



COOPERATIVISMO COMO OPORTUNIDADE NO MERCADO DE TRABALHO NA PERSPECTIVA DA GERAÇÃO Z¹

**Paulo Ricardo Kruger Junior², Fernando Goettems³, Airton Adelar Mueller⁴, Adriane
Fabricio⁵, Daniel Claudy⁶, Pedro Luís Büttendener⁷**

¹ Trabalho da disciplina de Dinâmicas Socioculturais do Desenvolvimento do Programa de Pós Graduação Stricto Sensu em Desenvolvimento Regional da Unijuí.

² Mestrando em Desenvolvimento Regional no Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Regional PPGDR/Unijuí. Bolsista Gratuidade Unijuí Parcial. Graduação em Administração na UFPEL. paulo.junior@sou.unijui.edu.br.

³ Mestrando em Desenvolvimento Regional no Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Regional PPGDR/Unijuí. Bolsista Prosc II/Capes. Graduação Jornalismo na Unijuí. fernando.goettems@sou.unijui.edu.br.

⁴ Doutor em Sociologia (FREIE UNIVERSITÄT BERLIN). Professor do PPGDR/Unijuí. airton.mueller@unijui.edu.br.

⁵ Doutora em Administração (UFMS). Professora do PPGDR/Unijuí. adriane.fabricio@unijui.edu.br.

⁶ Doutor em Desenvolvimento Regional (Unisc). Professor do PPGDR/Unijuí. daniel.silveira@unijui.edu.br

⁷ Pós-Doutor em Desenvolvimento e Políticas Públicas (UFFS), Doutor em Administração (UNAM e UFMS) Professor do PPGDR/Unijuí. Pesquisador PQ/CNPq e Pesquisador Gaúcho/FAPERGS. pedrolb@unijui.edu.br

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a inserção da Geração Z no Mercado de Trabalho no âmbito do cooperativismo. Utilizando-se como metodologia a Revisão de Literatura, aborda os conceitos de Mercado de Trabalho, Capital Social, Geração Z e o cooperativismo. No segundo momento são analisadas potencialidades do cooperativismo como alternativa aos sujeitos pertencentes a geração em questão serem inseridos na economia. A análise converge com nossos estudos no âmbito Programa de Pós-Graduação, Mestrado e Doutorado, em Desenvolvimento Regional da Unijuí, que relaciona as temáticas com o desenvolvimento regional. Estudos indicam que o cooperativismo, pela sua natureza, princípios e fundamentos de constituição e funcionamento, se apresenta como uma importante alternativa e estratégia para a melhor inserção de jovens no mercado de trabalho. Esta inserção, em especial da geração Z, podendo ser gerada na condição de funcionários, associados e empreendedores inovadores e cooperativos.

Palavras-chave: Capital Social. Economia. Desenvolvimento. Cooperativismo.

ABSTRACT

This article aims to analyze the insertion of Generation Z in the Labor Market. Using the Literature Review as a methodology, we address the concepts of the Labor Market, Social Capital and Generation Z. Secondly, we analyze the potential of cooperativism as an alternative for subjects belonging to the generation in question to be inserted into the economy. The analysis converges with our studies in the Discipline Sociocultural Dynamics of Development, from the Master's Program in Regional Development at Unijuí.

Keywords: Share capital. Economy. Development. Cooperativism.



INTRODUÇÃO

A Geração Z é classificada para nascidos em meados da década de 1990. São jovens que estão chegando ao mercado de trabalho e trazendo consigo a linguagem da internet. Nativos digitais, eles são apaixonados por redes sociais, desafiando, portanto, o mercado de trabalho. Isso porque as características deste grupo são muito distintas dos demais, começando pela referência ao seu nome: “Z” de zapear, o ato de ficar mudando de canal de televisão sem se atentar muito tempo ao mesmo conteúdo. Os indivíduos pertencentes a este recorte geracional dominam a linguagem da internet e das redes sociais, bem como realizam diversas tarefas ao mesmo tempo (Bublitz, 2012).

Dentro deste contexto, se encontra a problemática da inserção destes jovens no mercado de trabalho e na economia. Desta forma, o objetivo deste artigo, por meio de pesquisa bibliográfica, busca discutir as problemáticas relacionadas ao desenvolvimento regional tendo a inserção da Geração Z no mercado de trabalho como ponto de partida. A investigação nasce fruto de nossos estudos no Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Desenvolvimento Regional da Unijuí.

A análise apresenta como base as definições de Mercado de Trabalho e depois de Capital Social. Em um segundo momento o artigo define, a partir de diferentes olhares, as principais características da Geração Z e suas implicações sociais, tendo em vista para situar as problemáticas inerentes à inserção destes jovens na economia. Por fim, o estudo busca, nas bases do cooperativismo, a proposição de uma alternativa para que se discuta a entrada da Geração Z no mercado de trabalho, tendo em vista princípios desta prática. O artigo defende que o cooperativismo, principalmente pelos seus princípios de “Educação” e também “Compromisso com a Comunidade”, podem ser fatores geradores de interesse na Geração Z, constituindo-se como um atrativo e uma alternativa para a inserção desses jovens na economia. Porém, para avançar esta análise, identifica-se a necessidade de novos e aprofundados estudos sobre o tema.

METODOLOGIA

Os caminhos metodológicos são um conjunto de estratégias, sistemáticas e racionais, que oportunizam os pesquisadores alcançarem seus objetivos pelo caminho planejado (Marconi; Lakatos, 1996). Desta forma, a investigação sobre o Mercado de Trabalho, Geração



juros) que constituem custos de produção correspondem à renda necessária para a aquisição das mercadorias produzidas. Assim, a oferta cria sua própria demanda. De acordo com esta lei, não haveria superprodução geral e crise, mas desequilíbrios passageiros com flutuações econômicas de curto prazo se compensando naturalmente. Já o Keynesianismo anuncia o fim do *laissez-faire* e propõe a intervenção econômica do Estado, com o objetivo de conduzir a um regime de pleno emprego. A intervenção econômica do Estado se traduziu pelo estabelecimento de política econômica, por um conjunto de regras que afetam a economia nacional por meio de políticas financeira, monetária (ação sobre o crédito e o câmbio) e social (regulamentação de salários e de regimes de seguros) (Brunhoff, 1991).

Assim, para esse mesmo autor existe a noção ortodoxa de mercado de trabalho, que é a de equilíbrio entre a oferta e a demanda de um fator de produção para um preço denominado salário, em que o mercado de trabalho pode ser considerado um “termômetro” da economia, sendo que tanto nos períodos de desenvolvimento quanto nos de crise, ele sofre variações que são medidas, principalmente, pelo desemprego. Há uma convergência entre os teóricos da economia de que, por hipótese, existiria um “desemprego natural”, que pode ser justificado por efeito de mudanças das técnicas de produção, do deslocamento dos processos de trabalho para fora do país, ou mesmo por modificação de hábitos sociais. Os economistas ortodoxos chamam de desemprego voluntário e Keynes aponta que o desemprego involuntário é um sinal de crise (Brunhoff, 1991).

Desta forma, pode-se entender o mercado como um lugar de trocas instrumentais e de relações sociais em que há uma nova geração entrando neste cenário, querendo promover essas trocas e relações de um modo mais disruptivo que as gerações anteriores. Neste sentido, conforme Hermes (2017, p.39), a Geração Z é composta por: “nativos digitais e multifuncionais, acostumados a receber uma imensidão de informações e, conseqüentemente, vivem em um mundo de infinitas possibilidades. Por ser a mais nova geração no mercado de trabalho, ainda não se tem um “rótulo” tão bem definido sobre essa geração. O que se pode afirmar é que já nasceram, literalmente, conectados”. O ritmo das transformações que atualmente estão ocorrendo no mercado de trabalho está cada vez mais acelerado, este novo modelo acaba impactando o ambiente organizacional, cabendo ao gestor buscar formas de gerenciar as pessoas e conflitos gerados mediante este novo cenário (DALAPRIA; CAMARGO; DEGRAF; CALLEGARI, 2015).



estudo. O motivo, segundo os autores é que “a GenZ tem sido responsabilizada pelas outras gerações pela falta de comprometimento e impaciência na carreira”.

Essas características dificultam à Geração Z o ingresso ao mercado de trabalho, sendo uma grande parcela caracterizados como “nem-nem”, ou seja, aqueles que nem trabalham e nem estudam. De acordo com o Eurofound 2012, são jovens entre 15 e 24 anos de idade, desempregados ou inativos, assim como aqueles que se encontram fora do sistema educativo/formativo. Segundo Ramos (2024), jovens de 18 a 24 anos que não estudam nem trabalham poderiam ter contribuído com R\$ 46,3 bilhões no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil de 2022 se inseridos na economia, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Sendo assim, lidar com os inerentes conflitos geracionais pautados pelas características da Geração Z é um grande desafio aos agentes do Mercado de Trabalho como um todo, o que está conectado também com outras questões, as quais são analisadas na próxima seção deste artigo.

CAPITAL SOCIAL

O Capital Social é um conceito elaborado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. Reinterpretando os conceitos de capital de Karl Marx, este teórico observa a importância de interpretar a sociedade reconhecendo que há outras formas de capital para além do econômico, entre eles o Capital Social. E tal afirmação pode ser observada no seguinte trecho:

Social capital is the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance and recognition — or in other words, to membership in a group — which provides each of its members with the backing of the collectively owned capital, a “credential” which entitles them to credit, in the various senses of the word. These relationships may exist only in the practical state, in material and/or symbolic exchanges which help to maintain them. They may also be socially instituted and guaranteed by the application of a common name (the name of a family, a class, or a tribe or of a school, a party, etc.) and by a whole set of instituting acts designed simultaneously to form and inform those who undergo them; in this case, they are more or less really enacted and so maintained and reinforced, in exchanges. Being based on indissolubly material and symbolic exchanges, the establishment and



maintenance of which presuppose reacknowledgment of proximity, they are also partially irreducible to objective relations of proximity in physical (geographical) space or even in economic and social space. (Bourdieu, p. 21, 1986).

Segundo o autor, o volume de capital social que os sujeitos ou grupos podem acumular depende dos recursos econômicos, culturais e simbólicos de que disponibiliza e também de quem se relaciona. Isso significa dizer que o Capital Social não é completamente independente, ele depende de outras formas do capital para se constituir plenamente ou ser potencializado. “because the exchanges instituting mutual acknowledgment presuppose the reacknowledgment of a minimum of objective homogeneity, and because it exerts a multiplier effect on the capital he possesses in his own right” (Bourdieu, 1986, p. 21).

Portanto, observa-se que a rede de conexões e o capital (cultural, econômico e social) acessado não é um dado natural, mas sim uma construção social que está ligada à classe social a qual o sujeito está inserido. Lógica que se observa desde a primeira infância, na família. “It is the product of an endless effort at institution, of which institution rites - often wrongly described as rites of passage - mark the essential moments and which is necessary in order to produce and reproduce lasting, useful relationships that can secure material or symbolic profits” (Bourdieu, 1986, p. 21).

Os estudos sobre Capital Social também tiveram contribuições de outros autores, entre eles o americano Robert Putnam, que desenvolveu diversos estudos, um dos mais marcantes na Itália, observando diferenças regionais de desenvolvimento naquele país. Sendo assim, para Putnam (2000, p. 177), capital social “diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”. Ou seja, seria uma forma de recurso cooperativo, aos quais grupos se beneficiam em termos de estruturas mais democráticas.

Para Putnam (2006) o capital social é um recurso que está disponível para os membros de uma comunidade por meio de suas conexões sociais e redes, sendo que esses recursos podem incluir a reciprocidade, obrigações sociais, confiança mútua e padrões de comportamento colaborativo. Neste contexto, comunidades que possuem um maior capital social tendem a ter uma cooperação voluntária maior, pois existe uma preocupação dos indivíduos com a reputação e com o cumprimento de normas. Segundo Putnam (2006), incerteza quanto à reputação e o



Desta forma, ao falarmos da relação dos sujeitos pertencentes à Geração Z com o cooperativismo, é preciso tratar da constituição de espaços e canais de diálogo efetivos, que contribuam para o desenvolvimento deles dentro e fora da organização. Trata-se de uma comunicação de relações simétricas, proporcionando melhor contato e intercâmbio com os públicos beneficiados da cooperativa, uma vez que a estrutura organizacional de uma cooperativa permite uma relação mais participativa e dialógica” (Sousa, *et. al.* 2013).

Sendo assim, também implica analisar o contexto social em que se inserem os sujeitos envolvidos neste processo. Informação em grande volume e em tempo real proporcionadas pela velocidade de conexão com a internet, bem como inovações tecnológicas que acabam por transformar as relações sociais como um todo, estão entre algumas das características que tornam esse processo ainda mais desafiador. Por isso, nos utilizamos da visão do sociólogo Manuel Castells ao abordar a sociedade da informação:

Quanto mais complexos são os nossos sistemas de informação e mais interconexões temos com as bases de dados e as fontes de informação, mais os trabalhadores necessitam de utilizar esta capacidade de procurar e recombinar a informação. Isto requer uma educação adequada, não em termos de habilitações, mas sim em termos de capacidade criativa e recursos para evoluir com as mudanças organizativas e tecnológicas e com os novos conhecimentos. (Castells, 2015, p.65).

Nesta perspectiva, o cooperativismo moderno, conectado aos anseios da Geração Z e aos contextos sociais a que nos referimos anteriormente, pode ser um potente fator agregador e de entrada destes jovens na economia. Indício desta afirmação pode ser corroborada por estudo do sistema cooperativo Ailos, pertencente ao ramo do cooperativismo de crédito, que atua na região sul do país, com mais de 1 milhão de cooperados de acordo com informações institucionais do seu site. A pesquisa revela que cerca de 50% dos seus associados são pertencentes a Geração Z, revela notícia publicada no site MundoCoop.

Além disso, muitas cooperativas, ou sistemas cooperativos, vêm se preparando para assimilar melhor a entrada destes jovens no mercado de trabalho. Um exemplo é a Cresol, também do ramo crédito, com sede no Paraná e presença em 19 estados da federação. Em entrevista recente, também para o site MundoCoop, Alzimiro Thomé, Presidente da Cresol



Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

Forgiarini, D. I. Identidade cooperativista como vantagem competitiva. In: Griebeler, M. P. D.; et al. (org.). **Dicionário contemporâneo de cooperativismo**. Uruguaiana/RS: Ed. Conceito, 2022.

Franco, Augusto de. Porque precisamos de Desenvolvimento Local, Integrado e Sustentável. **Revista Século XXI**, número 3. Brasília: Instituto de Política, 2000.

Franco, Augusto de. **Capital social: leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Lévy**. Brasília: Instituto da Política, 2001.

Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Godoy, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 35, n. 2, p. 57–63, 1995. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/38183>. Acesso em: 09 maio, 2024.

Hermes, Laura. **Os principais desafios da gestão de pessoas frente às diferentes gerações do atual mercado de trabalho**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul. 2017.

Holyoake, George Jacob (1817 - 1906). **Os 28 Tecelões de Rochdale**. Porto Alegre: WS Editor, 2000 - 4ª ed.

Marconi, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração e interpretação de dados**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

Minayo, M.C.S. **O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde**. 2. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1994.

Mccrindle, M. **The ABC of the XYZ: understanding global generations**. Sydney: UNSW Press, 2011.

MundoCoop. **Mais da metade dos cooperados de sistema cooperativo faz parte das gerações Y e Z**. MundoCoop. Disponível em: <https://mundocoop.com.br/gestao-e-negocios/mais-da-metade-dos-cooperados-de-sistema-cooperativo-faz-parte-das-geracoes-y-e-z/>. Acesso em: 13 de junho de 2024.

MundoCoop. **“Entre nossas prioridades, está a de desenvolver diferentes frentes para integrar o jovem ao nosso ecossistema” – Alzimiro Thomé é Presidente da Cresol Instituto**. MundoCoop. Disponível em: <https://mundocoop.com.br/entrevista/entre-nossas-prioridades-esta-a-de-desenvolver-diferentes-frentes-para-integrar-o-jovem-ao-nosso-ecossistema-alzimiro-thome-e-presidente-da-cresol-instituto/>. Acesso em: 14 de junho de 2024.

