

Evidências de Validade da Escala de Valores Humanos (PVQ-R) para Jovens Trabalhadores

Autoria

Kely Cesar Martins de Paiva - kelypaiva@face.ufmg.br

Centro de Pós-Grad e Pesquisas em Admin - CEPEAD/UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

Michelle de Souza Rocha - michelles_rocha@yahoo.com.br

Centro de Pós-Grad e Pesquisas em Admin - CEPEAD/UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

Samara de Menezes Lara - mgsamaralara@gmail.com

Centro de Pós-Grad e Pesquisas em Admin - CEPEAD/UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais

Graduação/UFV - Universidade Federal de Viçosa

Ricardo Ken Fujihara - ricardowho@gmail.com

Pos-graduação SENAC/Faculdade SENAC

Pós-graduação em Negócios/Universidade Corporativa dos Correios

Agradecimentos

Agradecimentos ao CNPQ.

Resumo

O presente estudo teve por objetivo analisar como se encontram configurados os Valores Humanos, na perspectiva de Schwartz et al (2012), de jovens trabalhadores de uma empresa pública atuante em todo território nacional. Para isso, foi aplicada a escala PVQ-R desenvolvida por Schwartz et al (2012) e adaptada ao público brasileiro por Torres, Schwartz e Nascimento (2016), buscando evidências de validade do questionário para esse grupo. A amostra total de 1983 participantes foi dividida em duas partes, com casos selecionados aleatoriamente (N1=1010 e N2=972). Os resultados apontaram a congruência entre o modelo da teoria dos Valores Humanos e as matrizes obtidas nas duas amostras, com pequenas alterações: houve o deslocamento do valor Humildade do construto de segunda ordem Conservação para Autotranscendência e a supressão do valor Hedonismo. Após análise estatística multivariada, verificaram-se indícios de validade do questionário para o público jovens trabalhadores, sendo, portanto, indicado seu uso nesse grupo etário.

Evidências de Validade da Escala de Valores Humanos (PVQ-R) para Jovens Trabalhadores

Resumo: O presente estudo teve por objetivo analisar como se encontram configurados os Valores Humanos, na perspectiva de Schwartz *et al* (2012), de jovens trabalhadores de uma empresa pública atuante em todo território nacional. Para isso, foi aplicada a escala PVQ-R desenvolvida por Schwartz *et al* (2012) e adaptada ao público brasileiro por Torres, Schwartz e Nascimento (2016), buscando evidências de validade do questionário para esse grupo. A amostra total de 1983 participantes foi dividida em duas partes, com casos selecionados aleatoriamente ($N_1=1010$ e $N_2=972$). Os resultados apontaram a congruência entre o modelo da teoria dos Valores Humanos e as matrizes obtidas nas duas amostras, com pequenas alterações: houve o deslocamento do valor Humildade do construto de segunda ordem Conservação para Autotranscendência e a supressão do valor Hedonismo. Após análise estatística multivariada, verificaram-se indícios de validade do questionário para o público jovens trabalhadores, sendo, portanto, indicado seu uso nesse grupo etário.

Palavras-chave: Valores Humanos; Jovens Trabalhadores; Teoria dos Valores Humanos revisada; *Portrait Value Questionnaire-Refined* (PVQ-R)

1 INTRODUÇÃO

O estudo dos valores humanos abarca uma variedade de perspectivas (TAMAYO; SCHWARTZ, 1993). Na filosofia, os valores foram descritos sob o ponto de vista das virtudes e sobre o julgamento do que é bom ou moral. Na sociologia, os valores são tidos como peças fundamentais para manutenção da sociedade, já que embasam as ações dos indivíduos coletivamente (TAMAYO, 2005). De forma parecida, a psicologia também lança luzes sobre o assunto, visando identificar quais valores seriam importantes para as pessoas, das mais diversas culturas, sem com isso definir quais são melhores ou corretos. Todos os valores são igualmente importantes para compreender o pensamento e as ações humanas (TAMAYO, 2005).

Valores são definidos como conceitos ou crenças acerca de comportamentos ou estados desejados que transcendam situações específicas; eles guiam, selecionam e/ou avaliam o comportamento e os acontecimentos e são ordenados pela importância relativa (SCHWARTZ *et al*, 2012). Valores são utilizados como motores do comportamento humano e como critérios pelas pessoas para avaliar suas próprias ações e as ações dos outros indivíduos (TAMAYO; SCHWARTZ, 1993). Os valores não são passíveis de observação direta, logo, necessitam de serem relatados pelos indivíduos para serem conhecidos (GALLEGO, 2014).

Dessa forma, a busca pela identificação de valores que sejam comuns a qualquer cultura representaria uma descrição da estrutura psicológica humana fundamental, possibilitando ainda a comparação entre pessoas e diferentes grupos sociais, não se restringindo a determinadas situações ou objetos (GOUVEIA, 2008). Segundo Schwartz (2005), a estrutura de valores pode ser identificada em crianças a partir de 10 anos de idade, no entanto, o amadurecimento somente ocorreria mais tarde, entre 16 e 17 anos. Dessa forma, torna-se importante a avaliação da aplicabilidade da teoria em faixas etárias um pouco mais amplas, como no caso dos jovens trabalhadores.

Os jovens trabalhadores constituem uma categoria peculiar (FRANCO *et al*, 2017; OLIVEIRA, 2011; PAIVA; LARA; PEREIRA, 2019), uma vez que reúnem duas características simultâneas importantes: a etapa do ciclo de vida e a entrada no mercado de trabalho. De forma geral, são considerados jovens os indivíduos entre 13 e 24 anos, faixa que corresponde ao marco biológico da transição entre a adolescência e a adultez. Esse processo é marcado pelo

amadurecimento biopsicológico, além dos marcos sociais como a saída da casa dos pais, a finalização dos estudos básicos e a entrada no mercado de trabalho. No entanto, é preciso sublinhar que não existe uma padronização, sendo possível falar de “juventudes”, afinal, sociedades em diferentes contextos históricos têm implantado segmentações etárias de formas distintas (CAMARANO, 2006; REGUILLO, 2007; SPOSITO; SOUZA; SILVA, 2018). A entrada no mercado de trabalho é uma referência importante ao instituir a sua entrada “no mundo adulto”, isto é, a atribuição de novas responsabilidades não apenas com a organização, mas consigo próprio, que refletirá a forma como ele se desenvolverá como futuro trabalhador.

Em face dessas contingências, como apontam os dados do IBGE (2016), aproximadamente 23% da população brasileira é composta por jovens; estes têm três vezes mais chances de ficarem desempregados comparados ao grupo de adultos (OIT, 2017). Diante desta realidade, políticas públicas têm sido elaboradas com intuito de inserir os jovens no mercado de trabalho. Uma dessas formas de entrada do mercado é o programa de jovem aprendiz, que possibilita a combinação de carga horária de trabalho, curso de capacitação profissional e a conclusão dos estudos, dada a obrigatoriedade de estar frequentando a escola (BRASIL, 2000, 2018). No entanto, as atividades são predominantemente de natureza rotineira e repetitiva (FRANCO; MAGALHÃES; PAIVA, 2017), de baixo nível de responsabilidade, tendo em vista o momento de sua formação pessoal, acadêmico-formal e profissional. De todo modo, pesquisas mostraram que os jovens se identificam e valorizam a experiência nas organizações, percebidas como fundamentais para o seu desenvolvimento futuro (BAJOIT; FRANSSEN, 2007; ROCHA, 2016). Dessa forma, esse constitui um público relevante de pesquisa, mas que, no entanto, não tem sido devidamente contemplado (JULIÃO; NASCIMENTO-SANTOS; PAIVA, 2013; PAIVA; SOUZA, 2016; PAIVA; LARA; PEREIRA, 2019).

Em pesquisa realizada em bases de artigos (Portal Capes e Spell), não foram localizados artigos relacionados aos valores humanos para o público dos jovens trabalhadores. Por proximidade de tema, foram encontrados dois artigos de pesquisas espanholas, os quais utilizaram o questionário *Schwartz Value Survey* (SVS) para público adolescente (de 12 a 22 anos) (GARCÍA; BARBERO; MUNÖZ; 2017; PAEZ; DE-JUANAS, 2015). O tema valores humanos tem recebido atenção dos pesquisadores brasileiros nos últimos cinco anos, principalmente em suas vertentes: valores do trabalho e valores organizacionais (PAIVA; DUTRA, 2017; PORTO; FERREIRA, 2016). Esses estudos contemplaram diversos públicos como trabalhadores de uma empresa fabricante de eletrodomésticos (COSTA *et al.*, 2017), funcionários de *call center* (PAIVA; DUTRA, 2017), discentes de cursos superiores (ANDRADE *et al.*, 2018), funcionários de organizações privadas e públicas (PORTO; FERREIRA, 2016), servidores públicos (RIBEIRO; OLIVEIRA, 2020), professores (CÂMARA; PEREIRA-GUIZZO, 2015), discentes (GOUVEIA *et al.*, 2019) e jovens trabalhadores (JULIÃO; NASCIMENTO-SANTOS; PAIVA, 2017; PAIVA; FUJIHARA; REIS, 2017), dentre outros.

Desse modo, o presente estudo se mostra relevante por cumprir duas agendas, uma pragmático-organizacional e outra acadêmico-científica: na primeira, destaca-se o fato de a avaliação dos valores humanos ter importância prática para as organizações na medida em que eles funcionam como balizadores do comportamento dos indivíduos, no contexto pessoal e profissional. Tamayo (1998) ressalta que cada indivíduo tem um sistema próprio de valores que não necessariamente coincide com o sistema da organização. No entanto, a convergência desses valores, buscada pelas organizações, exerce um importante papel motivador, aumentando a probabilidade de cooperação dos indivíduos. A segunda agenda espelha a importância de se analisar como se encontram configurados os valores humanos para o público focalizado, sendo esta recomendada pela literatura do campo do comportamento organizacional e da diversidade, respectivamente.

Visando tal finalidade, adotou-se a perspectiva de Schwartz *et al* (2012) para pautar o tema e realizou-se uma pesquisa empírica em uma empresa pública brasileira atuante em todo território nacional. Para isso, foi aplicada a escala *PVQ-R* desenvolvida pelos referidos autores e adaptada ao público brasileiro por Torres, Schwartz e Nascimento (2016), suprimindo a demanda da avaliação da aplicabilidade da teoria dos valores para a cultura nacional.

Este artigo está estruturado em cinco seções, a contar desta introdução. No próximo tópico, será explicada a Teoria dos Valores de Schwartz que serviu de base para esse estudo. Na sequência, será apresentada a metodologia empregada, que envolveu a aplicação do *PVQ-R* em jovens trabalhadores de uma empresa pública federal. Nos resultados, serão explicitadas as características demográficas dos participantes e a descrição dos métodos empregados para verificação de como está configurada a estrutura de valores, segundo a teoria de Schwartz *et al* (2012). Por fim, serão alinhadas as conclusões referentes aos resultados obtidos, bem como as limitações e sugestões de estudos futuros.

2 A TEORIA DOS VALORES DE SCHWARTZ

A teoria dos valores (SCHWARTZ, 1992; SCHWARTZ; BILSKY, 1987; SCHWARTZ *et al*, 2012) foi influenciada principalmente pela proposta de Rokeach (1973), que apontou a existência de valores básicos hierarquicamente organizados que servem como guias do comportamento humano. Em consonância com o postulado por Rokeach (1973), Schwartz (1992) definiu os valores como critérios que as pessoas se baseiam para selecionar, justificar e avaliar as ações de si próprio e do outro. Desta forma, os valores não são considerados como qualidades inerentes a algo ou alguém (SCHWARTZ, 1992). O trabalho de Rokeach (1973) foi importante por apresentar uma teorização que diferenciava valores e atitudes, além de propor um dos primeiros instrumentos de avaliação axiológica (GALLEGO, 2014; GOUVEIA *et al*, 2011).

Em seguida, Schwartz e Bilsky (1987) propuseram uma nova abordagem com base na teoria de Rokeach (1973) definindo que: (a) os valores são crenças; (b) uma fonte motivacional na medida em que se relacionam com fins desejáveis e com formas de comportamento; (c) que transcendem situações e ações específicas; (d) são utilizados como critérios de avaliação; e (e) podem ordenar-se pela sua importância relativa em relação a outros valores para formar um sistema de prioridades.

As características descritas pelos autores seriam comuns a todos os valores. O que distingue um valor do outro é o tipo de objetivo ou motivação que o valor expressa (SCHWARTZ, 2005). Para os autores, os valores seriam traduzidos como representações cognitivas de três necessidades humanas universais, quais sejam: (1) O papel da humanidade como seres no mundo social, (2) os relacionamentos estabelecidos entre o individual e os grupos, buscando manter o equilíbrio entre a autonomia e a dependência e (3) a responsabilidade social que endereça as formas de encorajar indivíduos no respeito ao bem estar dos outros e o relacionamento com eles (GALLEGO, 2014; PAEZ; DE-JUANAS, 2105). As três necessidades básicas dariam origem a um espectro de valores que seriam comuns a todas as culturas em um *continuum* circular, situando próximos entre si aqueles que se relacionam, mas não significa que são congruentes (GALLEGO, 2014).

Gouveia *et al* (2001) ressalta que apesar de Schwartz ter realizado revisões e adaptações na estrutura da sua teoria dos valores básicos, ele manteve sua visão de que existe um conjunto de motivações universais que oriunda e organiza os diferentes valores nas variadas culturas. Referindo-se ao marco conceitual dos tipos motivacionais propostos por Schwartz inicialmente, foram identificados 10 tipos motivacionais (SCHWARTZ, 1992), depois, a teoria foi expandida e, atualmente, são relatados 19 tipos motivacionais (SCHWARTZ *et al*, 2012) que seriam

comuns a todos os indivíduos, independentemente de seu contexto cultural (TORRES; SCHWARTZ; NASCIMENTO, 2016). O Quadro 1 apresenta os 19 tipos de valores motivacionais juntamente com a sua definição, bem como as quatro dimensões ou os fatores superiores que as reúnem.

Quadro 1 - Dimensões ou Fatores Motivacionais e Tipos de Valores Motivacionais, segundo Schwartz *et al* (2012) e Torres, Schwartz e Nascimento (2016)

Dimensões ou Fatores Motivacionais	Tipo de Valor Motivacional	Definição
Abertura à mudança	Autodireção de pensamento	Liberdade para cultivar as próprias ideias.
	Autodireção de ação	Liberdade para determinar suas próprias ações.
	Estimulação	Excitação, novidade e mudança.
	Hedonismo	Prazer e senso pessoal de gratificação.
Autopromoção	Realização	Sucesso de acordo com as regras sociais.
	Poder de domínio	Poder por meio de exercer influência sobre as pessoas.
	Poder sobre recursos	Poder por meio de recursos materiais e pessoais.
	Face	Segurança e poder de manter sua imagem pública.
Conservação	Segurança Social	Segurança e estabilidade no meio social.
	Segurança Pessoal	Segurança e estabilidade no meio pessoal.
	Tradição	Manter e preservar tradições familiares, culturais ou religiosas
	Conformidade com regras	Observância de regras, leis e obrigações formais
	Conformidade interpessoal	Evitar prejudicar ou perturbar as outras pessoas.
	Humildade	Reconhecimento de sua insignificância frente um esquema maior
Autotranscendência	Benevolência: cuidado	Devoção ao bem estar do outro
	Benevolência: dependência	Ser um membro de confiança do grupo
	Universalismo: compromisso	Busca da igualdade e justiça para todos
	Universalismo: natureza	Preservação do meio ambiente
	Universalismo: tolerância	Aceitação e compreensão daqueles que são diferentes

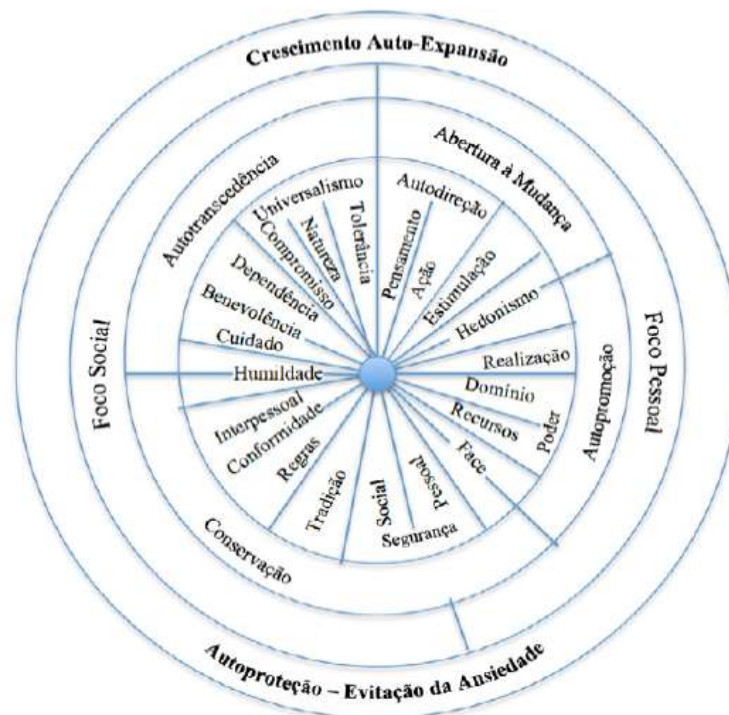
Fonte: Adaptado de Schwartz *et al* (2012) e Torres, Schwartz e Nascimento (2016).

Note-se que Face e Humildade podem compor o fator “Conservação”, mas Schwartz (2005) recomenda fazer uma análise da estrutura para determinar a localização em cada um desses valores. Destaca-se que tal recomendação foi observada no tratamento e na análise dos dados do estudo aqui apresentado, adiante.

Os fatores motivacionais ainda são divididos em dimensões superiores opostas (SCHWARTZ *et al*, 2012), conforme apresentado no Quadro 1. A Conservação diz respeito à busca da permanência, do conhecido e seguro, enquanto a Abertura à Mudança diz de valores que movem o indivíduo a sair de sua zona de conforto rumo ao desenvolvimento pessoal e à busca de novos caminhos. Já a Autotranscendência induz o sujeito a pensar no outro, preocupar-se com questões que envolvem a natureza e o bem estar coletivo e, no outro extremo, tem-se a dimensão da Autopromoção que direciona as ações em favor próprio, tendo como meta a

satisfação dos interesses pessoais (SCHWARTZ *et al*, 2012). A representação mais recente, do estudo de Torres, Schwartz e Nascimento (2016), inclui dois círculos mais externos que também propõem oposições, classificando as motivações de foco pessoal (Abertura à mudança e Autopromoção) e social (Conservação e Autotranscendência) e, nos últimos limites, o crescimento voltado à auto-expansão em contraposição à autoproteção como mecanismo de evitação de ansiedade e ameaças. O modelo completo é apresentado na Figura 1.

Figura 1 - O círculo motivacional dos valores de acordo com a teoria de valores básicos refinada



Fonte: Torres, Schwartz e Nascimento (2016, p. 343).

Importante lembrar que, em 1992, Schwartz propôs alterações na teoria e criou um instrumento de avaliação, o *Schwartz Value Survey* (SVS), na tentativa de identificar os tipos motivacionais de valores em mais de 20 países de diferentes culturas. No entanto, foram identificadas dificuldades para sua aplicação, principalmente para populações de baixo nível educacional e crianças, devido ao grau de abstração das afirmativas (SCHWARTZ, 2005). Com isso, em 2012, foi elaborado um novo questionário, o *Portrait Value Questionnaire* (PVQ), o qual foi adaptado por Torres, Schwartz e Nascimento (2016) ao público brasileiro, resultando em uma ferramenta com 57 itens que perpassam os 19 tipos motivacionais, sendo apresentado como *PVQ-R*, que representou um refinamento da teoria de valores.

O modelo dos valores humanos básicos teve repercussão em estudos realizados no mundo todo com diversos representantes no Brasil (GOUVEIA *et al*, 2001; GOUVEIA *et al*, 2011; PORTO; FERREIRA, 2016; TAMAYO, PORTO, 2009; TAMAYO; SCHWARTZ, 1993; TORRES *et al*, 2015; TORRES; SCHWARTZ; NASCIMENTO, 2016). A teoria desenvolvida por Schwartz (1992) e revisada no contexto brasileiro por Tamayo e Porto (2009) deu origem ainda a outros desdobramentos, principalmente com aplicações no contexto do trabalho. As teorias dos valores do trabalho e dos valores organizacionais, desenvolvidas por Tamayo e colaboradores (PORTO, TAMAYO, 2003, 2008; TAMAYO, 2005; TAMAYO; PORTO, 2009), mostram a abrangência da teoria aplicada especificamente ao campo das organizações.

Um levantamento realizado dos artigos publicados no Brasil, nos repositórios digitais Spell e Portal Capes, nos últimos cinco anos, mostram como os valores humanos e, especial, os valores do trabalho e organizacionais têm sido frequentemente levantados, com aplicações em públicos diversos, como setores públicos - servidores do atendimento à sociedade na Justiça Federal (FERREIRA *et al*, 2020), representantes dos conselhos municipais de assistência social (ALMEIDA; CARVALHO, 2017), colaboradores de um hospital público de ensino (BRAGA *et al*, 2017) – e empregados do setor privado - funcionárias de multinacional (BRANDÃO; FERRAZ; LIMA, 2015), funcionários de *call center* (PAIVA; DUTRA, 2017) -, bem como ambos, ou seja, trabalhadores de organizações privadas e públicas (PORTO; FERREIRA, 2016). Os artigos de Paiva (2013) e Paiva, Fujihara e Reis (2017), que relacionam valores do trabalho e valores organizacionais identificados junto a jovens aprendizes, foram os únicos estudos que tratam essas questões com o público foco deste artigo, reforçando a necessidade de desenvolver estudos para esse grupo peculiar. No entanto, no que diz respeito à temática de valores humanos, base comum dos valores aplicados, não apenas ao contexto do trabalho, mas à vida como um todo, não foram identificados artigos que remontam a esse público.

No próximo tópico, será explicitada a metodologia empregada na pesquisa apresentada neste artigo.

3 METODOLOGIA

Para atingir o objetivo de analisar como se encontram configurados os Valores Humanos, na perspectiva de Schwartz *et al* (2012), de jovens trabalhadores alocados em uma empresa pública brasileira atuante em todo território nacional, realizou-se uma pesquisa descritiva, de abordagem quantitativa (GIL, 2008). Trata-se ainda de um *survey* (BABBIE, 2001). As unidades de observação foram jovens trabalhadores contratados como aprendizes em uma empresa pública federal com unidades em todo território brasileiro.

De um total de cerca de 4.000 jovens, a amostra mínima necessária para o nível de significância de 95% e margem de erro de 5%, era de 351 respondentes. O número total de questionários coletados foi de 2.185, que após análise de *missing data* e *outliers*, obteve-se uma amostra final válida de 1.983 questionários. O convite para participação na pesquisa foi disparado pelo *email* da organização, permitindo ao jovem escolher voluntariamente sua participação, caracterizando, portanto, uma amostra por conveniência (GIL, 2008).

O questionário foi hospedado em uma plataforma digital, para a qual o participante era direcionado por meio de um *link* presente na mensagem-convite. O questionário era composto por três partes: a primeira continha informações gerais sobre a pesquisa e o termo de consentimento livre e esclarecido, no qual, ao final da leitura, o participante tinha a possibilidade de marcar sua concordância (que o direcionava para acessar o restante do questionário) ou sua recusa (que encerrava automaticamente a sua participação). Foi explicitada a não-obrigatoriedade da participação e garantido o sigilo das informações prestadas.

A segunda parte constava perguntas para caracterização demográfica dos respondentes e a terceira e última parte, a reprodução do *Portrait Values Questionnaire (PVQ-R)* – em sua versão refinada, de Schwartz *et al* (2012), traduzida e validada para o Brasil por Torres, Schwartz e Nascimento (2016). O questionário é composto por 57 afirmativas, para as quais o respondente deveria avaliar seu nível de identificação utilizando, para isso, uma escala tipo Likert de 6 pontos, variando entre “1- não parece em nada comigo a 6- Parece muito comigo”. Cada conjunto de itens remete a um dos quatro construtos de segunda ordem (Abertura a mudança, Autopromoção, Conservação e Autotranscendência) e aos 19 tipos motivacionais descritos na teoria (3 itens para cada tipo). Os dados foram organizados com auxílio do *Excel* (Microsoft 365) e para as análises foi utilizado o *SPSS (Statistical Program for Social Sciences, v. 22)*.

Para a análise dos dados foi empregada técnicas de estatística uni e multivariada. Os dados demográficos foram analisados aplicando-se técnicas que visavam descrever as variáveis por meio de medidas de tendência central e frequências. Para a identificação dos tipos motivacionais, foi realizada a análise fatorial exploratória (AFE). A escolha do método justifica-se pela necessidade de comparar a matriz original da teoria dos valores e a matriz identificada nos jovens trabalhadores, verificando se há correspondência entre os quatro tipos e os 19 tipos motivacionais descritos na teoria. Para extração dos dados, foi utilizado o modelo de componentes principais e rotação oblíqua VARIMAX, com definição prévia dos quatro fatores a serem extraídos. A pré-determinação do número de fatores segue orientação de Tamayo e Porto (2009) que recomenda a exploração separada para cada um dos fatores de segunda ordem.

Quanto aos critérios utilizados, o KMO foi considerado válido para valores acima de 0,7 e o teste de esfericidade de Bartlett significativo para p-valor abaixo de 0,05. As cargas fatoriais na matriz rotativa foram consideradas para valores acima de 0,40, conforme Hair *et al* (2009). O Alpha de Cronbach foi calculado como medida de confiabilidade. Como forma de verificação da pertinência da estrutura, a amostra total (1.983 participantes) foi dividida em duas partes, com casos selecionados aleatoriamente, correspondendo a aproximadamente 50% da amostra total. Mesmo com a divisão, o tamanho mínimo da amostra, conforme explicita Hair *et al* (2009), de pelo menos 5 observações para cada variável foi atendido. Os resultados foram comparados para as duas subamostras, denominadas Amostra 1 e Amostra 2.

Para análise da normalidade, foi empregado o teste de *Kolgomorv-Smirnov* a qual foi constatada a não-normalidade dos dados, fato comum em pesquisas dessa natureza.

4 RESULTADOS

4.1 Perfil dos pesquisados

A amostra total obtida para a pesquisa foi de 1.983 participantes, sendo predominantemente do sexo feminino (53,7%), com menos de 17 anos (82,6%), solteiros (97,5%) e com ensino médio incompleto (79,1%). Esse último dado pode ser explicado pela faixa etária e pela obrigatoriedade dos jovens trabalhadores que ainda não concluíram o ensino médio de frequentarem as aulas para o tipo de contratação, no caso, programa jovem aprendiz (BRASIL, 2000, 2018). Além disso, 47,6% se declararam pardos e 0,8% apresentam alguma deficiência física ou mental.

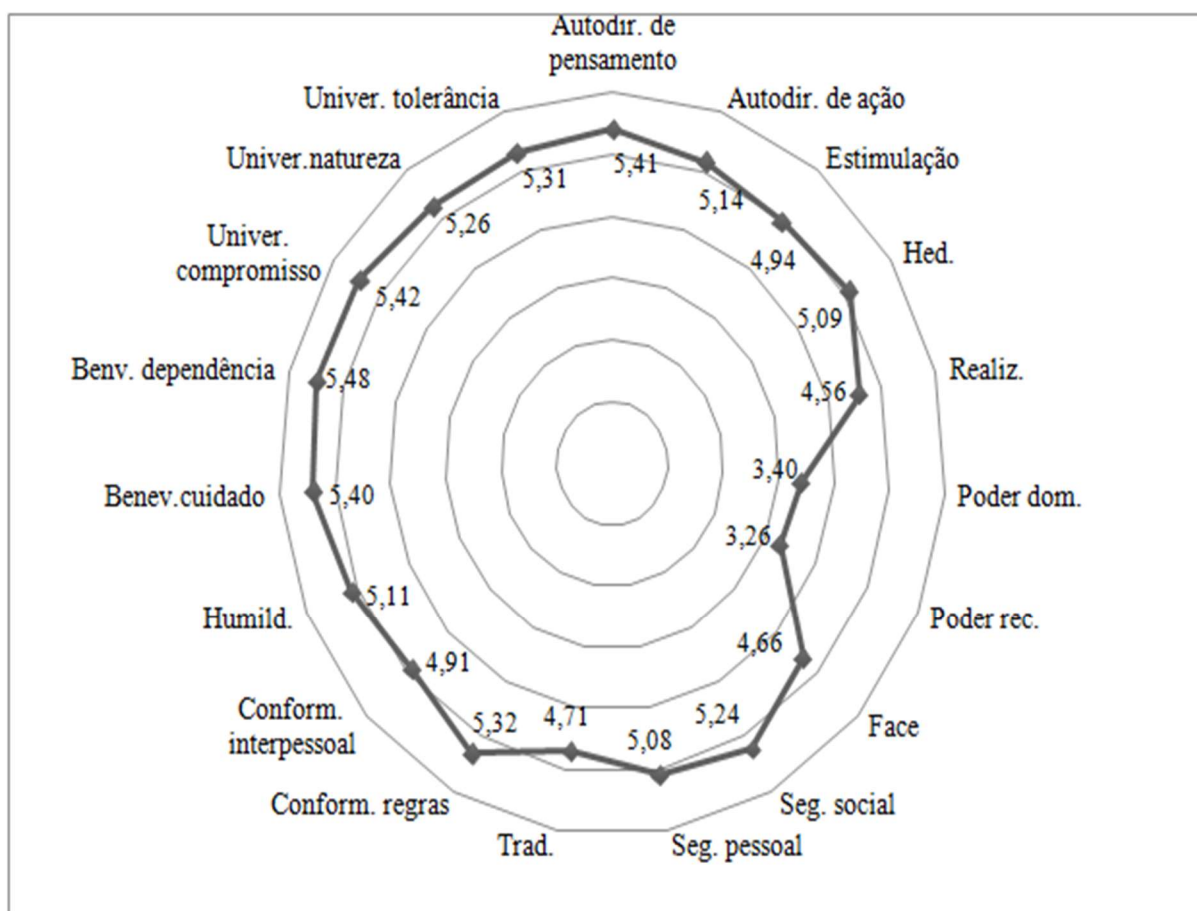
Em relação ao tempo de trabalho, 74,9% trabalha entre 6 meses e 1 ano no total e 89,3% trabalha na empresa atual pelo mesmo período de tempo, o que permite concluir que, para grande parte desses jovens, a experiência atual é a primeira de suas carreiras. A maior parte dos respondentes está localizada na região Sudeste (66,4%). Entre os Estados com o maior número de participantes está São Paulo (44,8%) e Minas Gerais (13,5%).

Sobre a renda desses jovens, a maioria recebe bolsa ou auxílio no valor médio de até 1/2 salário mínimo (78,4%), aproximadamente 500 reais à época da coleta (2019). A renda familiar total girava entre 1 e 2 salários mínimos para 44,4% dos respondentes, sendo residentes no mesmo domicílio entre quatro (33,0%) e cinco (21,7%) pessoas. Assim como ressaltam Franco *et al* (2017), Oliveira (2011) e Paiva, Lara e Pereira (2019), trata-se de jovens que precisam trabalhar não apenas visando a aquisição de habilidades e comportamentos que possam influir positivamente na sua empregabilidade futura, mas também pela necessidade de compor a renda familiar. Outra característica dessas famílias é a escolaridade dos pais, sendo o ensino médio completo o grau mais elevado de escolarização para pais (29,8%) e mães (39,0%) dos pesquisados. Em relação à satisfação com a empresa, a maioria dos jovens (42,9%) se encontra muito satisfeita, revelando uma relação positiva com a organização.

4.2 Os 19 tipos motivacionais, segundo os pesquisados

Tendo em vista a análise do *PVQ-R*, as médias para cada um dos quatro fatores de segunda ordem e para os 19 tipos motivacionais revelou maiores pontuações para a Autotranscendência (média= 5,37) e menor para a dimensão Autopromoção (média=3,97) e um maior nível de concordância com o tipo motivacional “Benevolência - dependência” (média = 5,78) e menor com o tipo motivacional “Poder sobre recursos” (média=3,26). As médias obtidas para os 19 tipos motivacionais podem ser observadas no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Distribuição das médias para 19 tipos motivacionais, segundo os jovens respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Tais resultados podem ser explicados pelo momento de vida desses jovens trabalhadores, que apresentam uma preocupação genuína com o relacionamento com outros, buscando estabelecer vínculos de confiança. A valorização das amizades e das pessoas é apontada como importante para os jovens no momento de construção de sua identidade como indivíduo e trabalhador (ROCHA, 2016). Esse resultado vai ao encontro do que foi apontado por Schwartz (2005), o qual afirma que os jovens teriam maior preferência pelos valores ligados à autotranscendência, mas, no que tange à autopromoção, os dados divergem do autor. A autopromoção, principalmente relacionada ao poder sobre recursos podem ser limitadas pela falta de condições econômicas, podendo ser atribuída ainda a uma fase de transição na qual os valores ligados ao coletivo ainda possuem peso maior nas atitudes desses jovens, o que explicaria tal disparidade. Schwartz (2005) ressalta que os valores ligados à autopromoção tenderiam a aumentar de importância à medida que os jovens atingem a idade adulta,

principalmente pela construção da carreira, o casamento e outros desafios típicos dessa fase de vida, o que pode não ter ocorrido ainda com a maioria dos respondentes, uma vez que 82,6% estavam na faixa etária menor que 17 anos e 97,5% eram solteiros.

4.3 Análise fatorial exploratória dos valores dos pesquisados

Conforme explicitado na metodologia, a amostra total obtida foi dividida em duas partes, sendo a primeira amostra (Amostra 1) composta por 1.010 casos e a segunda (Amostra 2) por 972 casos. Os casos que compõem os dois grupos foram selecionados aleatoriamente, com auxílio do SPSS. Parte das características demográficas dos grupos formados pode ser observada na Tabela 1, indicando similaridades de ambos quanto à amostra total.

Tabela 1 - Dados demográficos das Amostras 1 e 2

Dados		Amostras		Amostra 2	
		Amostra 1		Amostra 2	
		n	%	n	%
Sexo	Feminino	563	55,7	524	53,9
	Masculino	447	44,3	448	46,1
Idade	Igual ou menos de 17 anos	830	82,2	816	84,0
	18 a 24 anos	180	17,8	156	16,0
Região	Centro-Oeste	114	11,3	97	10,0
	Nordeste	98	9,7	92	9,5
	Norte	24	2,4	24	2,5
	Sudeste	663	65,6	647	66,6
	Sul	111	11,0	112	11,5
Total		1010	100,0	972	100,0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os dados das duas subamostras foram rodados, utilizando o método de análise fatorial exploratória. Em ambas as amostras, os valores obtidos para o KMO (Amostra 1 = 0,947 e Amostra 2 = 0,942) e teste de esfericidade de Bartlett (Amostra 1 = sig.0,00 e Amostra 2 = sig. 0,00) demonstraram a adequabilidade das amostras para continuidade das análises. A extração dos fatores foi previamente selecionada em quatro fatores, ou seja, critério *a priori* (HAIR *et al*, 2009). Segundo Tamayo e Porto (2009), a tentativa de analisar cada um dos 19 tipos seria infrutífera, uma vez que são compostas por poucas variáveis (3 itens) e cada um possui uma explicação teórica que o distingue dos demais, o que ocultaria as oposições teóricas existentes entre os construtos.

A variância extraída para cada uma das amostras ficou em 46,79% para a primeira amostra e 46,20% para segunda amostra. A matriz fatorial revelou a existência de itens com carga cruzada, que após a rotação, esses cruzamentos foram eliminados. Em ambas as amostras, o item HE3 (Hedonismo) não apresentou carga significativa na matriz fatorial, comunalidade abaixo de 0,3 e Alpha de Cronbach abaixo de 0,3. Portanto, ele foi eliminado, reduzindo-se o número de itens de 57 para 56 itens. Essa eliminação chama atenção por tratar-se de um item relacionado à dimensão do prazer, falando diretamente sobre a necessidade de se divertir (“*É importante para ele/ela aproveitar qualquer oportunidade para se divertir*”), o que seria esperado ter significativa importância para o perfil de público estudado. Porém, tendo em vista certas especificidades dos pesquisados, por trabalharem e estudarem concomitantemente, e conforme expõe a literatura (SPOSITO; SOUZA; SILVA, 2018), esse achado pode refletir uma dificuldade real na rotina desses jovens. Tal fato diverge do encontrado por García, Barbero e Munõz (2017) que, ao pesquisarem adolescentes de 12 a 18 anos, descobriram que estes possuem uma clara preferência pelo valor do hedonismo.

Na Tabela 2, é possível verificar que a distribuição dos itens, e consequentemente dos tipos motivacionais, é compatível com o proposto pela teoria, isto é, os 19 tipos motivacionais ficaram alocados dentro dos fatores esperados. Houve deslocamento de apenas um item HUM 2 (“*É importante para ele/ela ser humilde*”), referente ao tipo motivacional Humildade, o qual esperava-se aparecer junto com os demais no fator Conservação, no entanto, apresentou-se em Autotranscendência, indicando uma interpretação particular desse grupo acerca da humildade ou do “ser humilde” como algo benéfico na relação com os demais. Esse achado pode ter sido influenciado ainda pelo fato de os jovens trabalhadores ocuparem cargos inferiores na hierarquia com controle direto das chefias, estando sujeitos a obedecer às ordens e não tendo voz ativa nos processos decisórios (FRANCO; MAGALHÃES; PAIVA, 2017; PAIVA; LARA; PEREIRA, 2019). No entanto, é relatado por Schwartz (2005) a possibilidade de migração dos tipos Humildade e Face para diferentes fatores, como apontado anteriormente, sendo recomendada a análise para cada caso; em parte, foi o que aconteceu neste estudo, ensejando aprofundamentos futuros.

Tabela 2 - Matriz fatorial rotacionada para as duas amostras (N₁=1010 e N₂=972)

Itens	Fatores Amostras		Autotranscendência		Abertura à Mudança		Autopromoção	
	1	2	1	2	1	2	1	2
COI1	,564	,614						
COI2	,764	,778						
COI3	,756	,781						
COR1	,616	,649						
COR2	,612	,609						
COR3	,654	,679						
HUM1	,487	,506						
HUM3	,496	,439						
SEP1	,424	,495						
SEP2	,488	,482						
SEP3	,714	,743						
SES1	,529	,515						
SES2	,570	,511						
SES3	,514	,495						
TR1	,640	,640						
TR2	,531	,506						
TR3	,632	,613						
BEC1			,717	,749				
BEC2			,673	,683				
BEC3			,668	,675				
BED1			,648	,670				
BED2			,765	,728				
BED3			,674	,703				
HUM2			,582	,637				
UNC1			,554	,608				
UNC2			,570	,531				
UNC3			,605	,552				
UNN1			,466	,517				
UNN2			,450	,481				
UNN3			,506	,542				
UNT1			,495	,512				
UNT2			,627	,616				
UNT3			,508	,549				

HE1					,488	,409		
HE2					,553	,548		
SDA1					,717	,727		
SDA2					,676	,650		
SDA3					,670	,658		
SDT1					,715	,682		
SDT2					,563	,508		
SDT3					,602	,574		
ST1					,646	,639		
ST2					,468	,454		
ST3					,594	,569		
AC1							,491	,475
AC2							,513	,484
AC3							,527	,525
FAC1							,504	,497
FAC2							,463	,448
FAC3							,427	,464
POD1							,720	,700
POD2							,772	,762
POD3							,738	,726
POR1							,809	,806
POR2							,565	,572
POR3							,795	,785
Total de itens		17		16		11		12

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Sublinha-se que os Alphas de Cronbach obtiveram índices de 0,940 para a primeira amostra e 0,936 para a segunda amostra, denotando a adequação da escala geral.

Assim sendo, os resultados confirmam evidências de validade do questionário para o público estudado, sendo, portanto, indicada sua utilização nessa faixa etária. É importante salientar que estudos nacionais e internacionais com outros públicos também confirmaram a validade do questionário *PVQ* em sua versão refinada (GIMÉNEZ; TAMAJÓN, 2019; MCQUILKIN *et al*, 2016; STIEGER; LEWETZ, 2016; TORRES; SCHWARTZ; NASCIMENTO, 2016).

5 CONCLUSÕES

O estudo dos Valores Humanos é relevante para as organizações pois os indivíduos utilizam os valores como referências para o seu comportamento. Ao realizar o estudo tendo como público os jovens trabalhadores, cumpre-se a dupla finalidade de contribuir para o conhecimento sobre a validade do modelo de Valores Humanos de Schwartz *et al* (2012) e para esse público peculiar, tendo sido encontradas evidências de validade do questionário *PVQ* em sua versão refinada. Para isso, a amostra total obtida por meio da participação de jovens de todo Brasil foi dividida em duas partes aleatoriamente alocadas, permitindo a comparação entre as configurações do modelo para cada uma das amostras.

Os resultados mostraram indicativos de validade do questionário para as duas amostras, dando suporte à teoria e sendo, portanto, indicada sua aplicação ao público pesquisado. A configuração obtida para os fatores de segunda ordem (Autopromoção, Conservação, Autotranscendência e Abertura à Mudança) mostraram coincidir quase integralmente com o proposto na teoria, sendo a exceção o deslocamento de um item referente ao valor Humildade do fator Conservação para Autotranscendência, indicando que os jovens pesquisados

relacionam o “ser humilde” com uma dimensão do relacionamento com os demais. No entanto, Schwartz (2005) já havia alertado para a possibilidade de migração desse fator e para a necessidade de verificação da estrutura em cada caso investigado. Essa migração demanda uma melhor definição do construto, fato com o qual este estudo também contribuiu, no caso específico de jovens trabalhadores.

Outro resultado importante é a supressão de um item do valor Hedonismo, que trata diretamente da necessidade de divertir-se. Considerando o contexto de limitação, principalmente de ordem financeira, tal item pode abranger uma dificuldade real no cotidiano desses jovens, envolvidos simultaneamente em uma rotina de trabalho e de estudos na qual o tempo para divertir-se parece reduzido e não priorizado.

Apesar de o resultado global ter aderência ao modelo preconizado por Schwartz *et al* (2012), é preciso atentar para limitações desta pesquisa. Ainda que o retorno dos questionários tenha sido expressivo, com participantes provenientes de todas as regiões do país, trata-se de jovens alocados em uma única empresa que guarda semelhanças no modo de atuação. Logo, as possibilidades de generalização dos dados são limitadas tendo em vista, ainda, o fato de a amostra ser não-aleatória. A divisão em dois grupos é colocada na literatura como uma possibilidade válida para testar a adequação de uma estrutura, mas, sugere-se a reaplicação do questionário a jovens alocados em outras empresas e contextos diferentes, possibilitando a comparação e, daí, rumar para uma consolidação do mesmo junto ao público focalizado. Esse esforço foi empreendido por Schwartz (2005) e por Torres, Schwartz e Nascimento (2016), ao reunirem estudos em diferentes países e culturas, o que poderia ser replicado no caso dos jovens trabalhadores. Outro ponto são as limitações da própria técnica de AFE, que conseguiu identificar as dimensões, mas, não é capaz de reproduzir integralmente a dinâmica existente entre os fatores (TAMAYO; PORTO, 2009), sendo indicada também a aplicação de outras técnicas, como o escalonamento multidimensional (MDS) sugerido por Torres, Schwartz e Nascimento (2016).

Por fim, a teoria dos valores mostrou evidências de ser aplicável a esse público. Como futuros trabalhadores, os estudos referentes aos jovens trabalhadores têm importância e no caso dos valores humanos, revelam os guias que serão levados em conta nos comportamentos e atitudes atuais e futuras.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, C. C. A.; CARVALHO, V. D. Valores Humanos e Assistência Social[...]. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 130-153, abril de 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712016>. Acesso em 07 de maio de 2020.
- ANDRADE, T. *et al.* Valores relativos ao trabalho e âncoras de carreira [...]. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, v. 11, n. 1, p. 24-47, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1983-4535>. Acesso em: 07 maio 2020.
- BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001.
- BAJOIT, G.; FRANSSEN, A. O trabalho, busca de sentido. In: FÁVERO, O.; SPÓSITO, M. P.; CARRANO, P.; NOVAES, R.R. (orgs.). **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEC, 2007. p. 93-124.
- BRAGA, L. T. *et al.* Valores Organizacionais: Preditores do Bem-Estar no Trabalho? **Gestão & Regionalidade**, v. 33, n. 99, p. 170-187, 2017. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos>. Acesso em 10 de maio 2019.
- BRANDÃO, R. A.; FERRAZ, S. B.; LIMA, T. C. B. Mulheres e Valores do Trabalho [...]. **Revista Organizações em Contexto**, v. 11, n. 22, p. 487-514, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756>. Acesso em 06 de maio de 2020.

- BRASIL. [Lei nº 10.097, de 2000]. **Altera dispositivos da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943.** [2000]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/110097.htm. Acesso em 06 de maio de 2020.
- BRASIL. [Decreto nº 9.579, de 2018]. **Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz...** [2018]. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/decreto-9579-2018.htm>. Acesso em 06 de maio de 2020.
- CÂMARA, J. R. S.; PEREIRA-GUIZZO, C. S. Valores relacionados ao trabalho e valores organizacionais [...]. **Estud. psicol.**, v. 32, n. 2, p. 259-268, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0103>. Acesso em 06 de maio de 2020.
- CAMARANO, A. M. (org.). **Transição para a vida adulta ou vida adulta em transição?** Rio Janeiro: IPEA, 2006. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5504. Acessado em 05 de maio de 2020.
- COSTA, V. F. *et al.* Comportamento de Cidadania Organizacional [...]. **Revista de Gestão**, v. 24, n. 4, p. 304-315, 2017. Disponível em <https://doi.org/>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- FERREIRA, S. D. *et al.* Valores e Satisfação no Trabalho dos Servidores Públicos [...]. **Gestão e Sociedade**, v. 14, n. 38, p. 3608-3631, 2020. Disponível em: <https://www.gestaoe.org.br>. Acesso em 02 maio 2020.
- FRANCO, D. S.; MAGALHÃES, A. F.; PAIVA, K. C. M. Ações do Imaginário Organizacional Moderno na Subjetividade de Jovens Aprendizes [...]. **Competência - Revista da Educação Superior Do Senac-RS**, v. 10, p. 11-30, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.24936/2177-4986.v10n1.2017.496>. Acesso em 02 maio 2020.
- FRANCO, D. S. *et al.* Entre a inserção e a inclusão de minorias nas organizações[...]. **E&G Economia e Gestão**, v. 17, n. 48, p. 43-61, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5752>. Acesso em 07 maio 2020.
- GALLEGO, J. P. Teorías de valor: modelos e implicaciones educativas. **Revista de Psicología y Educación**, n.9, v.1, p. 129-149, 2014. Disponível em: <http://www.revistadepsicologiayeducacion.es/pdf/105.pdf>. Acesso em 07 maio 2020.
- GARCÍA, V. A.; BARBERO, F. L.; MUNÓZ, R.C. Evaluación de la jerarquía de los valores humanos de Schwartz en la adolescencia [...]. **Revista Bras. de Educ.** v.22, n.68, p.123-146, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIMÉNEZ, A. C.; TAMAJÓN, L.G. Análise da estruturação de terceira ordem da teoria dos valores humanos básicos de Shalom Schwartz. **Heliyon**, v. 5, n. 6, p. 1-7, 2019. Disponível em: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2405844018372773?token=75243B066DFB4404202FFAE9CB0B442ECF3EBEAE76093B957D53A7367B9B28BC2F8205F3D7B4BC7291D47D7F079B6F1>. Acesso em 07 maio 2020.
- GOUVEIA, V. V. Teoria funcionalista dos valores humanos. In: TEIXEIRA, M. L. M. (ed.). **Valores humanos e gestão: novas perspectivas**. São Paulo: Senac, 2008. p. 47-80.
- GOUVEIA, V. V. *et al.* A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos [...]. **Estud. psicol.**, v. 6, n. 2, p. 133-142, 2001. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2001000200002>. Acesso em 07 maio 2020.
- GOUVEIA, V. V. *et al.* Os Valores Humanos no Contexto da Avaliação Educacional. **Examen: Política, Gestão e Avaliação da Educação**, v. 3, n. 3, p. 38-65, 2019. Disponível em: <https://examen.emnuvens.org.br>. Acesso em 07 de maio de 2020.
- GOUVEIA, V. V. *et al.* Valores humanos: contribuições e perspectivas teóricas. In: TORRES, C. V.; NEIVA, E. R. (Eds.). **Psicologia social: Principais temas e vertentes**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2011. p. 298-313.

- HAIR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de Indicadores Sociais, 2016**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101629.pdf>. Acesso em: 20 novembro de 2018.
- JULIÃO, E.; NASCIMENTO-SANTOS, J.; PAIVA, K. C. M. Relações entre Práticas de Espiritualidade e Valores Organizacionais [...]. **Revista Ciências Administrativas**, v. 23, n. 2, p. 351-366, 2017. Disponível em <http://www.spell.org.br>. Acesso em 10 de maio de 2020.
- MCQUILKIN, J et al. An Icelandic translation and validation of the revised 19-value [...]. **Personality and Individual Differences**, v. 101, p. 428-434, 2016. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.06.050>. Acesso em 05 de maio 2019.
- OIT – ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Global Employment**, 2017. Disponível em: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_598669.pdf. Acesso em: 26 de setembro de 2018.
- OLIVEIRA, S. R. Ponto de Partida: a juventude e o ingresso no mercado de trabalho. In: FERRAZ, D.L.S.; OLTRAMARI, A.P., PONCHIROLI, O. (org.). **Gestão de pessoas e relações de trabalho**. São Paulo: Atlas, 2011, p. 89- 112.
- PAEZ, J.; DE-JUANAS; A. Validation of “Schwartz Values Scale” for Spanish adolescents population. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, n. 165, p. 195-201, 2015. Disponível em <https://www.sciencedirect.com>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- PAIVA, K. C. M. Valores organizacionais e do trabalho: um estudo com jovens trabalhadores brasileiros. **Tourism & Management Studies**, v. 9, n. 2, p. 100-106, 2013. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?> Acesso em 11 maio 2020.
- PAIVA, K. C. M.; DUTRA, M. R. S. Valores Organizacionais e Valores do Trabalho: Um Estudo com Operadores de Call Center. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. 1, p. 40-62, 2017. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1679-395153725>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- PAIVA, K. C. M.; LARA, S. M.; PEREIRA, J. Justice, Pleasure And Suffering Of Young Brazilian Workers. In: EURAM 2019 Conference - European Academy of Management, XIX, 2019. **Anais ...** Lisboa, Portugal, 2019.
- PAIVA, K. C. M.; FUJIHARA, R. K.; REIS, J. F. Valores Organizacionais, Valores do Trabalho e Atitudes Retaliatórias [...]. **Teoria e Prática em Administração**, v. 7, n. 1, art. 54, p. 54-78, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/2238-104X2017v7i1-32783>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- PAIVA, K. C. M.; SOUZA, C. M. O. Time perception: A study of young Brazilian workers. **Tourism & Management Studies**, v. 12, n. 1, p. 203-210, 2016. Disponível <http://dx.doi.org/10.18089>. Acesso em 07 maio 2020.
- PORTO, J. B.; FERREIRA, M. C. Uma Escala de Valores Organizacionais [...]. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 32, n. spe, p. 1-10, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Escala de valores relacionados ao trabalho: EVT. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 19, n. 2, p. 145-152, 2003. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722003000200006>. Acesso em 07 de maio de 2020.
- PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Valores do trabalho. In: SIQUEIRA M. M. M. (Org.). **Medidas do comportamento organizacional**. Porto Alegre: Artmed, 2008. p. 295-307.
- REGUILLO, R. Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión. In: FÁVERO, O.; SPÓSITO, M. P.; CARRANO, P.; NOVAES, R. R. (orgs.). **Juventude e Contemporaneidade**. Brasília: UNESCO, MEC, ANPEC, 2007. p. 47-72.
- RIBEIRO, L. F. P; OLIVEIRA, A. F. Influência da confiança e valores sobre engajamento de servidores públicos. **R. Laborativa**, v. 9, n. 1, p. 05-29, abr./2020. Disponível em: <http://ojs.unesp.br/index.php/rlaborativa>. Acesso em 28 de abril de 2020.

- ROCHA, M. S. **Vestindo a camisa?** Dimensões do comprometimento organizacional em jovens trabalhadores. 2016. 128f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.
- ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.
- SCHWARTZ, S. H. Universals in the Content and Structure of Values [...]. **Advances in experimental social psychology**, v.25, p. 1-65, 1992. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article> . Acesso em 20 de abril de 2020.
- SCHWARTZ, S. H. Validade e aplicabilidade da Teoria de Valores. In: TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (orgs). **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005. p. 56-93.
- SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, p. 550-562, 1987. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1988-01444-001>. Acesso em 20 de abril de 2020.
- SCHWARTZ, S. H. *et al.* Refining the theory of basic individual values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 103, n.4, p. 663-688, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/a0029393>. Acesso em 05 maio 2019.
- STIEGER, S.; LEWETZ, D. Proximidade e personalidade pai-filho: valores humanos básicos [...]. **BMC Psychol**, v. 4, n. 26, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s40359-016-0132-5>. Acesso em 02 de abr. 2020.
- SPOSITO, M. P.; SOUZA, R.; SILVA, F. A. A pesquisa sobre jovens no Brasil: traçando novos desafios a partir de dados quantitativos. **Educ. Pesqui.**, v. 44, e170308, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590>. Acesso em 06 de maio 2020.
- TAMAYO, A. Teoria e medidas de valores. TAMAYO, A.; PORTO, J. B. (orgs). **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis: Vozes, 2005. p. 17-19.
- TAMAYO, A. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho [...]. **Revista de Administração**, v. 33, n. 3, p. 56-63, 1998. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/18167/valores-organizacionais--sua-relacao-com-satisfacao-no-trabalho--cidadania-organizacional-e-comprometimento-afetivo/i/pt-br>. Acesso em 29 de abril de 2020.
- TAMAYO, A.; PORTO, J. B. Validação do Questionário de Perfis de Valores (QPV) no Brasil. **Psic.: Teor. e Pesq.**, v. 25, n. 3, p. 369-376, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-37722009000300010>. Acesso em 07 de maio de 2020.
- TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S. H. Estrutura Motivacional Dos Valores Humanos. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, 1993, v.9, n. 2, p. 329-348, 1993. Disponível em: <https://periodicos.unb.br>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- TORRES, C. V. *et al.* A Meta-analysis of Basic Human Values in Brazil [...]. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 15, n. 1, p. 89-102, 2015. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v15n1/v15n1a09.pdf>. Acesso em 28 de abril de 2020.
- TORRES, C.; SCHWARTZ, S.; NASCIMENTO, T. A Teoria de Valores Refinada [...]. **Psicologia USP**, v. 27, n. 2, p. 341-356, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-656420150045>. Acesso em 11 de maio 2020.