.

Ela gosta de divertir-se pelo prazer que lhe proporciona. Ela fica feliz em aproveitar a vida.

Powered by

