

UNIVERSIDADE ABERTA



UNIVERSIDADE
AbERTA
www.uab.pt

**Atitudes e crenças relacionadas ao sucesso em diferentes
gerações: Perspectivas intergeracional e intercultural**

Renata Borja Pereira Ferreira de Mello

**Departamento de Ciências Sociais e Gestão
Mestrado em Relações Interculturais**

Lisboa 2017

UNIVERSIDADE ABERTA



**Atitudes e crenças relacionadas ao sucesso em diferentes
gerações: Perspectivas intergeracional e intercultural**

Renata Borja Pereira Ferreira de Mello

**Departamento de Ciências Sociais e Gestão
Dissertação de Mestrado em Relações Interculturais**

Orientadora: Professora Doutora Maria Natália Ramos

2017

RESUMO:

A motivação que deu origem a essa pesquisa teve início no nosso atendimento clínico psicológico, ao constatar a existência de uma alta frequência de crenças incapacitantes, relacionadas ao fracasso, sobretudo entre os mais jovens.

O presente trabalho tem como finalidade analisar e compreender, as diferenças geracionais dos significados de sucesso, assim como as crenças e comportamentos individuais associados a ele, e suas especificidades num contexto intercultural e intergeracional.

Para a realização dessa pesquisa, foi elaborado um questionário online, disponibilizado nas redes sociais, no qual participaram e responderam 291 pessoas (brasileiros e portugueses) sobre questões, relativas ao sucesso. A investigação fundamentou-se, destarte, nas respostas dadas a essas questões. Examinou-se e discutiu-se, então, as crenças pessoais relativas ao significado de bem-sucedido e as prioridades envolvidas na avaliação do termo, assim como as crenças e comportamentos individuais de autoconceito, autovalor, capacidade, otimismo, pessimismo, preocupações, perfeccionismo, hábitos de organização, planejamento e capacidade de distribuição do tempo.

Constatou-se, dessa maneira,, a necessidade de uma ressignificação do termo, uma vez que os significados mais recorrentes, no senso comum, ligados ao sucesso económico, não se mostraram compatíveis com os significados outorgados pela maior parte dos participantes da pesquisa que foram frequentemente associados à felicidade, ao bem-estar, à família, à realização, qualidade de vida e ao sentido da vida. Essa ambiguidade do termo sucesso, mais comumente mencionado como sinónimo de riqueza, fama e poder, e, continuamente, associado à excelência, à perfeição e à elevados resultados desportivos, escolares, profissionais, empresariais, tem afetado sobretudo os jovens. A maioria dos respondentes pesquisados conceituou-se como bem-sucedido, demonstrando existir uma flexibilização conceitual do conceito de sucesso. Os grupos mais jovens, além de se compreenderem menos bem-sucedidos, demonstraram um maior antagonismo de significados, o que indicou uma incompatibilidade entre o que eles entendem por ser bem-sucedido e o que realmente valorizam para se julgarem bem-sucedidos. Por outro lado, os mais velhos mostraram-se mais resilientes, menos pessimistas, menos preocupados e menos receosos com o fracasso, o que contribui e exprime saúde física e emocional.

Palavras-chave: sucesso, interculturalidade, intergeracionalidade, significado, crenças, comportamento

ABSTRACT:

The motivation that gave rise to this research began in our psychological clinical care when we verified the existence of a high frequency of incapacitating beliefs related to failure, especially among younger patients.

The present work aims to analyze and understand the generational differences of the meanings of success, as well as the individual beliefs and behaviors associated with it, and its specificities in an intercultural and intergenerational context.

In order to carry out this research, an online questionnaire was created and made available on social networks, in which 291 people (Brazilian and Portuguese) participated and answered questions related to success. The investigation based itself on the answers given to these questions. Then, an examination and a discussion of the personal beliefs of the meaning of being successful and the priorities involved in self-assessment of the term, as well as individual beliefs and behaviors of self-concept, self-worth, ability, optimism, pessimism, concerns, perfectionism, organizational habits, planning and time distribution capacity took place.

The need for a resignification of the term was verified, considering that the most recurrent meanings, based on common sense and related to economic success, are not compatible with the meanings granted by the majority of the research participants, which are often associated with happiness, well-being, family, self-fulfillment, quality of life and the meaning of life. This ambiguity of the term “success”, more commonly referred to as a synonym for wealth, fame and power, and continually associated with excellence, perfection and high performance results in sports, school, professional and business environments, has especially affected young people. Most of the respondents surveyed self-conceptualized as successful, demonstrating that there is a conceptual flexibilization of the definition of success. Younger groups, in addition to perceiving themselves as less successful, have demonstrated a greater antagonism of meanings, indicating an incompatibility between what they understand to be successful and what they truly value in order to consider themselves successful people. On the other hand, older people showed themselves to be more resilient, less pessimistic, less concerned in general and less fearful of failure, which contributes to and is expressed in physical and emotional health.

Key words: success, interculturality, intergeracionality, meaning, beliefs, behavior.

Dedicatória:

Dedico esse trabalho à minha família,
Ao meu marido Paulo pelo companheirismo, compreensão, ajuda, incentivo em todos os
meus projetos. Por acreditar em mim e na minha capacidade de ajudar pessoas. Pela
dedicação à família e a mim, e pelo apoio incondicional.
Aos meus filhos Miguel e Alexandre, sempre amigos e afetuosos, por existirem em minha
vida e por me ensinarem, a cada dia, como ser uma pessoa melhor.

Agradecimentos:

À Professora Dra. Maria Beatriz Rocha-Trindade fica minha gratidão pelo incentivo e por viabilizar a concretização do meu desejo de aprofundar meus estudos. Agradeço-lhe também por me apresentar a UAb, através da pessoa da professora Dra. Maria Natalia Ramos, minha orientadora neste trabalho.

À professora Dra. Maria Natália Ramos, minha orientadora, pelas horas de sono e lazer perdidas, dedicando-se nas orientações, correções e apontamentos da minha dissertação. Minha gratidão eterna pela amizade, dedicação, incentivo e confiança no meu trabalho.

À Dra. Ana Maria Serra, fica aqui a minha gratidão por ter me ensinado a Terapia Cognitivo Comportamental. Por me estimular a alçar voos mais altos. Pelo seu altruísmo e compromisso com o ensino e desenvolvimento da Terapia Cognitiva no Brasil.

À minha família, sempre presente e amiga. Pelo afeto, confiança e estímulo. Minha mãe Otília e minha sogra Josefina que me ajudaram nas correções desse trabalho. Ao meu pai Luiz Arthur, e meus irmãos Marcelo e Gustavo me ajudando sempre que necessário.

Aos meus colegas de trabalho, Allan, Marisa e Virgínia, com quem compartilhei os resultados dos meus estudos e as minhas reflexões.

À Daiana, Jordana e Sylvia, que me ajudaram na formatação, e criação de quadros e tabelas presentes, além do manuseio das informações obtidas com essa pesquisa. À Valquíria pelo cuidado e dedicação à mim e à minha família.

Sou eternamente grata à Deus e todos aqui citados e os não citados, por falta de espaço, pela contribuição, compreensão e amor. Me considero afortunada nas minhas relações afetivas, familiares e de amizade. E posso dizer, portanto, que o meu sucesso é conseguir manter e nutrir esse amor que me rodeia, personificado em todos aqui citados.

ÍNDICE

RESUMO:.....	II
1.INTRODUÇÃO	10
1.1. Apresentação do Tema.....	10
1.2. Contextualização do Tema: O Sucesso no contexto intergeracional	15
1.3. Relevância do estudo.....	16
1.4. Objetivo.....	19
1.5. Questões de partida	20
2.A PSICOLOGIA INTERCULTURAL E SUA RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÕES	21
2.1. O conceito antropológico de cultura	22
2.2. As diferenças e seus desafios	24
2.3. A interculturalidade e a comunicação intercultural como processo emancipatório	26
3.SUCESSO: SIGNIFICADO, MUDANÇAS E CONTEXTOS	28
3.1. A dificuldade de definição do sucesso, seus significados e mudanças	28
3.2. O sucesso e as diferenças culturais	31
3.3. O sucesso e as diferentes gerações.....	33
3.4. O Sucesso no meio empresarial	37
3.5. O sucesso propagado nos média	39
3.6. Sucesso e género	43
3.7. O sucesso no meio académico.....	46
3.8. O sucesso para a Psicologia Positiva	48
3.9. O sucesso no desporto	50
4.A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	52
4.1. As Representações Sociais e as possíveis contribuições de outras abordagens da Psicologia Cognitiva.....	57
4.1.1. A Sociotropia e Autonomia	62
5.METODOLOGIA	64
5.1. O inquérito por questionário	65
5.2. Instrumento de recolha de dados - Questionário.....	66
5.3. A análise de dados.....	67
5.3.1. Análise qualitativa	67
5.3.2. Análise quantitativa	67
6.APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	68
6.1. Os elementos relevantes para o sucesso.....	70
6.1.1. Elementos mais importantes para se considerar bem-sucedido.....	70
6.1.2. Os significados do sucesso encontrados na análise qualitativa.	75
6.1.2.1. Os elementos do sucesso identificados na análise qualitativa	76
6.1.2.2. Os três diferentes grupos de significados	80
6.2. Os novos contornos no significado do sucesso	85
6.2.1. O significado do ser bem-sucedido na nuvem de palavras	92
6.2.2. O não ser bem-sucedido na nuvem de palavras	94
6.3. A associação do termo sucesso à família e aos relacionamentos.....	95
6.3.1. A relevância da intergeracionalidade no sucesso	98
6.4. O significado do sucesso nas diferentes gerações	99
6.4.1. O bem-sucedido por faixa etária	100
6.4.2. O significado do bem-sucedido por faixa etária.	101
6.5. Os elementos relevantes para o sucesso de acordo as gerações e com o Género	119

6.6.	Os elementos do sucesso numa leitura intercultural: Brasil-Portugal.....	129
6.7.	O sucesso e sua relação com a situação financeira.	133
6.8.	As crenças e comportamentos associados ao sucesso nas diferentes gerações...	136
6.8.1.	Crenças de autoconceito	138
6.8.2.	A felicidade e os resultados de auto-avaliação encontrados.	141
6.8.3.	As preocupações	144
6.8.4.	O perfeccionismo	148
6.8.5.	Organização, planeamento e distribuição do tempo	151
7.	AS CRENÇAS E OS COMPORTAMENTOS E SUAS RELAÇÕES COM A ATRIBUIÇÃO DE SUCESSO PESSOAL.....	152
7.1.	As crenças e os comportamentos de auto autoconceito.	153
7.2.	As crenças e comportamentos em relação à felicidade, otimismo, pessimismo, riscos e esforço.....	156
7.3.	As crenças e comportamentos com relação aos relacionamentos e a interação com as outras pessoas.....	160
7.4.	As crenças e comportamentos de preocupação.....	162
7.5.	As crenças e comportamentos de perfeccionismo	166
7.6.	As crenças e comportamentos de organização, planeamento e distribuição do tempo.....	169
	DISCUSSÃO FINAL E CONCLUSÃO.....	173
	BIBLIOGRAFIA	184
	ANEXO I.....	203

ÍNDICE DE QUADROS,

QUADRO 6.1:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (RESULTADO GERAL)	73
QUADRO 6.2:	SOU UMA PESSOA BEM SUCEDIDA POR FAIXA ETÁRIA.....	101
QUADRO 6.3:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (18 A 25 ANOS)	102
QUADRO 6.4:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (26 A 35 ANOS)	107
QUADRO 6.5:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (36 A 45 ANOS)	110
QUADRO 6.6:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (46 A 55 ANOS)	113
QUADRO 6.7:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (56 A 65 ANOS)	115
QUADRO 6.8:	(ACIMA DE 65 ANOS)	118
QUADRO 6.9:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (FEMININO)	121
QUADRO 6.10:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (MASCULINO).....	122
QUADRO 6.11:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (PORTUGAL)	132
QUADRO 6.12:	ORDEM DE PRIORIDADE PARA SER BEM-SUCEDIDO (BRASIL)	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS,

GRÁFICO 6.1:	ELEMENTOS IDENTIFICADOS NO DISCURSO DOS PARTICIPANTES	80
--------------	---	----

GRÁFICO 6.2: GRUPOS DE SIGNIFICADO DO SER BEM-SUCEDIDO.....	83
GRÁFICO 6.3: GRÁFICO DAS PRIORIDADES PARA SER BEM-SUCEDIDO (GERAL DA PESQUISA).	96
GRÁFICO 6.4: GRÁFICO DAS PRIORIDADES PARA SER BEM-SUCEDIDO (18 A 25 ANOS).....	103
GRÁFICO 6.5: GÊNERO: ELEMENTOS ESCOLHIDOS COMO PRIORIDADE DE NÚMERO 1	120
GRÁFICO 6.6: GRÁFICO PRIORIDADES DO BEM-SUCEDIDO (BRASIL)	129
GRÁFICO 6.7: GRÁFICO PRIORIDADES DO BEM SUCEDIDO (PORTUGAL)	130

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 6.1: TABELA DE PRIORIDADE 1 (GÊNERO)	125
TABELA 6.2: TABELA DE PRIORIDADE 9: GÊNERO.....	128
TABELA 6.3: SUCESSO X SALÁRIO.....	134
TABELA 6.4: AUTOCONCEITO SOBRE SER BEM-SUCEDIDO.....	137
TABELA 6.5: INTENSIDADE DA AUTO-AVALIAÇÃO DE BEM-SUCEDIDO	138
TABELA 6.6: AUTOCONCEITO: CAPACIDADE	139
TABELA 6.7: AUTO-PERCEPÇÃO: AUTOCONFIANÇA.....	140
TABELA 6.8: AUTO-PERCEPÇÃO: VALOR	141
TABELA 6.9: AUTO-PERCEPÇÃO: FELICIDADE	142
TABELA 6.10: AUTO-PERCEPÇÃO: OTIMISMO FUTURO	143
TABELA 6.11: AUTO-PERCEPÇÃO: PESSIMISMO	144
TABELA 6.12: AUTO-PERCEPÇÃO: PREOCUPAÇÃO	145
TABELA 6.13: AUTO-PERCEPÇÃO: PREOCUPAÇÃO AJUDA (POSITIVA)	146
TABELA 6.14: AUTO-PERCEPÇÃO: PREOCUPAÇÃO ATRAPALHA (NEGATIVA).....	147
TABELA 6.15: PERFECCIONISMO: AUTO-COBANÇA (AVERSÃO A ERROS)	149
TABELA 6.16: PERFECCIONISMO: MEDO DO FRACASSO	151
TABELA 6.17: AUTO-PERCEPÇÃO: PLANEAMENTO.....	152
TABELA 7.1: AUTOCONCEITO	155
TABELA 7.2: OTIMISMO/ PESSIMISMO/RISCOS	159
TABELA 7.3: CRENÇAS SOBRE O MUNDO.....	161
TABELA 7.4: PREOCUPAÇÕES.....	164
TABELA 7.5: PERFECCIONISMO E ANSIEDADE	168
TABELA 7.6: PLANEAMENTO E ORGANIZAÇÃO.....	172

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 6.1: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DE SER BEM-SUCEDIDO (RESULTADO GERAL).....	93
FIGURA 6.2: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DE NÃO SER BEM-SUCEDIDO (RESULTADO GERAL)	95
FIGURA 6.3: NUVEM DE PALAVRAS DO QUE APRENDEU COM PAIS E AVÓS E COMO ISSO CONTRIBUI PARA O SUCESSO.....	99
FIGURA 6.4: NUVEM DE PALAVRAS 18 A 25 ANOS.....	105
FIGURA 6.5: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DO BEM-SUCEDIDO POR FAIXA ETÁRIA (26 A 35 ANOS).....	108
FIGURA 6.6: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DO BEM-SUCEDIDO POR FAIXA ETÁRIA (36 A 45 ANOS).....	111
FIGURA 6.7: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DO BEM-SUCEDIDO POR FAIXA ETÁRIA (46 A 55 ANOS).....	114
FIGURA 6.8: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DO BEM-SUCEDIDO POR FAIXA ETÁRIA (56 A 65 ANOS).....	116
FIGURA 6.9: NUVEM DE PALAVRAS DO SIGNIFICADO DO BEM-SUCEDIDO POR FAIXA ETÁRIA (ACIMA DE 65 ANOS).....	119

1. INTRODUÇÃO

1.1. Apresentação do Tema

O mundo globalizado em que vivemos tem ampliado a mobilidade das pessoas entre diferentes regiões e países, o que tem estimulado processos e trocas interculturais dinâmicas. A facilidade de comunicação através da internet e dos média, por sua vez, tem expandido ainda mais as trocas interculturais, uma vez que a difusão de comportamentos, crenças e valores de uma cultura à outra, processa-se virtualmente, independentemente, do contato pessoal, atingindo, portanto, pessoas situadas em locais geograficamente distantes do centro difusor. Nesse contexto, os estudos sobre a cultura e a interculturalidade tornam-se urgentes, como alternativa para se compreender melhor essas influências e suas consequências.

Os países menos desenvolvidos, na tentativa de acompanhar o progresso e o desenvolvimento dos países economicamente mais avançados têm tentado espelhar-se neles, tomando-os como modelo de empreendedorismo. Nessa busca de crescimento, desenvolvimento e aperfeiçoamento, tais países tornaram-se mais susceptíveis às influências externas, em especial a dos EUA e talvez isso, associado à globalização, tenha contribuído para a difusão generalizada da noção de sucesso, em vigor na cultura norte-americana. Considerando que tal concepção de sucesso, ao ser adotada em culturas diferentes, possivelmente assumirá formas distintas da forma original e que essas mudanças, quando acontecem, muitas vezes, não são detectadas imediatamente, pode ocorrer um distanciamento entre o conceito e a vivência prática, o que contribui para gerar contradições na interpretação do que seja sucesso e em sua busca. A adoção da noção norte-americana de sucesso, em outros contextos culturais, entre os quais se inclui o Brasil, adquire, dessa maneira, novos contornos e significações, já que está submetida à influência de crenças e valores diversos dos vigentes na cultura norte-americana.

Um dos pontos centrais da noção norte-americana de sucesso tem sido a valorização dada às pessoas que obtém sucesso (*winner*s) e a depreciação das que não o obtém, os fracassados (*looser*s). O distanciamento entre o conceito original, tradicionalmente adotado nos Estados Unidos, e a sua vivência prática, em outros locais ou países, tem induzido, portanto, como foi dito anteriormente, ambiguidades e contradições, no entendimento do que significa ser bem-sucedido. É importante destacar que, mesmo nos EUA, esse constructo vem sofrendo modificações, ao longo do tempo, e que muitos trabalhos têm sido feitos, a fim de demonstrar o surgimento no contexto norte-americano de divergências com relação

ao significado tradicionalmente aceito de sucesso e à definição do que seja uma pessoa bem-sucedida.

A motivação para esse estudo proveio da nossa prática profissional, como psicóloga clínica, especializada em Terapia Cognitivo Comportamental. Nos últimos anos, temos observado um aumento significativo da procura de jovens por tratamento psicológico, contrariamente ao que se observava, no início do nosso atendimento clínico, há 20 anos, quando a maioria dos meus pacientes eram adultos e idosos. A nossa preocupação com a procura dos jovens se agravou nos últimos cinco anos, quando pude observar que, na maioria dos casos mais graves, que eu atendia, a idade máxima era de 30 anos. Constatamos, então, uma diferença de percepção e de crenças entre as gerações, uma vez que as patologias apresentadas pelos jovens se manifestavam de forma mais intensa e mais grave do que as dos outros grupos etários. Uma outra constatação relevante, que fizemos, refere-se ao facto de que os idosos têm respondido melhor ao tratamento, que tem sido mais rápido e fácil do que o efetuado entre os jovens. Em tese, seria mais provável que o tratamento de idosos fosse mais demorado e mais difícil, uma vez que suas crenças e hábitos estariam mais arraigados e eles, possivelmente, apresentariam uma maior resistência à mudança. Essa possibilidade não se confirmou, todavia, pelo contrário, os idosos apresentavam uma adesão ao tratamento e uma melhora mais rápida do que o usual. A nossa experiência clínica fez-nos perceber, portanto, que existia algo que precisava ser pesquisado a contexto intergeracional.

Uma das maiores diferenças observadas foi a de que os jovens se apresentavam mais rígidos e mais refratários ao tratamento, enquanto os idosos, apesar de mais limitados fisicamente, estavam mais flexíveis e mais abertos à melhora. Um dos sofrimentos mais intensos, apresentado pelos jovens, refere-se à uma ansiedade paralisante, ligada ao medo do fracasso, associada a um perfeccionismo, expresso pela cobrança extrema de sucesso no futuro. Os jovens apresentavam uma tendência a paralisação perante o risco do fracasso, e diante da obrigação de um sucesso. As dificuldades, a serem enfrentadas para a obtenção de sucesso, parecia-lhes, assim, algo impossível de ser superado ou realizado, enquanto os idosos pareciam compreender o fracasso e as dificuldades, como algo natural que faz parte da vida. As atividades propostas, em sessão, prontamente aceitas pelos idosos, foram muitas vezes rejeitadas ou mal executadas pelos jovens. Além disso, os jovens apresentavam mais dificuldades em tentar novos comportamentos, enquanto os idosos rapidamente se envolviam em novas empreitadas.

Outra diferença percebida refere-se às expectativas. Os jovens tendiam a apresentar expectativas irrealistas sobre o futuro, algumas vezes, minimizando suas capacidades e, outras, desejando altos resultados, mas com poucas iniciativas dirigidas à obtenção dos resultados desejados. Os idosos, por sua vez, apesar de não terem uma situação tão favorável, em decorrência das limitações impostas pela idade, apresentavam-se mais realistas e mais dispostos a encontrar alternativas para vencer as dificuldades presentes no decorrer da vida. Escutamos vários jovens provenientes de famílias, tidas como exemplo de sucesso, afirmarem que tinham o objetivo de serem mais bem-sucedidos “financeiramente e profissionalmente” que os seus pais, mas o comportamento utilizado não exibía sinais de esforço uma vez que obtinham más notas e descompromisso com os deveres. Pareciam esperar que o processo terapêutico promovesse um milagre em suas vidas, com um mínimo de ação e esforço. Muitos desses jovens tinham sido bons alunos na escola, mas apresentavam dúvidas em relação à sua escolha profissional, ao caminho certo para o sucesso e para a conseqüente felicidade. Pareciam querer respostas e garantias, antes mesmo de tentar, pois, no pensamento da grande maioria, só valia a pena se empenhar em obter o sucesso, se o resultado estivesse garantido. Eles abandonavam e trocavam continuamente de cursos e empregos, paralisando e ou fracassando, nas metas escolhidas. Alguns tinham experiências com drogas e ou transtornos psiquiátricos associados. Essas incongruências levaram-nos a querer questionar a noção de sucesso e de fracasso, nas diferentes gerações, como forma de compreender melhor as diversas realidades geracionais e o impacto gerado por essa noção nas diferentes gerações e fases da vida.

Com esse intuito, tomei como objeto de estudo o conceito de sucesso, as crenças e comportamentos que lhes são associados, a fim de averiguar se ele possui diferentes contornos, de acordo com as gerações, os gêneros, o nível socioeconômico, a religião ou quaisquer outros subgrupos culturais. As diferentes significações e definições outorgadas ao sucesso foram estudadas com o intuito de constatar suas especificidades nas subculturas pesquisadas, a fim de verificar as influências positivas ou negativas que a busca do sucesso, na conceptualização dada por cada grupo, teria, no que se refere a promoção do bem-estar e da saúde física e mental daqueles que o colocam como uma meta a ser alcançada.

Pudemos constatar, desse modo, que o significado de sucesso, proveniente do contexto cultural norte-americano, amplamente difundido pelos média, tem sido acatado, sem maiores problemas, no meio empresarial, escolar e desportivo, não obstante muitos já

estarem questionando-o. Com efeito, no meio empresarial e desportivo, a pessoa bem-sucedida é aquela que consegue levar a sua empresa ou seu grupo a sobrepujar os concorrentes e situar-se entre os melhores de sua área, o que lhe dá poder, prestígio e boas condições financeiras. No âmbito escolar, a ideia de sucesso já se refere a resultados como boas notas e boas avaliações. O que há em comum, nessas atribuições conferidas ao ser bem-sucedido, não é necessariamente a noção de vencedor e perdedor, mas a aquisição de bons resultados, na consecução das metas socialmente propostas, como primordiais nessas áreas.

As diferenças nas atribuições, conferidas ao ser bem-sucedido, dizem respeito, portanto, aos elementos necessários ou valorizados socialmente ou individualmente para o sucesso. A presente pesquisa visa pois, detectar a existência dessas diferenças de significação e ou de sua utilização de acordo com a cultura de origem, com as gerações e com o género.

Um hábito ou crença torna-se institucionalizado quando passa a ser culturalmente compartilhado, mesmo que sua origem seja proveniente de outra cultura. Quando isso acontece é natural que esse novo comportamento exiba um funcionamento diferente de seu funcionamento na cultura original.. Isso significa que se leva algum tempo até que se processe a acomodação de um conceito, uma vez que é preciso que haja uma adaptação à nova realidade. Assim sendo, quando o significado do bem-sucedido, como aquele que obtém bons resultados financeiros, prestígio e poder, atinge culturas diferentes da que deu esse sentido ao termo é possível que se instaure, inicialmente, um certo mal-estar social e individual, principalmente se esse significado confrontar alguma crença da cultura que o importou. A importação de um novo conceito, de forma rígida pode gerar graves prejuízos morais e sociais dentro de uma sociedade e o conflito torna-se inevitável, sob essas condições. Para Henessy (1985), citado por Wakefield (1996), é natural que exista uma tensão entre a vontade de mudança e a vontade de se manter como está, quando novos valores externos são introduzidos numa sociedade.

Tal conceituação dada ao sucesso, nas áreas empresariais, desportivas e escolares, nem sempre coincide com as significações que lhe são outorgadas em outras áreas ou circunstâncias. Uma dessas divergências, constatada na pesquisa realizada, diz respeito à significação dada ao ser bem-sucedido, por pessoas de diferentes gerações e géneros.

Existe na atualidade uma tendência de culto à juventude e ao “novo” e à consequente desvalorização do idoso e da “tradição”. Essa desvalorização cria uma resistência à

transmissão, pelos mais velhos, de seus valores e crenças, dificultando a troca das experiências e competências entre as gerações. Adaptações e flexibilizações, portanto, tornam-se necessárias para que não haja imposições que possam resultar na perda de diálogo entre as gerações. Por isso, a flexibilização de crenças culturais é tão importante, pois somente através dessa flexibilização pode-se obter o equilíbrio. Como já foi dito anteriormente, a rigidez e a tentativa de imposição de uma determinada percepção da realidade, como uma verdade absoluta, pelos pais, não colabora para o bem-estar da geração mais nova, muito pelo contrário, cria conflitos, por não permitir a partilha de experiências e por levar à desvalorização do saber e da vivência das gerações mais velhas. O respeito pelo saber do outro é, sem dúvida, fundamental para uma boa comunicação e partilha de experiências intergeracionais.

Um melhor conhecimento e compreensão dos processos, sentidos, particularidades e diferenças individuais, geracionais, culturais, sociais e de gênero relativas ao fenômeno social e individual do sucesso poderá contribuir para a promoção de novas formas mais saudáveis de desenvolvimento, crescimento, realização pessoal e profissional, aliada a um sentido de vida que poderá ter ganhos para os indivíduos e para toda a sociedade.

A existência de divergências na conceituação do que seja sucesso e nos significados atribuídos a ele, em diferentes gerações, torna-se perceptível, quando se constata a ampla divulgação, pelo *WhatsApp* e pelo *Facebook*, de uma coluna, escrita por Ruth Manus, uma advogada jovem de 28 anos, colunista do estado de São Paulo, na qual a autora questiona os modelos de sucesso em diferentes gerações. A ampla divulgação do texto pelas redes sociais demonstra que, de alguma forma, as pessoas se identificam com o que está sendo dito pela autora. Apesar de algumas das percepções dessa autora não coincidirem com as do nosso estudo, sua coluna, citada a seguir, evidencia a ambiguidade do conceito de sucesso e dos significados que lhe são atribuídos, que merecem ser aprofundados e estudados.

“O cenário é mais ou menos esse: amigo formado em comércio exterior que resolveu largar tudo para trabalhar num hostel em Morro de São Paulo, amigo com cargo fantástico em empresa multinacional que resolveu pedir as contas porque descobriu que só quer fazer hambúrguer, amiga advogada que jogou escritório, carrão e namoro longo pro alto para voltar a ser estudante, solteira e andar de metrô fora do Brasil, amiga executiva de um grande grupo de empresas que ficou radiante por ser mandada embora dizendo “finalmente vou aprender a surfar”.

Você pode me dizer “ah, mas quero ver quanto tempo eles vão aguentar sem ganhar bem, sem pedir dinheiro para os pais.” Nada disso. A onda é outra. Venderam o carro, dividem apartamento com mais 3 amigos, abriram mão dos luxos, não ligam de viver com dinheiro contadinho. O que eles não podiam mais aguentar era a infelicidade.

Engraçado pensar que o modelo de sucesso da geração dos nossos avós era uma família bem estruturada. Um bom casamento, filhos bem-criados, comida na mesa, lençóis

limpinhos. Ainda não havia tanta guerra de ego no trabalho, tantas metas inatingíveis de dinheiro. Pessoa bem-sucedida era aquela que tinha uma família que deu certo.

E assim nossos avós criaram os nossos pais: esperando que eles cumprissem essa grande meta de sucesso, que era formar uma família sólida. E claro, deu tudo errado. Nossos pais são a geração do divórcio, das famílias reconstruídas (que são lindas, como a minha, mas que não são nada do que nossos avós esperavam). O modelo de sucesso dos nossos avós não coube na vida dos nossos pais. E todo mundo ficou frustrado.

Então nossos pais encontraram outro modelo de sucesso: a carreira. Trabalharam duro, estudaram, abriram negócios, prestaram concurso, suaram a camisa. Nos deram o melhor que puderam. Consideram-se mais ou menos bem-sucedidos por isso: há uma carreira sólida? Há imóveis quitados? Há aplicações no banco? Há reconhecimento no meio de trabalho? Pessoa bem-sucedida é aquela que deu certo na carreira.

E assim nossos pais nos criaram: nos dando todos os instrumentos para a nossa formação, para garantir que alcancemos o sucesso profissional. Nos ensinaram a estudar, investir, planejar. Deram todas as ferramentas de estudo e nós obedecemos. Estudamos, passamos nos processos seletivos, ocupamos cargos. E agora? O que está acontecendo?

Uma crise nervosa. Executivos que acham que seriam mais felizes se fossem tenistas. Tenistas que acham que seriam mais felizes se fossem bartenders. Bartenders que acham que seriam mais felizes se fossem professores de futevôlei.

Percebemos que o sucesso profissional não nos garante a sensação de missão cumprida. Nem sabemos se queremos sentir que a missão está cumprida. Nem sabemos qual é a missão. Nem sabemos se temos uma missão. Quem somos nós?

Nós valorizamos o amor e a família. Mas já estamos tranquilos quanto a isso. Se casar tudo bem, se separar tudo bem, se decidir não ter filhos tudo bem. O que importa é ser feliz. Nossos pais já quebraram essa para a gente, já romperam com essa imposição. Será que agora nós temos que romper com a imposição da carreira?

Não está na hora de aceitarmos que, se alguém quiser ser CEO de multinacional tudo bem, se quiser trabalhar num café tudo bem, se quiser ser professor de matemática tudo bem, se quiser ser um eterno estudante tudo bem, se quiser fazer brigadeiro para festas tudo bem?

Afinal, qual o modelo de sucesso da nossa geração?

Será que vamos continuar nos iludindo achando que nossa geração também consegue medir sucesso por conta bancária? Ou o sucesso, para nós, está naquela pessoa de rosto corado e de escolhas felizes? Será que sucesso é ter dinheiro sobrando e tempo faltando ou dinheiro curto e cerveja gelada? Apartamento fantástico e colesterol alto ou casinha alugada e horta na janela? Sucesso é filho voltando de transporte escolar da melhor escola da cidade ou é filho que você busca na escolinha do bairro e para para tomar picolé de uva com ele na padaria?

Parece-me que precisamos aceitar que nosso modelo de sucesso é outro. Talvez uma geração carpe diem. Uma geração de hippies urbanos. Caso contrário não teríamos tanta inveja oculta dos amigos loucos que “jogaram diploma e carreira no lixo”. Talvez- mera hipótese- os loucos sejam nós, que jogamos tanto tempo, tanta saúde e tanta vida, todo santo dia, na lata de lixo.”

(Manus, 2016¹)

1.2. Contextualização do Tema: O Sucesso no contexto intergeracional

Apesar de o termo sucesso ser amplamente empregado, na linguagem cotidiana e pelos meios de comunicação, os significados dados ao que possa ser sucesso têm sido muito pouco estudados. Revistas e livros, que exploram esse tema, apresentam fórmulas novas para o sucesso, sem mencionar qual seria o tipo de sucesso a que estão se referindo.

¹ <http://emails.estadao.com.br/blogs/ruth-manus/a-geracao-que-encontrou-o-sucesso-no-pedido-de-demissao/>

Inicialmente, ser bem-sucedido, era uma meta a ser alcançada, principalmente no meio profissional empresarial e desportivo, posteriormente, a alocação do sucesso, como meta, foi se difundindo para outras áreas, ganhando novas significações e se tornando o objetivo principal de um público mais extenso.

As atitudes e crenças relacionadas ao sucesso, na contemporaneidade, todavia, estão longe de ser unânimes e o estudo delas no contexto intergeracional e intercultural pode ajudar a avaliar e a compreender as crenças e significados que estão por detrás do termo. O significado e o peso dado ao sucesso, assim como os comportamentos frente à sua obtenção, podem variar de geração para geração e de cultura para cultura.

A adoção de um conceito de sucesso que busca a excelência e quase a perfeição, por exemplo, pode estar contribuindo, pelo menos para alguns indivíduos, para o aumento da ansiedade, do estresse e da depressão, uma vez que esses objetivos são difíceis, exigentes e, muitas vezes, irrealistas, podendo mesmo influenciar, negativamente, a visão e os projetos de futuro.

Torna-se, portanto, importante analisar as implicações positivas e negativas do conceito do que seja o sucesso, adotado em cada geração, a fim de melhor compreender sua relação com a saúde mental e física e com a qualidade de vida e de bem-estar. As diferentes concepções de sucesso e os efeitos positivos e negativos atribuídos a ele fazem-nos pensar que seria interessante aprofundar o assunto de forma a identificar se existem gerações mais influenciadas, positiva ou negativamente, pela ideia de sucesso, e, se o são, de que forma isso acontece e qual o significado dado ao termo.

1.3. Relevância do estudo

Na análise feita por Ituassu (2012), das reportagens da revista *Exame* (principal publicação voltada para o ramo dos negócios no Brasil), no período de 1971 e 1998, ele encontrou diferenças no “*perfil do bem-sucedido*”, traçado pela revista: nos anos 70 o bem-sucedido se apresentava como um “*homem empreendedor e ambicioso, branco, magro e bem aparentado, maduro*”; enquanto, nos anos 90, o bem-sucedido era descrito como “*jovem que tem alto cargo, bom salário e empregabilidade, mas vida social conturbada*” (Ituassu, 2012:8).

Esse pequeno exemplo já demonstra uma mudança no perfil e no comportamento daqueles “*considerados bem-sucedidos*”. É provável que essa mudança no comportamento

seja o resultado de alguma mudança de pensamento, em andamento. O primeiro perfil observado é apresentado como sendo mais saudável que o segundo, o que sugere que essa mudança na concepção de bem-sucedido, de uma geração à outra, acompanha o aumento do mal-estar, vivenciado pelos jovens e pelos que assimilam o novo modelo apresentado, comprovado pelo aumento exponencial de casos de depressão e de ansiedade, nos dias atuais. Essa mudança do “*perfil do bem-sucedido*” pode, também, ser consequência da influência midiática e das mudanças sociais promovidas e estimuladas pelo marketing, que estimulam a adoção de novos comportamentos que, por sua vez influenciam o ciclo natural das relações intergeracionais. Entretanto, não podemos nos esquecer que essa influência atinge todas as gerações, mas a forma dessa influência será diferente de acordo com o grupo a que pertencem, de acordo com as representações sociais partilhadas por cada grupo. Além da mudança do perfil do bem-sucedido, houve, segundo Borges e Magalhães, (2011) um incentivo ao consumo de produtos voltado para os jovens, o que acabou por criar um desejo “*de eterna juventude para todas as gerações*”.

Um outro ponto relevante, a ser investigado, diz respeito à subjetividade da representação coletiva do sucesso, uma vez que a concepção de uma pessoa sobre o que possa ser o sucesso nem sempre é a adotada por outra. No estudo feito por De Vries (2010), entre alguns executivos, sobre significado de sucesso, por exemplo, ele encontrou respostas bem interessantes. Em sua pesquisa, a maioria dos executivos cita a família como o maior marcador de sucesso e não o trabalho, apesar de muitos desses serem considerados *workaholics*. Grande parte desses executivos tinham crescido em famílias disfuncionais e desejavam oferecer aos filhos uma realidade melhor. Por outro lado, muitos deles, apesar de serem considerados bem-sucedidos por outros, demonstraram uma insatisfação pessoal com os sucessos profissionais obtidos, talvez por considerarem a família como o marcador maior do sucesso e não terem tempo para se dedicar a ela.

O nosso estudo, apesar de não se ter restringido aos executivos e ter abrangido uma amostra variada de pessoas de diferentes profissões, poder aquisitivo, idade, classe social e gênero, também verificou que a família é tida como um elemento primordial, para a grande maioria dos entrevistados se auto avaliarem bem-sucedidos, o que parece divergir da representação de sucesso sucesso mais divulgada, que se associa o termo a altos ganhos financeiros, prestígio, visibilidade e poder. Isso nos faz compreender que independentemente do tipo de trabalho que executam, as pessoas entrevistadas valorizam muito os laços e

conexões. Existe, portanto, uma dissonância entre o que as pessoas realmente almejam, para si, e o que os média, as empresas e outros setores da sociedade incentivam e estimulam. Essa divergência pode se transformar em fonte de sofrimento, ao fazer com que muitas pessoas, por não terem plena consciência do que lhes fará se sentir bem-sucedida, persigam a ideia de sucesso difundida e promovida, no contexto em que vivem, sem terem se apercebido que essa ideia não está em conformidade com a sua individualidade e com o significado que o sucesso pessoal tem, realmente, para ela. A dissonância entre o pessoal e o social pode contribuir para uma crise psicológica e o conseqüente adoecer, gerados pelo conflito de metas.

Outro autor, que reforçou a existência de diferentes definições dadas ao que constitui o sucesso, foi Callanan (2003), ao demonstrar as diferenças entre o significado de sucesso, para o indivíduo e para a empresa. Ele põe em questão o comportamento de muitas empresas, que incentivam o sucesso, mesmo através de caminhos incorretos e antiéticos.

Outro ponto relevante que merece ser estudado refere-se às diferentes crenças e comportamentos relativos ao sucesso com relação aos gêneros. Seria relevante observar, também, além do gênero, alguns diferentes perfis em todas as gerações. As diferenças dos significados de sucesso podem ser explicadas não somente pelas gerações, ou gêneros, mas também por um tipo de personalidade mais sociotrópica ou mais autônoma. Uma vez que existem jovens e idosos sociotrópicos, que são aqueles mais voltados aos relacionamentos e ajuda ao próximo, assim como existem, também, jovens e idosos mais autônomos, que são aqueles mais ambiciosos e mais focados na independência e no autocontrole.

Parece, portanto, que existe uma necessidade de refletir e construir novos recursos, quem sabe através de uma abertura para a flexibilidade de significados, uma vez que as pessoas estão adoecendo, cada vez mais e mais cedo.

(Klerman, 1970 *apud* Seligman, 2012:100), por exemplo, ao pesquisar a incidência de doenças mentais, nos EUA, descobriu um fator inesperado, sobre a predominância, maior ou menor, de depressão, no decorrer da vida. A expectativa era que se encontrasse, nas pessoas mais velhas, uma quantidade maior de episódios depressivos, uma vez que elas tinham vivido por um período de tempo mais longo. Todavia, a pesquisa demonstrou que, quanto mais velhas eram as pessoas, menor era o número de episódios depressivos, por elas vivenciados. Com efeito, pessoas nascidas antes da primeira guerra, no início do século XX, apresentaram 1% de episódios depressivos, ao longo da vida, enquanto as pessoas, nascidas

no terço médio do século XX, (que seriam, portanto, mais novas), apresentavam 10 vezes mais *chances* de ter episódios depressivos. Trazendo a incidência da depressão para os dias atuais, esses dados tornam-se mais alarmantes. De acordo com a pesquisa feita por Gilham, Reivich, Jaycox & Seligman (1996 *apud* Seligman, 2012:20) a percentagem de crianças com sintomas ansiosos é alarmante, pois ela varia entre 20% e 45%.

Foi levando em conta os dados relativos à saúde mental da atualidade, à história do termo sucesso, à mudança das relações intergeracionais e à supervalorização da juventude, que pretendemos estudar e comparar os diferentes sentidos, crenças e atitudes das gerações, em relação ao sucesso. Seligman (2011:138) oferece pistas sobre essas diferenças geracionais ao afirmar que *“pessoas com mais idade têm mais GARRA do que pessoas mais jovens, e sobretudo aqueles acima dos 65 anos têm muito mais do que qualquer outra faixa etária.”* Não poderão, assim, os mais velhos, com suas crenças e atitudes, trazer contributos para as novas gerações e para uma melhor compreensão sobre o significado do sucesso?

Detectar e destacar os elementos mais valorizados, nas diferentes gerações, e associá-los aos estudos sobre incidência de depressão poderá contribuir, pois, para uma melhor compreensão do modo como esses elementos mais valorizados e as crenças e comportamentos que lhes são subjacentes podem ajudar ou atrapalhar o bem-estar de cada geração.

1.4. Objetivo

O mundo atual, globalizado, tecnológico e multicultural tem sofrido uma rápida mudança nas crenças, hábitos, comportamentos e percepções. Neste contexto, as relações interculturais se fazem cada dia mais presentes e compreender o “Outro”, a sua cultura, os seus valores e crenças torna-se urgente, para vencer o preconceito, a discriminação e o etnocentrismo. Nesse mundo competitivo e cada dia mais individualista a compreensão das atitudes, dos sentidos e das crenças relacionadas ao sucesso, nas diferentes gerações, poderá contribuir para um melhor entendimento da construção social, cultural e individual do conceito de sucesso e de suas peculiaridades.

Conhecer a cultura do “Outro”, pertencente a diferentes épocas e espaços, promove a possibilidade de enriquecimento e de diálogo. A compreensão intergeracional poderá, pois, trazer ganhos para as diferentes gerações. Compreender as várias faces do sucesso e seus diversos significados, nas diferentes gerações, pode plantar uma semente que, quem sabe,

poderá contribuir para incrementar a comunicação, o relacionamento mais harmonioso e a solidariedade mútua entre as gerações.

1.5. Questões de partida

Esse trabalho pretende relacionar os significados dados à palavra sucesso, em diferentes grupos etários. Para atingir esse objetivo, foram propostas, às pessoas a serem pesquisadas, algumas perguntas cujo objetivo seria o de analisar as seguintes questões:

De que forma a ideia e o sentido de sucesso serão concebidos e utilizados por diferentes grupos e subgrupos interculturais?

Existem diferenças na forma de apreender o sucesso entre homens e mulheres, entre os mais jovens e os mais velhos, entre níveis sócio económicos diversos ou entre pessoas de culturas diferentes?

Quais são os principais aspectos psicológicos subjacentes às pessoas que se consideram bem-sucedidas?

As estratégias e os elementos utilizados para alcançá-lo serão sempre os mesmos?

Quais as crenças e comportamentos desenvolvidos em função do sucesso em diferentes gerações?

Existirão diferenças na forma de organização, no planeamento, no nível de ansiedade, preocupações, estratégias perfeccionistas e crenças, na execução das metas a serem atingidas, entre os que se consideram bem-sucedidos, segundo as diferentes gerações?

Existirão diferenças de autoconceito, em diferentes gerações?

Serão os conceitos de sucesso divulgados e “institucionalizados”, atualmente, pelos meios de comunicação social, um dos responsáveis pelas mudanças na percepção, crenças e atitudes em relação ao sucesso, divulgado, inicialmente, que estava bem mais preso à concepção norte-americana?

A adoção do padrão norte-americano de sucesso, que busca a excelência e quase que a perfeição para atingir altos ganhos, poder e *status* poderá estar a contribuir para o aumento da ansiedade, depressão e desmotivação uma vez que essas metas de perfeição são irrealistas de forma a comprometerem os projetos futuros?

2. A PSICOLOGIA INTERCULTURAL E SUA RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÕES

A Psicologia Social Intercultural aborda a interface entre a psicologia e os estudos sociais, com ênfase na antropologia. Ela visa entender e explicar a influência que os contextos sociais e culturais exercem no comportamento humano. A compreensão dessas diferentes influências torna-se ainda mais urgente em função da globalização e suas peculiaridades e consequências.

“A psicologia intercultural é o estudo das semelhanças e das diferenças no funcionamento psicológico individual em vários grupos culturais e étnicos, e das relações entre variáveis psicológicas e socioculturais, variáveis ecológicas e biológicas, como também das mudanças progressivas nessas variáveis. ”

(Berry, Poortinga, Segall, & Dase apud Neto, 2002:27)

Assim pensada a Psicologia Social Intercultural, na concepção de Neto (2002), visa:

“testar a generalidade do conhecimento e das teorias psicológicas existentes (...) explorar outros sistemas culturais para descobrir as variações psicológicas que não tenhamos no âmbito da nossa experiência cultural limitada (...) tentar juntar e integrar numa psicologia, tendo uma vasta base, os resultados que se obtêm aquando da prossecução dos dois primeiros objetivos”.
(Neto, 2002:28-29)

Foi com relação ao objetivo de integração de resultados, enfatizado por Neto, que nossa investigação se construiu. O estudo da teoria das representações sociais associado à fundamentação básica dos conceitos da abordagem cognitivo comportamental e algumas descobertas da psicologia positiva nos ajudaram a compreender melhor os resultados encontrados em nossa pesquisa. Diferentes valores culturais irão possibilitar diferentes crenças e conseqüentemente diferentes resultados.

As características da psicologia social intercultural descritas por Neto (2002) ajudaram-nos a compreender a importância desse estudo e as relevantes contribuições para a comunicação intercultural e conseqüentemente relações interculturais mais equilibradas, uma vez que a psicologia intercultural: 1) reconhece e estuda a diversidade do comportamento humano, 2) faz a ligação do comportamento humano no mundo e a ligação do comportamento individual ao contexto cultural em que ocorreu.

Angelini (2007), por sua vez, realça a grande importância desse campo de estudo, que gira em torno da abrangência, pois a psicologia social intercultural não é restritiva a uma única cultura e, por isso, ela amplia o campo de interpretações, tornando as explicações comportamentais mais universais e, ao mesmo tempo, mais específicos, em determinadas culturas. Essa capacidade aparentemente dicotômica pode contribuir para interpretações mais adequadas e contextualizadas. Outra grande vantagem, levantada por Angelini, refere-

se ao facto de que a psicologia social intercultural pode ajudar na solução de conflitos gerados pela diversidade cultural, promovida pela globalização.

Por outro lado, um ponto importante, que foi enfatizado por Ramos (2015), refere-se às barreiras que precisam ser vencidas, para uma melhor comunicação intercultural, tais como as do: etnocentrismo, estereótipos, preconceitos (Cohen-Emerique, 1993, 1999; Ladmiral&Lipiansky, 1992; Ramos, 2001, 2003, 2004, 2009a, 2011, 2012c; Spitzberg, &Chnagnon, 2009; Sue et al., 1992; Sue, 2001 *apud* Ramos 2015: 288). Pode-se concluir, portanto, que essas dificuldades geradas pela diversidade cultural, precisam ser transpostas de forma que a experiência intercultural seja mais positiva do que negativa, e é nesse contexto que o estudo da psicologia social intercultural se torna cada dia mais urgente e necessário.

A forma de expressão de cada cultura carrega os processos psicológicos individuais e coletivos, as relações entre esses processos influenciam diretamente as construções identitárias. Portanto, uma melhor compreensão, no que se refere às relações entre as variáveis psicológicas e as socioculturais, no mundo globalizado em que vivemos, pode motivar e contribuir para o encontro cultural se processar de forma menos estressante, tornando-se lugar de partilha e de solidariedade mútua, o que acabará por produzir uma troca frutífera e o bem-estar social.

2.1. O conceito antropológico de cultura

Existem várias definições de cultura, e a própria palavra em si foi sofrendo uma alteração semântica durante a história. Denys Cuche (1999), em a noção de cultura nas ciências sociais, põe e evidência os diferentes significados dados ao termo no passar dos tempos. Desde seu significado inicial, que designava o ato de cuidar do campo e do gado, remetendo assim ao cultivo, ou seja, a uma ação que exige cuidado, dedicação e a aplicação de regras práticas, a um sentido mais figurado, ligado ao aprimoramento de saberes em diferentes áreas, artísticas, literárias ou filosóficas, denotações essas utilizadas até os dias atuais.

A conotação antropológica dada ao termo cultura, ampliou ainda mais o seu significado, como ressalta Tylor, em seu livro *A Cultura Primitiva*, publicado originalmente em 1871 “*Cultura ou civilização, no sentido etnográfico amplo, é esse todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, direitos, costumes e quaisquer outras*

capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade". (Tylor, 1975:29)

As diferentes conotações dadas ao termo *cultura* evidenciam-se na linguagem cotidiana. Quando há uma referência a eventos culturais, todos sabem que esse tipo de evento diz respeito, por exemplo, a exposições artísticas ou literárias.

No caso de reportagens referente às dificuldades de integração do imigrante aos costumes brasileiros, o que está em questão é a existência de diferenças culturais, não apenas em termos de música, pintura, literatura ou filosofia, que é inegável, mas também no campo das crenças religiosas, dos hábitos alimentícios, dos costumes familiares, das considerações de ordem moral, de etiqueta e outras mais.

Outra conceptualização de cultura, semelhante à de Tylor, é a citada por Pierobon. Na sua definição, "*cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, técnicas, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, ideias, valores, mitos*". (Morin, 2003 apud Pierobon, 2006:01)

Pessoas que compartilham de uma mesma cultura ou subcultura se comportam, portanto, de forma semelhante, mas os padrões de comportamento a serem seguidos dependem da posição social em que elas estão situadas e do papel que delas se espera. Em todas as culturas conhecidas, por exemplo, os padrões de comportamento atribuídos às mulheres são diferentes daqueles que são atribuídos aos homens.

Nos tempos atuais, todavia, as identidades de género, de classe, de profissão e de parentesco estão cada vez mais instáveis devido à fragilidade dos quadros de referência cada dia mais deslegitimados e postos em questão.

"Quanto mais a vida social se torna mediana pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de

comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas-desalojadas- de tempos, lugares, histórias, tradições específicas e parecem flutuar livremente"
(Hall, 1999:75)

Nessa conjuntura, em que os padrões de comportamento, culturalmente estabelecidos, são questionados, as pessoas tornam-se mais livres para escolher seu modo agir e para estabelecer sua identidade própria.

Essa liberdade, entretanto, continua seguindo imposições culturalmente estabelecidas, mesmo que essas imposições pareçam não existir. Permitir ou mesmo exigir, escolhas individuais já constitui um padrão social, mesmo que não pareça ser.

Uma vez que as diferenças culturais não se restringem apenas às diferenças entre povos ou etnias, pode-se falar da existência de subculturas, que apresentam diferentes formas de expressão cultural, no contexto de uma cultura mais ampla.

Hoje, com as influências recíprocas que se processam, continuamente, entre diferentes culturas, não existe, provavelmente, quase nenhuma cultura em um “estado puro”, ou seja, que nunca tenha sofrido algum tipo de influência, provinda de outra cultura.

O facto de as culturas se interinfluenciarem de forma dinâmica não significa a inexistência de atitudes etnocêntricas, segundo as quais “nosso próprio grupo é o centro de todas as coisas e todos os outros grupos são medidos e avaliados com relação à ele” (Cuche, 1999:46). O hábito de as pessoas etnocêntricas verem o mundo com lentes próprias faz com que elas julguem, muitas vezes, o diferente ou externo a elas, como errado, reprovável ou superior. Apesar de a ideia de que existem culturas inferiores e superiores ou povos mais capazes ou melhores do que outros, vir sendo questionada, constantemente, no contexto da reflexão antropológica, a exemplo do que fez Lévi-Strauss (1952), ainda há uma tendência a se classificar algumas culturas como superiores às outras.

2.2. As diferenças geracionais e seus desafios

Na literatura, de modo geral, entende-se por geração um grupo de pessoas que nasceram numa mesma época e que tiveram, de certa forma, influências culturais semelhantes. Weller (2010), Borges e Magalhães (2011), tendo como referência Karl Mannheim, que até hoje ainda serve de base para o estudo sociológico e cultural das gerações, ressaltam o facto de que as investigações sobre as gerações não são tão simples, como se imagina, pois num mesmo tempo cronológico, os grupos de diferentes idades podem apresentar vivências internas e culturais diferentes, dessa forma a pertença a uma determinada geração pode não se dar especificamente através do tempo cronológico. As gerações, para ele, estão em mudança contínua e sofrem influências umas das outras. Os mais velhos podem transmitir conhecimentos para os mais jovens, assim como os mais jovens podem levar os mais velhos a adquirir novas aprendizagens e novas compreensões. Isso significa que as relações intergeracionais constituem um processo dinâmico, em contínua interação e mudança, e fortemente influenciadas pela cultura (Ramos, 2013).

Os idosos desempenham um papel muito importante na família, uma vez que colaboram com a transmissão cultural, de crenças, tradições e de valores sociais e educativos

(Ramos, 2005, 2012). Para Rodrigues (2012:47) que cita João Paulo II (2002), os idosos “representam uma memória coletiva” e “são os responsáveis pela transmissão dos valores humanos”. Reconhecer e aproveitar o conhecimento dos idosos pode ser, portanto, de grande valia para as novas gerações, assim como reconhecer e aproveitar o conhecimento do jovem poderá ajudar o idoso a acompanhar melhor a evolução tecnológica e as mudanças sociais.

Nos tempos atuais, a supervalorização do jovem e a consequente desvalorização do idoso pode provocar nos idosos, ideias de incapacidade e a experiência de depressão, pela sensação de improdutividade e falta de valor, enquanto que nas pessoas mais jovens a ansiedade, depressão e estresse são gerados e agravados pelas altas cobranças internas e ou externas e pelo medo do envelhecimento inevitável. Além disso, é um facto que uma sociedade se constrói nos seus valores se fragiliza e se fragmenta quando existe falta de referência e valores de sustentação, abrindo espaço para o conflito e a doença. Por isso é importante reforçar a relação e a solidariedade intergeracionais a fim de possibilitar maior coesão e saúde das pessoas.

Oliveira (1993, 1999), citado por Ramos (2013:141), evidencia a importância da coeducação dos idosos aos mais jovens, na transmissão dos valores: da responsabilidade, da organização, da educação, do amor, da solidariedade, da amizade, da justiça, do respeito, da colaboração, da espiritualidade e por fim, da religiosidade. Para Ramos (2005, 2011, 2013) as gerações mais velhas e mais jovens nos seus cuidados deverão contar não só com o apoio da família, mas também, com o apoio da sociedade e do Estado, sendo necessário educar as pessoas para a solidariedade intergeracional e para a importância das relações intergeracionais e interculturais.

O termo intergeracionalidade refere-se às relações entre pessoas de diferentes gerações. A melhoria das condições de vida e consequente aumento da expectativa de vida torna urgente a discussão da intergeracionalidade para promover um relacionamento saudável entre pessoas de diversas idades. Relacionamento esse baseado na troca de experiências, saberes e cuidados de forma solidária. As diferenças geracionais e a idade avançada podem gerar preconceitos e discriminação dos idosos, que muitas vezes são percebidos como incapazes. Entretanto, se bem conduzido, o relacionamento entre gerações pode ser vantajoso, para todas as gerações.

“Intergeracionalidade é importante como um projeto social e educacional aos níveis individual, familiar e da sociedade que visa eliminar a exclusão das gerações mais velhas e a formação de estereótipos e preconceitos com base na idade. Visa igualmente promover o diálogo, a aprendizagem e a socialização entre várias gerações e também a construção de uma

sociedade para todas as idades, em que diferentes gerações podem contribuir para uma cultura de solidariedade e cidadania, bem como para o bem-estar das pessoas. ”

(Ramos, 2013:144)

A forma dos jovens de lidar com o sucesso será uma forma mais perfeccionista? Se os jovens se abrissem para a experiência dos mais velhos poderiam encarar a realidade de uma forma mais natural, com menos ansiedade e de forma mais saudável? Essa troca intergeracional poderia ajudar ambas as gerações a lidarem com os fracassos, que são inevitáveis? Os jovens poderiam entender os fracassos como um desafio e um caminho natural para o sucesso e os mais velhos poderiam aprender a reconhecer as suas limitações e, com isso, receberem com mais naturalidade a ajuda dos mais jovens?

2.3. A interculturalidade e a comunicação intercultural como processo emancipatório

De acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, instituída pela ONU em 1948, *“Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e direitos. São dotados de razão e consciência e devem agir em relação uns aos outros com espírito de fraternidade”*.

O reconhecimento de que todos os homens apesar de as diferenças culturais, étnicas, sociais, de género, cor, religião e de ideologias políticas, possuem os mesmos direitos não tem garantido, contudo, que esses direitos sejam cumpridos.

Além da ênfase dada ao facto de que todos os homens são iguais em direito, é preciso reconhecer, como Lévi-Strauss (1952) procura demonstrar, que as culturas não podem e nem devem ser classificadas em uma escala de superioridade/inferioridade. A aceitação dessa premissa não tem impedido, todavia, a adoção de uma postura de superioridade de algumas culturas frente a outras. A crença na pressuposta superioridade da cultura Ocidental, tem sido utilizada como uma forma de legitimar seu domínio sobre as culturas tidas como inferiores, por serem menos desenvolvidas economicamente.

A alegação de superioridade/inferioridade assim como o projeto de dominação daí decorrente tem se processado também em relação às diferenças, sejam elas culturais, étnicas, de geração, de género, de religião ou de nível social. Sendo assim, torna-se urgente a promoção da interculturalidade e intergeracionalidade como uma alternativa para a substituição das noções de superioridade/inferioridade, dominante/dominado e de incluído/excluído, pelo reconhecimento do outro como igual, atitude indispensável ao processo emancipatório dos inferiorizados e dominados.

O entendimento da cultura e dos pontos de vista do outro, portanto, é essencial para a empatia e para boa comunicação e para o consequente bem-estar relacional. As diferentes culturas geracionais, por exemplo, precisam reconhecer-se mutuamente, com as suas diferenças, levando em conta a importância relativa de cada uma delas. Se os idosos podem aprender com os jovens a utilizar recursos tecnológicos, os jovens, também, podem usufruir da experiência de vida dos mais velhos. É preciso que haja a compreensão, não apenas de que somos humanos, e, portanto, temos direitos iguais, mas que somos, ao mesmo tempo, diferentes, uma vez que temos pertencas diferentes. Tal compreensão é uma condição indispensável para que as pessoas possam sair do seu individualismo de forma a investir na troca e na partilha. A convivência com o diferente não deveria levar à exclusão, mas sim ao respeito e ao acolhimento das diferentes pertencas. Somente assim se torna viável a compreensão de que a nossa pertença é apenas uma entre outras e de que as pertencas alheias são tão possíveis e válidas quanto as nossas.

Boaventura de Souza Santos (2009), em: *Direito humanos – o desafio da interculturalidade*, propõe a hermenêutica diatópica para uma melhor compreensão intercultural: Para ele o topoi (lugar comum) de uma determinada cultura é incompleto, assim como a cultura a que ele pertence também o é. A completude é uma meta irreal, mas a consciência da incompletude mútua promove o diálogo e o encontro intercultural. Esse diálogo é um trabalho de colaboração mútua e se dá na aceitação das vulnerabilidades recíprocas e na capacidade de posicionamento, sem que se venha a ferir ou a desrespeitar as diferenças. O objetivo da hermenêutica diatópica, portanto, é o de: *“ampliar ao máximo a consciência de incompletude mútua, por meio de um diálogo que se desenrola, por assim dizer, com um pé numa cultura e outro noutra. Nisso reside o seu caráter diatópico.”* (Santos, 2009:15)

A interculturalidade promove, assim, a troca entre pessoas de grupos distintos e possibilita uma abertura ao outro. Essa troca só é possível quando existe um posicionamento respeitoso e acolhedor sobre a visão do “outro”. Essa troca pode acontecer entre diferentes gêneros, idades, classes sociais, etnias. Compreender as diferenças e o direito que o “outro” tem em pensar, sentir e agir diferente do “eu” promove empatia e conexão e afasta as consequências negativas do etnocentrismo.

Interculturalidade pode, então, estimular mudanças de paradigmas das pessoas de ambas culturas envolvidas e colaborar para um projeto emancipatório. A interculturalidade

promove a partilha saudável e o crescimento e desenvolvimento das culturas envolvidas. Conhecer a cultura do outro, e reconhecer o valor do outro, liberta e dá poder, tanto para quem reconhece, quanto para quem é reconhecido, o reconhecimento dignifica. Entender que o pensamento do outro está ligado à sua cultura e à sua experiência de vida e que o meu pensamento se constrói da mesma maneira liberta e gera autonomia, independência e realização.

3. SUCESSO: SIGNIFICADO, MUDANÇAS E CONTEXTOS

3.1. A dificuldade de definição do sucesso, seus significados e mudanças

A noção de sucesso, presente no senso comum, é amplamente utilizada, os significados e as crenças que lhe são associados, no entanto, têm sido muito pouco estudados e pesquisados, assim como as mudanças sofridas por essa noção, no decorrer da história e nos diferentes momentos de vida das pessoas que a utilizam.

No âmbito profissional, escolar e desportivo, as ideias associadas à representação social do sucesso refere-se, na maioria das vezes, a um excelente desempenho, com ótimos resultados. Os média constantemente destacam os termos sucesso e fracasso, valorizando cada dia mais a eficácia, a competência e o resultado, estimulando o sucesso e reprovando o fracasso. Segundo Ituassu (2012) vários autores têm apontado os média como um dos fatores responsáveis pela cultura do *management*, que difunde e legitima o “culto à excelência”. A condição de bem-sucedido aparece, pois, em constante destaque, em todos os setores da nossa sociedade, como algo a ser alcançado e almejado.

Apesar de a palavra sucesso ser bastante utilizada na atualidade, o seu significado tem sido muito pouco abordado nas publicações, conforme observam Ituassu e Tonelli (2012). O facto é que se fala muito sobre o sucesso, mas pouco sobre o seu significado e não são raras as publicações sobre o sucesso que nem mesmo abordam o sentido do termo, como se o significado fosse um só. Prosseguindo em suas considerações, Ituassu e Tonelli afirmam que o sucesso tem sido abordado, com focos diferenciados, em diversas áreas do conhecimento: A sociologia o vê como uma possibilidade de mobilidade social, enquanto a psicologia investiga a ansiedade, as percepções e representações, as questões de género e a motivação, já a administração enfoca questões mais ligadas à profissão e à carreira.

Além dessas diferenças, pode-se dizer, segundo Berger e Luckman (Berger e Luckman, 1985 *apud* Ituassu e Tonelli, 2012:13), que o sucesso assumiu,

preponderantemente, um significado “*de vida de posses, altas posições, bons salários e prestígio*” (idem) tornando-se sinónimo disso. Tal significado acabou se institucionalizando, tornando-se padrão e influenciando as pessoas, sem que elas, se aperceberem. Perseguir o sucesso, definido dessa maneira, tornou-se, assim, quase que um hábito social, que desconsidera os significados individuais mais profundos. Por outro lado, Ituassu e Tonelli, (2012) lembram que o sentido “institucionalizado” de sucesso por ter sido construído coletivamente, seria passível de uma reconstrução. Nesse mesmo caminho de ressignificação, Pahl (1997) para quem o modelo de sucesso económico competitivo e agressivo estaria com os dias contados, propõem um novo modelo de sucesso mais flexível, baseado no equilíbrio e na capacidade de se relacionar.

Sturges (1996), também, discute os diferentes significados de sucesso em “*What it means to succeed: Personal conceptions of career success held by male and female managers at different ages*”. Ela apresenta três tipos diferentes de critério de medida do sucesso. De acordo com a pesquisadora, o sucesso externo compreende a ideia de sucesso convencional, ligada a dinheiro, a cargos e ao poder. O sucesso interno compreenderia ideias pessoais de valor. O sucesso abstrato (intangível) se relacionaria com uma ideia de reconhecimento e respeitabilidade. Para essa autora, o sucesso mais “tradicional”, incentivado pela maior parte das empresas, já não se sustenta, pois não corresponde às expectativas de todos. Para ela, devido a não existência de um conceito homogêneo de sucesso, seria necessário legitimar as novas percepções e reforçá-las, no contexto empresarial, a fim de que elas possam continuar motivando e recompensando os seus funcionários, adequadamente.

Outras mudanças de significado também foram observadas por Gerolimos e Worthing (1999). Essas pesquisadoras estudaram as definições do sucesso, dadas por uma maioria de mulheres bem-sucedidas ligadas as áreas da academia, indústria, governo, representantes de organizações e fundações, em dois momentos. O primeiro, numa conferência da New York Academy of Sciences, de 1972, intitulada *Women and Success: Anatomy of Achievement* e, outra, 25 anos depois, em 1997. Elas observaram que a definição de sucesso, dada pelas participantes da conferência de 1972, estava relacionada ao reconhecimento pelos próprios pares da profissão escolhida. Entretanto, 25 anos depois a definição estava relacionada à ideia de vida pessoal e profissional equilibrada, onde o trabalho possibilite autonomia, controle, poder de escolha e possibilidade de lutar pelos

próprios objetivos. Um dos grupos de trabalho fez uma observação bastante relevante: "*Encontrar nossa identidade é mais importante do que definir o sucesso, especialmente por padrões estabelecidos por homens ou pela instituição*" (Gerolimatos e Worthing, 1999:135²). Existe, portanto, a valorização do significado pessoal dado ao termo, o que demonstra uma certa resistência ao significado mais difundido, uma vez que ele não se aplica a todos e parece não interessar à maioria das pessoas, pelo menos, não nesse estudo. Um outro ponto importante dessa mesma pesquisa diz respeito ao facto de que "*as medidas tradicionais de sucesso*" não foram muito relatadas, pois poucas definições se referiam ao poder, a altos cargos e a altos salários. Nessa nova discussão, uma grande mudança de pensamento foi percebida, uma vez que o reconhecimento foi visto como uma recompensa extra e não mais como o essencial, para se considerar bem-sucedido. Nesse segundo momento, o grupo de mulheres mais velhas considerou como valor uma liderança que pudesse impactar e promover mudanças na vida das outras pessoas, o que demonstra que o essencial passou a ser um sentido de vida voltado para um bem-estar comum fundamentado numa capacidade de fazer diferença na vida das pessoas. Um fator relevante observado nesse estudo, que foi confirmado na pesquisa de Sturges (1996), foi a percepção de que a definição individual de sucesso pode mudar, com o decorrer do tempo nas diferentes fases de vida. Isso significa que, num primeiro momento, o foco pode ser a vida profissional, depois, esse foco pode passar para a vida familiar e, num outro momento, retornar ao profissional.

A dificuldade de se delimitar o significado do termo sucesso pode estar contribuindo para a existência, em determinadas circunstâncias, de um certo mal-estar social. Abele e Spurk (2009), que estudaram a percepção da carreira de sucesso, sob uma ótica objetiva (aquela avaliada pela sociedade através da posição hierárquica), e subjetiva (aquela que considera a avaliação individual sobre si), puderam constatar que os profissionais que tinham uma tendência a fazer uma avaliação subjetiva positiva de sucesso acabavam indo de encontro ao sucesso mais objetivo. Eles sugerem, por conseguinte, que as empresas deveriam prestar mais atenção à ideia de sucesso subjetiva, em vez de estimular apenas o sucesso objetivo.

² Tradução livre da autora. No original "*Finding our identity is more important than defining success, especially by standards established by men or the institution*" (Gerolimatos e Worthing, 1999:135)

Esse exemplo demonstra que o foco excessivo no sucesso objetivo, dado pelas empresas, pelos média e pelos próprios trabalhadores, pode estar contribuindo mais para a insatisfação com o trabalho, do que para a satisfação, como seria esperado e desejado pelas empresas. Por esse motivo, as empresas que têm se interessado pelo bem-estar de seus funcionários deveriam levar em conta esse facto, pois um funcionário satisfeito torna-se mais produtivo, por estar mais saudável e mais motivado, o que contribui para a meta de desenvolvimento empresarial. Resignificar o sucesso, dando-lhe um foco mais pessoal e individual, pode ser, portanto, uma boa alternativa para as novas formas de trabalho e para o bem-estar psicológico, uma vez que o sucesso objetivo nem sempre atende, adequadamente, as demandas pessoais e a das empresas. Por isso, questionar o sucesso e suas implicações torna-se tão importante no momento atual.

3.2. O sucesso e as diferenças culturais

O sucesso, no seu significado tradicionalmente adotado e institucionalizado no contexto cultural norte-americano, existe há bastante tempo. Benjamin Franklin, que viveu no século XVIII, já fazia apologia do *self-made-man*. A partir dos anos sessenta do século XX, todavia, a ideia de que a pessoa bem-sucedida era aquela que atingia o sucesso por conta própria, devido à autodisciplina e ao trabalho duro, *hard work*, foi flexibilizada e questionada.

“Até a década de 1960, uma pessoa só era considerada genuinamente bem-sucedida, somente se ela atingisse seus objetivos de forma autônoma, independentemente dos outros e apenas como resultado de sua própria autodisciplina. Essa ideia corresponde à noção de Franklin do “self-made-man” (De Keere, 2014:318³)

Tal concepção, na qual o sucesso está associado ao esforço, ao trabalho duro e à autodisciplina, liga-se à ética protestante, segundo a qual, como observa Weber, aqueles que nascem predestinados à salvação valorizam o trabalho e uma vida frugal, já a “*falta de vontade de trabalhar é um sintoma da ausência do estado de graça*” (Weber, 1967:113).

³ Tradução livre da autora. No original “*Until the 1960s, a person is only considered to be genuinely successful if and only if he achieves his goals autonomously, independently from others and solely as the result of his own selfdiscipline. This idea corresponds to Franklin’s notion of the ‘self-made man’.*” (De Keere, 2014:318)

Foi dentro do contexto da ética protestante que ideia, própria ao regime capitalista, nos seus primórdios, de economizar o lucro obtido, a fim de usá-lo para aumentar o capital com novos investimentos e não para enriquecimento e usufruto pessoal, teve um grande impulso e adesão. Com efeito, o anseio pelo enriquecimento não é uma característica típica do capitalismo, o que lhe é característico é usar o lucro e o enriquecimento daí obtido, para aumentar o capital. Com o lucro de um pequeno negócio, abre-se outro negócio e depois mais outro, o desejo de expansão é insaciável. Usar o capital adquirido para usufruir uma vida de lazer e conforto foge ao espírito do capitalismo, tal como Weber o descreve.

De acordo com a ética protestante, portanto, é um dever ser rico e aumentar o capital. Fazer isso é uma obrigação para com Deus. Nesse caso, a riqueza não deve ser utilizada para os prazeres da carne. Com o surgimento do capitalismo, em seu período inicial, portanto, a ideia do sucesso se fundamentava em atitudes morais, como honestidade, pontualidade, laboriosidade, fazendo com que o sucesso se transformasse em um dever moral, em uma finalidade em si.

O enriquecimento para usufruto da ociosidade é visto, assim, como algo negativo e mau dentro da ética protestante americana. Nesse contexto, o comportamento voltado para o enriquecimento, que anteriormente era interpretado como egoísta e orgulhoso, transformase em socialmente aceitável e até estimulado para o “bem da nação” (Weber, 1967). Essa ideia do sucesso e da valorização do *self-made-man* reforçam os valores morais e a ética-social na cultura americana.

“Ganhar dinheiro dentro da ordem econômica moderna é, enquanto for feito legalmente, o resultado e a expressão de virtude e eficiência em uma vocação; e estas virtude e eficiência são, como não é difícil de se ver agora, os verdadeiros alfa e ômega da ética de Franklin.” (Weber, 1967:33)

Tal ideal de sucesso, de acordo com Tjeder (2002), está relacionado à ideia de masculinidade e de independência, considerando-se que a dependência fazia parte do “ideal feminino” da época, conforme Nead (1988) e Jordasson, (1998) ambos citados por Tjeder (2002). Essa ideia de independência, de autossuficiência e de autonomia, presentes na concepção de sucesso norte-americana, que amparam e reforçam o individualismo e a livre escolha, não são vistos com bons olhos pelos países que possuem culturas mais coletivistas.

O grande problema na importação de um conceito ou comportamento, procedente de outra cultura, encontra-se nas diferentes condições apresentadas pelas duas culturas, a exportadora e a importadora. A adoção do conceito de sucesso, “*institucionalizado*” nos EUA, em outros contextos culturais, sofre, portanto, a influência de condições diferentes das originais, como ocorreu, no caso específico do Brasil e de Portugal.

Os EUA, Canadá e Europa Ocidental são países de cultura predominantemente individualista, enquanto que os países da América Latina, Ásia e África têm uma propensão à serem mais coletivistas, conforme ressaltam Smith e Bond (Smith & Bond, 1993 *apud* Ferreira, Assmar & Souto, 2002:87). Por outro lado, Ferreira, Assmar e Souto (2002) compreendem que a oposição individualismo versus coletivismo não é unânime e reforçam a necessidade de mais pesquisas neste campo, principalmente dentro da cultura latino-americana e brasileira que, até o presente momento, foram muito pouco estudadas. Esses autores chamam a atenção para a dificuldade de uma classificação, do que poderia ser individualista ou coletivista, na diversidade cultural brasileira, que possui uma variabilidade de influências, que não poderiam se resumir a uma oposição simplista e generalizada.

De qualquer forma, a complexidade do conceito de sucesso no contexto brasileiro precisa ser pesquisada e estudada com o cuidado e objetividade que as circunstâncias e os contextos culturais exigem. Independentemente disso, podemos compreender, por meio das considerações feitas por Weber (1967) sobre a ética protestante e o espírito do capitalismo, as condições históricas e culturais, em que a concepção de sucesso americana foi estruturada, condições essas que, nem sempre são encontradas da mesma forma, em outros contextos culturais.

3.3. O sucesso e as diferentes gerações

De uma geração à outra novos conceitos vão sendo valorizados e outros anteriormente bem cotados vão caindo em desuso. Essas mudanças contínuas estão cada dia mais rápidas. O que é valor, num determinado momento, pode tornar-se antiquado e preconceituoso, pouco tempo depois.

Ituassu (2012), em sua pesquisa comparativa sobre o significado do sucesso, veiculado nas reportagens da revista *Exame*, por mais de 20 anos, observou uma grande diferença no perfil do bem-sucedido, apresentado pela revista, nos anos 70, e, depois, no fim dos anos 90. Na década de 70, os bem-sucedidos eram representados como homens maduros e seguros, imagem essa que foi substituída na década de 90 pela do jovem aparentemente desequilibrado. Esse estudo apresenta uma possível modificação social, relacionada à imagem do bem-sucedido e à idade deles. Ituassu (2012) atribui essa mudança ao facto de que, na década de 80, a publicidade voltou seu foco para o público jovem, pouco atendido nas campanhas publicitárias, até então. Os jovens começaram a ser mais valorizados pelos meios de comunicação, quase ao mesmo tempo em que o sucesso tornou-se mais acessível

para eles. Portanto, o sucesso que, anteriormente, era alcançado na maturidade, após atitudes de esforço, de persistência e do aumento da qualificação, cede lugar a um sucesso rápido, sem o tempo de amadurecimento necessário para sustentá-lo, e talvez, seja esse um dos motivos da mudança do perfil do bem-sucedido. A maturidade, anteriormente valorizada e evidenciada nas publicações sobre o sucesso, na década de 70, cedeu lugar à agilidade e à capacidade de inovação do jovem na década de 90.

Hoje em dia é possível que uma ideia inovadora propicie altos ganhos financeiros, e as *startups* do Vale do Silício, na Califórnia estão aí, para mostrar para os jovens que é possível enriquecer, ter poder e prestígio em um curto espaço de tempo. Esses exemplos têm se propagado, gerando nos jovens atuais uma alta expectativa desse tipo de sucesso.

Outro ponto importante a ser levantado, associado, também, com os média, refere-se à supervalorização que os média têm dado às atividades dos jovens. Os média parecem ter contribuído para a associação da juventude ao sucesso. Esse culto à juventude e às suas características positivas contribuem, conseqüentemente, com a desvalorização do idoso. Esse tipo de comportamento acaba por reforçar o idadismo, que conforme referências mencionadas por Santos (2012), tem como base a discriminação baseada na idade. A discriminação do idoso contribui para aversão ao envelhecimento tanto por parte dos jovens, quanto dos adultos e idosos, o que pode trazer graves conseqüências na construção do autoconceito das pessoas, uma vez que o envelhecer é um fenômeno natural e não pode ser impedido. Podemos observar, portanto, por meio desse exemplo, uma rápida mudança social, possivelmente estimulada e reforçada pelos meios midiáticos. Não podemos esquecer, contudo, que as representações sociais sofrem uma mutação contínua e a comunicação, pelos média, contribui muito para isso. O sucesso, anteriormente interpretado de forma mais “positiva”, no sentido de esforço e equilíbrio, como demonstram as publicações da revista Exame, parece ter cedido lugar a outras formas de interpretação. Os novos bem-sucedidos parecem apresentar-se mais ambiciosos, mais inseguros, mais ansiosos, mais volúveis e vulneráveis. E não são raras as publicações recentes que apresentam o sucesso de forma mais “negativa”. E, talvez, seja esse um dos motivos que torna urgente a ressignificação do termo que, recentemente, tem sido associado à ideia de felicidade, como veremos mais à frente.

As representações sociais não mudam somente com o decorrer do tempo, como foi colocado, mas, também, dentro de uma mesma época, por diferentes grupos etários. Um dos

grupos de discussão da conferência, apresentada por Gerolimatos e Worthing (1999), relatou uma diferença em relação ao foco e às estratégias, para a conclusão de metas entre as gerações.

“Um grupo relatou que as jovens na mesa definiram o sucesso como metas de curto prazo com foco na autossatisfação para concluir metas e conquistas. A definição de cientistas mais velhos, talvez pioneiros, incluía um foco em mudanças globais ao longo da vida. ”

(Gerolimatos e Worthing, 1999:136)

No estudo de Sturges (1996) sobre o significado do sucesso, foi possível observar, igualmente, diferenças conceituais de acordo com a idade dos respondentes da pesquisa. Foi observado que existe uma tendência dos mais jovens e principalmente dos homens em se identificarem com a definição de sucesso com o sentido “*tradicional*” do termo (critério externo de sucesso) que significaria alta posição hierárquica e alto salário. Esse padrão não se confirmou tão fortemente nos outros grupos etários. A pesquisa mostrou que os pesquisados acima de 30 anos começam a adotar um conceito mais pessoal, o que demonstra que o conceito de sucesso mais difundido começa a não fazer mais tanto sentido. A partir dos 40 anos, é possível observar o aparecimento de um desejo de ter prazer naquilo que se faz, de buscar por algo interessante e de atingir um reconhecimento pessoal o que a autora considera como critérios internos de sucesso. Ao mesmo tempo surge também uma vontade de fazer algo diferente a ponto de poder deixar uma marca própria, talvez algo que possibilite um sentido maior (critério abstrato- intangível), que também foi um item observado, de certa forma na pesquisa de Gerolimatos e Worthing (1999).

Tendo como base esses exemplos, podemos concluir que o significado de sucesso pode mudar de acordo com a idade e com a mudança de objetivos. Aquilo que foi perseguido, num primeiro momento, vai adquirindo novas formas, com o passar dos anos, motivado, provavelmente, pela mudança de metas, nas diferentes fases da vida. Isso significa que um jovem, ao se inserir no mercado de trabalho, pode se identificar com um significado de sucesso mais usual, ligado a ganhos financeiros, se o seu objetivo for autonomia e independência financeira. Portanto, nesse primeiro momento, o objetivo pode ser o de se

⁴ Tradução livre da autora. No original: “A group reported that younger women at the table defined success in terms of short-term goals with the focus on self-satisfaction in terms of goals and achievements. The older, perhaps pioneering, women scientists definition included a focus in global changes over a lifetime” (Gerolimatos e Worthing, 1999:136)

estabelecer e de exibir sua competência e capacidade. Num segundo momento, quando esse objetivo já estiver encaminhado, ele pode começar a focar em outras prioridades, como, por exemplo, nas relações com a família e com os amigos e no reconhecimento do seu trabalho, que exige outras recompensas, que não são mais, necessariamente, dinheiro, poder e *status*. Ele pode vir a almejar, então, um trabalho que seja interessante, que traga prazer e que o possibilite a se realizar e a ter a oportunidade de ser reconhecido e de executar algo que possa fazê-lo lembrado posteriormente transformando-o em exemplo de motivação e inspiração para outros.

Essa progressão parece-se muito com a pirâmide das necessidades, apresentada por Maslow (1943). Em “A teoria da motivação humana”, ele propõe a existência de uma hierarquia de necessidades. De acordo com sua concepção, existiriam cinco necessidades básicas, interligadas entre si. Sendo assim, a satisfação de uma determinada necessidade pode estar dependente da execução de outra necessidade mais primária. Entretanto, para se obter satisfação, seria preciso que existisse uma pré-condição que abrangesse a liberdade de expressão, a justiça, a honestidade e outros valores, praticamente indispensáveis, para que as necessidades básicas fossem alcançadas. De acordo com este autor, quando uma determinada necessidade é sanada, outra necessidade é perseguida, seguindo, assim, até o topo da pirâmide. Seria esse índice crescente de necessidades que estimulariam a motivação humana. As necessidades por ordem de prioridade de acordo com ele seriam: necessidades fisiológicas, necessidades de segurança (se enquadraria aqui a necessidade de dinheiro), necessidades de amor (está ligado as relações, amizade e família), necessidades de estima (auto-respeito, autoestima, autonomia, capacidade de realização, respeito, reconhecimento), necessidades de auto-atualização (desejo de realização pessoal, criatividade, resolução de problemas).

Se essa pirâmide fosse vista como uma progressão, poderíamos compreender as diferentes necessidades de acordo com a idade e ou momento de vida em que a pessoa se encontra. O problema dessa visão progressiva é que nem todos têm as mesmas necessidades, nas mesmas fases da vida, pois muitos jovens alcançam o topo da pirâmide rápido, enquanto muitos idosos podem nunca alcançá-lo. Além disso, não dá para determinar o que as pessoas valorizam. Frankl (1989), por exemplo, evidencia o facto de que muitas vezes uma necessidade do topo da pirâmide pode se tornar básica, mesmo que outras necessidades ainda não tenham sido satisfeitas.

É possível dizer, portanto, que gerações diferentes têm uma tendência a ter valores diferentes, além de ser provável que haja uma valorização de objetivos diferentes, em etapas diferentes da vida. O que demonstra que o significado do sucesso, além de não ser o mesmo, nas diferentes gerações, também não será o mesmo nas diferentes fases de vida, pois ele reflete a necessidade daquele momento, dentro de um determinado contexto cultural, histórico e emocional.

3.4. O Sucesso no meio empresarial

O sucesso de uma empresa é, principalmente, avaliado pelo desempenho e pela capacidade dessa de gerar riqueza. O objetivo óbvio das empresas é o lucro e, para que isso aconteça, é preciso ter profissionais capazes e motivados, no seu quadro de empregados. Ferrage (2012) explica que uma organização eficiente depende da boa liderança de seus dirigentes e sugere que a motivação está intimamente associada à liderança. Não é raro, portanto, o estímulo ao sucesso, como sinónimo de dinheiro e reconhecimento, numa tentativa de motivar, de forma extrínseca, os dirigentes e os empregados de uma empresa. Entende-se, dentro de muitas organizações, que as premiações e recompensas salariais motivariam o trabalho dos seus empregados. Esta suposição, apesar de prevalecer no imaginário empresarial, já tem sido frequentemente desconfirmada, na atualidade, como exemplificado anteriormente, na pesquisa de Abele e Spurk (2009), em que ficou evidente que o sucesso subjetivo, se mostra muito mais relevante para o sucesso objetivo do que o contrário.

O sucesso no contexto empresarial, entretanto, ainda está muito ligado a uma ideia de altos cargos, reconhecimento (*status*) e altos ganhos financeiros. Sturges (1996), em seu estudo sobre o significado de ser bem-sucedido, cita vários autores, para explicar o que ela denomina o “antigo sucesso” empresarial. De acordo com essas citações, uma carreira de sucesso implicaria em ascensão de cargo associado a altos ganhos financeiros. Essa noção se aproximaria muito da ideia do *self-made-man*, muito conhecida no campo empresarial. Esse ideal do *self-made man*, ainda muito propagado pelos média e no meio empresarial, não é uma ideia recente, muito pelo contrário, ele vem sendo estimulado, desde o século XIX, o que comprova Tjeder (2002), no seu estudo sobre o advento do *self-made* na Suécia. De acordo com este autor, esse ideal não foi propagado, apenas, dentro da sociedade norte americana, mas também em muitos outros países, no Ocidente: “o ideal americano do *self-*

made man se transformou num importante significado de masculinidade na classe média Sueca após 1850”. Tjeder mostra, também, nesse seu estudo, o quanto esse ideal americano foi capaz de influenciar culturas aristocráticas, por difundir uma possibilidade de enriquecimento e ascensão social para aqueles que não pertenciam à aristocracia. Para esse autor, todavia, a realização desse ideal deve ser compreendida como algo irreal, uma vez que alcançar o sucesso não seria possível, para todos, muito antes, pelo contrário, ele seria alcançado por muito poucos. Para ele, esse ideal refletiria apenas o desejo de como essas pessoas gostariam de ser e conseqüentemente esperariam que a sua sociedade fosse.

O desejo pelo sucesso, com o significado de altos ganhos financeiros, poder e *status*, ainda tem sido estimulado por muitas empresas, nos dias de hoje. Callanan (2003) questiona esse estímulo, que pode vir a incentivar condutas antiéticas e imorais, e demonstra as possíveis conseqüências negativas desse comportamento. Obter sucesso desta forma, torna-se nocivo à empresa e ao empregado. Essa falta de ética como caminho para o sucesso ajuda a compreender um dos motivos que pode contribuir para a associação da ideia de bem-sucedido a uma pessoa desequilibrada e desajustada, como foi observado na pesquisa de Ituassu (2012).

Há uma onda crescente de pesquisas demonstrando um desconforto com esse significado de sucesso importado. Significado esse que, grande parte das vezes, estimula empresas e empregados a valorizarem a competitividade desenfreada, o estresse, a falta de tempo para vida pessoal e a falta de ética para se atingir objetivos rentáveis (Callanan, 2003; Ituassu, 2012; Ituassu e Tonelli, 2012). Segundo Toledo (Toledo, 2006 *apud* Ituassu e Tonelli, 2012:10), algumas empresas desvalorizam os jovens que procuram equilibrar trabalho e vida pessoal. Para elas, as organizações ainda buscam os jovens mais dispostos a viver quase que exclusivamente para o trabalho. Esse modelo, apesar de ultrapassado, ainda se faz muito presente na atualidade, e é fonte de muita angústia e frustração. Apesar de as pesquisas mostrarem a insatisfação das pessoas com esse modelo, ainda há muita resistência das empresas em se adaptar à nova realidade. O grande problema, que faz esse esquema se manter, talvez resida na ideia, equivocada, de que os jovens exibem uma grande vontade de serem bem remunerados, em início de carreira. Esse desejo faz com que as empresas continuem reforçando essa vantagem financeira, se esquecendo dos outros valores.

As prioridades das pessoas vão se modificando com o tempo, o que é natural, assim como seus objetivos e metas. Para que as empresas possam continuar motivando seus

empregados seria necessário acompanhar essa evolução, mas isso ainda não faz parte da cultura empresarial, pelo menos não da maioria. Flexibilizar torna-se indispensável, para que uma companhia continue evoluindo e acompanhando as necessidades dos seus funcionários, a fim de mantê-los motivados, mas isso ainda parece utópico, apesar de muitas pesquisas já estarem apontando o sucesso padrão como incompleto e, muitas vezes, até mesmo, como prejudicial. Por essa razão, Ituassu (2012) e Ituassu e Tonelli (2012), amparadas por Berger e Luckman (1985), propõem que o sucesso seja percebido como uma construção social, o que validaria outras visões sobre o termo, que não se relacionam, estritamente, à forma mais tradicional que o conceito assumiu. Para esses autores, o sucesso com o sentido de altos ganhos financeiros, *status* e poder tornou-se uma instituição, ao ser amplamente reforçado e repetido, tornando-se um tipo de hábito da sociedade, a ponto de praticamente não ser questionado, de forma que, mesmo que as pessoas não ambicionem internamente esse tipo de sentido de sucesso, elas ainda encontram dificuldade em se desfazer dessa ideia e de não segui-lo. Principalmente porque, na nossa sociedade atual, valoriza-se a perfeição de sobremaneira que os perfeccionistas e workaholics tornam-se muitas vezes exemplos de bons profissionais, enquanto seriam, talvez, exemplo de pessoas desajustadas e cheias de conflitos.

3.5. O sucesso propagado nos média

O sucesso é provavelmente um dos temas mais abordados, de forma direta ou indireta, nos média nacional e internacional. O conceito de sucesso norte-americano, já internacionalizado, tem sido amplamente reforçado graças à divulgação de filmes que promovem a difusão dos valores da cultura americana, aos quatro cantos do mundo. O desenvolvimento da *internet* e a rapidez da comunicação, por sua vez, propicia uma adaptação contínua às novas tecnologias e um intercâmbio de ideias compartilhadas, através delas. Ao abrir o jornal, todos os dias nos deparamos com as notícias sobre o sucesso ou fracasso das políticas públicas, da economia, das empresas, da tecnologia, da educação, da saúde, das políticas externas, das artes, dos desportos etc. As reportagens nos informam, sempre, sobre aqueles que mais se destacaram, positivamente, ou fracassaram, independentemente do uso da palavra, em si. Parece haver uma necessidade intensa de comparar, cobrar, exigir alto desempenho, resultados e destaque. Os média têm servido

quase como um reforçador de grandes sucessos e grandes fracassos, o que acaba por contribuir para intensificar a ansiedade coletiva fundamentada no medo do fracasso.

No Brasil, os atletas sofrem, diariamente, uma grande pressão midiática, pelo seu desempenho. Um bom exemplo disso se deu com Ronaldo Nazário, três vezes eleito o melhor jogador do mundo, pela revista *Soccer* (1996, 1997, 2002). A atuação de Ronaldo sempre foi alvo dos meios de comunicação brasileiros e o seu bom desempenho era questão de orgulho nacional. No entanto, na Copa do Mundo de 1998, quando toda a expectativa de sucesso recaía sobre ele, principalmente no último jogo, a sua má atuação em campo, nesse último momento da seleção, foi explicada por uma convulsão, por ele sentida, antes do jogo, que, talvez, possa ter sido motivada pelo estresse midiático. Imediatamente após esse incidente, os meios de comunicação já começaram a criar explicações hipotéticas do fracasso desse “herói nacional” e esse noticiário durou semanas. Serra (2010), por exemplo, ao se referir a esse dia fatídico e ao mau comportamento dos jogadores do time brasileiro, em campo, explica a importância do psicológico, para a vitória, mas reconhece, também, a relevância da interferência midiática

“sem subestimar o efeito de variáveis interferentes, como a ambição de alguns jogadores, que como notaram vários experts e astros passados de nosso futebol, não jogam para a equipe mas jogam para as câmeras de TV [...] O segredo do desempenho desportivo [...] estaria mais na mente do que no corpo?! A resposta é sim!”

(Serra, 2010:1)

Nas últimas Olimpíadas, no Rio em 2016, o estresse de atletas, provocado pelos excessos de expectativa, promovida pelos média, pode ter influenciado alguns resultados brasileiros de forma positiva e negativa. O hiperfoco, em alguns atletas específicos, pode ter contribuído para o fracasso de alguns deles enquanto, onde menos se esperava, o Brasil foi surpreendido com as várias medalhas, recebidas por outros atletas, que, num segundo momento, se tornaram o alvo predileto.

Diariamente, recebe-se notícias sobre as empresas em alta ou em baixa, na bolsa de valores. Esse bom ou mal desempenho empresarial, na bolsa, é um medidor do sucesso da empresa, naquele momento. Podemos perceber, então, que o sucesso ou fracasso de uma empresa tem relação direta com o valor que o mercado atribui à sua atuação e desempenho. Nesse caso, o sucesso de uma determinada empresa pode ter relação direta com a previsão da capacidade dela de produzir ou gerar riqueza. Essas informações e previsões, divulgadas diariamente, acabam favorecendo ou dificultando o crescimento e desenvolvimento das empresas de modo geral. Os média, também, se tornam fonte de informações, para a bolsa

de valores, de forma que certo acontecimento, positivo ou negativo, ao ser divulgado pelos mídia, promove uma resposta quase que automática do mercado. Recentemente no Brasil, conforme relatado pela BBC Brasil (2017), a JBS, uma empresa envolvida em escândalos de corrupção política, comprou dólares, no dia anterior à sua delação, com o objetivo de vendê-los, no dia seguinte, já prevendo a queda de ações e o aumento do dólar, com as informações que forneceria às investigações e seriam divulgadas pelos mídia, no dia seguinte.

Os mídia, também, divulgam reportagens mais específicas, voltadas para o público dos negócios, em que se questiona o significado e os efeitos do sucesso, fornecendo orientações de atitudes e posicionamentos considerados necessários para atingir o sucesso. O tema, nessas publicações, apresenta-se bastante controverso, uma vez que muitas publicações utilizam o termo, num sentido positivo, enquanto outras apontam o sucesso como gerador de mal-estar e infelicidade. Ituassu e Tonelli (2012) mencionam algumas dessas reportagens, estampadas nas capas das revistas brasileiras, que envolvem a ideia de sucesso. Elas observam que essas reportagens associam o sucesso à carreira, ao trabalho, ao salário e ao prestígio. Entre elas, pode-se citar: “Sucesso e fracasso” (revista Superinteressante, julho 2010), “Sucesso: 39 ideias indispensáveis para você ser bem-sucedido na carreira” (Você S/A, nov. 2008), “8 atitudes decisivas para fazer sucesso” (Você S/A nov. 2010), “Sucesso na profissão” (Veja, junho 2003), “Seja ambicioso” (IstoÉ, fev. 2010), “Seja um profissional vitorioso” (Isto É, maio 2005).

Pode-se constatar, assim, que tais publicações reforçam e incentivam as pessoas a perseguirem o sucesso, como se o sucesso, por si só, já representasse uma fonte de prazer, satisfação e felicidade. Parece existir uma propaganda subliminar para o sucesso que associa o enriquecimento, os altos cargos, o prestígio e o poder à felicidade. É como se os mídia gritassem diariamente: Quer ser feliz? Então lute por altos cargos, dinheiro e poder.

Essa dicotomia do sucesso e as possíveis incoerências de significado do termo foram levantadas por Ituassu (2012), quando pesquisou 35 reportagens da revista *Exame*, de diferentes datas, que abordavam o tema do sucesso, e descobriu que, em 30 dessas reportagens, o perfil psicológico dos bem-sucedidos era descrito com características positivas como: “*empreendedor, ambicioso, dedicado, ousado, ativo, otimista, persistente, realizador*”. Nessa visão o bem-sucedido seria alguém independente e autossuficiente. Nas outras cinco publicações, o bem-sucedido é descrito de forma negativa “*como alguém*

frustrado, desajustado, mal resolvido, desequilibrado e com problemas psicológicos” Ituassu (2012). Em uma delas, Tanure, Carvalho, Neto e Andrade (Tanure, Carvalho, Neto e Andrade, 2007 *apud* Ituassu e Tonelli, 2012:10) revelam a descoberta, feita por eles, de que muitos dos indivíduos bem-sucedidos viviam infelizes e insatisfeitos e atribuíam esse desprazer à falta de equilíbrio na distribuição do tempo, em consequência de uma necessidade de reconhecimento social, que gerava um excesso de trabalho.

É provável que essa dicotomia, entre vida profissional e pessoal, vivenciada pelas pessoas consideradas bem-sucedidas, tenha estimulado uma necessidade de ressignificação do conceito. Atualmente, o tema tem surgido em muitas reportagens de revistas, voltadas para o público executivo, e a palavra sucesso tem sido frequentemente associada à qualidade de vida, como nas reportagens de Evans (1996), Decol (2007) e Rezende (2010). Em uma delas, publicada em 22 de novembro de 2007, Decol (2007), repórter da revista *Época Negócios*, inicia sua reportagem com a seguinte chamada: “Já não basta ostentar bens-materiais: tempo-livre para si e para a família, com autonomia profissional, são os novos símbolos de sucesso” (Decol, 2007). Nessa chamada, podemos perceber claramente que o fator dinheiro ainda é valorizado, mas não é mais considerado a única condição para se obter uma vida bem-sucedida. Essa mesma publicação apresenta o resultado de uma enquete, feita com seus leitores, sobre os sinais de uma vida de sucesso. Curiosamente, a ordem de prioridade apresenta o dinheiro em quinto lugar com a seguinte frase: “aposentar-se com dinheiro aos 50 anos - 8,82%”. Os quatro primeiros lugares da pesquisa foram: 1. “Ser feliz no amor- 14,21%”, 2. “Ter autonomia e poder de decisão- 12,34%”, 3. “Ser uma pessoa espiritualizada- 11,31%”, 4. “Ficar quanto tempo quiser com os filhos- 10,27%”. Essa pesquisa mostra claramente, que existe uma diferença entre o que se difunde e se propaga como sucesso, e o que as pessoas consideram como sucesso. A própria publicação coloca o dinheiro em primeiro lugar, na sua chamada, mas dizendo que ele, somente, já não é o suficiente. As pessoas, contudo, parecem demonstrar outra realidade, uma vez que, nos quatro primeiros lugares, encontramos, dois itens, que se referem a **relacionamentos**, um item, que se refere à **espiritualidade**, e outro, que se refere à **liberdade de escolha/autonomia**. Essa classificação demonstra, claramente, que existe uma pluralidade de significados e, talvez, ainda exista uma resistência, por parte do mundo dos negócios e dos média, à apresentação dessa “nova” noção, que nos reporta à qualidade de vida, bem-estar e relacionamentos.

3.6. Sucesso e gênero

Para Tjeder (2002), como foi visto anteriormente, o ideal de sucesso do *self-made-man*, originado nos EUA e exportado para várias outras culturas, está associado à masculinidade e independência. A seu ver, existe uma relação entre a masculinidade e o sucesso, como sinônimo de riqueza e poder. Tal associação entre o sucesso e a masculinidade ainda continua a existir, nos dias de hoje, e os média exercem um papel relevante nesse reforço. Um bom exemplo dessa supervalorização masculina, associada ao sucesso, encontra-se no vídeo “*Invisible Players*” da ESPN Brasil (2016), onde os fãs de desportos são desafiados a testar o quanto eles sabem sobre desportos, adivinhando quem seriam os atletas responsáveis por um gol incrível de esquerda, uma cesta perfeita e uma onda fantástica. Os entrevistados eram homens e mulheres e o vídeo mostrava o desempenho dos atletas, como se fosse em desenho, de forma a que as características pessoais de cada atleta não pudessem ser identificadas. No que se refere ao gol 136 pessoas sugeriram que ele deveria ser do Neymar, 102 escolheram Messi e outros 60 votaram no Cristiano Ronaldo, Pelé, Maradona, Ronaldo e Romário. A cesta foi atribuída 164 vezes a Michael Jordan, seguido do Oscar, em 96 vezes, e de outros jogadores do gênero masculino, em 41 vezes. Na onda, Medina foi o mais citado, 201 vezes, seguido por Mineirinho, 52 vezes, e por K. Slater, 32 vezes, e por outros atletas do gênero masculino 15 vezes. Nenhuma mulher foi citada, nem mesmo pelas próprias mulheres, o que reforça a ideia de que o sucesso ainda está associado a características atribuídas aos homens, o que é claramente reforçada nos média. Vale lembrar que a própria ênfase televisiva na transmissão dos jogos masculinos se deve, também, a essa relação equivocada, entre o sucesso e a masculinidade, dentro da nossa sociedade. O momento mais emocionante do vídeo se dá quando os entrevistados têm acesso a resposta e descobrem que todos aqueles feitos sensacionais tinham sido executados por Marta Vieira (5 vezes bola de ouro), Maya Moore (3 vezes campeã no WNBA), Maya Gabeira (5 vezes campeã de *big waves*), todas atletas de alto desempenho do gênero feminino. Percebe-se, neste momento, um desconforto, principalmente entre as mulheres, por não terem imaginado nenhuma atleta como autora dos feitos. O vídeo termina com a seguinte frase: “se não acertou as respostas, você precisa aprender mais sobre o poder da mulher”. Esse exemplo mostra que a ideia de sucesso, como sinônimo de poder, força e superação de limites, ainda está vinculada ao gênero masculino. A divulgação do vídeo já indica, no entanto, uma esperança na possibilidade de mudança no paradigma.

Sturges (1996) questiona as diferenças no significado dado à carreira de sucesso, para homens e mulheres, e percebe que as mulheres parecem considerar diferentes significados para o sucesso em relação aos que foram considerados pelos homens. Em sua pesquisa, ela menciona Keys e Likewise (1985), que puseram em evidência o facto de que, apesar de as mulheres pesquisadas receberem salários inferiores, elas se consideravam tão bem-sucedidas, quanto os homens, o que sugeriria que essas mulheres teriam, provavelmente, a satisfação pessoal em mais alta conta do que a própria remuneração, em si. Para esses autores, isso poderia significar a existência de uma diferença de atribuição do sucesso individual, quanto ao género.

Powel e Mainiero (1992) reforçam, também, a existência de diferentes percepções do sucesso, de acordo com o género. Para eles, as mulheres apresentam uma tendência maior em medir o sucesso de forma subjetiva e interna. Isso significa que as mulheres têm uma tendência maior para criar as suas próprias medidas individuais de sucesso, rejeitando as medidas objetivas e externas, sob as quais o mundo tradicionalmente as avalia. Para esses autores, essas medidas externas mais “tradicionalistas” e generalizadas seriam mais “masculinas”, uma vez que foram desenvolvidas e focadas no trabalho do género masculino. Para eles, o sucesso feminino obedece a critérios internos, mais ligados à “satisfação” pessoal com a carreira, até mesmo entre aquelas mulheres que preencheriam os requisitos para o sucesso externo objetivo, com altos salários, promoções e cargos.

Sturges (1996) aprofundou os estudos sobre o significado do sucesso, pesquisando gerentes da BT (**British Telecom**- Companhia de Telecomunicações Britânica). Essa pesquisadora encontrou, no relato dos gerentes, três diferentes critérios de medida para o sucesso. Além da medida externa e da medida interna, ela observou uma terceira medida, a qual denominou de abstrata ou intangível, em inglês “*intangible*”. Enquanto a **medida externa** avaliaria o sucesso, baseado na concepção mais tradicional do termo, que implicaria em dinheiro, *status* e poder, a **medida interna** valorizou os cinco critérios mais utilizados pelos pesquisados: Prazer, interesse, senso de dever cumprido, senso de realização e, por último, a possibilidade de fazer coisas novas, de forma diferente. A **medida abstrata (intangível)**, por sua vez, se baseava em “*ser reconhecido como um especialista respeitado e capaz de exercer influência*” (Sturges, 1996:101). Essa última medida implicaria em 4 critérios: Ser um especialista, ser respeitado, exercer influência e deixar sua marca pessoal. Fundamentada nesses significados de sucesso, essa autora observou que existia uma

tendência maior, entre as mulheres, de avaliar o sucesso de acordo com medidas internas e abstratas, enquanto entre os homens, havia uma tendência a valorizar mais a medida externa. Em outras palavras, mulheres tendem a considerar mais o significado individual do termo, enquanto os homens perseguem o significado mais social do mesmo.

Poderíamos concluir, portanto, que as mulheres seriam mais independentes do que os homens, na sua percepção sobre o sucesso, pois não ficam dependentes da avaliação externa para se sentirem realizadas. A capacidade de flexibilidade, na adaptação do conceito de sucesso, já promove uma maior satisfação das mulheres com o trabalho, uma vez que as metas internas são mais realistas e alcançáveis, do que metas externas altas e pré-estabelecidas. Preencher expectativas internas, acessíveis, torna o sucesso mais palpável e mais fácil e promove uma maior sensação de realização, para uma quantidade maior de pessoas. O grande problema, entretanto, vivenciado pelas mulheres é o de que, mesmo tendo metas mais compatíveis com suas expectativas, elas, ainda assim, estão sujeitas às regras externas, uma vez que a cultura organizacional ainda é, predominantemente, masculina e o significado social de sucesso ainda prevalece, principalmente no meio corporativo.

Ryan, Watson e Williams (1981) estudaram as divergências dos valores entre gerentes homens e mulheres americanos e observaram que os valores femininos, voltados para o bem-estar social, disciplina e estabilidade, eram negativamente associados a ideia de sucesso externo, enquanto os valores masculinos, relacionados a um comportamento mais agressivo e individualista eram positivamente associados. Comportamentos mais egoístas estão associados à masculinidade, enquanto comportamentos relacionais e sociais são mais associados às mulheres. Essas observações confirmam a ideia de Tjeder (2002), sobre a associação entre a ideia de *self-made man* e o sucesso. Essas pesquisas apresentadas acabam por confirmar que a ideia de *self-made man* ainda prevalece, na sociedade americana, inglesa e talvez em muitas outras, mesmo após mais de 150 anos de existência.

“A masculinidade se tornou vinculada ao sucesso individual no mundo, especialmente no mundo dos negócios. O sucesso mundano, em vez de ser sinal de gênero de egoísmo e orgulho ilegítimos, tornou-se uma marca positiva de gênero de masculinidade.”

(Tjeder, 2002:55⁵)

⁵ Tradução livre da autora. No original *“Mens’s masculinity became tied to their individual successfulness in the world, especially the world of business. Wordly success, instead of being a gendered sign of illegitimate egotism and pride, became a positive, gendered mark of manhood”* (Tjeder, 2002:55)

Pahl (1997), por sua vez, refere-se às mudanças sociais, principalmente nos papéis de gênero, e compreende que o estresse, provocado por essas mudanças sociais, contribui para a ansiedade, uma vez que a vida não é mais tão previsível, assim como não o são a delimitação dos papéis de gênero. Por outro lado, ele acredita que a influência “masculina” no sucesso, através da agressividade e da competitividade, tem sido paulatinamente substituída pela habilidade feminina de “equilíbrio entre agressividade e instrumentalismo”.

As divergências, especificidades e convergências, exemplificadas, anteriormente, estimulam a necessidade de aprofundar as pesquisas sobre o sucesso, associadas ao gênero e às suas implicações.

3.7. O sucesso no meio acadêmico

A definição de sucesso, no meio acadêmico, está ligado a bons resultados, boas notas e ao conseqüente destaque acadêmico. O insucesso é exatamente o contrário, ele se constataria pela reprovação escolar, pelas notas baixas e pela evasão escolar, em alguns casos.

Muitos estudos sobre o sucesso e fracasso escolar avaliam questões de gênero e diferenças socioculturais, atitudes e crenças do professor, questões escolares, motivação do aluno e fatores internos individuais. Grupos diferentes reagem diferentemente à um mesmo estímulo, mas, independentemente do grupo, fatores internos individuais e estímulos externos podem interferir no resultado. Explicar o sucesso e o fracasso escolar, baseado em estudos de grupos, pertencentes à diferentes classes sociais, seria reducionista. É facto que esses estudos mostram algumas tendências, que precisam ser levadas em conta, mas não podem ser generalistas.

Ao estudar o desempenho de estudantes de graduação de física, no estado do Rio Grande do Sul, Lima Júnior e Osterman (2013) observaram que a classe social, a qual pertence o estudante, influencia os resultados acadêmicos. Com esse intuito, eles utilizam a noção de *habitus* familiar de Bordieu (2008), para entender melhor o modo como a cultura familiar interfere no sucesso acadêmico. Conforme Bourdieu procura demonstrar, o *habitus* carrega as experiências de sucesso e de fracasso dos componentes da família, que acabam por influenciar o estudante. Assim sendo, estudantes, pertencentes a famílias estabelecidas em classes sociais mais elevadas, terão uma tendência maior ao sucesso. Essa regra também

se aplica a estudantes provenientes de famílias com maior nível de escolaridade. Já os de classe social e escolaridade mais baixas tendem a dar continuidade a esse padrão.

Esse mesmo resultado foi observado por Saavedra (2001), em alunos do 7 e 9 anos, de escolas situadas no Concelho de Vila Nova de Gaia. Essa pesquisadora observou que os alunos tinham melhores resultados, quando os pais tinham melhores condições socioeconômicas e ou escolaridade mais alta. Esse estudo também avaliou a diferença de resultado, de acordo com o género, e observou que, em toda as classes, mesmo nas mais baixas, havia um resultado significativamente melhor para as meninas, exceto em atividades de desporto, onde os rapazes se saíam melhores. Carvalho (2003) ao discutir o fracasso masculino e suas possíveis razões, reforça o facto de que as meninas possuem uma tendência a ter melhores comportamentos e melhores notas, de modo geral, apesar de ela reconhecer, ao mesmo tempo, que os meninos, muitas vezes, se apresentavam em polos opostos, sendo, alguns, excelentes e, outros, tendo problemas de comportamento, enquanto as meninas ficavam no nível intermediário. Essa autora questiona, assim, os estereótipos masculinos e femininos e suas possíveis interferências nesses resultados.

Outro levantamento feito na cidade de Pelotas (Brasil), realizado por Silva, Barros, Halpern & Silva (1999), também apresentou um melhor desempenho do género feminino, quando comparado ao masculino, nas primeiras séries escolares. Neste estudo, foram observados vários outros pontos interessantes, dentre eles a possibilidade de a crença das professoras interferirem no resultado dos alunos, seja essa a de profecia autorrealizável, quando essa prevê o resultado final, ou seja, pela crença de que a família não se interessa pelos estudos, fazendo com que a mestre se exima ou minimize a relevância do seu papel, como professora, o que poderá interferir no seu relacionamento com o aluno e contribuir para o insucesso dele.

Lopes e Teixeira (2012), por sua vez, avaliaram as crenças pessoais de auto-eficácia para o sucesso de alunos do sétimo ano de uma escola pública portuguesa. As pesquisadoras observaram que alunos com maiores dificuldades escolares possuíam menos autoconfiança, além de a grande maioria pertencer a grupos minoritários. Elas citam a conceptualização do constructo de auto-eficácia, desenvolvido por Bandura (1977, 2005), e reforçam a ideia de que muitos alunos abandonam os estudos, por falta de projetos de vida. Apesar de o constructo interno exercer forte influência, elas recomendam uma possível intervenção sócio-cognitiva, para uma maior adesão e melhores resultados. Para elas, Seligman (1994)

teria a resposta adequada, para esse tipo de intervenção, que visaria o estímulo da exploração e do desenvolvimento das capacidades individuais, com o intuito de promover o surgimento de aspirações realistas, que possam ser cumpridas.

Uma outra autora, Carol Dweck (2017), muito conhecida no meio acadêmico pelos seus estudos acerca do sucesso, explica que as crenças pessoais, sobre si, interferem na forma de viver. De acordo com seu modo de pensar, acreditar na inteligência e nas próprias habilidades, como algo imutável, por ser inato, contribui para o desenvolvimento de um *mindset* fixo, que necessita ser constantemente reforçado pelos outros. Para as pessoas de *mindset* fixo, o fracasso é algo reprovável e que deve ser evitado a qualquer custo. Para essas pessoas o sucesso é ser superior intelectualmente, sem precisar se esforçar. Ela sugere, entretanto, que o desejável seria desenvolver um *mindset* de crescimento que seria ter crenças que valorizem o esforço e o aprendizado, como forma de aperfeiçoamento. Para estas pessoas, o fracasso pode ser aproveitado como fonte de aprendizado, pois ajudam a melhorar, enquanto que o sucesso seria fazer o melhor possível, dentro das condições oferecidas, utilizando todo seu potencial.

Assim sendo, podemos compreender que o sucesso, no meio acadêmico, tem sido estudado e tem sido estimulado, sempre, no sentido de resultados de excelência. Apesar de o conceito do sucesso apresentado por Dweck (2017), através do *mindset* de crescimento, já começar a demonstrar mudanças de foco para a obtenção do sucesso. O foco no *mindset* de crescimento se volta para o caminho e o esforço, abandonando a ideia de resultado a ser obtido. Entretanto, essa autora comprova que os resultados almejados pelos indivíduos de *mindset* fixo são mais facilmente atingidos pelos indivíduos de *mindset* de crescimento, uma vez que estão mais preparados e mais flexíveis para lidar com os eventuais fracassos.

3.8. O sucesso para a Psicologia Positiva

Martin Seligman, psicólogo americano conhecido pelas suas pesquisas na área da psicologia positiva, sempre mostrou um grande interesse pelo estudo do sucesso, nas suas publicações. Em “*Aprenda a ser otimista*”, Seligman (2012), ao pesquisar atletas de elite e, portanto, “bem-sucedidos”, observou que o otimismo individual interferia no sucesso dos atletas e, conseqüentemente, também, no das outras pessoas consideradas “bem-sucedidas”. A forma como compreendiam as situações influenciava o desempenho, o que significa que o tipo de atribuição (ao resultado), em diferentes situações, era o que colaborava ou não com

o sucesso, além da aptidão e da motivação. Para ele, o atleta vencedor, diante de um evento positivo, como ganhar uma promoção, por exemplo, tendia a ver esse evento de forma permanente, universal, atribuindo a si (internamente) a responsabilidade pelo sucesso, ou seja: “Eu sempre tenho sorte, eu sou bom, eu venci, sou habilidoso”. Isso significa que o perfil otimista do atleta o faria se perceber como permanentemente bem-sucedido, ao experimentar uma situação de sucesso. Isso mostra que internamente esse atleta possui crenças de auto-capacidade. Num evento negativo, ele teria uma tendência a continuar confirmando essas crenças de capacidade, mas faria atribuições contrárias para isso. Se ele tivesse perdido um jogo ou uma competição, por exemplo, ele faria atribuições temporárias (passageiras), específicas e externas: “Eu estava cansado, este jogo de hoje foi difícil, não tive sorte hoje”. Sendo assim, os otimistas, possuiriam uma tendência a perceber o insucesso como passageiro e não como algo contínuo, de forma a flexibilizar a compreensão sobre a situação, se eximindo de culpa e de futuras preocupações. Assim sendo, o otimismo seria o responsável não só pelo sucesso, mas também seria preventivo de depressão e ansiedade, no sentido negativo do termo. Achor (2012), um outro autor da psicologia positiva, propõe que a felicidade é o que promove o sucesso e não o contrário, como o senso comum parece fazer-nos compreender. Ele reforça a importância de aprendermos a lidar com os pensamentos e emoções de forma mais positiva, assim como de investirmos nos relacionamentos, no otimismo e nos aproveitarmos do sofrimento, de forma a criar resiliência, na capacidade de superar adversidades, de forma a encontrar sentido no sofrimento. Para ele, através dessas atitudes seria possível ser feliz e conseqüentemente ser bem-sucedido.

No seu mais recente livro, “*Florescer*”, Seligman (2011) propõe a teoria do bem-estar e faz um *mea culpa* em relação às publicações anteriores. Nesta nova publicação, o otimismo é apenas uma característica adicional para o objetivo principal, que passa a ser o bem-estar e não mais o sucesso. Anteriormente, o otimismo era visto como a característica primordial dos “bem-sucedidos”. No seu livro novo, o foco sai do sucesso para o bem-estar e ele propõem que, para isso, seriam necessárias cinco características essenciais: emoções positivas, engajamento, interesse, sentido e propósito. O otimismo aparece, apenas, como uma característica secundária, junto com a autoestima, a resiliência, a vitalidade, a autodeterminação e os relacionamentos positivos. Nesse novo parecer, Seligman acredita que a eficiência, excelência e resultado não são mais tão valorizados, como eram anteriormente. O equilíbrio e o bem-estar tornam-se o objetivo principal.. Essa mudança de

foco por parte do autor põe em evidência o facto de que algo tem mudado na percepção das pessoas, nas suas metas e desejos. É possível que o objetivo maior das pessoas, no mundo atual, seja a felicidade, mas ainda se entende que o poder, o prestígio e o dinheiro, obtidos com o sucesso, os ajudariam a atingir a felicidade. Tem havido contudo, alguma mudança dessa compreensão, pois, muitas pessoas perceberam que os elementos utilizados para obter o sucesso e a consequente felicidade não estavam proporcionando a meta proposta.

3.9. O sucesso no desporto

A noção de sucesso, no meio desportivo, está vinculada, diretamente, à ideia de vitória, voltada para a competição, a superação de obstáculos e de limites. As competições desportivas existem desde tempos remotos e em diferentes culturas. Há relatos de competições desportivas na Grécia Antiga e até em culturas mesoamericanas, como a cultura Maia e Asteca. Na Grécia antiga, um campeão olímpico era reverenciado e recebia privilégios, como forma de reconhecimento, da sua cidade-estado. Além da coroa de louros, que hoje foi substituída pela medalha, o vencedor ganhava uma provisão de azeite eterna e *status* para ele e sua descendência. Os competidores, inicialmente, eram homens, jovens e, na sua grande maioria, de classes sociais mais elevadas. Mas, como as competições eram abertas, para qualquer homem grego e jovem, alguns jovens provenientes de classes mais baixas utilizavam as competições, também, como forma de “mobilidade” social, pois os atletas gozavam de privilégios sociais, como pensões vitalícias, direito a escravos, isenção de tributos e outras vantagens sociais, como se sentar nas primeiras fileiras dos estádios e ter honrarias semelhantes aos poderosos e políticos (Rubio, 2001; Toohey & Veal, 2007). É interessante observar que o prestígio, o poder e o dinheiro também estavam presentes na antiguidade, como resultado da vitória. Hoje em dia, também, não é diferente, atletas ganham prestígio e são reverenciados pelos expectadores, por seus pares e nos meios de comunicação, de maneira que a imagem deles se torna valiosa, para os média, o que lhes propicia recursos financeiros. E, talvez, seja por isso que existem algumas atribuições à Niké, deusa grega da vitória, como responsável pelo sucesso. Rubio (2001), em seu livro, “O atleta e o mito de herói”, afirma que o atleta, na Grécia antiga, não era reconhecido apenas pela sua vitória, era necessário, também, que ele se destacasse como um bom cidadão. Além disso, nessa época, as competições tinham um cunho religioso e o que importava não era o resultado em si, mas o todo mítico que envolvia os jogos.

“A competição para os gregos, era considerada um princípio vital, não apenas pelo rendimento ambicionado, mas em si mesma com independência de todo objetivo. [...]. Para o grego, a dignidade e o valor de uma competição não residiam nos resultados. O fator determinante era o brilho e o ardor que penetrava nos corpos e espíritos durante o jogo das possibilidades, dominando o instante supremo. ”

(Rubio, 2001: 219-220)

Os atletas que venciam ou que morriam, durante as competições, eram tratados como heróis e o são até os dias atuais. Basta lembrar da comoção nacional e internacional, pela morte de Ayrton Senna ou pelas mortes geradas pela queda do avião, que transportava os jogadores do clube de futebol brasileiro denominado Chapecoense, no ápice da carreira, que iriam disputar o jogo final da copa Sul-Americana de 2016 em Medellin na Colômbia, que poderia lhe conceder o título de campeão Sul-Americano.

O sucesso olímpico tem sido utilizado, ao longo da história, como forma de demonstrar superioridade de um povo sobre as outro. Na antiguidade, era natural que as cidades investissem em seus atletas, pois ter atletas vencedores era uma forma de demonstrar, aos outros, a força potencial para as batalhas. No século XX, essa estratégia também foi utilizada por muitos países, como forma de demonstrar poder e força, como o caso da Alemanha nazista, da China comunista, da Rússia, e dos EUA.

Compreender um pouco da história das competições desportivas colabora para compreender a sedução que o desejo de vitória e o consequente sucesso exercem sobre as pessoas, até os dias atuais.

“Na atualidade, a coroa foi trocada por medalhas- ouro, prata, bronze-, as honras e isenções foram transformadas em contratos milionários e o prestígio conquistado por alguns atletas que praticam modalidades organizadas, reconhecidas e prestigiadas pelo grande público, leva-os a uma posição de destaque social que beira a realeza. ”

(Rubio, 2001:12)

O sucesso desportivo, nos dias atuais, contém, pois, elementos muito semelhantes aos do significado de sucesso, em tempos antigos. Convém lembrar, entretanto, que, nas competições da Grécia antiga, o valor da competição não residia no resultado, em si, mas em um todo que envolvia as competições, enquanto, atualmente, o valor está no resultado e na capacidade de superar limites. Rubio (2001) relaciona o atleta contemporâneo ao mito do herói, devido à sua habilidade e capacidade de lutar por seus objetivos. Sendo assim, o atleta bem-sucedido seria aquele que demonstra capacidade de vencer e de superar limites, que recebe alta remuneração, além de contratos publicitários milionários, destaque midiático, prestígio e poder de influenciar pessoas.

4. A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

O mundo atual está cada dia mais conectado, devido ao avanço tecnológico, à facilidade de locomoção e ao surgimento da internet e de toda a rede de comunicação que ela propicia, principalmente através dos média sociais. O intercâmbio de ideias, valores e culturas torna o fenômeno da globalização cada dia mais dinâmico. É neste contexto que estudamos as representações sociais do sucesso, nos diferentes gêneros, culturas e gerações. A comunicação e a forma rápida como as informações têm sido compartilhadas e divulgadas reforça a necessidade de se compreender melhor a heterogeneidade dessas representações, sua construção e difusão, assim como suas possíveis implicações.

Com efeito as representações sociais não são: *“as mesmas para todos os membros da sociedade, pois dependem tanto do conhecimento de senso comum (ou popular), como do contexto sociocultural em que os indivíduos estão inseridos”* (Oliveira 2004:181)

Por meio delas Moscovici ultrapassa a dicotomia entre as representações individuais e as “coletivas”, proposta por Durkheim. Em vez de tratá-las separadamente, atribuindo as representações individuais ao campo da psicologia e as representações coletivas à área da sociologia, Moscovici as integra.

“A teoria das representações sociais, diria, pode ser vista em duas perspectivas. Primeiro, é uma teoria concebida para responder a questões específicas, com respeito a crenças e vínculos sociais e para descobrir novos fenômenos. Em segundo lugar, ela é também a base de uma psicologia social do conhecimento. Ela está interessada com o pensamento do senso comum e com a linguagem e comunicação.”

(Moscovici, 2017: 380-381)

Essa conexão entre o psicológico e o social, proposta por Moscovici, foi reforçada, também, por Jodelet (2001), uma vez que, no seu entender, as representações sociais *“têm vocação para interessar todas as ciências humanas”*.

Considerando que a sociedade e o indivíduo interagem continuamente e se interinfluenciam cognitivamente, as representações sociais, tais como Moscovici as concebe, nos propicia uma melhor forma de compreender as construções sociais da realidade, suas motivações e seu funcionamento. Ela é essencial, igualmente, para se investigar as cognições presentes na vida cotidiana, tanto aquelas que expressam conteúdo socialmente compartilhado, quanto as cognições individuais que podem vir a se tornar compartilhadas.

As representações sociais e a comunicação estão intimamente ligadas e são interdependentes, já que ao nos comunicarmos apresentamos nossas representações e nossas representações são formadas, quando nos comunicamos. A conversação, que é o berço do “senso comum”, pode ser considerada um gênero primário de comunicação, enquanto a

difusão, propagação e propaganda seriam secundários. As representações sociais, portanto, já estão presentes desde a infância quando começamos a nos relacionar e a nos comunicar com o mundo.

Uma outra questão importante a ser abordada refere-se à proposição de que as representações sociais só subsistem na relação sujeito-objeto (Jodelet, 2001). Esse ponto foi ressaltado por Vala (1993), ao enfatizar o facto de que um objeto só existe face a um indivíduo ou grupo ou na relação entre indivíduo e grupo. Isso significa que só existe um objeto, quando existe um sujeito, e que só existe representação, face a um objeto. Elas colaboram na produção da “realidade”, à medida que as situações vivenciadas pelas pessoas, assim como as suas reações frente a elas, geram e são geradas pelas interpretações socialmente elaboradas da realidade. Uma representação, portanto, possui um estímulo e uma resposta que se reforçam mutuamente, uma vez que uma resposta pode tornar-se estímulo e vice versa, formando um ciclo que se auto-reforça e se confirma (Vala 1993; Jodelet 2001; Moscovici 2017).

Como ressalta Jodelet: *“as representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”* (Jodelet 2001:22)

Os diferentes significados encontrados para o termo sucesso, durante a pesquisa bibliográfica, assim como no decorrer da pesquisa qualitativa, demonstraram a relevância da utilização da teoria das representações sociais para a análise dos dados. O sucesso foi escolhido como nosso objeto de estudo, por ser amplamente utilizado em diferentes contextos sociais e culturais. Em seu significado mais usual, ele se liga à ideia de poder, dinheiro, *status*, prestígio, já em seu significado mais amplo, ele contém ideias relacionadas à capacidade de se atingir objetivos e bons resultados. Atualmente, no entanto, o termo tem sido frequentemente associado à felicidade e ao bem-estar (Achor, 2010; Seligman, 2004, 2011, 2012).

Essa pluralidade de significados pode ser explicada pela possibilidade do sucesso, em sua representação mais abrangente, ter um sentido, ligado à realização de metas e objetivos que possibilitem uma experiência de realização pessoal. Isso explicaria porque alguns consideram sucesso ter dinheiro, fama e poder, enquanto outros consideram cuidar bem da família e outros consideram ser feliz. O sucesso adquire, assim, múltiplas

significações, já que os objetivos pessoais refletem valores individuais que refletem, por sua vez, um padrão ou uma tendência social.

No caso do sucesso, talvez fosse possível dizer que o estímulo inicial seria obter altas recompensas, ou excelentes resultados que possibilitam o reconhecimento, que levaria até a felicidade, que por sua vez seria o objetivo das pessoas com o objeto. Esse estímulo levaria as pessoas a se dedicarem e a se esforçarem no intuito de resultados (resposta) condizente, se essa resposta não for adequada, ou seja, ela trouxer sofrimento, pode fazer com que o sujeito reforce a necessidade de mais estímulo numa busca contínua até atingir a resposta, entretanto mesmo que atinja a resposta esperada essa resposta se transforma num novo estímulo para dar continuidade ao ciclo.

Com efeito, as representações sociais são fenômenos de mutação contínua, uma vez que os significados dados a determinado objeto são construídos na interação constante do indivíduo com o mundo. O estudo desses fenômenos de mutação ajuda-nos a compreender melhor os processos cognitivos individuais e sociais e as interações sociais.

“A representação social na realidade opera uma transformação do sujeito e do objeto na medida em que ambos são modificados no processo de elaborar o objeto. O sujeito amplia sua categorização e o objeto se acomoda ao repertório do sujeito, repertório o qual, por sua vez, também se modifica ao receber mais um habitante.”

(Arruda, 2002:137)

Essa transformação bilateral do sujeito pelo objeto e do objeto pelo sujeito demonstra uma capacidade de adaptação que reforça o propósito de tornar algo incômodo, em algo familiar (Moscovici, 2017).

Ao se estudar as representações do sucesso e as ideias, por trás delas, é possível observar que o significado do termo sucesso sofreu várias alterações, com o decorrer dos anos, dentro de uma mesma cultura e de uma cultura à outra.

Nos EUA, do século XIX, o bem-sucedido era aquele que obtinha esses resultados amparado por uma ética protestante que valorizava a moral e bons costumes. O foco para essa avaliação não estava apenas no resultado em si, mas sim no caminho, para obter esse resultado, que se ligava ao trabalho “duro” e à capacidade produtiva do indivíduo. Na ética protestante, ser rico era uma obrigação para com Deus e, portanto, aqueles que se fizessem sozinhos e conseguissem uma mobilidade social, conseguiriam esse feito, por serem éticos, trabalhadores e esforçados (Weber, 1967). Ser bem-sucedido seria uma espécie de recompensa divina, por seu benfeitor ter cumprido com seus deveres, adequadamente, ao executar um bom trabalho, amparado no esforço e na capacidade de poupar e de “resistir às tentações da carne”.

Sendo assim, o meio que se utilizava (a ética e o trabalho) era tão importante quanto o fim (poder, prestígio e riqueza). Nos fins do século XX e início do XXI, no entanto, o fim (poder, prestígio e riqueza) passou a justificar os meios (falta de ética e moral a fim de obter vantagens), ou seja, o resultado seria mais importante, a ponto de qualquer ação ser justificada pela finalidade de obtê-lo. Apesar de o resultado do sucesso ser semelhante, ocorreu, por essa época, uma mudança no meio utilizado para atingi-lo, no significado, no comportamento, nos valores e nas emoções envolvidas. Além disso, pôde-se constatar, também, a ocorrência de uma transformação, tanto do sujeito (sociedade americana), quanto do objeto (sucesso), uma vez que além do poder, prestígio e riqueza, a obtenção da felicidade passou a ser um dos objetivos da busca do sucesso. O prazer que, antes era visto como algo negativo, passa a ser visto como algo a ser almejado e condutas antiéticas são estimuladas e se tornam recorrentes no meio empresarial. Compreende-se, assim, a mudança ocorrida no significado do termo sucesso, nos dias atuais. É facto que o exemplo dado não representa a sociedade, como um todo, mas algumas culturas empresariais, mesmo assim, a atuação dessas culturas empresariais “*antiéticas*” se sustentam, dentro da sociedade, porque esse tipo de comportamento se camufla sob a égide do sucesso, enquanto, anteriormente, ele seria completamente reprovável, assim como não eram considerados bem-sucedidos os herdeiros, uma vez que não tinham crescido por mérito próprio, portanto condutas ilícitas no passado não estariam associadas ao termo.

Em algumas publicações recentes (Callanan 2003; Ituassu, 2012) evidenciam-se outras mudanças na representação do “bem-sucedido”, uma vez que ele aparece como desajustado e ou antiético e imoral, o que contraria a ideia do sucesso ser o caminho para a felicidade. Essas inconsistências, entre aquilo que parece ser objetivo do sujeito (felicidade/realização), com o objeto (sucesso) e o resultado real encontrado (desajuste, desequilíbrio emocional, sofrimento), precisam ser melhor analisadas, a fim de se compreender melhor a heterogeneidade das representações do sucesso entre os indivíduos e os diversos grupos sociais.

Devido ao grande avanço das telecomunicações e dos média sociais e seu fácil acesso, nos dias atuais, que tem propiciado velocidade e rapidez na divulgação de informações e ideias, uma representação difundida e partilhada, num determinado grupo, passa a ser compartilhada e abraçada, rapidamente, por outros grupos. Os média tem grande

poder propagador e influenciador de ideias, crenças, valores. Eles refletem as mudanças que se passam, na vida cotidiana e, ao mesmo tempo, colaboram para propagá-las.

O interesse de Moscovici pelas representações sociais, não se restringe pela compreensão do modo como se produz o conhecimento do “senso comum”, mas também e, simultaneamente, pela avaliação do seu impacto, nas práticas sociais, e o impacto, delas, na produção do conhecimento. Nesse sentido, o “senso comum” deve ser apreendido como um emaranhado de significados que culminam na criação de realidades sociais heterogêneas.

Dito em outros termos, o que lhe interessa é: *“estudo de como, e por que, as pessoas partilham o conhecimento e desse modo constituem sua realidade comum, de como eles transformam ideias em prática”* (Moscovici, apud Duveen, p. 8).

A “realidade”, apresentada pelas representações sociais não constituem, pois, uma reprodução fidedigna do objeto, mas uma interpretação desse. A dificuldade de se dissipar preconceitos e estereótipos decorre desse poder das representações de serem tidas, não apenas como uma interpretação da realidade, mas como a própria realidade. Tal convicção é que induz a tendência de se buscar evidências que reforcem a construção cognitiva existente e negar as demais. *“A representação social, portanto, não é uma cópia nem um reflexo de uma imagem fotográfica da realidade: é uma tradução, uma versão desta. Ela está em transformação como o objeto que tenta elaborar.”* (Arruda, 2002:137)

Pode-se dizer portanto, que as representações sociais abarcam pensamentos, crenças e interpretações da realidade, provenientes do contexto sociocultural, afetivo, económico, educacional, ideológico e científico, elas exprimem uma confluência de todas essas influências.

De acordo com Moscovici (2017) as representações sociais possuem duas funções: convencionalizar os objetos e a função prescritiva. Convencionalizar objetos significa classificá-los de forma a criar um modelo distinto e facilmente identificável a ser partilhado. A função prescritiva é aquela que está presente, implicitamente, é uma força que determina o que devemos pensar. É o não dito que deve ser seguido.

As representações sobre o sucesso enquadram-se perfeitamente nisso, uma vez que as pessoas não pensam, especificamente, sobre elas, , mas se comportam em função delas, mesmo não tendo plena consciência do que estão fazendo e para quem estão fazendo, e é exatamente esse comportamento automático que nos interessa nessa pesquisa.

4.1. As Representações Sociais e as possíveis contribuições de outras abordagens da Psicologia Cognitiva.

Muitos conceitos da teoria das representações sociais se assemelham aos conceitos propostos em várias abordagens da psicologia cognitiva. Jodelet (2001), entretanto, pontua as diferenças existentes entre as representações sociais e “uma perspectiva puramente cognitivista ou clínica”. A seu ver: *“a particularidade do estudo das representações sociais é o fato de integrar na análise desses processos o pertencimento e a participação sociais e culturais, do sujeito”* (Jodelet, 2001:27).

Isso significa que a teoria das representações sociais leva em conta, sobretudo, os fatores socioculturais para melhor compreender os fenômenos cognitivos. Contudo, as outras teorias e abordagens cognitivas, mais relacionadas a práticas terapêuticas se interessam, sobretudo, pela intervenção terapêutica no intuito de modificar cognições negativas, ou disfuncionais para amenizar e tratar o sofrimento psicológico com a finalidade de obter uma melhor experiência emocional e comportamental. Essas abordagens terapêuticas estão mais focadas no indivíduo e sua forma de pensar, abordando também o seu histórico de vida e o contexto em que o sujeito está inserido. Apesar dos objetivos terapêuticos não serem o objetivo principal do estudo das representações sociais, ainda assim, é relevante levar em conta algumas dessas teorias, pois elas podem nos ajudar a compreender melhor as cognições, os significados e comportamentos associados.

A premissa básica da abordagem Cognitivo Comportamental é que pensamentos influenciam emoções, que influenciam comportamentos que, por sua vez, influenciam novos pensamentos, criando um círculo. Conforme afirma Beck (1997), a terapia cognitiva se fundamenta: *“na racionalidade teórica subjacente de que o afeto e o comportamento de um indivíduo são em grande parte determinados pelo modo como ele estrutura o mundo”* (Beck, 1967, 1976 apud Beck 1997:5). Para ele, os pensamentos automáticos, que ficam mais a nível pré-consciente, seriam a expressão de crenças provenientes de esquemas mentais inconscientes, construídos ao longo da vida. No entender de Beck (1997), existe uma tendência a reforçar a ideia esquemática e a buscar evidências que irão confirmar as cognições.

A teoria das representações sociais, a teoria social cognitiva, a abordagem cognitivo-comportamental, a abordagem racional emotiva, a abordagem metacognitiva, dentre outras, possuem muitas confluências teóricas. Todas elas são abordagens do senso comum, são

construtivistas e trabalham com cognições e significados atribuídos. Moscovici (1988 apud Spink 1993), reconhece que sua abordagem faz parte do terceiro movimento das abordagens construtivista. Esse terceiro movimento apresenta o “senso comum” como um emaranhado de significados que culmina na criação da realidade social.

De acordo com Castañon, a psicologia cognitiva, como área de pesquisa que abarca várias vertentes psicológicas, pode ser definida como “o estudo de como os seres humanos percebem, processam, codificam, estocam, recuperam e utilizam informação” (Castañon, 2007:14). Ele, no entanto, acredita que as abordagens, acima descritas, estariam ligadas ao cognitivismo, que de acordo com ele se refere a um tipo de “metateoria” que faz parte da psicologia cognitiva. O cognitivismo, no seu entendimento, considera o ser humano como portador das seguintes características:

“1) é dotado de consciência; 2) é ativo; 3) é movido por causas e razões; 4) é orientado a metas; 5) é um processador de informação; 6) tem seus processos cognitivos governados por regras; 7) possui um inconsciente cognitivo; 8) constrói as regras que coordenam sua cognição; 9) possui tendências inatas para desenvolver certas estruturas; 10) reage a significados atribuídos; 11) tem emoções que atuam através da cognição; 12) é epistemicamente motivado; 13) é constituído de mente e corpo, que interagem e se influenciam mutuamente.”

(Castañon, 2007:54)

A importância dos elementos afetivos na elaboração das representações sociais é ressaltada por Jodelet, ao afirmar que: ,:

“As representações sociais devem ser estudadas articulando-se elementos afetivos, mentais e sociais e integrando- ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação- a consideração das relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideativa sobre a qual elas têm de intervir. ”

(Jodelet, 2001:26)

Nesse ponto, a abordagem cognitivo-comportamental, a racional-emotiva e a abordagem metacognitiva têm muito que colaborar, pois elas aprofundam as relações entre as cognições e emoções e reconhecem e reforçam a especificidade da cognição- emoção-comportamento, num círculo que se reforça. Essas abordagens consideram que as emoções exercem um papel muito relevante, na confirmação das cognições, pois é, geralmente, através da experiência emocional que as pessoas se apercebem das suas cognições. Poderíamos compreender as emoções como uma campainha que toca para mostrar que a cognição chegou. A cognição chega, mas, na maioria das vezes, só nos apercebemos dela, quando ela toca a emoção. Essa emoção, por sua vez, pode produzir novos pensamentos, baseados na própria experiência emocional, como se essa experiência ativasse outra cognição, que reforça a experiência emocional, num círculo vicioso. Tal experiência pode levar muitas pessoas a identificarem e a compreenderem os pensamentos, como se fossem emoções: *“eu me sinto um inútil; eu me sinto um incapaz. ”*

Beck, Rush, Shaw and Emery (1997), no livro *Terapia Cognitiva da Depressão*, explicam que o paciente deprimido entra num ciclo vicioso, onde os seus pensamentos negativos, disfuncionais, são reforçados por uma experiência emocional negativa (tristeza), que culminam num comportamento auto-derrotista. Esses mesmos autores compreendem que muitos pacientes depressivos se veem incapacitados, em função da experiência emocional negativa. Isso significa que a experiência emocional propicia novas cognições com a ideia de incapacidade, que acabam gerando mais tristeza e reforçando comportamentos de esquiva, evitação, falta de ação, paralisia. Beck (1996) reconhece a importância de identificar as reações emocionais inadequadas, como forma de identificar as emoções associadas e as cognições disfuncionais.

Wells (2001) grande estudioso da metacognição, que “*é definida como qualquer conhecimento ou processo cognitivo envolvido na avaliação, no monitoramento ou no controle da cognição*” (e.g. Flavell, 1979; Moses & Baird, in press *apud* Wells, 2001:6⁶), reitera a existência de três tipos básicos de metacognições, presentes no transtorno de ansiedade generalizada. Seriam eles: “*conhecimento metacognitivo*”, “*experiências metacognitivas*” e “*estratégias de controle metacognitivas*”. No caso da experiência metacognitiva, as emoções sentidas, e não somente as situações vivenciadas, podem ser o ativador para interpretações da experiência emocional, provavelmente, influenciada pelas auto-atribuições feitas, anteriormente, pelo sujeito.

Essa compreensão sobre a importância da experiência emocional e de como essa experiência pode acabar reforçando o “esquema” ajuda-nos a compreender melhor, também, as representações sociais. Com esse intuito, é bom levar em conta a colocação de Wells de que:

“O estado emocional é determinado pelo status do sistema com relação ao alcance de seus objetivos. Em geral, a ansiedade está associada à antecipação do fracasso em atingir os objetivos, enquanto a depressão está associada a um fracasso existente.”

(Wells, 2001:21)

A constatação de que a ideia de fracasso está por trás do sofrimento mental faz com que se torne urgente a compreensão do sucesso e de seus significados, uma vez que o fracasso é uma realidade que todos experimentam, em algum momento da vida. Muitas

⁶ Tradução livre da autora. No original “*is defined as any knowledge or cognitive process that is involved in the appraisal, monitoring or control of cognition*” (e.g. Flavell, 1979; Moses & Baird, in press *apud* Wells, 2001:6)

⁷ Tradução livre da autora. No original “*Emotional state is determined by the status of the system with respect to achieving its goals. In general, anxiety is associated with anticipated failure to meet goals, whilst depression is associated with an existing failure*” (Wells, 2001:21)

publicações acadêmicas e midiáticas recentes já têm relacionado o “sucesso”, e não apenas o fracasso, a uma ideia de sofrimento, talvez, devido provavelmente, às consequências negativas observadas pelos excessos praticados em prol da busca do sucesso, em seu sentido tradicional, e pela falta de equilíbrio e ética nessa busca. Em uma pesquisa feita por Borges e Casado baseada na análise de filmes, o executivo de sucesso aparece como :

“alguém com problemas para se adaptar às exigências da profissão, que toma decisões com base em valores questionáveis, busca reconhecimento a qualquer custo e é incapaz de realizar trabalhos emocionais” (Borges e Casado (2009) apud Ituassu e Tonelli, 2012: 208).

Ituassu e Tonelli,(2012:208) referem-se também a Toledo (2006), que constata, em suas investigações, a existência de uma tendência, por parte das empresas, em descartarem pessoas que procuram equilibrar vida pessoal e profissional, sugerindo que esse comportamento empresarial impacta diretamente nos jovens, causando angústia e sofrimento psíquico. Essas pesquisas são confirmadas pela própria Ituassu (2012) quando compara várias publicações da revista Exame durante 27 anos e conclui, como já apresentado, que o perfil do jovem de sucesso, nas últimas publicações, nos fins da década de 90, apresentava sinais de sofrimento psíquico.

Beck, Rush, Shaw e Emery (1997) citam Bandura (1977) e mostram a relação entre a proposta da terapia cognitiva e a teoria social cognitiva: *“O comportamento de uma pessoa influencia outras pessoas cujas ações, por sua vez, influenciam o indivíduo”*. Eles explicam que o comportamento disfuncional de uma pessoa deprimida pode agravar seu quadro, quando ativa as cognições, também, disfuncionais, das pessoas mais próximas, fazendo com que elas tenham ações de desaprovação, em relação à pessoa deprimida, o que acaba por reforçar o quadro depressivo. Entretanto, torna-se necessário observar que essa influência se processa o tempo todo, através de outros tipos de cognição, de emoção e de comportamento.

De acordo com Beck, Rush, Shaw and Emery (1997) existe uma tríade cognitiva que consiste em três diferentes tipos de cognição: sobre si, sobre o mundo e sobre o futuro. Os pensamentos sobre si refletem uma tendência que o sujeito tem de se auto-avaliar, de acordo com seu padrão interno de crenças. Os pensamentos sobre o mundo se referem à forma como ele interpreta o ambiente e a sua relação com as pessoas a sua volta. Os pensamentos sobre o futuro, por sua vez refletem a expectativa que o sujeito tem sobre o futuro e sobre projeções de longo prazo. Cabe reforçar, que quando os pensamentos sobre o futuro são interpretados como ameaça a experiência de medo se faz presente. Beck (1996)

lembra que a pessoa deprimida tem uma tendência a se interpretar como derrotado ou fracassado e a interpretar o mundo como hostil e o futuro como fonte de frustração e privação. Muitos dos pensamentos do deprimido se relacionam, portanto, com a ideia de fracasso. O medo do fracasso é tão grande que faz com que a pessoa deprimida foque continuamente nessa sensação que acaba por se reforçar, ao passo que ele começa a evitar agir e o fracasso se verifica por falta de ação. Essa mesma lógica serve para a “obrigação” com a felicidade, quanto mais alguém se cobra de sentir-se feliz, e se observa não tendo as sensações positivas que compreende que deveria sentir, menos feliz ela se sentirá.

A nossa prática clínica permitiu-nos observar diariamente os significados atribuídos a situações semelhantes, por pessoas diferentes. Nessas observações foi percebido muitas diferenças em relação aos pensamentos de jovens, adultos e idosos e suas atribuições relativas ao sucesso e ao fracasso. Beck também se interessou pelo estudo da relevância do sucesso-fracasso na autoestima (Salkovskis, 2005). Os resultados desse estudo acabaram por distanciá-lo da psicanálise, quando ele observou que os sonhos não apresentavam uma motivação ou satisfação de um desejo reprimido, mas sim o conteúdo mental de vivências e preocupações do dia a dia. Ou seja, os sonhos não indicavam um desejo contido, necessariamente, mas sim crenças pessoais mesmo que distorcidas, portanto, os sonhos podiam representar, muitas vezes, os medos internos e dentre eles o medo de fracasso. O mais interessante dessa pesquisa é que os deprimidos por ele estudados, reagiam bem ao obterem bons resultados com suas ações, o que demonstrava que essas pessoas se tornavam deprimidas exatamente por exibirem uma tendência em tentar evitar o fracasso, exatamente, por valorizarem excessivamente a experiência de sucesso, e essa estratégia de fuga das suas próprias crenças disfuncionais, é que resultava numa maior experiência de fracasso completando o círculo negativo (Salkovskis, 2005). Compreendendo que a noção de pequenos “sucessos diários” é que constrói a ideia de sucesso mais ampla, torna-se indispensável compreendermos melhor o sentido do termo também no campo social. Esse estudo deixa claro que o deprimido apresenta uma cobrança pelo resultado positivo, ao mesmo tempo que compreende ter uma falta de recursos para atingí-lo, o que reforça o seu estado.

O tratamento dado, neste trabalho, à representação do sucesso se assemelha ao tratamento dado por Jodelet (2005) em *Loucura e Representações Sociais*:

“As representações como uma forma de pensamento social, cuja gênese, propriedades e funções devem ser relacionadas com os processos que afetam a vida e a comunicação sociais, com os

mecanismos que concorrem para a definição da identidade e a especificidades dos sujeitos sociais, indivíduos ou grupos, assim como a energética que esta na origem das relações que esses grupos mantêm entre si. Para pôr em ação tal perspectiva, unindo as abordagens psicológicas e sociais, é preciso que nos interessemos por contextos sociais reais e adotemos um ponto de vista pluridisciplinar. ”

Jodelet (2005:50)

4.1.1. A Sociotropia e Autonomia

Aaron Beck, em seus estudos sobre a depressão, observa dois tipos de constructos de personalidade que ele denominou sociotropia e autonomia. De acordo com ele (Beck, 1983 *apud* Clark & Steer, 2005:88; Beck 1983, 1987 *apud* Blackburn, 2005:222) indivíduos sociotrópicos focam o seu autovalor na aprovação alheia, apresentando uma dependência social como forma de contornar sua insegurança nos vínculos interpessoais. Os indivíduos autónomos, por sua vez, apresentam uma tendência a avaliarem o seu valor através do seu autocontrole e de suas competências, valorizando a independência, a liberdade e as conquistas. Ainda de acordo com Beck, pessoas deprimidas têm uma tendência a investir excessivamente em um dos dois constructos e apresentam uma vulnerabilidade à depressão de forma diversa. No caso dos sociotrópicos a depressão acontece quando o seu esforço em aprovação não gera resultado, enquanto nos autónomos a depressão ocorre quando eles não obtêm os resultados esperados e ou quando se deparam com sua falta de controle e a sua independência torna-se ameaçada. Estudos mais recentes do próprio Beck (Beck, 1993 *apud* Dobson & Dobson, 2011:132) demonstram que pessoas sociotrópicas são mais vulneráveis à ansiedade quando avaliam algum tipo de ameaça com relação à suas relações sociais, enquanto os autónomos apresentam vulnerabilidade à ansiedade, quando percebem a sua independência, reconhecimento e autonomia ameaçados. Dessa forma, compreendemos que a depressão ocorre quando há uma perda real de recursos, enquanto a ansiedade se faz presente quando existe uma ameaça à utilização de recursos.

Um estudo feito por Moore e Blackburn em 1994 (Blackburn in Salkovskis, 2005), que avaliou 118 pacientes depressivos, onde 61% dessa amostra era de pacientes do género feminino, pôde constatar que a sociotropia apresentava maiores índices de severidade para a depressão que a autonomia. Outros pontos abordados foram a aprovação social, o perfeccionismo, o neuroticismo e a extroversão. O neuroticismo foi mais relacionado com a sociotropia, enquanto que a introversão foi mais associada à autonomia. Como era de se esperar a sociotropia apresentou uma necessidade de aprovação social maior que o perfeccionismo, enquanto na autonomia a observação foi contrária. Entretanto, cabe

observar que apesar do nível de perfeccionismo dos autônomos ser maior do que a necessidade deles de aprovação social, ainda assim a sociotropia apresentou níveis mais altos de perfeccionismo do que a própria autonomia. Parece, portanto, que existe alguma relação entre o perfeccionismo e a aprovação social com o agravamento do quadro depressivo, uma vez que a autonomia apresenta uma severidade menor que sociotropia e essa apresenta índices de perfeccionismo e aprovação social maiores.

Em outro trabalho, conduzido por Luz, Santos, Cazassa e Oliveira (2012), que trata das diferenças dos esquemas desadaptativos de homens e mulheres, averiguou-se que as mulheres apresentavam um maior nível de sociotropia do que os homens. As mulheres nesse estudo manifestavam maior capacidade de auto-sacrifício do que os homens, sendo capazes de sacrificar-se pelo bem-estar do outro. Esse comportamento foi observado, também, em mulheres com função de liderança. Um facto interessante é que essa pesquisa demonstrou que os homens têm uma facilidade maior de lidar com o desconhecido e com situações novas, enquanto as mulheres apresentam uma maior sensibilidade às necessidades de outras pessoas do que os homens. Outro ponto importante, observado na pesquisa anteriormente relatada, refere-se a inibição dos autônomos, pois essa pesquisa mostra que os homens têm uma maior tendência à inibição emocional do que as mulheres.

Mcbride, Bacchioni e Bagby (2005) reforçam as diferenças de género na manifestação dos traços de personalidade sociotrópica e autónoma. Esses autores enfatizam a existência de uma associação entre a sociotropia e o género feminino e a autonomia e o género masculino, entretanto, a pesquisa ressalta a existência de diferentes significados da sociotropia e autonomia entre homens e mulheres. Por exemplo, a sociotropia nas mulheres deprimidas apresenta uma baixa competência e tem uma conotação negativa, enquanto nos homens ela está relacionada a tendências altruístas e ao acolhimento, o que demonstra uma conotação mais positiva. A pesquisa mostra, também, que a sociotropia, assim como a autonomia, como um traço de personalidade, é mais perigosa para mulheres do que para homens, no caso de depressão. Essa pesquisa sugere a existência de uma vulnerabilidade maior para as mulheres do que para homens nos dois constructos de personalidade o que parece contrariar a teoria de Beck que sugeriria uma maior vulnerabilidade para os homens na autonomia. Entretanto, é possível aventar que talvez essa pesquisa não esteja contrariando as pesquisas de Beck, mas pode estar demonstrando uma realidade diferente, 20 anos após as pesquisas feitas por Beck, como consequência das mudanças sociais nos papéis de

gênero, o que pode ser explicado pela dinamicidade das representações sociais. A mulher deixou a sua função de cuidadora do lar e se lançou no mercado de trabalho e a cobrança social de um homem provedor era muito maior nos anos 80 do que no início dos anos 2000. Por outro lado, é provável que essa pesquisa esteja apenas demonstrando os efeitos da cobrança feita às mulheres de serem boas mães, esposas e profissionais, gerada pela dificuldade de equilibrar multiplicidade de papéis da mulher nos dias atuais.

O facto é que os traços de personalidade sociotrópicas e autónomas podem ser encontradas nos diferentes géneros, mas independente disso ainda podemos perceber uma maior tendência das mulheres à sociotropia e dos homens à autonomia. Esses conceitos de sociotropia e autonomia nos ajudarão mais tarde na análise de dados.

5. METODOLOGIA

O presente trabalho foi elaborado em forma de pesquisa exploratória, pois consideramos que seria a que mais se adequa, quando buscamos compreender e identificar particularidades, semelhanças e diferenças de uma determinada realidade. Como o objetivo desse trabalho é compreender as diferenças cognitivas e comportamentais, geracionais, culturais e temporais, relativas ao significado e ao conceito do sucesso, essa seria a melhor forma de obter dados e cruzá-los buscando as diferenças e similaridades.

Utilizamos nesta investigação os métodos qualitativo e quantitativo, além da pesquisa bibliográfica, por entendermos que seria importante e enriquecedor para a compreensão multidimensional do fenómeno em estudo, o cruzamento da análise qualitativa (de conteúdo) com a análise quantitativa (dados estatísticos). A análise qualitativa e quantitativa pareceu-nos a mais adequada e completa para identificar e compreender as características psicológicas, sociais, culturais e geracionais, como percepções, crenças e ações que podem contribuir ou dificultar o sucesso e a necessidade ou não de uma adaptação ao tipo de sucesso almejado. Esse cruzamento de dados nos possibilitou correlacionar a presença de certas características como preocupações, perfeccionismo, autoconceito, planeamento e organização. A este respeito Onwuegbuzie e Leech (2005) e Günther (2006) referem-se às vantagens do paradigma quanti-qualitativo, realçando a importância da triangulação da análise dos dados para aumentar a consistência e a confiabilidade dos resultados e para uma análise mais integrativa do fenómeno em estudo, que visa examinar

as questões em suas diferentes dimensões e por meio de uma análise integrativa. Desta forma a conciliação dos dois métodos foi considerada o ideal para favorecer o aprofundamento da investigação e alargar as suas possibilidades.

5.1. O inquérito por questionário

Antes de elaborar o questionário (anexo I) foi feita uma pesquisa bibliográfica com o intuito de prepara-lo devidamente para que a colheita de dados pudesse obter informações relevantes para o tema deste trabalho.

Utilizamos inquérito por questionário, constituído por questões abertas e por questões fechadas que possibilitaram a utilização de métodos de análise qualitativos e quantitativos. O nosso objetivo era compreender o significado de sucesso dado pelos respondentes o que seria possível através de questões abertas, assim como observar quais as prioridades para o sucesso, dentro de cada faixa etária, que seriam analisados a partir de questões que possibilitassem a análise quantitativa. Queríamos também compreender se alguns comportamentos e crenças poderiam contribuir para a concepção de sucesso e qual seria a relevância desses comportamentos e crenças na percepção do sucesso.

Além dos dados sócio-demográficos (sexo, idade, género, tipo de trabalho, escolaridade, salário, religiosidade), o questionário coletou informações sobre o significado do conceito de sucesso em questões abertas e fechadas, além de obter informações sobre autoconceito, preocupações, ansiedade, organização e perfeccionismo.

Cuidados éticos foram tomados, uma vez que questões éticas, em pesquisas no âmbito das Ciências Sociais, revestem-se de enorme complexidade e dinamismo. Por isso, o anonimato foi garantido aos respondentes da pesquisa, pois o participante não precisou de se identificar e nem colocar seus contatos. O anonimato e a confidencialidade das informações são necessários para garantir a autonomia e a liberdade para os participantes da pesquisa. Os participantes foram convidados através das redes sociais, em especial pelo *Facebook* e *Whatsapp*, sem um contato pessoal que pudesse gerar algum tipo de intimidação. O pesquisado participante, assim o fez por livre iniciativa e decisão voluntária. Muitos pesquisados não finalizaram a pesquisa e esses questionários incompletos foram descartados sem nenhum prejuízo para o respondente. A preocupação ética esteve presente ao longo de todo o estudo, desde a fase do planeamento, com a seleção dos participantes e sua

confidencialidade, até a análise rigorosa que nos obrigou a abrir mão de uma enorme quantidade de questionários incompletos.

5.2. Instrumento de recolha de dados - Questionário

Antes de ser disponibilizado nas redes sociais, fizemos um pré-teste do questionário e observamos que as perguntas sobre o trabalho estavam incomodando as pessoas que não tinham um trabalho formal. Mudamos algumas perguntas na organização do questionário e a sensação dos respondentes melhorou. Colocamos as perguntas sobre o conceito de sucesso antes das questões sobre trabalho, para não influenciá-los a entender o sucesso somente como algo ligado ao trabalho. O objetivo era deixar o respondente o mais livre possível. Mudamos também algumas perguntas sobre trabalho dando mais opções de resposta. Deixamos o questionário de autoconceito antes do questionário de preocupações, perfeccionismo e organização, também para tentar não influenciar as respostas, pois se essas viessem logo após as perguntas sobre emprego, poderia relacioná-las apenas à trabalho.

Após essas modificações, o presente inquérito foi disponibilizado nas redes sociais, principalmente por meio de e-mail, *Facebook*, *Whatsapp*. Optamos por utilizar uma ferramenta de software para questionários, disponível online, que nos ajudou na divulgação e na análise de dados. O objetivo da pesquisa online era atingir um público diverso e deixar o participante mais à vontade para responder ao questionário. Encaminhamos os e-mails e mensagens para grupos de que fazíamos parte e para colegas, prestadores de serviço, estudantes, funcionários de empresas e pessoas a quem tínhamos acesso de diferentes níveis sociais, idade e género, que repassaram para outras pessoas. Obtivemos 291 questionários respondidos completamente, pois tivemos mais de 150 questionários incompletos de participantes que, por algum motivo, não finalizaram e, por isso, tivemos que excluí-los. Abrimos e fechamos a pesquisa em vários momentos, tentando atingir um número maior de participantes. Ao fim da pesquisa tínhamos quase 400 questionários que compreendíamos estar completos, uma vez que o site *surveymonkey*, que utilizamos para coletá-los, não nos indicava mais nenhum questionário incompleto. Entretanto, durante a análise fomos encontrando algumas inconsistências relativas ao número de respondentes e identificamos, com a ajuda de um estatístico, mais de 100 questionários incompletos que tivemos que excluir também, mas, a essa altura, em função do tempo, já não era mais possível retomar a

pesquisa, a fim de conseguir mais participantes, o que acabou por resultar numa amostra de participantes menor, para alguns grupos etários.

5.3. A análise de dados

5.3.1. Análise qualitativa

Métodos qualitativos são mais flexíveis para a análise de conteúdo e as questões abertas servem exatamente para esse fim. Os métodos qualitativos, através da descrição e da observação, podem favorecer dados relevantes, interativos e compreensivos que, numa pesquisa quantitativa, passariam despercebidos. Os dados obtidos nos possibilitaram analisar o significado, sem interferências ou sugestões. O pesquisado ficou livre para usar as suas próprias palavras, sem ser sugestionado. O objetivo da pesquisa foi o de analisar os processos e dinâmicas relacionados com o sucesso, de acordo com as gerações e as possíveis interferências desse conceito com variáveis de ordem individual, social, cultural e intergeracional. Durante a análise pudemos perceber que muitas palavras apareciam repetidas e por isso categorizamos as respostas em grupos que continham significados semelhantes.

5.3.2. Análise quantitativa

A precisão dos métodos quantitativos, nas questões fechadas, possibilitou-nos um maior cruzamento de dados e respostas mais objetivas, contribuindo para a criação de gráficos e quadros ilustrativos que são mais facilmente interpretados. Elas nos ajudaram a cruzar várias perguntas de forma que pudéssemos analisar os resultados desse cruzamento de acordo com a idade, género, salário etc.

Na questão 16, o enunciado diz: *“Enumere por ordem de prioridade o que é importante para que você possa se considerar bem-sucedido”*. Essa questão nos possibilitou criar um quadro de prioridades, de forma que pudéssemos observar diferenças prioritárias de acordo com os diferentes grupos pesquisados. Essa questão exigia que as pessoas determinassem quais os elementos eram prioritários, quando elas colocavam o número 1, na frente de um determinado elemento, era porque estavam considerando aquele elemento como o mais importante. Como foram disponibilizados 9 elementos, elas iam enumerando, prioritariamente, até o número 9, o que indica que quanto maior o número, menos prioritário

ele era, e, quanto menor, maior a prioridade. Para poder avaliar a ordem de prioridade total da maioria aplicamos a seguinte fórmula:

O elemento que ficou em primeiro lugar, na ordem prioritária, foi aquele que apresentou um número maior de pessoas que avaliou esse elemento como prioridade de número 1. Nas respostas obtidas tivemos de 61% dos respondentes optando pela “família” como primeira opção, o que não criou dúvidas quanto à essa opção como primeiro lugar na ordem prioritária.

O quadro nos permitiu ver a tendência das pessoas com relação a cada elemento. Víamos, em números, a quantidade de pessoas que tinha escolhido por aquele elemento em cada opção (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9). Por exemplo, dos 291 respondentes víamos quantos optaram por família como opção 1, opção 2, opção 3. Até a opção 9, de forma que sabíamos a tendência das respostas de acordo com cada elemento dos 291 pesquisados.

Portanto, para determinarmos quais seriam os elementos mais escolhidos, como segunda prioridade, optamos por somar, em cada elemento, o número de pessoas que escolheram aquele elemento como opção 1 e 2, de forma a perceber qual o elemento que possuía o maior número dessa soma. A terceira prioridade foi observada na maior soma da opção 1, 2, 3. A quarta prioridade foi aquela com maior soma 1, 2, 3, 4 e assim, respectivamente, de modo que a nona prioridade foi aquela com o maior número de respondentes na opção de número 9 e menor número nas outras opções anteriores.

6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa contava com um questionário inicial (anexo I) de 28 perguntas, sendo algumas delas de cunho sócio-demográficas, outras mais específicas sobre o objeto da pesquisa, em si, que é o sucesso, além de algumas perguntas de cunho mais pessoal, como atividade física, trabalho voluntário e algumas perguntas mais específicas sobre o trabalho e treinamento. As últimas 4 perguntas eram, na realidade, um conjunto de perguntas sobre autoconceito, perfeccionismo, preocupações e distribuição do tempo, planejamento e organização.

Nem todas as respostas da pesquisa foram utilizadas neste trabalho, pelo excesso da amplitude das análises e pela quantidade de dados coletados, entretanto cabe informar que o objetivo é poder utilizar esses dados em trabalhos posteriores.

As perguntas mais analisadas nesta pesquisa foram:

- 13) O que significa para você ser bem-sucedido?
- 14) Você se considera bem-sucedido? Se sim, porquê?
- 15) O que para você significa não ser bem-sucedido?
- 16) Enumere por ordem de prioridade o que é importante para que você possa se considerar bem-sucedido?
- 18) O que eu aprendi com meus pais e avós, contribui para o meu sucesso? Se sim explique o que aprendeu e como contribuiu para o sucesso.

No questionário de autoconceito:

- Sou uma pessoa bem-sucedida
- De modo geral eu me considero feliz

No questionário de perfeccionismo:

- Avalio o sucesso pelo resultado

No questionário de preocupação:

- Acho que a preocupação me ajuda a ser bem-sucedido

No questionário de distribuição do tempo/ planejamento/ organização:

- Planeamento e organização me ajudam a ser bem-sucedido
- O esforço me ajuda a ser bem-sucedido

A pesquisa foi disponibilizada na internet e divulgada por meio de redes sociais e e-mails. O total geral de respondentes da pesquisa foi de 291 pessoas sendo 79 homens (27,05%) e 212 mulheres (72,60%). Desse total tivemos a adesão de 21 (7,22 %) jovens com idade entre 18 e 25 anos, de 60 (20,62%) jovens entre 26 e 35 anos, de adultos de 36 a 45 anos foram 83 (28,5%), de adultos de 46 a 55 anos foram 71(24,40%), de adultos de 56 a 65 anos foram 28 (9,62%) e de idosos acima de 66 anos foram 28 (9,62%) respondentes.

Tivemos neste total 254 brasileiros, 2 angolanos, 1 búlgaro, 1 chileno, 1 peruano, 32 portugueses.

Quanto ao estado civil tivemos 51% casados, 24% solteiros, 9% divorciados, 7% união estável, 5% separados, 3% viúvo, 1% não informaram.

A escolaridade dos respondentes foi bem acima da média brasileira, pois segundo os dados fornecidos pelo IBGE (2015) 30,7% da população brasileira tem entre 11 e 14 anos de estudo e apenas 13% tem mais de 15 anos. Até o final do ensino médio são necessários, no mínimo, 12 anos de estudo. Portanto, pode-se dizer que mais de 57% da população tem no máximo o ensino fundamental completo.

Na nossa pesquisa 30,24% tinham curso superior completo e 36,77% tinham especialização, 12,02% tinham mestrado, 2,41% doutorado, 1,72% pós-doutorado, ou seja, 83,16% dos pesquisados tinham no mínimo curso superior completo.

Quanto ao ganho salarial, tivemos uma amostra bem variada 15,46% ganham até 2 salários mínimos, 15,80% de 2 a 4 salários, 7,56% de 4 a 6 salários, 6,87% de 6 a 8 salários, 17,5% de 8 a 15 salários, 13,06% mais de 15 salários, outros 8,5% dos participantes optaram por não fornecer essa informação, 1,03% disseram não saber e 14,09% disseram que a essa pergunta não se aplicava à eles (importante informar que provavelmente dentro desses últimos três números encontraremos os 7,22% dos respondentes que estão desempregados e que não possuem ocupação ou trabalho).

6.1. Os elementos relevantes para o sucesso

A nossa pesquisa deixou bem claro que o significado dado ao sucesso era bem mais amplo do que as noções de sucesso mais divulgadas socialmente e ou através dos meios midiáticos. Para melhor colheita de conteúdo, utilizamos de perguntas descritivas sobre o significado de ser bem-sucedido e não ser bem-sucedido para os participantes e se eles se consideravam ou não bem-sucedidos, de acordo com essas medidas. Para fins de análise quantitativa, utilizamos uma pergunta que induzia o respondente a colocar, em ordem de prioridade, alguns elementos que escolhemos, baseados na pesquisa de De Vries (2010) com executivos, sobre o que eles consideravam como sucesso, em que ele encontrou uma ordem de prioridade com os seguintes itens mais citados: família, riqueza, trabalho/carreira, reconhecimento/fama, poder, vencer/ superação, mudanças, amizades e significado. Optamos por determinar esses mesmos itens na questão que verificava a ordem de prioridade, entretanto, essa pergunta foi posicionada, propositadamente, após a pergunta descritiva sobre o significado de sucesso, com o objetivo de não influenciar os respondentes nas respostas espontâneas. Para facilitar a exposição e compreensão da nossa análise optamos por apresentar os dados numa ordem diferente da ordem numérica do questionário.

6.1.1. Elementos mais importantes para se considerar bem-sucedido

A pergunta de número 16, “*Enumere por ordem de prioridade o que é importante para que você possa se considerar bem-sucedido?*”, uma das mais relevantes na nossa pesquisa, permitia quantificar o que as pessoas mais priorizavam para se auto-avaliarem

bem-sucedidas. Nessa pergunta sugerimos para os pesquisados 9 elementos diferentes que deveriam ser organizados por ordem de prioridade. Os elementos eram: família, convívio social/amizades, realização pessoal, fazer algo que tenha significado/sentido, poder, trabalho, reconhecimento/fama, superação, dinheiro. As respostas dadas a essa pergunta ajudou-nos a compreender as diferenças de prioridades para a avaliação do ser bem-sucedido, nos diferentes grupos, etários, de gênero, e de nacionalidade. Neste primeiro momento, no entanto, iremos apresentar primeiro o resultado global da pesquisa com relação as respostas coletadas nesta questão.

Era esperado, conforme pesquisa bibliográfica, que alguns itens realmente se destacassem mais do que outros, mas não imaginávamos que iríamos encontrar a polaridade **família X poder** tão em evidência, como foi o caso. Analisando a prioridade de número 1, ou seja, o elemento que os respondentes determinaram como prioridade 1, para que as pessoas se considerassem bem-sucedidas, notamos que uma grande maioria de 61,17% escolheu a família, como primeira opção, seguido por 13,40% que priorizaram a realização pessoal, 10,65% o fazer algo que tenha significado e sentido, 5,15% o poder, 3,09% o trabalho, 2,41% o reconhecimento/fama, 2,41% a superação, 1,03% o dinheiro, 0,69% o convívio social/amizades.

Apesar de o “*poder*” ter ficado em quarto lugar, como a primeira opção dos entrevistados, ele aparece em último lugar, quando fazemos a classificação das prioridades, pois, para a grande maioria dos pesquisados, ele foi escolhido como a opção de número 9. Como já havíamos informado anteriormente, para avaliarmos a classificação das prioridades, a partir do segundo lugar de classificação, optamos por somar a quantidade de pessoas do primeiro e segundo lugar e verificar qual foi o elemento escolhido pela maioria através do número maior da soma, claro que excluindo aquele elemento que já ficou em primeiro lugar. Chamamos essa soma de acumulado e ela pode ser verificada na tabela na terceira linha de cada elemento. Optamos por destacar a soma na tabela como forma de contribuir para a compreensão da classificação. Os números 1 a 9 indicam o quanto cada item foi escolhido naquela ordem, pelos respondentes, e a ordem, em que se encontram organizados os elementos, apresenta a classificação da preferência geral da maioria dos respondentes da pesquisa. Por isso, o poder aparece em último lugar, na classificação, e em quarto lugar, com relação à escolha da primeira prioridade. Apesar de ele ter ficado em 4 lugar, na escolha

da primeira posição, ele não foi tão valorizado na posição de número 2, 3, 4, 5, 6, 7, pois a grande maioria o colocou na oitava e nona posições.

O valor da família, em relação à ideia de bem-sucedido, foi também percebido na pesquisa de De Vries (2010), entretanto, este pesquisador não forneceu os índices percentuais, e, portanto, não foi possível comparar os resultados quantitativos. De acordo com este pesquisador, a ordem prioritária encontrada foi: família, riqueza, trabalho/carreira, reconhecimento/fama, poder, vencer/superação, mudanças, amizades e significado. Podemos observar, portanto, que, apesar de a família ter se mantido em primeiro lugar, os outros elementos se apresentaram de forma diferente, pois na pesquisa dele a riqueza vem em segundo lugar e na nossa ela fica em sétimo. Na nossa pesquisa o significado vem em terceiro lugar na classificação, enquanto na pesquisa dele vem em último, a amizade, nos dados dele, também ficou mais desvalorizada em comparação com a nossa. Existem várias explicações para essa diferença, pois os pesquisados, no caso de De Vries, eram executivos e, na nossa pesquisa, o público era mais heterogêneo com relação ao tipo de trabalho, remuneração e escolaridade. Outra possibilidade é o fator cultural, uma vez que a nossa pesquisa foi feita online e respondida na sua maioria por brasileiros e portugueses e pesquisa feita por De Vries foi feita com executivos sênior, que participavam de dois programas oferecidos pelo INSEAD (que é uma escola de negócios com sedes na França, Singapura e Abu Dhabi). Essas diferenças podem explicar porque, na nossa pesquisa, o dinheiro, reconhecimento e poder ficaram mais desvalorizados, e, na pesquisa dele, esses elementos foram mais valorizados enquanto o sentido e a amizade ficaram mais desvalorizados.

A oposição do elemento *família* e do elemento *poder* pôde ser constatada visivelmente, por meio da leitura dos elementos que os respondentes escolheram como opção 1 e 9, note-se que não estamos falando aqui da classificação, apesar de na classificação termos obtido também o primeiro lugar para a *família* e o nono lugar para o *poder*. A *família* foi escolhida como opção de número 1 por 61,17% dos respondentes, enquanto o poder foi a última escolha de 58,08% das pessoas. Considerando que esta pergunta oferecia uma gama de 9 elementos para a escolha, esse resultado torna-se muitíssimo relevante.

Quadro 6.1: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (resultado geral)

Prioridade	Ordem de Prioridade									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	61,17%	10,65%	6,19%	8,93%	3,44%	1,72%	1,03%	1,03%	5,84%	100%
	178	31	18	26	10	5	3	3	17	291
	61,17%	71,82%	78,01%	86,94%	90,38%	92,10%	93,13%	94,16%	100,00%	
Realização Pessoal	13,40%	21,99%	15,81%	17,18%	14,43%	7,90%	4,47%	3,44%	1,37%	100%
	39	64	46	50	42	23	13	10	4	291
	13,40%	35,40%	51,20%	68,38%	82,82%	90,72%	95,19%	98,63%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	10,65%	16,49%	21,99%	15,12%	11,34%	13,40%	6,19%	4,12%	0,69%	100%
	31	48	64	44	33	39	18	12	2	291
	10,65%	27,15%	49,14%	64,26%	75,60%	89,00%	95,19%	99,31%	100,00%	
Trabalho	3,09%	21,99%	16,49%	12,37%	16,15%	16,15%	8,25%	3,78%	1,72%	100%
	9	64	48	36	47	47	24	11	5	291
	3,09%	25,09%	41,58%	53,95%	70,10%	86,25%	94,50%	98,28%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	0,69%	12,03%	12,03%	18,21%	23,37%	15,12%	11,00%	4,81%	2,75%	100%
	2	35	35	53	68	44	32	14	8	291
	0,69%	12,71%	24,74%	42,96%	66,32%	81,44%	92,44%	97,25%	100,00%	
Superação	2,41%	5,84%	9,62%	14,43%	13,40%	17,53%	20,62%	11,34%	4,81%	100%
	7	17	28	42	39	51	60	33	14	291
	2,41%	8,25%	17,87%	32,30%	45,70%	63,23%	83,85%	95,19%	100,00%	
Dinheiro	1,03%	4,47%	12,37%	8,93%	12,37%	17,18%	27,15%	15,46%	1,03%	100%
	3	13	36	26	36	50	79	45	3	291
	1,03%	5,50%	17,87%	26,80%	39,18%	56,36%	83,51%	98,97%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	2,41%	3,78%	3,44%	4,12%	4,47%	8,25%	14,09%	35,74%	23,71%	100%
	7	11	10	12	13	24	41	104	69	291
	2,41%	6,19%	9,62%	13,75%	18,21%	26,46%	40,55%	76,29%	100,00%	
Poder	5,15%	2,75%	2,06%	0,69%	1,03%	2,75%	7,22%	20,27%	58,08%	100%
	15	8	6	2	3	8	21	59	169	291
	5,15%	7,90%	9,97%	10,65%	11,68%	14,43%	21,65%	41,92%	100,00%	

A classificação geral da ordem de prioridade, que considera a tendência prioritária, através da soma do número de pessoas que escolheu aquele elemento nas primeiras opções, também obteve muitos resultados interessantes. A realização pessoal aparece como a segunda mais valorizada, seguida por o fazer algo que tenha significado e sentido que, por sua vez, apresentou a menor taxa de rejeição, uma vez que foi o item menos citado no nono lugar. Essa ordem de prioridade nos pareceu bastante interessante, pois as ideias de realização pessoal e sentido são contrárias à ideia de reconhecimento ou fama. Enquanto o reconhecimento e a fama estão voltados para uma avaliação externa, feita por outros, a realização valoriza as realizações pessoais e uma ideia de capacidade e de auto-eficácia interna, seria uma espécie de auto reconhecimento pelo bom trabalho executado.

Fazer algo que tenha sentido e significado também retorna o foco para si mesmo e para a capacidade de produzir algo importante e relevante para si ou para um bem maior. “*Eu encontro alegria e significado na minha vida quando me engajo um propósito mais profundo e conheço a mim mesmo*” (Pattakos & Dundon, 2015:109).

Viktor Frankl (2007) psiquiatra austríaco que passou por um campo de concentração na época da guerra, vivenciando uma situação extrema de estresse e sofrimento, relatada em

seu livro “em busca de sentido”, reforça, nesse livro, a importância que o dar sentido ao que se faz tem para a sobrevivência e compreende que esse fator possibilita que as pessoas superem situações de extremo sofrimento de forma mais otimista e tranquila. Para ele, o sentido pode ser obtido através do exercício da espiritualidade, através da dedicação à uma obra ou através do amor e do cuidado com o próximo (Frankl, 1989; 2007). O sentido, portanto, se refere a estar conectado com Deus ou com o próximo, com a ação de um indivíduo para com o outro, com uma decisão de viver bem, independentemente do contexto em que se está inserido ou do retorno externo. Isso significa que, quando se busca fazer algo que tenha significado e sentido, valoriza-se o “eu”. o poder de decisão individual e a capacidade de conexão com o mundo. A busca pelo sentido vai na contramão da busca pelo reconhecimento, pois não é o outro que exerce um poder sobre o eu, não sendo necessária, portanto, uma avaliação externa como forma de garantir, reforçar ou saber do seu próprio valor.

Pattakos e Dundon (2015) reforçam as ideias de Frankl. No livro “The OPA way” eles fazem um paralelo entre as ideias de Frankl e o jeito de viver dos gregos, com algumas modificações. Esses autores fazem um trocadilho com a expressão grega OPA e as três formas de sentido: O (*others*), “conectar-se significativamente com os outros” (*connect meaningfully with others*); P (*purpose*) “engajar num propósito profundo” (*engage with deeper purpose*); A (*attitude*) “agarrar a vida com atitude” (*embrace life with attitude*).

O item *trabalho* apareceu na quarta colocação da classificação e *convívio social e amizades*, na quinta. Dos cinco primeiros elementos escolhidos pela maioria, três deles demonstram ter uma relação direta com a valorização da conexão com o outro, através dos elementos escolhidos: *família*, *sentido*, *convívio social* e *amizades*. Os outros dois elementos a *realização pessoal* e o *trabalho* estão focados na capacidade de se perceber capaz e de ser produtivo, que também são reforçados pela ideia de fazer algo que tenha sentido. A *superação* ficou em sexto, na frente de *dinheiro*, apesar de ambas apresentarem percentuais semelhantes. *Reconhecimento/ fama* e *poder* apareceram na oitava e nona colocação, respectivamente.

Esses resultados nos levam a perceber e avaliar que o sentido do sucesso já não se relaciona tanto com a medida externa de sucesso, muito pelo contrário. O sucesso está mais voltado para ideias internas de satisfação pessoal e convívio com outros. Entretanto, esses resultados entram em conflito com alguns comportamentos observados na

contemporaneidade, pois, ao mesmo tempo que as pessoas querem se conectar e criar vínculos, elas, ao invés de se ocuparem em agir em direção ao próximo, para que esse contato verdadeiramente aconteça, se utilizam das redes sociais, exibindo-se, o que costuma gerar desconforto e desconexão. Parece haver um descompasso entre o que as pessoas valorizam e desejam, o modo como elas se comportam e os resultados que colhem com suas ações.

6.1.2. Os significados do sucesso encontrados na análise qualitativa.

A análise de conteúdo foi possível através da pergunta de número 13: “O que significa para você ser bem-sucedido?”, pois o respondente fica livre para fornecer o significado que melhor lhe convém, sem interferências ou direcionamentos. Essa questão, assim como a questão analisada anteriormente, possibilita observar uma enorme variedade de respostas, confirmando o quão amplo pode ser o significado de bem-sucedido. Entretanto, o significado mais abrangente, que engloba todos os outros significados, refere-se, de uma forma direta ou indireta, a cumprir ou atingir objetivos, seja quando o pesquisado menciona os termos *metas* e *objetivos* ou quando o pesquisado cita os verbos *alcançar*, *atingir* e *conseguir*. Até mesmo a resposta “*ser feliz*” indica que o ser bem-sucedido diz respeito ao ser capaz de atingir a meta de ser feliz ou conseguir ser feliz, o que demonstra que o termo está associado a um desejo, uma meta, um objetivo a ser vencido. Portanto, o se considerar bem-sucedido pode depender de um objetivo imposto pela sociedade ou seja, de um objetivo de medida externa, ou de um objetivo pessoal, de medida interna, almejado pelo próprio sujeito ou de ambos. Com efeito, o termo sucesso em seu sentido mais profundo, presente no senso comum, refere-se à uma condição ou possibilidade de se atingir objetivos, metas, ou aquilo que se dá valor.

Os elementos para o sucesso, portanto, seriam variáveis de pessoa para pessoa e de acordo com a construção identitária do indivíduo, levando em consideração seus papéis dentro da sociedade. Vale ressaltar a possível dicotomia do sucesso, considerando as representações sociais do termo presentes nos média, nos livros e nos filmes e o significado individual criado pelo indivíduo. Uma pessoa de baixa renda considerada bem-sucedida, dentro da comunidade que vive, pode, ser tido como fracassado, na visão dos que não pertencem a essa comunidade. Pessoas de alta renda e famosas, por outro lado, poderiam ser consideradas um sucesso pelos amigos e pelos média, mas se auto avaliar como fracassada. O “*bem-sucedido socialmente*”, portanto, pode não se compreender como tal na

sua individualidade e vice-versa. Ser bem-sucedido no contexto generalizado seria, desta forma, ter capacidade de concluir metas sejam elas de independência, eficácia e excelência (sejam elas financeiras ou não), ou metas de bem-estar e relacionamento, auto aprimoramento ou ambas.

Mas quais seriam os elementos mais valorizados para o sucesso? Os elementos valorizados seriam semelhantes de acordo com a idade, gênero, poder aquisitivo. Quais seriam as metas ou desejos mais valorizados dentro de cada grupo? Veremos as respostas dessas perguntas ao longo desta análise.

6.1.2.1. Os elementos do sucesso identificados na análise qualitativa

A expectativa de que as respostas às questões propostas validariam o bem-sucedido apenas como rico, famoso ou poderoso não se sustentou na nossa pesquisa. Diferentemente disso, poucos foram os pesquisados que apresentaram uma definição de sucesso com o significado próximo a esse.

Muitos outros significados foram relatados e para analisá-los optamos por separá-los de forma que pudéssemos analisar não somente o tipo de resposta, mas também a sua incidência na pesquisa. Durante a análise das respostas, observamos que, apesar de serem utilizadas palavras diferentes, os significados, muitas vezes, se repetiam, a gama de itens citados era tão vasta, todavia, que optamos por criar categorias para uma melhor apreciação. Constatamos a citação de 22 elementos diferentes visto que a grande maioria das respostas referia-se a vários elementos diferentes ao mesmo tempo. O avantajado número de elementos identificados se efetivou pela observação dos diferentes significados atribuídos, pois alguns relatos que pareciam semelhantes apresentaram um significado diferente. Por exemplo: “*ter boa condição financeira*”, “*ter realização financeira*”, “*ser bem remunerado*” e “*ter alto poder aquisitivo*” continha um significado relacionado à ideia de enriquecimento, com uma conotação de desejo de riqueza, ao passo que as expressões “*ter uma situação financeira estável*”, “*ser autossuficiente financeiramente*”, e “*ter retorno financeiro suficiente*” nos oferecem uma ideia de vida digna e o objetivo, nesses casos, indica a aceção de ganhar o suficiente para propiciar um viver bem. Uma outra curiosidade apareceu com o termo “*fazer o que gosta*”, que classificamos como *felicidade/prazer*, mas, em alguns relatos, isso estava também associado ao *trabalho* e ao *dinheiro* ou *dignidade*, o que nos permitiu classificá-lo com outros elementos, além do prazer. A frase: “*fazer o que gosta e receber bem pelo que*

faz”, nos fez classificar esse relato com os elementos: *prazer, trabalho e dinheiro*, enquanto a frase “*ter tempo, dinheiro e saúde para fazer o que gosta*”, há uma referência ao prazer, ao tempo, à saúde e ao dinheiro. Nesse último exemplo a palavra “dinheiro” aparece, não como resultado da execução do trabalho prazeroso, como no exemplo anterior, mas como caminho para poder fazer o que gosta. Outra divisão diz respeito à noção de felicidade e de estar bem. Enquanto o primeiro termo descreve uma sensação, o segundo dá uma ideia de vida boa, qualidade de vida, estar bem, o que não necessariamente implica em felicidade, apesar de sabermos que quem está bem geralmente está feliz.

As categorias criadas foram: *auto eficácia, estar bem, ajudar o próximo/cidadania, conhecimento, dignidade, dinheiro, equilíbrio, espiritualidade, família, felicidade/prazer, metas pessoais, poder/fama, realização pessoal, realização profissional, reconhecimento, relacionamentos, saúde, sentido, ser realista, tempo, trabalho, valores, superação*. Essas categorias foram criadas a partir das respostas, entretanto não determinamos uma única categoria por respondente, pois o objetivo não era classificar os respondentes, mas observar a frequência que cada uma das categorias havia sido citada.

O que consideramos para cada categoria, utilizando as palavras e expressões dos próprios respondentes:

1) **Ajuda ao próximo/ cidadania:** *auxiliar o próximo, ajudar a todos, ajudar minha família, agregar na vida do outro, poder contribuir, ajudar o próximo, ser uma pessoa de pessoas, contribuir com a sociedade, voluntariado, concretizar projetos no domínio social, exercer cidadania, fazer o que acredita ser melhor para o bem comum.* 15 (5,15%).

2) **Auto eficácia:** *ser autossuficiente, atingir independência, fazer bem feito, desenvolver potencialidades, saber lidar com as adversidades, usar meu saber para me sustentar, usar meus talentos para tanto, dar conta, conseguir me manter, poder sustentar a família, ser capaz, poder conquistar, poder escolher, ser bem resolvida, ter orgulho do que conquistou, realizar planos/ projetos.* 67 (23,02%).

3) **Estar bem:** *sentir-se bem, estar tranquilo, viver bem, estar em paz comigo e com a família, ter boa qualidade de vida, estar em harmonia com a minha consciência, estar de bem com a vida, ter lazer, consciência tranquila, não precisar se preocupar, gostar de si mesmo, estabilidade emocional, ter uma vida estável, vida equilibrada, sentir conforto, aproveitar a vida, saúde psicológica, ser agradecido, ter vida tranquila, ser independente emocionalmente, vida equilibrada, amor, fazer coisas que gosto.* 77 (26,46%)

4) **Conhecimento:** *conhecimento, saber, ser inteligente, concluir faculdade.* 4 respondentes (1,37%)

5) **Dignidade:** *viver em conformidade com as aspirações, tranquilidade financeira, me sustentar, ser autossuficiente ou independente financeiramente, estabilidade financeira, dinheiro suficiente, garantir bens essenciais, trabalho digno, vida confortável, sustento digno, sem dívidas, pagar contas, salário digno, estabilidade profissional, remuneração condizente com as atribuições, vida digna, boa aposentadoria, conseguir manter minha família, ser remunerado de acordo com as habilidades, ter casa própria.* 71 respondentes (24,40%)

6) **Dinheiro:** *ser bem remunerado, ter um bom salario, poder ter luxos, alto poder aquisitivo, satisfeita financeiramente, retorno financeiro do trabalho, ter lucro, ter ganhos materiais que te permitam adquirir o que desejar, ter bens e imóveis.* 35 respondentes (12,03%)

7) **Espiritualidade:** *Amar a Deus, ter fé, estar em paz com Deus, paz de espírito, comunhão com Deus, ter paz, espiritualidade, fazer a diferença no meu mundo, ter uma vida com significado.* Respondentes. 36 (12,37%)

8) **Família:** *ter família, sustentar família, estar em paz com a família...* 74 respondentes. (25,43%)

9) **Felicidade/ prazer:** *ser feliz, ter lazer, felicidade, fazer com e por prazer, fazer o que gosta, ser alegre, ter amor, gostar da vida.* 117 (40,21 %) respondentes

10) **Metas Pessoais:** *alcançar os objetivos almejados, ter sonhos realizáveis realizados, realizar projetos de vida, atingir objetivos autopropostos, traçar objetivos, atingir metas, conseguir cumprir com meus deveres, concretizar um propósito, sensação de dever cumprido, independência, concretizar o que considera valor.* 46 (15,81%) respondentes

11) **Poder/ Fama:** *ser bem visto pela sociedade, reconhecido pela sociedade.* 2 (0,69%) respondentes.

12) **Realização Pessoal:** *ser realizada, realização pessoal, estar satisfeito comigo mesmo, ter sonhos realizados, sentir satisfação com o que considero ter sido bem feito, ser admirado pessoalmente, estar bem consigo mesmo na vida pessoal.* 43 (14,78%) respondentes.

13) **Realização Profissional:** *considerar-se realizada, estar bem na carreira, sucesso profissional, ser realizado profissionalmente, sentir-se realizado com o trabalho, estar bem profissionalmente, estar realizando o trabalho que amo, ser valorizado como profissional.* 47 (16,15%) respondentes.

14) **Reconhecimento:** *ser reconhecido, reconhecimento profissional, respeito profissional, ser reconhecido pelos pares, ser admirado.* 17 (5,84%) respondentes.

15) **Relacionamentos:** *ter amigos, casamento com amor, ter boas amizades, construir relações, ter pessoas de quem gostamos e que gostam de nós, tranquilidade social, desenvolver situação afetiva, ter vizinhança agradável, ter boas relações sociais, ter ao lado pessoas especiais, estar perto de quem se ama, estar bem na vida amorosa, ter boa vida social.* 47 (16,15%) respondentes.

16) **Saúde:** *estar com saúde, viver com saúde, ter saúde.* 18 (6,18%) respondentes.

17) **Sentido:** *estar vivendo com sentido e coerência, fazer a diferença no meu mundo, poder ser útil de alguma maneira, viver de acordo com os princípios da vida, ter uma vida com significado, sentir satisfação por ser quem é e como age.* 7 (2,40%) respondentes.

18) **Ser realista:** *pés no chão.* 1 (0,34%) respondentes.

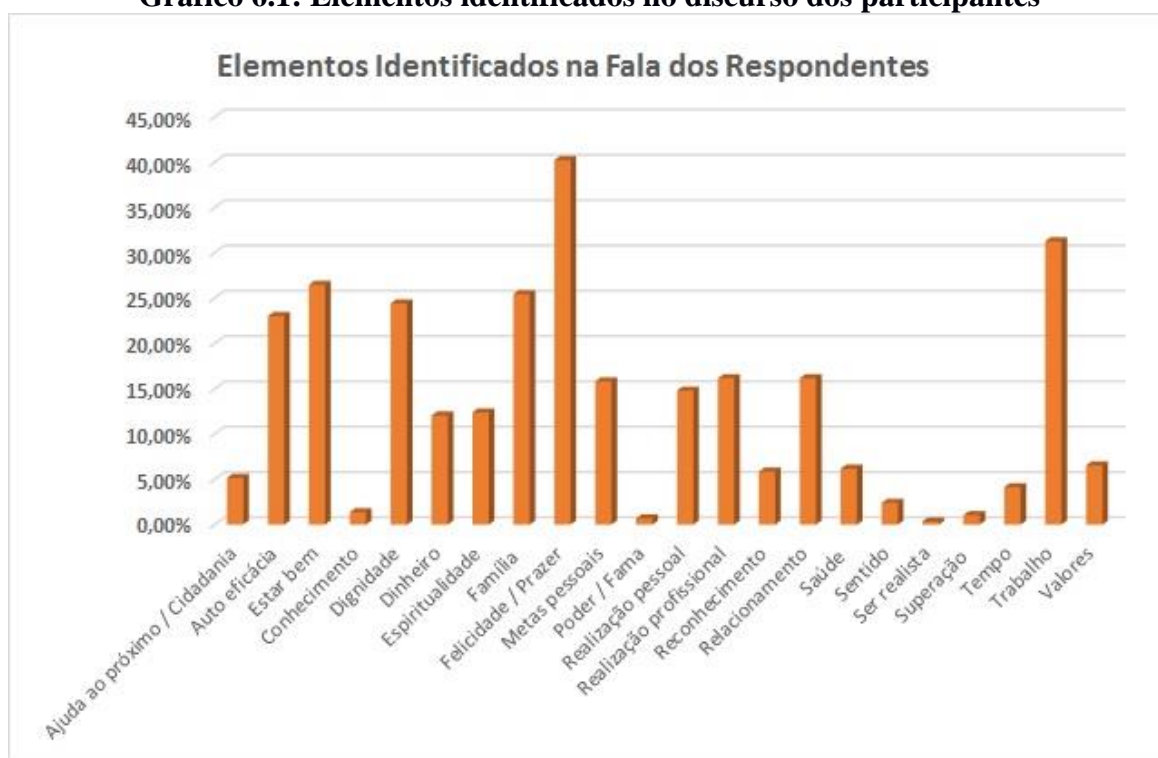
19) **Superação:** *ter a oportunidade de se superar.* 3 (1,03%) respondentes.

20) **Tempo:** *ter tempo, ter o próprio tempo para ficar comigo mesma, ter tempo para se dedicar a família e ao desporto, tempo para família e lazer, ter tempo para mim.* 12 (4,12%) respondentes.

21) **Trabalho:** *ter um trabalho, ter um bom emprego, ter profissão, carreira, ter sucesso no que faz, poder fazer o que se gosta e poder viver disso, fazer o que gosta e ter boa condição financeira através disso.* 91 (31,27%) respondentes.

22) **Valores:** *consciência limpa, respeitar o próximo, ser humilde, estar em harmonia/paz/ tranquilo com a minha consciência, bom caráter, ter coerência em projetos e valores, boa formação moral, poder ajudar tudo e a todos, não ultrapassar valores éticos e morais, ser correto, honesto, verdadeiro, fazer o que acredita ser o melhor para o bem comum, conseguir andar de cabeça erguida, viver de acordo com os princípios da vida, agregar na vida do outro.* 19 (6,53%) respondentes.

Gráfico 6.1: Elementos identificados no discurso dos participantes



Este gráfico mostra que *felicidade/prazer* foi o item mais citado, o que apresenta uma tendência atual das pessoas a relacionarem a ideia de *sucesso* com o *prazer* e a *felicidade*. O segundo elemento mais citado foi o *trabalho*, o que aponta que o sucesso está fortemente relacionado à função laboral. A *família* surge em seguida, como o terceiro elemento mais citado, o que reforça a relevância da família para o sucesso. A *realização pessoal*, que no quadro prioritário ficou em segundo lugar, aqui também ficou bem, principalmente se for somado com a *realização profissional*. O *sentido* nesta pesquisa ficou muito aquém do quadro de ordem prioritária, mas talvez seja porque nesta pesquisa ele apareça com outros nomes como valores, realização pessoal, espiritualidade, estar bem e cidadania. Os relacionamentos foram bem citados nas duas perguntas. Entretanto, percebemos que os significados mais usuais do sucesso como *superação*, *dinheiro*, *fama/reconhecimento* e *poder* foram pouco valorizados. O *dinheiro*, apesar de aparecer com algum destaque ainda assim fica diminuto em comparação com outros elementos.

6.1.2.2. Os três diferentes grupos de significado

Analisando essas respostas espontâneas e as categorias citadas, observamos três grupos de significado para o sucesso dados pelos respondentes. Inicialmente, pensamos que

esses três grupos se assemelhavam aos grupos observados por Sturges (1996), ao avaliar o significado pessoal de uma carreira de sucesso, mas, posteriormente, abandonamos essa possibilidade, pois de acordo com as categorias, por ela propostas, um grande vulto de pesquisados ficariam fora da classificação. Para essa autora, existiam três grupos de medida para o sucesso: a medida de sucesso externa, que é aquela baseada na ideia de altos ganhos financeiros, altos cargos e poder; a medida interna, que compreende as medidas pessoais de valor, e a medida abstrata ou intangível (intangible), que se relacionaria com uma ideia de reconhecimento e respeitabilidade. Embora essa autora reconheça que as pessoas entendam o sucesso profissional apenas como uma parte do sucesso e, portanto, exista uma ideia de que o sucesso não se refere somente a carreira, mas a uma confluência de fatores da vida, a sua pesquisa se focou somente no sucesso profissional. As respostas por nós coletadas, por sua vez, mostraram, também, que o ser bem-sucedido não se referia apenas à carreira, visto que abordavam diversos pontos e áreas da vida, entretanto a falta de medidas existentes, que analisassem o contexto completo, tornou a nossa análise e a divisão em grupos, já pré-existentes, muito mais difícil. Por essa razão, propusemos uma nova divisão, também em três grupos, mas grupos diferentes. Para chegar a essa divisão, resolvemos utilizar as categorias anteriormente citadas e fomos cruzando as respostas de forma que pudéssemos perceber alguma tendência. Observamos, portanto, no primeiro grupo que a maioria que se referia à felicidade e bem-estar, também se referia a relacionamentos e família, assim como valores, o foco desse grupo estava voltado para o sentir e o ser. Por outro lado, observamos, num segundo grupo, que aqueles que se referiam a metas, dinheiro, reconhecimento, também se referiam a auto-eficácia e independência e, portanto, o foco desse grupo, de acordo com as palavras utilizadas, denotava uma ação para o fazer. Entretanto, existiam pessoas que se referiam a elementos dos dois grupos, simultaneamente, ou se referiam a equilíbrio ou boa distribuição do tempo e, por isso, criamos o terceiro grupo.

No primeiro grupo, *afetividade/ estar bem*, encontramos 101 respondentes que equivale a 34,71% do total da pesquisa que relacionava o significado de sucesso à boas relações familiares e sociais, boas emoções e sensações como felicidade, bem-estar, bons comportamentos sociais, como cidadania e ajuda ao próximo, valores, espiritualidade, fazer algo que tenha sentido e significado. Esse grupo refere-se, principalmente, a **sensações e conexões**. Ex: “*Uma vida íntegra. Ser bem-sucedido como cidadão. Sem corrupção ou fazer mal a outras pessoas. Sucesso profissional é menos importante do que sucesso pessoal, ter*

a consciência limpa”; “*Ter uma família unida e feliz, ter amigos por perto e estabilidade financeira*”; “*Ter família, conseguir andar de cabeça erguida, não ter vergonha de minhas ações, ter uma vida com significado, agregar na vida do outro, ter casa própria, poder viver com dignidade*”. Esse grupo assemelha-se à medida interna de sucesso, com a diferença que na medida interna os relacionamentos não são considerados. O valor de sucesso desse grupo é sentir-se bem, ser bom, fazer o bem e viver bem em conformidade com valores. O interessante é que os valores desse grupo se assemelham muito ao constructo de personalidade sociotrópica descrito por Beck que valoriza as relações e a dedicação ao próximo (Clark & Sterr; Blackburn, in Salkovskis, 2005), com a diferença que o constructo de Beck não inclui emoções, sensações, espiritualidade e fazer algo que tenha sentido.

Para o segundo grupo, *capacidade/desempenho* 100 (34,36%), o significado de sucesso relaciona-se à capacidade, ao desempenho, à independência, a metas, ao trabalho e a resultados. Nesse grupo valoriza-se a auto-eficácia, capacidade de conseguir altos rendimentos, a realização profissional e a capacidade de superação e de reconhecimento. Esse grupo se refere muito a **ações e trabalho**. Ex: “*Conseguir realizar o que planejou. Ter bons resultados em seus projetos. Sentir-se realizado com suas escolhas. Ter uma remuneração condizente com suas atribuições*”; “*Ter uma vida estável, ser reconhecido no meu trabalho e bem visto pela sociedade além de estar bem comigo mesmo com um bom carro morando em um bom lugar podendo viajar*”. A diferença desse grupo para o grupo de medida externa, citado por Sturges (1996), se dá porque o grupo de medida externa valoriza o dinheiro, o poder e o *status* e esse grupo valoriza alguns desses objetivos, mas o mais importante é a ideia interna de capacidade e produtividade. Para esse grupo, o significado de sucesso é ser capaz, pois esse grupo valoriza competência, desempenho, independência e autonomia e por esse motivo assemelha-se ao constructo de personalidade autônoma descrito por Beck (Clark & Sterr in Salkovskis, 2005; Blackburn, in Salkovskis, 2005), com a diferença que o constructo de Beck não se refere diretamente à capacidade, mas sim a independência.

O terceiro grupo, *equilíbrio* 88 (30,24%), apresenta componentes dos outros dois grupos e valoriza o equilíbrio das diversas áreas da vida, vida pessoal e profissional e a boa utilização do tempo. Consideramos que há valorização do equilíbrio, quando o respondente se refere às várias áreas da vida simultaneamente como por exemplo “*Estar bem profissionalmente e pessoalmente. Ter equilíbrio, ter tempo para tudo*”; “*Ter saúde. Ter um*

bom trabalho que te realize, ter uma família feliz e ter uma situação financeira que te permite pagar as contas, viajar e ter lazer com a família”. Para esse grupo o sucesso é ter a capacidade de equilibrar as várias áreas da vida: trabalho, vida pessoal, relacionamentos, lazer. Apenas dois respondentes não se encaixaram em nenhum dos três grupos, ambos definiram sucesso apenas como “*ter saúde*”.

Gráfico 6.2: Grupos de Significado do ser bem-sucedido



Podemos perceber pelos resultados um certo equilíbrio entre os três grupos. Tivemos o cuidado de separar os grupos de acordo com a ênfase dada nas respostas. Esses grupos, entretanto, não se aproximam das definições de sucesso mais utilizadas.

Na análise dos significados dados ao sucesso pelos respondentes da pesquisa, não encontramos indícios significativos do sentido mais difundido que seria o relacionado ao dinheiro, prestígio e poder. A nossa pesquisa demonstra não haver uma grande identificação das pessoas pesquisadas com esse sentido dado ao sucesso, pois, quando cruzamos as pessoas que se referiram a pelo menos um dos itens, como *dinheiro*, ou *poder/fama* ou *reconhecimento*, encontramos um total de 47 pessoas, que equivale a 16,15% dos respondentes, mas se formos cruzar os três itens, simultaneamente, encontraremos apenas 1 respondente que, numa pesquisa de 291 indivíduos, não tem representatividade. Desses 47 respondentes, encontramos 23 respondentes do grupo *equilíbrio* e 24 do grupo *capacidade*, uma vez que o significado dado não se restringia somente aos elementos mais comumente associados ao termo. Podemos observar, em contrapartida, que dessas pessoas, que se

referiram de alguma maneira, a *dinheiro* ou *poder/fama* ou *reconhecimento*, 18 delas também mencionaram *família* ou *relacionamentos*. É importante pontuar aqui a oposição real entre família e poder, encontrada na nossa pesquisa, o que nos fez compreender que o grupo *capacidade* não se referia à medida externa de sucesso. Além disso, o nosso grupo capacidade refere-se a uma experiência pessoal e uma auto-percepção de capacidade, desempenho e competência para concretizar objetivos e não a uma avaliação externa de resultados, propriamente dita. Portanto, se retirarmos das 47 essas 18, nos sobrarão 29 (9,97%) que se referiram mais especificamente aos elementos de sucesso das medidas externa e intangível. Ainda assim, 11 dessas 29 restantes, também associaram o termo à ideia de felicidade, o que já indica uma ressignificação do constructo até mesmo para aqueles que se identificam com o uso do termo mais institucionalizado.

Quando selecionamos os elementos *família, relacionamentos, ajuda ao próximo/cidadania, valores, estar bem, felicidade, espiritualidade, sentido e realização pessoal* encontramos um grupo de 230 (79,03%) pessoas. Encontramos nesse grupo as 101 pessoas do grupo afetividade, as 88 do grupo equilíbrio e 41 do grupo capacidade que, de alguma forma, apesar de valorizarem mais os elementos voltados para a capacidade, ou seja, de colocarem o foco das suas respostas na autonomia e na capacidade de empreender, ainda assim valorizam alguns outros elementos do sentir-se bem, tais como o das conexões, dos valores, do sentido. Isso demonstra, de forma mais generalizada, que o significado do sucesso almejado pelas pessoas já não está mais associado ao materialismo, ao estatuto e ao poder. Se tirarmos desse grupo aqueles que se referem de alguma forma à *dinheiro* ou *poder* ou *reconhecimento* (que se referem as medidas externa e intangível), excluiremos 32 pessoas e encontraremos um grupo de 198 (68,04%). Nesse grupo teremos pessoas dos três grupos já descritos, uma vez que elas referem-se a vários elementos, simultaneamente. É importante lembrar que desses 32 excluídos, nem todos relacionam-se com o grupo *capacidade*, pelo contrário, 22 desses se referem ao grupo *equilíbrio*, uma vez que o grupo *equilíbrio* compreende elementos do grupo *capacidade* e grupo *afetividade*, simultaneamente. Dessa forma, podemos observar que, dos 41 do grupo *capacidade* que se referiram as relações e ou emoções, apenas 10 fazem referências às medidas externas e intangíveis de sucesso, o que reforça mais uma vez a diferença entre o grupo *capacidade* e as medidas externas e intangíveis de sucesso.

Reconhecemos que o estar bem e a felicidade podem associar-se também ao *grupo capacidade*, entretanto, pudemos observar que elas estão mais associadas aos relacionamentos, cidadania, valores, cuidado com o próximo e espiritualidade, como vimos no exemplo acima, pois dos 100 pertencentes ao grupo capacidade, apenas 41 fizeram algum tipo de menção a algum dos elementos citados. É de registar que, no *grupo capacidade*, não houve ninguém que associasse a capacidade ao estar bem, as pessoas que se referiram ao estar bem foram classificado no *grupo equilíbrio*. Portanto, dos elementos utilizados para classificar os *grupos afetividade e equilíbrio*, constatamos que a grande maioria dos 41 respondentes do *grupo capacidade*, que se referia a algum desses elementos, citavam na sua maioria a felicidade ou a realização pessoal. Outro ponto a ser esclarecido refere-se à opção de colocar a realização pessoal no *grupo da afetividade*. Essa opção deve-se ao facto de que, na grande maioria das vezes, a ideia de realização pessoal está associada à ideia de sentido de vida e não à ideia de capacidade, por isso optamos por diferenciar a realização pessoal da realização profissional, apesar de muitas vezes os dois termos estarem associados na mesma resposta, e, por isso, termos no *grupo capacidade* pessoas que se referiram a esse elemento. Conclui-se, portanto que o termo felicidade está, geralmente, associado a ideias relacionadas a fazer o bem que a ideias relacionadas com a autonomia, apesar de reconhecermos a abrangência do termo e que esse refere-se a uma sensação que pode ser produzida e estar associada a qualquer um dos grupos.

6.2. Os novos contornos no significado do sucesso

Os resultados, apresentados anteriormente, confirmam a hipótese de que o termo sucesso não se refere somente ao significado do termo institucionalizado, muito pelo contrário. Entretanto, foi observado uma grande relação entre o sucesso, a felicidade e o estar bem, pois 170 (58,42%) dos pesquisados referiram-se a um desses dois elementos, de alguma forma. Essa relação, apesar de nova, parece ser efeito da transformação do significado, com o passar do tempo. A pesquisa demonstra uma associação entre sucesso e felicidade, o que já vem se confirmando em outras publicações. Entretanto, essa associação, nos média e em algumas publicações, muitas vezes, sugere uma ideia de que a felicidade seria o resultado do sucesso, mas algumas pesquisas mais recentes, como a de Achor (2012), vêm assinalando que a felicidade é que pode vir a gerar o sucesso e não o contrário.

A ligação existente entre sucesso e felicidade pode ser melhor compreendida se retomarmos a origem do termo na sociedade americana dos séculos XIX e na ética protestante. O *self-made-man*, valorizado pela ética protestante, era aquele capaz de trabalhar e de se esforçar, amparado em valores éticos e morais, e que, por possuir essas habilidades, era abençoado por Deus, obtendo sucesso (Weber, 1967). As representações sociais do sucesso, portanto, estavam amparado em valores morais e éticos. Na década de 60 do século XX, o sucesso institucionalizado continuou a ser incentivado, nos EUA e a supremacia cinematográfica americana contribuiu muito para a difusão das atribuições que lhe eram dadas. O sucesso então, começou a ser valorizado e ambicionado sob a ideia de que ele trazia riqueza e a riqueza era o passaporte para a felicidade. Algumas pesquisas, feitas recentemente, têm mostrado uma mudança, na adesão à valores éticos, pois constatou-se que várias empresas norte-americanas têm estimulado condutas antiéticas de seus funcionários, com promessas de promoção para altos cargos e excelentes ganhos financeiros, como cita Callanan (2003), A conduta ética, inicialmente valorizada dentro da sociedade americana do século XIX, foi, portanto, paulatinamente abandonada, cedendo lugar, certas vezes, a uma conduta imoral a fim de obter recompensas financeiras. Houve, assim, uma inversão completa dos valores aceitos tradicionalmente, segundo os quais ser bem-sucedido era, uma confirmação das bênçãos divinas, e a consequência de uma vida valorosa, amparada no trabalho árduo e na ética. Nesse sentido o sucesso, que era uma obrigação para com Deus, atestaria o estado de “graça” do bem-sucedido. Ganhar muito dinheiro, de acordo com tal mentalidade não tinha por objetivo a obtenção de luxos e prazeres da carne, o dinheiro já era, em si, a recompensa que certificava que aquele que o obtinha era um “escolhido” e abençoado por Deus. O foco desse sucesso, portanto, estava no caminho trilhado pelo esforço, dedicação e trabalho.

Nos dias atuais, o que ocorre na grande maioria das vezes, é o contrário, pois os mídia e publicações, focam basicamente, no resultado em si, ou seja, no dinheiro e na fama independente do caminho que se utilize, para atingi-los. O sucesso começou a ser mais valorizado e ambicionado, baseado na ideia de que ele seria o passaporte para a felicidade e o prazer através do dinheiro e do sucesso midiático, que parecem ter se tornado mais importante que os valores éticos e morais. Esses factos evidenciam, claramente, uma modificação das representações sociais do sucesso, através dos tempos. Antes a máxima era: os meios são mais importantes que os fins. Hoje, não é raro observarmos uma tendência

de pessoas e empresas a um comportamento que indica a valorização da ideia de que os fins justificam os meios.

A nossa pesquisa não teve respondentes provenientes da cultura norte-americana, entretanto, utilizamos os exemplos dados anteriormente, a fim de demonstrar as transformações de significado ocorridas no decorrer do tempo, dentro de uma mesma cultura. Alterações no significado do sucesso, entretanto, não aconteceram somente na cultura de origem, mas, possivelmente, também em outras culturas que se apropriaram do termo. A pesquisa de Ituassu (2012) comprova exatamente isso, quando observa a transformação do perfil do bem-sucedido, de homem de meia idade equilibrado, para jovem desestruturado, em quase 30 anos de reportagens da revista brasileira *Exame*. Callanan (2003), por sua vez ao analisar os efeitos e os resultados da conduta antiética na vida pessoal, mostra, igualmente, que o jovem que consegue obter o sucesso externo, tão desejado, não se encontra feliz com os resultados.

Apesar de não podermos generalizar, a nossa pesquisa pôde constatar que essa ideia de valores e de paz ou estado de graça, relacionada ao termo sucesso nos seus primórdios, ainda persiste, mesmo que em menor escala, pelo menos nas culturas brasileira e portuguesa, de onde provém a maioria dos nossos pesquisados. As expressões como paz, harmonia, estar tranquilo apareceram em 31 relatos (10,65%) da pesquisa o que sugere que ainda existe alguma relação entre o sucesso e a sensação gerada por um estado de graça, apesar da incidência não ser alta essa ideia se faz presente nas representações sociais do sucesso.

O excesso de atribuições à felicidade sugere que a relação do sucesso a um estado de graça, possivelmente, está cedendo lugar a ideia da felicidade e, apesar de o estado de graça ter um sentido próximo à paz, harmonia, tranquilidade, ele não significa felicidade em si. A felicidade muitas vezes aparece relacionada com prazer, com sensações de alegria e excitação. Ela é, contudo, muito subjetiva, assim como o significado do que seja sucesso, pois não existe uma fórmula para a felicidade, mesmo supondo que ela seja o resultado da realização de valores pessoais, não se pode determinar que algo que torna uma pessoa feliz, será o mesmo que fará outra feliz. Muitos dos respondentes da nossa pesquisa optaram por respostas curtas e dessas respostas a mais citada foi: *ser feliz* ou *estar feliz*. Mas, como foi ressaltado anteriormente, *ser feliz* é uma resposta muito subjetiva, uma vez que cada pessoa tem motivos diferentes para ser feliz. Seligman (2011) vai na contramão dessa tendência de transformar estado de graça em felicidade, apesar de num primeiro momento ele também ter

valorizado excessivamente a felicidade. Ele explica porque abandonou a *teoria da felicidade autêntica*, citando três deficiências da sua própria teoria, das quais duas merecem ser citadas. Uma delas é a de que a felicidade estaria mais relacionada à emoção positiva e que dessa forma ela não incluiria o engajamento e o sentido. A *teoria do bem-estar*, proposta por ele, surge como uma alternativa à sua teoria anterior, e consegue inserir o empenho e o sentido que ele passou a considerar essenciais ao *bem-estar*. Essa mudança teórica parece apresentar uma desvalorização da noção subjetiva de felicidade e por outro lado, indica se reaproximar da ideia original de estado de graça, presente no conceito original de sucesso. Nesse constructo de “*bem-estar*”, proposto por Seligman, os ganhos financeiros e a fama não são tão relevantes, o que não se pode dizer do conceito de sucesso mais difundido. Outra deficiência destacada por Seligman, em relação à sua *teoria da felicidade* refere-se à medida de satisfação com a vida, que condenava à infelicidade 50% da população que possuía um estado de humor mais baixo. A nova proposta de Seligman com a teoria do bem-estar parece querer contribuir para desmistificar a importância dada à felicidade, que por ser muito valorizada pelas pessoas, pode acabar contribuindo com a infelicidade e conseqüente mal-estar.

Essa supervalorização da felicidade e bem estar fica muito evidente na pesquisa e as menções à felicidade, ou à alegria, como ser feliz ter uma família feliz ou ter um casamento feliz apareceram em 82 relatos (28,18%). Quando uma sugestão ao prazer é somada à felicidade e alegria, nos deparamos com 118 (40,55%) relatos. Não é raro encontrarmos na pesquisa uma relação entre valores, cidadania, espiritualidade, ajuda ao próximo e bem-estar. Observe-se que esse bem estar não se refere ao “*bem-estar*” como um constructo citado por Seligman (2011), mas à ideia de bem-estar do senso comum, para não haver confusão foi que optamos por chamar esse grupo de estar bem. A categoria “*estar bem*” aparece em 76 relatos (26,12%) e, quando cruzamos os respondentes dessa categoria com a categoria “*felicidade/prazer*”, encontramos um total de 170 respondentes referindo-se a uma das duas categorias o que abrange 58,42% dos relatos. Esse resultado não se refere à soma de duas categorias, pois muitas respostas mencionam às duas categorias, mas ao cruzamento das duas, devido ao facto de que muitas pessoas citam felicidade e estar bem, simultaneamente.

Se cruzarmos a categoria “*estar bem*” com a categoria “*felicidade/prazer*” e com a categoria “*equilíbrio*”, encontraremos 202 (69,42%) dos respondentes da pesquisa. Esses resultados parecem demonstrar uma urgência das pessoas em sentir emoções positivas e em

estar em equilíbrio. Esses resultados indicam que o sucesso hoje se relaciona com um desejo ou com a capacidade de sentir-se bem. Talvez, isso explique o porquê do aumento da depressão e da ansiedade, nos últimos anos, principalmente num momento em que o usufruto de momentos felizes está constantemente em exposição nas redes sociais, permitindo comparações que contribuem para um sentimento de menos valia e de inferioridade, por parte daqueles que não sentem-se bem, por não estarem partilhando da mesma emoção. Como foi dito anteriormente, Seligman (2011) reconhece que a propagação da felicidade faz com que as pessoas que possuem um estado de ânimo mais baixo se sintam mal, quase como se a felicidade fosse uma obrigação, o que condena ao sofrimento todos aqueles que não têm um humor elevado. Por esse motivo, muitas pessoas se sentem pressionadas a compartilhar fotos e, até mesmo, a forjar uma alegria, a fim de se mostrar bem e poder receber suas “curtidas” nas redes sociais, muitas vezes, com a falsa crença de que, tendo o reforço alheio, se sentirão melhores, facto que tem sido muito debatido nos média recentemente e pode ser conferido na revista *Exclusive* de julho de 2015, que tem como capa o seguinte título “Obsessão por *likes*: a busca desenfreada por fama nas redes sociais”.

Sendo assim, a *teoria do bem-estar* de Seligman (2011), ajuda-nos a contrapor a subjetividade e a idealização da felicidade e a mudar o foco das emoções positivas, do resultado, para o processo, o que parece ser bem mais saudável. O foco sai do resultado (felicidade) para o processo (bem-estar).

Os resultados da pesquisa indicam, assim, que a associação do sucesso ao dinheiro, ao poder e à fama está sendo modificada, pois esses elementos foram os menos qualificados como importantes, na pergunta que qualificava as prioridades para o sucesso. Nela, o dinheiro assumiu o sétimo lugar da classificação, a fama, o oitavo lugar, e o poder, o nono lugar. A grande desvalorização desses elementos em comparação aos outros se torna clara, quando somamos as porcentagens de cada elemento no sétimo, oitavo e nono lugares. Encontramos nessa soma os seguintes resultados: *família* 7,90%, *realização pessoal* 9,28%, *fazer algo que tenha sentido* 11%, *trabalho* 13,75%, *convívio social* 18,56%, *superação* 36,77%, *dinheiro* 43,64%, *fama/reconhecimento* 73,54%, *poder* 85,57%. Essa soma demonstra que apenas 7,90% dos respondentes optou por colocar a *família* como sétima, oitava e nona prioridades, enquanto 85,57% optaram por colocar o *poder* nessas colocações, o que mais uma vez confirma o oposicionismo entre *família* e *poder* e, ao mesmo tempo, confirma a perda de importância do *dinheiro*, *fama* e *poder*, em relação aos outros

elementos. É possível, portanto observar que a classificação dos elementos se mantém, inclusive, na soma das três últimas prioridades, pois quanto menor era o total, significava que essa era uma opção que tinha sido mais valorizada pelos respondentes nas primeiras posições de prioridade, e quanto maior o total, significava que esse elemento tinha sido menos valorizado como prioridade para os respondentes. Essa soma inclusive reforça o método de classificação, por nós utilizado, pois confirma a classificação na forma oposta.

Ao analisar as respostas espontâneas, por outro lado, observamos uma grande quantidade de relatos que se referiam a *dinheiro*, apenas como forma de garantir dignidade, muitos relatos até chegaram a reforçar coisas como: “*não precisa ser rico*” ou “*não ficar apegado a questão de dinheiro*”, essa observação pôde ser reforçada nos resultados demonstrados anteriormente que apresentaram o dinheiro em sétimo lugar.

Como a grande maioria dos respondentes da pesquisa compreendem a *família* como a prioridade principal para se considerar bem-sucedido, é possível levantar a hipótese da existência de uma tendência das pessoas a valorizarem os relacionamentos e as conexões. Esse resultado vai de encontro com a pesquisa longitudinal de Harvard, segundo a qual nutrir bons relacionamentos e experimentar o amor desde as vivências infantis é um dos fatores que contribui para a qualidade de vida, saúde e longevidade (Vaillant & Vaillant 1990; Vaillant & Mukamal, 2001; Waldinger, Cohen, Schulz & Crowell, 2014) As mudanças no significado de sucesso acontecem, provavelmente, para acomodar a demanda de um número crescente de pessoas que têm reconhecido, cada vez mais, a importância das relações para o bem-estar. E como parece existir uma conexão entre a ideia de sucesso atual e o bem-estar, qualidade de vida e felicidade pelas respostas coletadas, é natural que o valor da família e dos relacionamentos tornem-se evidentes.

Por outro lado, sabemos que as condutas antiéticas estimuladas pelas empresas americanas, citadas no artigo de Callanan (2003), não representam um problema restrito da sociedade norte americana. O Brasil, segundo reportagem de Altamirano (2016) no jornal *El País*, tem sido considerado o quarto país mais corrupto do mundo, segundo o fórum econômico mundial. A troca de favores com o objetivo de enriquecimento pessoal ou da manutenção no poder é algo corriqueiro na estrutura política brasileira, entretanto, a nossa pesquisa demonstra que, para grande parte dos respondentes o dinheiro é apenas necessário para se garantir uma vida digna, pois valores e dinheiro praticamente não se cruzaram na pesquisa. Essa aparente inconsistência entre evidências midiáticas de corrupção e

rompimento de valores, em contraponto com os resultados obtidos, pode ser explicada pela própria pesquisa. Apesar de alguns terem valorizado o poder, a fama e o dinheiro, observou-se que não foram a grande maioria. Isso não significa que essas pessoas estariam mais propensas a condutas antiéticas, para alcançar esses objetivos, mas, também, não significa que uma pessoa que valorize a família não possa ter condutas questionáveis, com o discurso querer proporcionar o melhor para a seus. Os valores morais não puderam ser muito observados no quadro prioritário, entretanto, eles foram citados por vários respondentes na pergunta aberta. Houve algumas pessoas que se referiram ao sucesso como a capacidade de se manter ético e fiel à consciência moral. Pessoas que priorizaram *cidadania, ajuda ao próximo, sentido, espiritualidade, valores*, constituem alguns exemplos desses, mas não podemos generalizar e afirmar que as pessoas que não responderam algo nessa linha, não possuem valores. Entretanto, um facto curioso foi que, na grande maioria das vezes, as pessoas que citaram os valores, como exemplo de bem-sucedido, também, valorizaram os relacionamentos. Quando cruzamos os itens: *valores, ajudar ao próximo/ cidadania, espiritualidade*, encontramos 57 (19,59%) desses resultados, mas apenas 5 (1,72%) dos que responderam assim se referiram também à *dinheiro* e nenhum se referiu a *reconhecimento e poder*. Por outro lado, a ideia de *ajuda ao próximo*, assim como *cidadania* já valoriza o “outro”, isso sem contar os 30 (10,31%) desse grupo, que mencionaram de alguma forma a *família* ou *relacionamentos*. Esses dados parecem demonstrar uma tendência das pessoas que possuem valores a reforçar os laços e não priorizar enriquecimento, poder e fama.

O significado mais abrangente, citado pelos respondentes, se cruzarmos as respostas das questões de número 13 e 16, está relacionado com a ideia de felicidade, de estar bem, de ter laços familiares, relacionamentos, realização e sentido. Apesar de termos observado três diferentes tipos de significado de sucesso, na nossa pesquisa, esse significado de sucesso encontrado sugere uma relação com a classificação denominada afetividade, por estar vinculado à capacidade de se relacionar bem e, conseqüentemente, a sentir-se bem, a fazer o bem e a sentir-se realizado. Essa relação, encontrada na pesquisa, entre a felicidade, bem-estar e sucesso encontra-se, também, em alguns livros e publicações recentes (Seligman, 2004; Seligman, 2011; Achor, 2012). Ela reflete uma mudança de significado do termo em andamento. Com efeito, o significado de felicidade e de sucesso individual, detectado na pesquisa, não condiz muito com o que é propagado nos média e na sociedade em geral.

Diariamente somos bombardeados com propagandas que relacionam a felicidade ao ato de adquirir coisas. O consumismo passa a ser tido como a fonte da felicidade e o dinheiro se torna o caminho indispensável para a obtenção da felicidade. Como o sucesso institucionalizado implica em enriquecimento, fama e poder, é natural que se faça uma conexão entre sucesso e felicidade. Por outro lado, a pesquisa sobre o conceito individual do termo demonstrou uma forte valorização da felicidade e bem-estar, sem que eles estivessem conectados com a capacidade de enriquecimento, pois o dinheiro foi pouco valorizado e os relatos de dignidade superaram o dinheiro em dobro, o que sugere que algumas pessoas se satisfazem com um montante de dinheiro suficiente para manter uma vida digna.

6.2.1. O significado do ser bem-sucedido na nuvem de palavras

O significado dado ao termo bem-sucedido pelos respondentes da pesquisa foi muito abrangente, como já foi dito anteriormente. Criamos, portanto, uma nuvem de palavras com as respostas dadas, a fim de possibilitar uma observação mais concreta das palavras mais utilizadas nas respostas. A nuvem de palavras apresenta todas as palavras citadas no texto dos respondentes e o tamanho de palavras varia de acordo com a quantidade de citações. Quanto mais uma determinada palavra é citada, maior será o seu tamanho na nuvem. Algumas dessas palavras inclusive já foram quantificadas nas análises anteriores, mas a nuvem demonstra o total da pesquisa, em si. As palavras *ter* e *ser* apareceram em evidência, o que indica que o termo está relacionado à possibilidade de possuir algo, ter propriedades e a palavra *ser* já indica algo interno, algo inerente e mais profundo. As palavras *família* e *feliz* também ficaram em evidência, como já foi dito anteriormente, assim como *trabalho*, *realização*, *estar*, *vida*, *bem*, *financeira*, *profissional*, *amigos*, *fazer o que gosta e alcançar*. Podemos observar que essa nuvem indica muitas palavras que fazem menção à **profissão**, o que era esperado, uma vez que a palavra sucesso, na grande maioria das vezes, refere-se a um resultado positivo relacionado ao trabalho. O estar bem, a capacidade de se conectar e de se relacionar, assim como a capacidade de atingir metas e as menções ao equilíbrio são frequentes, assim como ideias de autovalor, dinheiro, valores morais e a necessidade de aprovação externa.

Observando a nuvem, posta a seguir, pode-se ver claramente a amplitude maior ou menor das palavras dadas, pelos respondentes, ao significado de bem-sucedido.

6.2.2. O não ser bem-sucedido na nuvem de palavras

O significado de não ser bem-sucedido traz a palavra *não* em evidência, uma vez que a maioria das palavras utilizadas para designar o não bem-sucedido tinha uma conotação positiva. Os respondentes optaram por utilizar praticamente as mesmas palavras utilizadas anteriormente precedidas da palavra não. A palavra negativa, que aparece com maior destaque, é a palavra *infeliz*, o que sugere mais uma vez uma associação da felicidade com o sucesso e, portanto, infelicidade e insucesso, nesse caso. O *ter* e o *ser* aparecem novamente em evidência como na nuvem anterior, entretanto dessa vez juntamente com a palavra *estar*, *vida* e *infeliz*. Nesta nuvem fica bem evidente que o não ser bem-sucedido está ligado a não conseguir atingir objetivos, no destaque dado à palavra conseguir e também à palavra realização.

As palavras em maior destaque na nuvem se referiam a isso e a profissão, além de sensações negativas de infelicidade e ideias negativas sobre falta de autonomia.

Diferentemente do significado de bem-sucedido, no referente ao não bem-sucedido a palavra família não vem com o mesmo destaque que tem no ser bem-sucedido, o que pode significar que a família e as relações não são muito consideradas para a avaliação de insucesso. No insucesso o foco é a (in) capacidade de agir, conseguir, realizar, controlar, atingir equilíbrio de forma a se satisfazer internamente

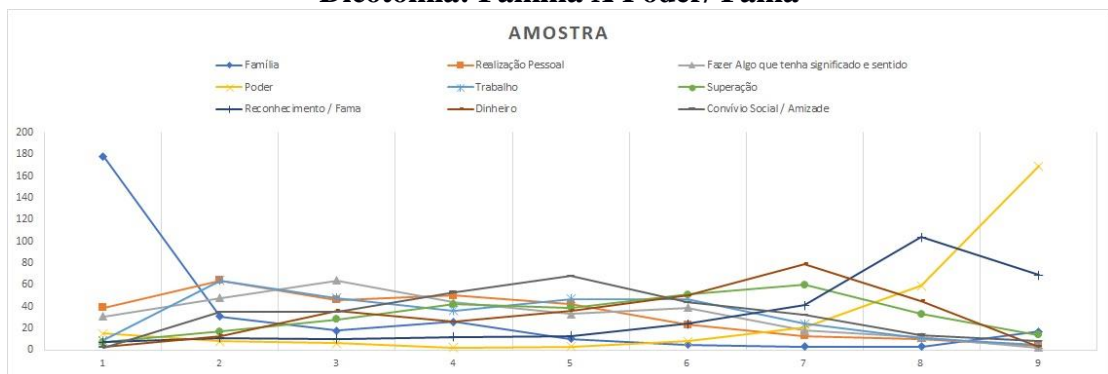
últimos anos, entretanto, ele tem sido muito associado à felicidade, qualidade de vida e equilíbrio como já vimos anteriormente.

Exatamente por causa dessa associação com o trabalho, dinheiro e posteriormente com a felicidade é que alguns resultados encontrados pela nossa pesquisa foram surpreendentes.

Os resultados encontrados na ordem de prioridade para se considerar bem-sucedido no total geral da pesquisa foram bastante intrigantes, pois *família* foi colocado como prioridade principal enquanto que *poder* foi colocado em último lugar, como já apresentamos anteriormente. A pesquisa feita por DeVries (2010), já citada, também encontrou a família como prioridade apesar do público pesquisado por ele ser constituído por um grupo de executivos sênior. Contudo, na pesquisa executada por esse pesquisador a riqueza, fama/reconhecimento e o poder se apresentaram bem colocados à frente de superação, amizade e significado, enquanto que na nossa pesquisa se deu o oposto. A visão dos nossos resultados, e principalmente a oposição entre a prioridade *família* e reconhecimento e *poder*, fica mais clara na visualização do gráfico 6.3.

O facto do *dinheiro*, *reconhecimento/fama* e *poder* ficarem nos três últimos lugares da pesquisa, mostra uma não valorização desses itens pela maioria, o que pode estar apresentando uma não concordância ou uma não identificação com o significado de sucesso mais propagado

**Gráfico 6.3: Gráfico das prioridades para ser bem-sucedido (geral da pesquisa).
Dicotomia: Família X Poder/ Fama**



Na nossa pesquisa o principal item para se auto avaliar bem-sucedido por ordem de prioridade total foi a *família*, seguido por *realização pessoal*, *fazer algo que tenha significado e sentido*, *trabalho*, *convívio social e amizades*, *superação*, *dinheiro*, *reconhecimento/fama*, *poder*.

O *poder* ficou em quarto lugar da primeira colocação, entretanto ele foi considerado o menos importante nas outras colocações e acabou assumindo assim o último lugar no ranking final. Esse resultado demonstra que apesar de serem poucos que valorizam o poder, ainda assim existe um grupo de pessoas, que mesmo pequeno parece se posicionar de forma oposta ao grupo majoritário. Isso mostra uma dicotomia ou a pessoa valoriza muito o poder ou a pessoa desvaloriza muito. Mas o grupo que desvaloriza está em maior número que o grupo que valoriza.

A *família* também foi outra opção que demonstrou essa dicotomia, pois quando não foi escolhida entre as primeiras colocações, foi escolhida na última colocação. Ela também apareceu nas respostas espontâneas que se referiam a ser bem-sucedido e não ser bem-sucedido, como já demonstramos anteriormente. Somente na pergunta que pedia que fosse dado o significado de “*bem-sucedido*” a palavra família foi citada espontaneamente por 25,43% dos respondentes. Menções aos relacionamentos ou a relacionar-se equivalem a 16,10%. Quando cruzamos os dados de *família* e *relacionamentos* encontramos um total de 31,96%. Este número se refere pessoas que citaram *família*, *relacionamentos* ou ambos para explicar o significado de “ser bem-sucedido”.

O *dinheiro* com o significado de boa remuneração na nossa pesquisa foi encontrado em 12,03%., das respostas, enquanto *poder* e *fama* somente foram apontados por somente 0,69% e *reconhecimento* por 5,84%. Quando cruzamos os três elementos equivalentes a medida de sucesso externo encontramos um total de 16,10%.

Portanto, apesar de *família* e *relacionamentos*, aparentemente não terem relação com o sucesso, eles foram mencionados, livremente, pelo menos uma vez pelo dobro dos pesquisados que citaram *dinheiro*, *fama*, *poder* e *reconhecimento*. Isso demonstra que o significado do sucesso, hoje, está mais relacionado com o desejo e a capacidade de se relacionar do que ao seu significado mais difundido.

A importância de bons relacionamentos foi levantada, na pesquisa longitudinal da Harvard University, que durou mais de 75 anos. Nela, foram pesquisadas a vida de 724 homens adultos. Nesse trabalho, descobriu-se que não é o dinheiro, a fama ou o excesso de trabalho o responsável por uma vida boa e longa, mas os bons relacionamentos (Waldinger, Cohen, Schulz & Crowell, 2014; Waldinger, 2015, 2016). Os pesquisados eram pessoas com baixo poder aquisitivo e alta exposição à vulnerabilidade e alunos da própria universidade de Harvard, que pertenciam a classes mais abastadas. Os resultados levantados

demonstraram que não foram as condições de vida, o dinheiro e nem as oportunidades que tornavam a vida das pessoas melhor, mas sim o tipo de relacionamentos que as pessoas estavam nutrindo. O que existe de comum entre a nossa pesquisa e essa outra é que as duas apresentam uma valorização dos relacionamentos.

Na pesquisa de Harvard, em que a hipótese era de que o dinheiro/sucesso seriam os responsáveis pela felicidade, o que se comprovou foi que os bons relacionamentos é que seriam responsáveis por uma boa qualidade de vida. O elemento considerado como o principal, para uma vida boa coincide, assim, com o resultado da nossa pesquisa, uma vez que o principal elemento apontado, para se auto denominar bem-sucedido foi a família, independentemente da classe social ou do poder aquisitivo.

6.3.1 A relevância da intergeracionalidade no sucesso

A família é o primeiro grupo social de pertença de um indivíduo e é através dela que inicia-se a conexão com o mundo. Pais e avós têm uma grande responsabilidade na transmissão de valores sociais e culturais. A nossa pesquisa demonstra que apesar das transformações sociais, a grande maioria dos respondentes reconhece a importância dos seus ascendentes para o seu sucesso. Tivemos 89% de respostas afirmativas para a pergunta: “*O que eu aprendi com meus pais e avós contribui para o meu sucesso?*”. Esse resultado demonstra que o aprendizado obtido nas relações familiares ainda é valorizado e que é a família a responsável pela manutenção dos valores. A nuvem de palavras feita com as respostas dadas a essa questão é bastante reveladora. As palavras *honestidade, valores, respeito, ética, exemplo, humildade, caráter e educação* em destaque, além de várias outras que remetem à valores demonstram que a despeito do incentivo de algumas empresas ao sucesso financeiro por meio de condutas antiéticas, o sucesso está ainda associado à condutas morais. A moral, a ética e o respeito são fundamentais para o bem-estar social, entretanto, nos resta saber se o discurso condiz fielmente com os comportamentos, ou se as respostas refletem ao mesmo tempo uma verdade para alguns e uma auto-enganação para outros, que fingem ter os valores que receberam com o objetivo de se absterem da culpa gerada por condutas questionáveis. De qualquer forma, mesmo que essa segunda hipótese seja verdadeira, ela ainda assim comprova que os valores são fundamentais e que não podem ser abandonados.

uma jovem inserida no mercado de trabalho pode ter valores diferentes de uma jovem que ainda não se encontrou profissionalmente.

6.4.1. O bem-sucedido por faixa etária

Nessa análise levamos em conta o facto de que a idade e as vivências do momento, as experiências no passado e as previstas para o futuro, podem interferir na percepção do sucesso pessoal. Na afirmativa: *Sou uma pessoa bem-sucedida*, os jovens entre 18 e 25 anos se percebem menos bem-sucedidos do que as pessoas das outras faixas etárias. Na soma *dos* que responderam *não se aplica* e *se aplica pouco* encontramos 55% dos jovens se auto-avaliando desta maneira e esse número vai baixando de acordo com o aumento da faixa etária. Entendemos que é natural essa diferença, se levarmos em conta a pouca experiência dos jovens, mas, de certa forma, esse resultado demonstra que apesar das pessoas terem o seu conceito individual de sucesso, é possível que o conceito mais relacionado ao trabalho, aos ganhos financeiros, ao prestígio ainda esteja presente através dessa resposta, uma vez que a grande maioria desses jovens ainda está se inserindo no mercado de trabalho e construindo suas relações afetivas. De qualquer forma podemos observar uma relação entre essa resposta e a existência, entre os jovens, de algum tipo de resultado ainda não alcançado. No grupo de 26 a 35 anos esse total passa para 30% o que já exhibe uma diminuição significativa, que também pode ser explicada pelo aumento de experiências de vida e trabalho. No de 36 a 45 anos, essa porcentagem diminui mais um pouco passando para 25,40%, e continua na curva descendente nas faixas etárias de 46 a 55 anos, com um total de 23,90%, na faixa de 56 a 65 anos, que tem um recorde de 3,60%. Entretanto, faixa etária acima dos 65 anos esse percentual volta a subir para os 21,40%, mas que ainda assim é menor que as outras faixas etárias abaixo de 55 anos. Se formos avaliar os que concordam *muito* e os que concordam *totalmente* com a afirmativa “*sou uma pessoa bem-sucedida*” veremos que o grupo dos 36 a 45 e depois o dos 56 a 65 tiveram os resultados melhores. De qualquer forma o grupo etário, que apresentou-se mais “bem-sucedido”, foi o grupo dos 56 aos 65 anos. O que pode indicar, que, talvez, isso ocorra, porque eles já têm vivências suficientes que os façam compreender bem-sucedidos, tanto no cuidado com a família, amigos e relacionamentos, quanto no sentido de vida, sensação de realização, assim como na segurança necessária, obtida através do trabalho e remuneração. Este grupo já cuidou da família e já tem experiência suficiente para se sentir realizado com seus feitos, além do mais,

essas pessoas estão produtivas e ativas e estão na sua maioria saudáveis, portanto estariam mais livres e prontos para usufruírem da paz e tranquilidade do que construíram.

Quadro 6.2: Sou uma pessoa bem-sucedida por faixa etária

Faixa Etária	Sou uma pessoa bem sucedida					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	9,52%	47,62%	23,81%	19,05%	0,00%
	21	2	10	5	4	0
26 a 35 anos	100%	5,00%	25,00%	43,33%	20,00%	6,67%
	60	3	15	26	12	4
36 a 45 anos	100%	6,02%	19,28%	39,76%	25,30%	9,64%
	83	5	16	33	21	8
46 a 55 anos	100%	1,41%	22,54%	56,34%	14,08%	5,63%
	71	1	16	40	10	4
56 a 65 anos	100%	0,00%	3,58%	57,14%	32,14%	7,14%
	28	0	1	16	9	2
Acima de 65 anos	100%	7,14%	14,29%	53,57%	10,71%	14,29%
	28	2	4	15	3	4

6.4.2. O significado do bem-sucedido por faixa etária.

Para analisar o significado do termo “bem-sucedido” por faixa etária optamos por analisar o quadro de prioridades e a nuvem de palavras do significado de ser bem-sucedido. Os resultados obtidos na pergunta “*Enumere por ordem de prioridade o que é importante para que você possa se considerar bem-sucedido*” foram bastante relevantes para a nossa análise intergeracional. Pudemos observar que, apesar de muitos dos resultados aparecerem numa ordem semelhante à ordem total da pesquisa, a porcentagem final varia muito entre as diferentes faixas etárias.

As nuvens de palavras foram úteis para nos mostrar quais foram as palavras mais utilizadas, de acordo com a idade. Elas contribuíram na diferenciação do significado do sucesso intergeracional. O facto de algumas nuvens se apresentarem com mais palavras do que outras ocorreu devido às diferenças numéricas nas amostragens dos grupos.

18 A 25 ANOS:

A *família* foi considerada a prioridade de número 1 para 38,10% dos jovens dessa faixa etária, enquanto que na pesquisa total esse valor era de 61,17%. É possível compreender essa diferença em razão de serem poucos nessa faixa etária que já tem família constituída. Segundo as estatísticas do IBGE disponíveis na reportagem da DW Brasil (2016), a média de idade de casamento em 2014 no Brasil, foi de 30 anos, para as mulheres,

e 33 anos, para os homens, e, em Portugal, segundo informações da pordata, de 2016 foi de 31,3 anos, para as mulheres, e 32,8 anos, para os homens.

Quadro 6.3: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (18 a 25 anos)

		Ordem de Prioridade (18 a 25 anos)									Total
		Percentual									
		Quantidade									
		Acumulado									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO	Família	38,10%	14,29%	0,00%	9,52%	9,52%	0,00%	4,76%	4,76%	19,05%	100,00%
		8	3	0	2	2	0	1	1	4	21
		38,10%	52,38%	52,38%	61,90%	71,43%	71,43%	76,19%	80,95%	100,00%	
	Realização Pessoal	9,52%	23,81%	4,76%	23,81%	14,29%	9,52%	0,00%	9,52%	4,76%	100,00%
		2	5	1	5	3	2	0	2	1	21
		9,52%	33,33%	38,10%	61,90%	76,19%	85,71%	85,71%	95,24%	100,00%	
	Fazer Algo que tenha significado e sentido	9,52%	19,05%	23,81%	9,52%	14,29%	9,52%	4,76%	4,76%	4,76%	100,00%
		2	4	5	2	3	2	1	1	1	21
		9,52%	28,57%	52,38%	61,90%	76,19%	85,71%	90,48%	95,24%	100,00%	
	Convívio Social / Amizade	4,76%	9,52%	14,29%	19,05%	23,81%	9,52%	4,76%	9,52%	4,76%	100,00%
		1	2	3	4	5	2	1	2	1	21
		4,76%	14,29%	28,57%	47,62%	71,43%	80,95%	85,71%	95,24%	100,00%	
	Superação	14,29%	0,00%	14,29%	19,05%	4,76%	23,81%	14,29%	9,52%	0,00%	100,00%
		3	0	3	4	1	5	3	2	0	21
		14,29%	14,29%	28,57%	47,62%	52,38%	76,19%	90,48%	100,00%	100,00%	
Trabalho	4,76%	4,76%	9,52%	9,52%	14,29%	28,57%	19,05%	9,52%	0,00%	100,00%	
	1	1	2	2	3	6	4	2	0	21	
	4,76%	9,52%	19,05%	28,57%	42,86%	71,43%	90,48%	100,00%	100,00%		
Dinheiro	0,00%	4,76%	19,05%	0,00%	9,52%	19,05%	33,33%	9,52%	4,76%	100,00%	
	0	1	4	0	2	4	7	2	1	21	
	0,00%	4,76%	23,81%	23,81%	33,33%	52,38%	85,71%	95,24%	100,00%		
Poder	9,52%	14,29%	9,52%	4,76%	0,00%	0,00%	4,76%	28,57%	28,57%	100,00%	
	2	3	2	1	0	0	1	6	6	21	
	9,52%	23,81%	33,33%	38,10%	38,10%	38,10%	42,86%	71,43%	100,00%		
Reconhecimento / Fama	9,52%	9,52%	4,76%	4,76%	9,52%	0,00%	14,29%	14,29%	33,33%	100,00%	
	2	2	1	1	2	0	3	3	7	21	
	9,52%	19,05%	23,81%	28,57%	38,10%	38,10%	52,38%	66,67%	100,00%		

Nesta mesma faixa etária, a *superação* foi colocada como prioridade de número 1 para 14,29%, seguida por *realização pessoal*, 9,52%, *fazer algo que tenha sentido*, 9,52%, *poder*, 9,52%, *reconhecimento/fama*, 9,52%, *trabalho*, 4,76% e *convívio social e amizades*, 4,76%. No total da pesquisa a ordem da prioridade 1 foi, igualmente, *família*, mas esse resultado demonstra que apesar de a família estar como prioridade também para os jovens dessa faixa etária, ela está numa proporção bem menor que a do total da pesquisa. A *superação* foi a que apresentou um resultado surpreendente, pois dos 21 respondentes dessa faixa etária 3 (14,28%) deles classificaram a *superação* como primeira opção. Esse dado se torna algo relevante, considerando-se que haviam 291 respondentes distribuídos em 6 grupos etários e que desse total apenas 7 (2,41%) pessoas escolheram essa opção, e que desses 7 encontramos 3 dessa mesma faixa etária, que corresponde a quase metade dos que optaram por essa prioridade, apesar dessa faixa etária ser uma das que têm menos respondentes. A *superação* teve um resultado muito superior nessa faixa etária, se comparado às outras faixas etárias, não somente na primeira posição, mas também na classificação final, pois ficou em

sexto lugar na classificação final, enquanto que, nesse grupo, ficou empatada no quarto lugar, com *convívio social* e *amizades*, passando na frente de *trabalho*, que pulou do quarto lugar, no resultado geral, para o sexto lugar nessa faixa etária.

Outro fator relevante se deve ao facto que o gráfico da prioridade aqui mostra-se mais equilibrado e um pouco menos polarizado, pois o *poder* ficou em oitavo lugar e a *fama* em nono, o que demonstra que o *poder* foi mais valorizado que a *fama*.

Gráfico 6.4: gráfico das prioridades para ser bem-sucedido (18 a 25 anos)



A *família*, apesar de estar em primeiro lugar para uma maioria, ele ficou em nono, para 19,05% desses respondentes, contra 5,84%, da pesquisa geral, o que corrobora a hipótese de que a *família* não é tão importante para essa faixa etária, como nas mais velhas. A escolha pelo poder também apresentou um funcionamento diferente, pois 33,33% colocaram o *poder* entre os três primeiros lugares contra 9,96% na pesquisa geral. A *fama* foi colocada entre os três primeiros lugares, para 23,8%, contra 9,63%, da pesquisa geral. Foi observado, nesses dois últimos itens citados, que, apesar de terem ficado nos dois últimos lugares, como na pesquisa geral, eles foram muito mais citados nos primeiros lugares entre os jovens, que no total da pesquisa, o que demonstra que os jovens dão mais valor a esses itens. Esse mesmo resultado se deu, igualmente, na pesquisa feita por Blasco, Brambilla e Kruehl (2016) sobre a expectativa dos jovens da geração Y, nascidos entre 1980 e 1999 e que hoje têm entre 18 e 37 anos, quanto ao mercado de trabalho. De acordo com a pesquisa feita por eles, esses jovens possuem grandes expectativas de “sucesso”, são mais imediatistas nas suas conquistas e esperam reconhecimento rápido. Isso poderia explicar uma maior importância da *fama/reconhecimento* e do *poder*, nessa faixa etária, em relação às outras. O *dinheiro*, ter ficado em sétimo lugar, assim como na pesquisa geral, foi uma grande surpresa, pois esperávamos que esse elemento também fosse mais valorizado nessa faixa etária que

no geral da pesquisa por dois motivos: por essa geração querer garantir uma segurança através do salário e por serem jovens e estarem iniciando a vida profissional.

Apesar de o *trabalho* ter ficado um pouco mais desvalorizado, em comparação com o total da pesquisa, assumindo a sexta posição na classificação das prioridades para essa faixa etária, também ficou em desvantagem, principalmente na soma das três primeiras colocações, onde ele obteve o menor desempenho do acumulado, dentre os nove elementos. Em contraposição, observa-se, na nuvem de palavras das respostas relativas ao significado individual, o que acontece é exatamente o contrário, pois as palavras *profissional* e *profissão* aparecem com certo destaque. A nuvem desse grupo, aparentemente, não reforça, especificamente, o que o jovem prioriza, mas, sim, o que ele entende como sucesso e o significado que lhe dá, talvez influenciado pelos média e por alguns setores da sociedade que reforçam e divulgam o conceito de sucesso mais institucionalizado. O significado individual para o jovem está muito relacionado com o profissional, apesar de no quadro de prioridades o foco estar voltado para o pessoal (*realização, sentido, superação*).

Reconhecemos, também, que os jovens de 18 a 25 anos, estão se inserindo no mercado de trabalho e, portanto, seria mais natural que relacionassem o sucesso com o profissional e a capacidade de conseguir atingir objetivos. Observamos nessa nuvem um destaque das palavras, por ordem decrescente: *ter, vida, realização, profissional, ser, feliz, financeira, alcançar, família, pessoal, objetivos, tempo, profissão, pessoal, estabilidade*. Podemos confirmar, através dessa nuvem, que, realmente, a *família*, nessa faixa etária, está menos relacionada com o sucesso do que na nuvem geral. Ela, aqui, aparece em nono lugar, de acordo com o tamanho da palavra, enquanto que, em todas as outras nuvens etárias, ela assume as melhores posições. Em comparação, Waldinger (TED, 2015) cita uma pesquisa com jovens da geração Y (*millennials*). Ao serem questionados sobre qual seria o objetivo que eles consideravam mais importante, pôde verificar que 80% respondeu que o objetivo principal era ser rico, o que pode explicar o alto valor dado à palavra *financeira*, nesse grupo. Talvez, no Brasil, as porcentagens dessa valorização sejam menores que nos EUA, mas talvez a diferença se deva porque essa pergunta não foi feita diretamente, da mesma forma. Entretanto, existe, certamente, alguma relação entre o dinheiro e a noção de sucesso, entre os mais jovens, mesmo que eles não tenham demonstrado isso no quadro prioritário. As palavras “*profissão*” e “*profissional*” nesse momento da vida são perfeitamente compreensíveis, pois nesse momento, é que a carreira profissional começa a ser construída.

Parece, portanto, que, apesar dos jovens compreenderem o sucesso, como algo vinculado a ganhos (ter), profissão e dinheiro, eles valorizam, também, o sentir-se realizado e feliz. Existe uma melhor distribuição dos 9 elementos, de forma mais homogênea, o que demonstra que esse grupo é um pouco mais diversificado do que os outros grupos etários, pois apesar de o *poder* e o *reconhecimento (fama)* terem ficado nos dois últimos lugares do quadro prioritário, com uma inversão dos lugares (entre o oitavo e nono lugar), se comparado ao quadro geral, ainda assim, em termos percentuais houve uma menor desvalorização desses elementos, nesse grupo etário. Isso demonstra que, para os jovens, a ideia de sucesso, com o significado de poder, estatuto e dinheiro, está mais presente. Quando comparamos os dois resultados obtidos nas diferentes perguntas, podemos observar uma aparente incoerência, entretanto, esses resultados podem indicar que o significado oferecido, demonstrando o que compreendem ser o bem-sucedido, pode não combinar com o que as pessoas internamente priorizam.

Construímos uma frase com as palavras citadas na nuvem com a finalidade de resumir as respostas encontradas nesse grupo: Ter realização profissional, financeira e pessoal, ser feliz na vida, alcançar objetivos, ter família, estabilidade, profissão, tempo.

26 A 35 ANOS:

Nesse grupo etário pudemos observar um quadro muito semelhante ao quadro geral da pesquisa, com apenas uma troca de posição na classificação. O *trabalho* na classificação geral, ocupou o quarto lugar na classificação das prioridades, ele ocupou a quinta posição, trocando de lugar com *convívio social e amizades*, que ficaram em quarto lugar, aqui, e quinto, na classificação geral. Isso demonstra que o *trabalho*, apesar de ter melhorado de posição em relação à faixa etária mais jovem, ainda assim tem uma valorização menor, se comparada ao total da pesquisa, o que reforça a tese do imediatismo dos jovens, de acordo com Blasco, Basso Junior, Brambilla e Kruehl (2016), citada anteriormente. Esses resultados podem indicar uma dificuldade dos mais jovens de investimento no trabalho e de executar tarefas que não sejam prazerosas. Com relação ao quadro de prioridades da faixa anterior, o *trabalho* melhorou a sua posição e a superação voltou para o sexto lugar da pesquisa. Entretanto, ainda observamos que a *família* como primeira opção, encontra-se menos valorizada do que na pesquisa geral, onde teve 61,17% da preferência, contra 46,67% nessa faixa etária, que, por outro lado apresentou um aumento com relação à faixa anteriormente

citada (38,10%). Esse aumento da valorização com relação à faixa etária anterior, poderia ser explicado pela idade dos respondentes e pelo facto que é neste momento em que se começa a constituir família. Houve aqui também uma maior valorização da *realização pessoal* como primeira prioridade com 25% dos respondentes dessa faixa, contra 13,40% do total da pesquisa. Esse aumento, segundo Blasco, Basso Junior, Brambilla & Kruehl (2016), deve-se ao facto de essa geração valorizar a vida pessoal. Entretanto, os mesmos autores afirmam que essa geração valoriza mais fazer algo que tenha sentido e que eles visam reconhecimento pessoal e financeiro, o que, em termos gerais, não se mostra tão diferente da pesquisa geral, mantendo porcentagens semelhantes e, até, um pouco inferiores do que as porcentagens da pesquisa geral: *sentido* 8,33%, contra 10,65% do total e *reconhecimento* 1,67%, nessa faixa, e 2,41% no total geral.

Quadro 6.4: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (26 a 35 anos)

	Ordem de Prioridade (26 a 35 anos)									
	Percentual									Total
	Quantidade									
	Acumulado									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	46,67%	11,67%	11,67%	8,33%	10,00%	1,67%	0,00%	1,67%	8,33%	100,00%
	28	7	7	5	6	1	0	1	5	60
	46,67%	58,33%	70,00%	78,33%	88,33%	90,00%	90,00%	91,67%	100,00%	
Realização Pessoal	25,00%	18,33%	18,33%	11,67%	8,33%	5,00%	6,67%	5,00%	1,67%	100,00%
	15	11	11	7	5	3	4	3	1	60
	25,00%	43,33%	61,67%	73,33%	81,67%	86,67%	93,33%	98,33%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	8,33%	18,33%	21,67%	18,33%	5,00%	16,67%	6,67%	5,00%	0,00%	100,00%
	5	11	13	11	3	10	4	3	0	60
	8,33%	26,67%	48,33%	66,67%	71,67%	88,33%	95,00%	100,00%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	0,00%	18,33%	15,00%	20,00%	15,00%	10,00%	11,67%	5,00%	5,00%	100,00%
	0	11	9	12	9	6	7	3	3	60
	0,00%	18,33%	33,33%	53,33%	68,33%	78,33%	90,00%	95,00%	100,00%	
Trabalho	5,00%	11,67%	8,33%	11,67%	25,00%	21,67%	5,00%	6,67%	5,00%	100,00%
	3	7	5	7	15	13	3	4	3	60
	5,00%	16,67%	25,00%	36,67%	61,67%	83,33%	88,33%	95,00%	100,00%	
Superação	0,00%	5,00%	13,33%	18,33%	15,00%	13,33%	25,00%	3,33%	6,67%	100,00%
	0	3	8	11	9	8	15	2	4	60
	0,00%	5,00%	18,33%	36,67%	51,67%	65,00%	90,00%	93,33%	100,00%	
Dinheiro	1,67%	8,33%	6,67%	5,00%	18,33%	18,33%	25,00%	16,67%	0,00%	100,00%
	1	5	4	3	11	11	15	10	0	60
	1,67%	10,00%	16,67%	21,67%	40,00%	58,33%	83,33%	100,00%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	1,67%	6,67%	3,33%	6,67%	3,33%	11,67%	16,67%	31,67%	18,33%	100,00%
	1	4	2	4	2	7	10	19	11	60
	1,67%	8,33%	11,67%	18,33%	21,67%	33,33%	50,00%	81,67%	100,00%	
Poder	11,67%	1,67%	1,67%	0,00%	0,00%	1,67%	3,33%	25,00%	55,00%	100,00%
	7	1	1	0	0	1	2	15	33	60
	11,67%	13,33%	15,00%	15,00%	15,00%	16,67%	20,00%	45,00%	100,00%	

Nesse caso o *poder* foi a grande surpresa, nessa geração, pois ele mais que dobrou, na prioridade de número 1, com 11,67% dos respondentes, se comparado com o total da pesquisa, em que apenas 5,15% escolheram esse elemento, na primeira posição. Entretanto esse mesmo elemento foi colocado em último lugar por 55% dos pesquisados dessa faixa etária, o que apresentou um número bem próximo do geral da pesquisa 58%. A valorização

jovem dessa faixa não priorizar tanto o *trabalho* como vimos anteriormente, ele faz uma relação maior entre o sucesso e a profissão, que os outros grupos etários o fazem, no que se refere ao significado do termo. Esse grupo e o grupo anterior aparentam reforçar e valorizar os mesmos elementos, mesmo que numa ordem um pouco diferente, pois a configuração com relação à significação dada pela faixa etária anterior se referia mais à realização que ao trabalho, uma vez que nessa faixa etária a realização pessoal na primeira posição da ordem prioritária surge com 25%, o que é uma porcentagem altíssima, vindo logo após *família*.

Esses factos demonstram que essas duas faixas etárias se aproximam, tanto na associação do significado do termo com o *trabalho*, quanto na capacidade de alcançar metas e sentir-se bem, visto que as palavras *alcançar* aparece destacada nesta nuvem e na nuvem anterior, assim como a palavra *feliz*. Por outro lado, as semelhanças se dão também, nas pequenas divergências entre o significado e as prioridades para se considerar bem-sucedido, assim como aconteceu na faixa etária anterior. Sabemos que é natural que o foco esteja no profissional nesse momento, pois eles estão a fim de se estabelecerem profissionalmente para tentarem construir um caminho seguro para novas empreitadas no futuro. Apesar de o foco do significado pessoal estar no profissional, ele não condiz com os valores internos expressos nas prioridades.

As palavras *feliz* e *bem*, também, se destacam e podem denotar um significado que valoriza ou busca boas sensações. A *família* empata com *realização* o que indica que a *família* já começa a se inserir com mais força no significado do “bem-sucedido”, nessa faixa etária, enquanto a *realização*, mesmo aparecendo extremamente valorizada nas prioridades, é menos mencionada nessa nuvem do que na nuvem do grupo de 18 a 25.

Construímos uma frase com as palavras citadas na nuvem com a finalidade de resumir as respostas encontradas nesse grupo: Ter profissão, trabalho e realização, ser feliz, sentir-se bem, ter família, amigos, conseguir, alcançar estabilidade financeira.

36 a 45 ANOS:

Nessa faixa etária, podemos observar um aumento substancial da valorização da *família*, principalmente se comparado às duas faixas etárias anteriores (69,88%), sua menção quase dobrou, em relação a faixa etária de 18 a 25 anos. Houve, também, um aumento de 8%, com relação ao total geral da pesquisa. O *dinheiro* ficou em sexto lugar e não no sétimo, como o habitual, trocando de lugar com a *superação*, que assume o sétimo lugar, e *trabalho* que praticamente empata com *fazer algo que tenha sentido*, na classificação geral. Essa faixa

etária, portanto, valorizou mais a família, mas, ao mesmo tempo, demonstrou maior valorização do *trabalho* e do *dinheiro* em comparação com as faixas etárias anteriores.

Quadro 6.5: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (36 a 45 anos)

		Ordem de Prioridade (36 a 45 anos)									Total
		Percentual									
		Quantidade									
		Acumulado									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO	Família	69,88%	7,23%	6,02%	7,23%	1,20%	1,20%	1,20%	1,20%	4,82%	100%
		58	6	5	6	1	1	1	1	4	83
		69,88%	77,11%	83,13%	90,36%	91,57%	92,77%	93,98%	95,18%	100,00%	
	Realização Pessoal	8,43%	25,30%	21,69%	16,87%	14,46%	4,82%	3,61%	3,61%	1,20%	100%
		7	21	18	14	12	4	3	3	1	83
		8,43%	33,73%	55,42%	72,29%	86,75%	91,57%	95,18%	98,80%	100,00%	
	Fazer Algo que tenha significado e sentido	10,84%	16,87%	20,48%	14,46%	8,43%	16,87%	8,43%	3,61%	0,00%	100%
		9	14	17	12	7	14	7	3	0	83
		10,84%	27,71%	48,19%	62,65%	71,08%	87,95%	96,39%	100,00%	100,00%	
	Trabalho	3,61%	27,71%	16,87%	14,46%	14,46%	12,05%	8,43%	1,20%	1,20%	100%
		3	23	14	12	12	10	7	1	1	83
		3,61%	31,33%	48,19%	62,65%	77,11%	89,16%	97,59%	98,80%	100,00%	
	Convívio Social / Amizade	0,00%	10,84%	6,02%	12,05%	30,12%	18,07%	14,46%	7,23%	1,20%	100%
		0	9	5	10	25	15	12	6	1	83
		0,00%	10,84%	16,87%	28,92%	59,04%	77,11%	91,57%	98,80%	100,00%	
	Dinheiro	1,20%	3,61%	18,07%	15,66%	15,66%	14,46%	19,28%	12,05%	0,00%	100%
		1	3	15	13	13	12	16	10	0	83
		1,20%	4,82%	22,89%	38,55%	54,22%	68,67%	87,95%	100,00%	100,00%	
	Superação	1,20%	4,82%	4,82%	13,25%	10,84%	19,28%	21,69%	18,07%	6,02%	100%
		1	4	4	11	9	16	18	15	5	83
	1,20%	6,02%	10,84%	24,10%	34,94%	54,22%	75,90%	93,98%	100,00%		
Reconhecimento / Fama	1,20%	3,61%	3,61%	4,82%	2,41%	8,43%	16,87%	34,94%	24,10%	100%	
	1	3	3	4	2	7	14	29	20	83	
	1,20%	4,82%	8,43%	13,25%	15,66%	24,10%	40,96%	75,90%	100,00%		
Poder	3,61%	0,00%	2,41%	1,20%	2,41%	4,82%	6,02%	18,07%	61,45%	100%	
	3	0	2	1	2	4	5	15	51	83	
	3,61%	3,61%	6,02%	7,23%	9,64%	14,46%	20,48%	38,55%	100,00%		

Na nuvem de palavras desses adultos, o *ter* ainda aparece proeminente, entretanto a palavra *família* é que ocupa o segundo lugar, seguida por *feliz e ser*. *Fazer o que gosta e trabalho* aparecem com destaque seguidas em ordem decrescente pelas palavras: *realização, vida, financeira, estar, profissional, bem, paz, lazer, saúde, faz, pessoal, equilíbrio, conseguir, poder*, (importante explicar que a palavra poder nas perguntas abertas se refere ao verbo que significa: ato ou capacidade de conseguir ou atingir um objetivo e não sobre a possibilidade de exercer autoridade sobre outros) *casa, sentir, profissão, consigo, amigos*.

O crescimento e destaque da palavra *família*, na nuvem, reforça o aumento da valorização desta, no quadro prioritário e pode ser explicada pelo momento de vida, em que se encontra esse grupo, o que sugere que o significado e as prioridades, neste momento, têm resultados mais parecidos.

como *paz, lazer, saúde e sentir*. Nessa faixa etária, aparece, assim, uma maior valorização da *família* sobre o *trabalho*, pois o trabalho, além de ser necessário demanda ser prazeroso também.

Construímos uma frase com as palavras citadas na nuvem com a finalidade de resumir as respostas encontradas nesse grupo: Ter família, ser feliz, fazer o que gosta, ter trabalho, realização financeira e profissional, ter bem-estar, paz e lazer e vida pessoal, poder ter tempo, amigos, casa.

46 a 55 ANOS:

Nessa faixa etária a *família* volta a cair (61,97%), na primeira posição se comparada com a faixa etária anterior, entretanto, ela se equivale ao total da pesquisa além de exibir a menor taxa de nono lugar (1,41%) deste elemento de todas as faixas etárias. O *poder* também apresenta a maior taxa de nono lugar (67,61%), se comparado às outras faixas e se somarmos o *poder*, no sétimo, oitavo e nono lugar obteremos um total de 91,55%.

O quadro (6.6) se assemelha muito ao quadro geral da pesquisa (6.1), nos valores das porcentagens e na ordem de classificação decrescente: *Família, realização pessoal, fazer algo que tenha sentido e significado, trabalho, convívio social/ amizade, superação, dinheiro, reconhecimento/fama, poder*. Essa semelhança pode ser explicada pelo fato desse grupo ser um grupo etário intermediário, o que possibilita que atue como elo entre as gerações mais novas e as gerações mais velhas. Além disso, é importante lembrar que os filhos dos integrantes dessa faixa etária, se encontram, na sua maioria, na adolescência ou início da fase adulta. Essas pessoas já começam a usufruir da maturidade, mas ao mesmo tempo ainda possuem muita energia.

Quadro 6.6: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (46 a 55 anos)

		Ordem de Prioridade (46 a 55 anos)									
		Percentual									
		Quantidade									
		Acumulado									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
Familia		61,97%	14,08%	4,23%	14,08%	1,41%	1,41%	1,41%	0,00%	1,41%	100,00%
		44	10	3	10	1	1	1	0	1	71
		61,97%	76,06%	80,28%	94,37%	95,77%	97,18%	98,59%	98,59%	100,00%	
Realização Pessoal		14,08%	25,35%	12,68%	15,49%	15,49%	7,04%	7,04%	1,41%	1,41%	100,00%
		10	18	9	11	11	5	5	1	1	71
		14,08%	39,44%	52,11%	67,61%	83,10%	90,14%	97,18%	98,59%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido		12,68%	15,49%	23,94%	15,49%	16,90%	8,45%	2,82%	4,23%	0,00%	100,00%
		9	11	17	11	12	6	2	3	0	71
		12,68%	28,17%	52,11%	67,61%	84,51%	92,96%	95,77%	100,00%	100,00%	
Trabalho		1,41%	23,94%	16,90%	15,49%	15,49%	14,08%	7,04%	4,23%	1,41%	100,00%
		1	17	12	11	11	10	5	3	1	71
		1,41%	25,35%	42,25%	57,75%	73,24%	87,32%	94,37%	98,59%	100,00%	
Convívio Social / Amizade		0,00%	5,63%	12,68%	22,54%	21,13%	23,94%	9,86%	2,82%	1,41%	100,00%
		0	4	9	16	15	17	7	2	1	71
		0,00%	5,63%	18,31%	40,85%	61,97%	85,92%	95,77%	98,59%	100,00%	
Superação		2,82%	8,45%	11,27%	8,45%	16,90%	15,49%	23,94%	8,45%	4,23%	100,00%
		2	6	8	6	12	11	17	6	3	71
		2,82%	11,27%	22,54%	30,99%	47,89%	63,38%	87,32%	95,77%	100,00%	
Dinheiro		0,00%	2,82%	12,68%	7,04%	8,45%	22,54%	32,39%	12,68%	1,41%	100,00%
		0	2	9	5	6	16	23	9	1	71
		0,00%	2,82%	15,49%	22,54%	30,99%	53,52%	85,92%	98,59%	100,00%	
Reconhecimento / Fama		2,82%	2,82%	4,23%	1,41%	4,23%	5,63%	9,86%	47,89%	21,13%	100,00%
		2	2	3	1	3	4	7	34	15	71
		2,82%	5,63%	9,86%	11,27%	15,49%	21,13%	30,99%	78,87%	100,00%	
Poder		4,23%	1,41%	1,41%	0,00%	0,00%	1,41%	5,63%	18,31%	67,61%	100,00%
		3	1	1	0	0	1	4	13	48	71
		4,23%	5,63%	7,04%	7,04%	7,04%	8,45%	14,08%	32,39%	100,00%	

ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO

Na nuvem de palavras, o *ser* começa a ser minimamente mais citado que o *ter* e as palavras seguintes passam a aparecer em ordem decrescente: *feliz, estar, vida, família, trabalho, realização, profissional, bem, paz, fazer o que gosta, alcançar, objetivos, saúde, conseguir, pessoal, sentir, comigo, amor, remunerado, equilíbrio, amigos, poder*. O significado dado ao sucesso, por estes respondentes, reflete bem o momento de vida dessas pessoas, pois aqueles que têm filhos, provavelmente, já podem voltar à investir na carreira, no trabalho e em outras coisas que geram bem-estar, uma vez que, nesse estágio, os filhos já comecem a ficar mais independentes e a demandar menos atenção, possibilitando um maior investimento e dedicação ao trabalho. A *família*, nesta imagem, também aparece maior que o *trabalho*, assim como na faixa etária anterior, mas numa proporção um pouco menor do que antes. Estar feliz aparece novamente como prioridade e as palavras *realização* e *profissional* aparecem igualmente valorizadas passando na frente do *fazer o que gosta*.

Construímos uma frase com as palavras citadas na nuvem com a finalidade de resumir as respostas encontradas nesse grupo: Ser feliz, na vida, família, trabalho, ter realização profissional e pessoal, estar em paz, fazer o que gosta, alcançar objetivos, ter saúde, poder conseguir, estar bem comigo, sentir amor, remunerado, equilíbrio, ter amigos.

dos outros grupos etários que variaram entre 48,19% e 52,38%, com exceção do grupo acima de 65 anos.

Quadro 6.7: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (56 a 65 anos)

		Ordem de Prioridade (56 a 65 anos)									
		Percentual									
		Quantidade									
		Acumulado									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
Familia		71,43%	3,57%	3,57%	10,71%	0,00%	7,14%	0,00%	0,00%	3,57%	100,00%
		20	1	1	3	0	2	0	0	1	28
		71,43%	75,00%	78,57%	89,29%	89,29%	96,43%	96,43%	96,43%	100,00%	
Trabalho		3,57%	35,71%	17,86%	3,57%	14,29%	10,71%	10,71%	3,57%	0,00%	100,00%
		1	10	5	1	4	3	3	1	0	28
		3,57%	39,29%	57,14%	60,71%	75,00%	85,71%	96,43%	100,00%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido		10,71%	17,86%	21,43%	17,86%	3,57%	17,86%	7,14%	3,57%	0,00%	100,00%
		3	5	6	5	1	5	2	1	0	28
		10,71%	28,57%	50,00%	67,86%	71,43%	89,29%	96,43%	100,00%	100,00%	
Realização Pessoal		10,71%	14,29%	10,71%	28,57%	17,86%	14,29%	0,00%	3,57%	0,00%	100,00%
		3	4	3	8	5	4	0	1	0	28
		10,71%	25,00%	35,71%	64,29%	82,14%	96,43%	96,43%	100,00%	100,00%	
Convívio Social / Amizade		0,00%	7,14%	21,43%	14,29%	39,29%	7,14%	3,57%	0,00%	7,14%	100,00%
		0	2	6	4	11	2	1	0	2	28
		0,00%	7,14%	28,57%	42,86%	82,14%	89,29%	92,86%	92,86%	100,00%	
Superação		0,00%	10,71%	10,71%	14,29%	10,71%	14,29%	14,29%	21,43%	3,57%	100,00%
		0	3	3	4	3	4	4	6	1	28
		0,00%	10,71%	21,43%	35,71%	46,43%	60,71%	75,00%	96,43%	100,00%	
Dinheiro		3,57%	7,14%	10,71%	10,71%	3,57%	14,29%	25,00%	21,43%	3,57%	100,00%
		1	2	3	3	1	4	7	6	1	28
		3,57%	10,71%	21,43%	32,14%	35,71%	50,00%	75,00%	96,43%	100,00%	
Reconhecimento / Fama		0,00%	0,00%	3,57%	0,00%	10,71%	10,71%	14,29%	28,57%	32,14%	100,00%
		0	0	1	0	3	3	4	8	9	28
		0,00%	0,00%	3,57%	3,57%	14,29%	25,00%	39,29%	67,86%	100,00%	
Poder		0,00%	3,57%	0,00%	0,00%	0,00%	3,57%	25,00%	17,86%	50,00%	100,00%
		0	1	0	0	0	1	7	5	14	28
		0,00%	3,57%	3,57%	3,57%	3,57%	7,14%	32,14%	50,00%	100,00%	

ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO

Na nuvem desse grupo etário o *ter* volta a preceder o *ser*, mas logo após o *feliz* aparece, novamente, seguido das palavras, *estar, realização, paz, saúde, vida, poder, bem, reconhecido, qualidade de vida, consigo mesmo, família, sociedade, projetos, aceitar, sonhos, objetivos, social*. A *família* volta a perder um pouco de importância e é substituída pelas palavras *realização e paz*. A *saúde* vem aumentando, progressivamente, o seu tamanho e relevância desde a nuvem de palavras do grupo de 36 aos 46 anos, mas, neste momento, ela aparece mais destacada que anteriormente.

Outro ponto, que merece ser observado, refere-se à palavra *reconhecimento* que não tinha tido nenhum destaque até o momento nas outras faixas etárias, o que coincide, mais uma vez, com os resultados do estudo de Sturges (1996). A qualidade de vida também passa a ter um pouco mais de notoriedade e as palavras *sociedade e social* começam a aparecer, assim como as palavras *aceitação e sonhos*. O interessante é que as palavras relacionadas ao trabalho como *profissional, profissão e trabalho* praticamente não aparecem o que é muito relevante, uma vez que no quadro de prioridades o trabalho obteve a sua melhor classificação

significado de sucesso de realização que eles podem cumprir através do cumprimento das prioridades, por exemplo, a família já está criada, o trabalho é algo concreto que se está a executar e a realização pode acontecer como resultado do caminho objetivado. O grupo dos mais jovens inverte a ordem e traz um significado de sucesso que é ligado ao profissional e ao financeiro, o que demonstra, que, possivelmente, na concepção pessoal, eles consideram que o sucesso está relacionado com o profissional e o financeiro e que, para alcançá-lo, eles precisariam investir na família, na realização e em fazer algo que tenha sentido.

Construímos uma frase com as palavras citadas na nuvem com a finalidade de resumir as respostas encontradas nesse grupo: ser feliz, ter realização, ter saúde, bem-estar, estar em paz, ter saúde, poder viver bem, ser reconhecido, ter qualidade de vida, estar bem consigo mesmo, ter família, viver sociedade, projetos, aceitar, sonhos, objetivos, social.

ACIMA DE 65 ANOS:

Aqui a *família* se manteve como a prioridade número 1, para 71,43%, e o *convívio social e amizades* subiu para o segundo lugar, na classificação geral, pois a soma acumulada do primeiro e segundo lugares foi 28,57%, passando na frente de *realização pessoal e fazer algo que tenha sentido*. O *trabalho* ficou em terceiro lugar, o que também mostrou uma diferença em relação às outras faixas etárias, com exceção da faixa etária anterior em que o *trabalho* apareceu ainda mais valorizado. Nessa faixa etária, a grande maioria já está parando de trabalhar e, talvez, isso incomode muitos por gerar uma sensação de improdutividade. Por esse motivo, o trabalho pode estar mais valorizado, pois a prioridade demonstra aquilo que se dá valor, naquele momento de vida e, talvez, por esse motivo, eles se consideram menos *bem-sucedidos* do que os respondentes da faixa etária anterior. O convívio social começa a ficar mais valorizado provavelmente como uma forma de compensação por essa diminuição produtiva.

Quadro 6.8 (acima de 65 anos)

Ordem de Prioridade (Acima de 65 anos)

	Percentual									Total
	Quantidade									
	Acumulado									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	71,43%	14,29%	7,14%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	7,14%	100,00%
	20	4	2	0	0	0	0	0	2	28
	71,43%	85,71%	92,86%	92,86%	92,86%	92,86%	92,86%	92,86%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	3,57%	25,00%	10,71%	25,00%	10,71%	7,14%	14,29%	3,57%	0,00%	100,00%
	1	7	3	7	3	2	4	1	0	28
	3,57%	28,57%	39,29%	64,29%	75,00%	82,14%	96,43%	100,00%	100,00%	
Trabalho	0,00%	21,43%	35,71%	10,71%	7,14%	17,86%	7,14%	0,00%	0,00%	100,00%
	0	6	10	3	2	5	2	0	0	28
	0,00%	21,43%	57,14%	67,86%	75,00%	92,86%	100,00%	100,00%	100,00%	
Realização Pessoal	7,14%	17,86%	14,29%	17,86%	21,43%	17,86%	3,57%	0,00%	0,00%	100,00%
	2	5	4	5	6	5	1	0	0	28
	7,14%	25,00%	39,29%	57,14%	78,57%	96,43%	100,00%	100,00%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	10,71%	10,71%	21,43%	10,71%	25,00%	7,14%	7,14%	3,57%	3,57%	100,00%
	3	3	6	3	7	2	2	1	1	28
	10,71%	21,43%	42,86%	53,57%	78,57%	85,71%	92,86%	96,43%	100,00%	
Superação	3,57%	3,57%	7,14%	21,43%	17,86%	25,00%	10,71%	7,14%	3,57%	100,00%
	1	1	2	6	5	7	3	2	1	28
	3,57%	7,14%	14,29%	35,71%	53,57%	78,57%	89,29%	96,43%	100,00%	
Dinheiro	0,00%	0,00%	3,57%	7,14%	10,71%	10,71%	39,29%	28,57%	0,00%	100,00%
	0	0	1	2	3	3	11	8	0	28
	0,00%	0,00%	3,57%	10,71%	21,43%	32,14%	71,43%	100,00%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	3,57%	0,00%	0,00%	7,14%	3,57%	10,71%	10,71%	39,29%	25,00%	100,00%
	1	0	0	2	1	3	3	11	7	28
	3,57%	3,57%	3,57%	10,71%	14,29%	25,00%	35,71%	75,00%	100,00%	
Poder	0,00%	7,14%	0,00%	0,00%	3,57%	3,57%	7,14%	17,86%	60,71%	100,00%
	0	2	0	0	1	1	2	5	17	28
	0,00%	7,14%	7,14%	7,14%	10,71%	14,29%	21,43%	39,29%	100,00%	

ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO

Na nuvem desses idosos observamos a palavra *feliz* precedendo as palavras *ser* e *ter*. E mais uma vez a palavra *ser* volta a ter mais força que a palavra *ter*. A *família* volta a ter destaque, sendo seguida pelas palavras *estar* e *alcançar* que, por sua vez, nos direciona a uma ideia de busca. O significado do bem-sucedido, nessa faixa etária refere-se às relações, com um certo destaque, por meio da palavra *amigos*, que se iguala em tamanho com as palavras *trabalho*, *vida* e *boa*, o que, mais uma vez, reforça, também, o quadro de prioridades, pois no quadro, após família, surgem convívio social e trabalho. As palavras *capacidade*, *objetivos*, *dinheiro*, *amor*, *estabilidade financeira*, *metas*, *pessoal*, *bem*, *sucesso*, *social* aparecem quase que da mesma forma demonstrando que apesar da idade essas pessoas ainda valorizam *metas e objetivos*.

É importante observar que a palavra *realização*, tão destacada na nuvem do grupo anterior, nem mesmo aparece, apesar de, no quadro de prioridades ela aparecer em quarto lugar na classificação. Na realidade, a *realização*, no quadro prioritário, apresentou suas piores classificações, nesse grupo e no grupo anterior, pulando da segunda colocação para a quarta. O *dinheiro* também apresenta uma certa ênfase, o que pode ser explicado pelas necessidades do dia a dia, pelo investimento em mais lazer e, também, pelos cuidados médicos mais onerosos. A presença da palavra *capacidade*, pouquíssimo citada até então, e

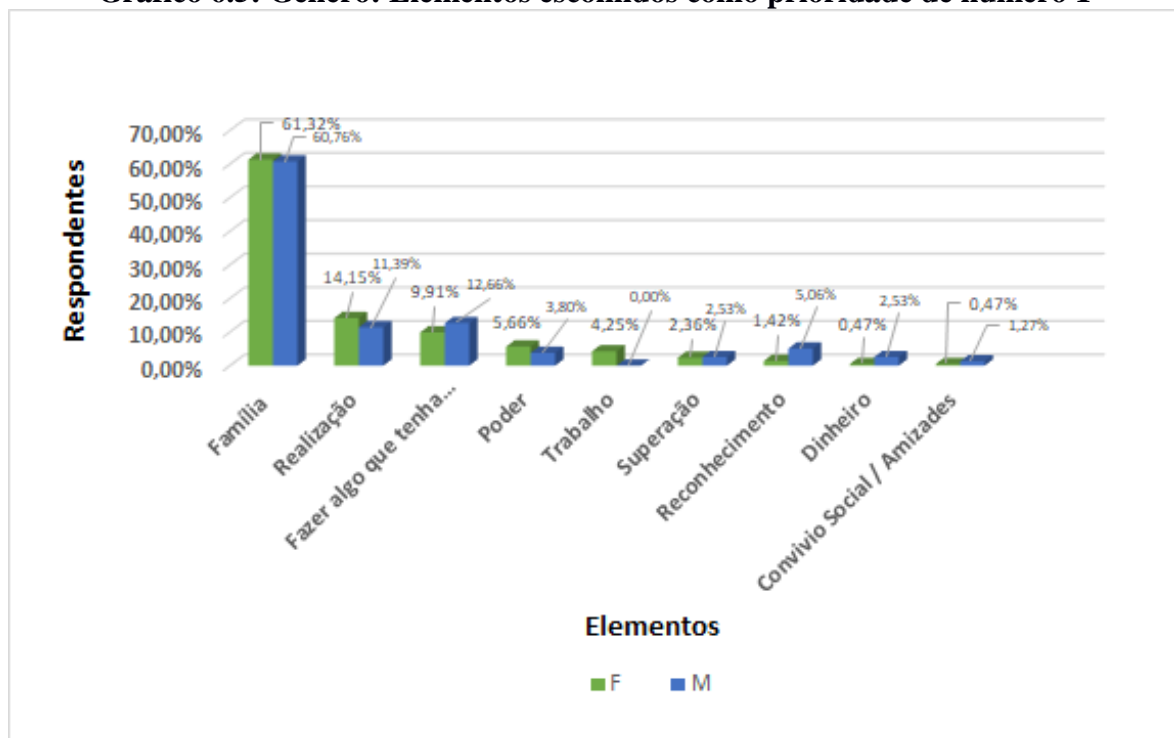
mulheres, das 212 do total, 130 colocaram **família em primeiro lugar**, o que equivale a 60,76% da amostra feminina. Ou seja, houve um consenso com relação aos diferentes gêneros na prioridade *família*.

Quando a prioridade é a *realização pessoal*, encontramos 9 homens (11,39%) e 30 (14,15%) mulheres, o que já dá uma pequena diferença a mais para as mulheres. No elemento *fazer algo que tenha sentido* encontramos um total de 10 (12,66%) dos homens e 21 (9,91%) das mulheres.

Nas opções *poder e trabalho*, entretanto, as mulheres ultrapassaram os homens. No *poder* apenas 3 (3,80%) homens classificaram como prioridade contra 12 (5,66%) das mulheres o que equivale a um universo bem maior do que o universo masculino. No *trabalho*, encontramos 9 (4,25%) mulheres e nenhum homem.

Na *superação*, houve um outro empate técnico, pois 2 (2,53%) homens escolheram essa opção, contra 5 (2,36%) das mulheres. No *reconhecimento/ fama*, os homens valorizaram esse item três vezes 4 (5,06%) mais que as mulheres em número de 3 (1,41%), e no *dinheiro*, 2 (2,53%) homens escolheram essa opção, contra 1 (0,47%) das mulheres. No *convívio social e amizades* tivemos 1 (0,47%) mulher e 1 (1,27%) homem.

Gráfico 6.5: Gênero: Elementos escolhidos como prioridade de número 1



Podemos observar através desses resultados que, após a *família*, as mulheres valorizaram mais como primeira opção por ordem de preferência: *realização, sentido,*

poder, trabalho, superação, reconhecimento, e praticamente não valorizaram o *dinheiro e amizades*. E os homens valorizaram mais: *sentido, realização, reconhecimento, poder, dinheiro, superação, convívio social*. *Trabalho* não foi uma escolha prioritária, para nenhum homem. O *trabalho* não ser prioridade de número 1, para nenhum homem da pesquisa, é um dado que merece alguma atenção.

Essas diferenças por género demonstram que há um maior foco por parte das mulheres na *realização, poder e trabalho* se comparado ao género masculino. Enquanto os homens focam mais em *sentido, reconhecimento e dinheiro* do que as mulheres, conforme pode ser observado no gráfico de género da prioridade de número 1. Apesar dos números apresentarem pequenas diferenças é possível observar uma certa valorização inversa naquilo que seriam os papéis dos géneros. As mulheres valorizaram mais o *poder e o trabalho*, em comparação com os homens, o que pode significar uma busca por esses elementos usualmente mais relacionados ao género masculino.

Quadro 6.9: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (Feminino)

	Ordem de Prioridade (Feminino)									
	Percentual									
	Quantidade									
	Acumulado									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
Família	61,32%	11,32%	7,08%	9,43%	2,36%	0,94%	0,47%	1,42%	5,66%	100%
	130	24	15	20	5	2	1	3	12	212
	61,32%	72,64%	79,72%	89,15%	91,51%	92,45%	92,92%	94,34%	100,00%	
Realização Pessoal	14,15%	22,64%	16,04%	16,98%	15,09%	6,13%	3,77%	4,25%	0,94%	100%
	30	48	34	36	32	13	8	9	2	212
	14,15%	36,79%	52,83%	69,81%	84,91%	91,04%	94,81%	99,06%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	9,91%	16,51%	23,11%	16,51%	11,32%	14,62%	5,19%	1,89%	0,94%	100%
	21	35	49	35	24	31	11	4	2	212
	9,91%	26,42%	49,53%	66,04%	77,36%	91,98%	97,17%	99,06%	100,00%	
Trabalho	4,25%	21,70%	15,57%	12,74%	17,92%	16,98%	6,60%	3,77%	0,47%	100%
	9	46	33	27	38	36	14	8	1	212
	4,25%	25,94%	41,51%	54,25%	72,17%	89,15%	95,75%	99,53%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	0,47%	11,79%	10,85%	18,40%	22,64%	14,62%	13,68%	5,19%	2,36%	100%
	1	25	23	39	48	31	29	11	5	212
	0,47%	12,26%	23,11%	41,51%	64,15%	78,77%	92,45%	97,64%	100,00%	
Superação	2,36%	5,66%	11,79%	14,15%	13,21%	20,75%	20,75%	8,02%	3,30%	100%
	5	12	25	30	28	44	44	17	7	212
	2,36%	8,02%	19,81%	33,96%	47,17%	67,92%	88,68%	96,70%	100,00%	
Dinheiro	0,47%	4,25%	11,32%	8,96%	13,21%	16,98%	29,72%	14,15%	0,94%	100%
	1	9	24	19	28	36	63	30	2	212
	0,47%	4,72%	16,04%	25,00%	38,21%	55,19%	84,91%	99,06%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	1,42%	4,25%	3,30%	2,83%	4,25%	6,60%	12,74%	41,04%	23,58%	100%
	3	9	7	6	9	14	27	87	50	212
	1,42%	5,66%	8,96%	11,79%	16,04%	22,64%	35,38%	76,42%	100,00%	
Poder	5,66%	1,89%	0,94%	0,00%	0,00%	2,36%	7,08%	20,28%	61,79%	100%
	12	4	2	0	0	5	15	43	131	212
	5,66%	7,55%	8,49%	8,49%	8,49%	10,85%	17,92%	38,21%	100,00%	

Quanto à classificação da ordem de prioridade geral por género (quadros 6.9 e 6.10), podemos observar algumas diferenças interessantes. As mulheres colocaram a *superação*, em sexto lugar, e *dinheiro*, em sétimo, enquanto os homens colocaram o *dinheiro*, em sexto lugar e *superação*, em sétimo lugar. Apesar da diferença de colocação a percentagem da escolha pelo *dinheiro*, acumulada até o sétimo lugar, entre as mulheres era de 84,91% e,

entre os homens, era de 79,75%, ou seja, apesar dos homens terem valorizado mais o *dinheiro*, até o sexto lugar, com 59,49% do acumulado, contra 55,19% das mulheres, ainda assim a porcentagem das mulheres foi maior, no sétimo lugar, se comparada à porcentagem masculina. Pode-se explicar esse ocorrido, pelo facto que ao longo da pesquisa os homens valorizaram um pouco mais o *reconhecimento/fama* e o *poder* do que as mulheres, de forma que a porcentagem acumulada dos 9 elementos ficaram um pouco mais distribuídas no quadro masculino do que no feminino, resultando numa polaridade menor entre *família*, *poder e fama*.

No caso feminino, apesar de o poder ser mais valorizado, na primeira posição, a maior porcentagem da escolha da prioridade do *poder* e da *fama* ficou nos dois últimos lugares. Esse dado pode ser verificado quando somamos os resultados das porcentagens das prioridades *poder* e *fama* nas posições de número 8 e 9. Essa soma, no caso feminino representa 82,07% escolheram o *poder* nos dois últimos lugares, e 64,62% a *fama*. No caso masculino, o *poder* deu 68,35% e *fama* 45,57%, o que demonstra, claramente, que as mulheres e os homens deixaram esses elementos para os últimos lugares, entretanto houve uma tendência dos homens a distribuírem melhor esses itens, em outras posições mais prioritárias, do que as mulheres.

Quadro 6.10: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (Masculino)

	Ordem de Prioridade (Masculino)									Total
	Percentual									
	Quantidade									
	Acumulado									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	60,76%	8,86%	3,80%	7,59%	6,33%	3,80%	2,53%	0,00%	6,33%	100%
	48	7	3	6	5	3	2	0	5	79
	60,76%	69,62%	73,42%	81,01%	87,34%	91,14%	93,67%	93,67%	100,00%	
Realização Pessoal	11,39%	20,25%	15,19%	17,72%	12,66%	12,66%	6,33%	1,27%	2,53%	100%
	9	16	12	14	10	10	5	1	2	79
	11,39%	31,65%	46,84%	64,56%	77,22%	89,87%	96,20%	97,47%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	12,66%	16,46%	18,99%	11,39%	11,39%	10,13%	8,86%	10,13%	0,00%	100%
	10	13	15	9	9	8	7	8	0	79
	12,66%	29,11%	48,10%	59,49%	70,89%	81,01%	89,87%	100,00%	100,00%	
Trabalho	0,00%	22,78%	18,99%	11,39%	11,39%	13,92%	12,66%	3,80%	5,06%	100%
	0	18	15	9	9	11	10	3	4	79
	0,00%	22,78%	41,77%	53,16%	64,56%	78,48%	91,14%	94,94%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	1,27%	12,66%	15,19%	17,72%	25,32%	16,46%	3,80%	3,80%	3,80%	100%
	1	10	12	14	20	13	3	3	3	79
	1,27%	13,92%	29,11%	46,84%	72,15%	88,61%	92,41%	96,20%	100,00%	
Dinheiro	2,53%	5,06%	15,19%	8,86%	10,13%	17,72%	20,25%	18,99%	1,27%	100%
	2	4	12	7	8	14	16	15	1	79
	2,53%	7,59%	22,78%	31,65%	41,77%	59,49%	79,75%	98,73%	100,00%	
Superação	2,53%	6,33%	3,80%	15,19%	13,92%	8,86%	20,25%	20,25%	8,86%	100%
	2	5	3	12	11	7	16	16	7	79
	2,53%	8,86%	12,66%	27,85%	41,77%	50,63%	70,89%	91,14%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	5,06%	2,53%	3,80%	7,59%	5,06%	12,66%	17,72%	21,52%	24,05%	100%
	4	2	3	6	4	10	14	17	19	79
	5,06%	7,59%	11,39%	18,99%	24,05%	36,71%	54,43%	75,95%	100,00%	
Poder	3,80%	5,06%	5,06%	2,53%	3,80%	3,80%	7,59%	20,25%	48,10%	100%
	3	4	4	2	3	3	6	16	38	79
	3,80%	8,86%	13,92%	16,46%	20,25%	24,05%	31,65%	51,90%	100,00%	

ELEMENTOS POR ORDEM PERCENTUAL ACUMULADO

Alguns resultados nos chamaram a atenção, quando cruzamos a idade e o gênero na prioridade 1 (vide tabela 6.1). Apesar da mulher mais jovem de 18 a 35 anos priorizar mais a *família*, 44,44%, elas já não valorizam, na mesma proporção das faixas etárias mais velhas.

As prioridades, com relação ao ser *bem-sucedido*, podem nos ajudar a compreender melhor algumas mudanças nas crenças e valores femininos das jovens da atualidade. Por exemplo, o facto de que 9 mulheres entre 18 a 35 anos terem escolhido o *poder*, como primeira opção, que equivale a 11,11% das mulheres, de 18 a 25 anos e 15,91% das mulheres, de 26 a 35 anos, representa uma mudança nos ideais do gênero feminino, que está na origem dessa busca pelo *poder*. Isso se torna marcante e relevante, quando comparado ao grupo do gênero masculino, dessa mesma faixa etária, pois, apesar da amostra do gênero masculino ter sido menor, nenhum homem, dessas duas faixas etárias, optou pelo *poder*, como prioridade, o que pode significar que os homens já se reconhecem como detentores do poder e, por isso, não o valorizam. Quando observamos o total de respondentes que colocou o *poder* em primeiro lugar, esses números se mostram ainda mais intrigantes, pois, no total de 291 respondentes da pesquisa completa, apenas 15 optaram pelo *poder* como primeira opção, e, desse total, 9 eram mulheres de 18 a 35 anos. Tivemos mais três mulheres que fizeram essa opção: duas eram do grupo de 36 aos 45 anos e uma era do grupo de 46 aos 55 anos. De todos os homens respondentes da pesquisa apenas três fizeram essa opção, um da faixa etária dos 36 aos 45 anos e dois da faixa dos 46 aos 55 anos. Entretanto, cabe lembrar que no total da pesquisa os homens acabaram valorizando mais o *poder* do que as mulheres, que, na sua maioria, deixaram o *poder* como última opção.

O *trabalho* como prioridade de número 1 foi escolhido apenas por mulheres nessa posição: 5,36% das mulheres de 18 a 25 anos e 6,82% de 26 a 35 anos, 4,69% de 36 a 45 anos, 2% de 46 a 55 anos, 5,88% de 56 a 65 anos. Além disso 21,52% dos homens optaram pelo *trabalho* nas três últimas prioridades, enquanto que 10,84% das mulheres fez o mesmo, o que demonstra que os homens valorizaram menos esse elemento, do que as mulheres, o que pode ser observado no quadro de prioridades por gênero. Apesar dos números não serem altos vale considerar essa não opção masculina na primeira opção e a maior opção nas últimas posições.

Esses resultados do *poder* e do *trabalho*, podem significar uma tentativa das mulheres de desenvolverem mais sua capacidade produtiva, por meio do *trabalho* e da busca

pelo *poder*. O *poder* e o *trabalho* podem representar, assim, novas formas da mulher se colocar no mercado de trabalho e de se posicionar, perante a sociedade.

Na faixa de 18 a 25 anos, uma outra surpresa foi 16,67% das mulheres, dessa faixa etária, terem escolhido a *superação* como primeira opção. Apesar de a amostra dessa faixa ser pequena, esse dado se torna relevante, porque numa amostra de 18 mulheres dessa faixa etária, três escolheram essa opção o que se torna bastante relevante num universo de 212 mulheres em que apenas cinco, desse total, escolheram essa opção, como prioridade de número 1 e dessas cinco mulheres, três se encontravam nessa faixa etária. Entretanto, neste caso específico, como a amostra masculina dessa idade era muito pequena, com apenas três pessoas, ficou difícil essa comparação. Mas, o que importa nesse caso, é observar as mudanças no comportamento do gênero feminino mais jovem. Parece existir uma urgência, por parte de algumas mulheres jovens, em superar as adversidades, vividas pelas gerações anteriores que buscavam o poder, se inserindo no mercado de trabalho e demonstrando o seu valor, pelo do exercício do poder.

Em todas as faixas etárias a *família* foi significativamente mais valorizada que os outros elementos. Entretanto, no que se refere ao gênero, na faixa etária de 18 a 25 anos, não tivemos também nenhum homem que escolheu essa opção, mas, como o nosso grupo masculino era muito reduzido, isso acabou interferindo no resultado masculino dessa faixa etária. É preciso, considerar, também, que nenhum dos três escolheu a mesma opção como prioridade número 1. Percebemos que a percentagem da *família* na primeira posição por gênero, se manteve muito semelhante, em algumas faixas etárias, com pequenas variações. Na faixa etária de 46 a 55 anos, entretanto, vimos uma queda na percentagem da *família*, como primeira opção, na escolha das mulheres, enquanto houve uma maior valorização na escolha dos homens, já nas mulheres acima de 65 anos essa percentagem voltou a subir.

O pequeno grupo de homens jovens de 18 a 25 anos optou por *realização pessoal*, *reconhecimento/fama* e *convívio social e amizades*. *Realização pessoal* também foi valorizada, por uma mulher dessa faixa etária, e foi escolhido, por 25% dos homens, de 26 a 35 anos, e 25% das mulheres, dessa mesma idade. Esse elemento foi o segundo mais citado como primeira opção e obteve boas citações em quase todas as faixas etárias, não sendo citado por nenhum homem nas duas faixas etárias mais velhas.

Fazer algo que tenha significado e sentido também foi a opção de número 1 para as mulheres de 18 a 25 anos (11,11%), de 26 a 35 (4,55%), de 36 a 45 (10,94%), de 46 a 55

(18%), de 56 a 65 anos (5,88%) e 0% acima de 65 anos. No género masculino essa foi a opção na faixa de 26 a 35 anos (18,75%); na de 36 a 45 anos (10,94%); na de 56 a 65 anos (18,18%); e acima de 65 (33,33%). As percentagens mais altas do grupo masculino se devem ao facto de o grupo masculino ser menor, em número de amostragem, do que o grupo feminino. Há alguns fatores, contudo, que são bastante interessantes, como facto de que o dos homens, acima de 65 anos 3, dos nove, escolheram essa opção, enquanto que nenhuma das 19 mulheres, dessa faixa etária, fez essa escolha. Outra diferença se dá no grupo de 46 a 55 anos em que 9 de 50 mulheres fez essa opção e nenhum dos 21 homens o fez. Percebemos que entre os homens há uma queda na escolha desse elemento nas faixas etárias intermediárias de 36 a 55 anos e depois um crescimento nas últimas, enquanto que no grupo de mulheres percebemos um aumento desse elemento exatamente nas faixas intermediárias entre 36 e 55 anos, exatamente o oposto do masculino.

Tabela 6.1: Tabela de prioridade 1 (Gênero)

	Grupo Etário													
	18 a 25 anos		26 a 35 anos		36 a 45 anos		46 a 55 anos		56 a 65 anos		Acima de 65 anos		Total	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Sub-total →	3	18	16	44	19	64	21	50	11	17	9	19	79	212
Família	0 0,00%	8 44,44%	7 43,75%	21 47,73%	13 68,42%	45 70,31%	15 71,43%	29 58,00%	8 72,73%	12 70,59%	5 55,56%	15 78,95%	48 60,76%	130 61,32%
Realização Pessoal	1 33,33%	1 5,56%	4 25,00%	11 25,00%	2 10,53%	5 7,81%	2 9,52%	8 16,00%	0 0,00%	3 17,65%	0 0,00%	2 10,53%	9 11,39%	30 14,15%
Fazer Algo que tenha significado e sentido	0 0,00%	2 11,11%	3 18,75%	2 4,55%	2 10,53%	7 10,94%	0 0,00%	9 18,00%	2 18,18%	1 5,88%	3 33,33%	0 0,00%	10 12,66%	21 9,91%
Poder	0 0,00%	2 11,11%	0 0,00%	7 15,91%	1 5,26%	2 3,13%	2 9,52%	1 2,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	3 3,80%	12 5,66%
Trabalho	0 0,00%	1 5,56%	0 0,00%	3 6,82%	0 0,00%	3 4,69%	0 0,00%	1 2,00%	0 0,00%	1 5,88%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	9 4,25%
Superação	0 0,00%	3 16,67%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 1,56%	1 4,76%	1 2,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 11,11%	0 0,00%	2 2,53%	5 2,36%
Reconhecimento / Fama	1 33,33%	1 5,56%	1 6,25%	0 0,00%	1 5,26%	0 0,00%	1 4,76%	1 2,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 5,26%	4 5,06%	3 1,42%
Dinheiro	0 0,00%	0 0,00%	1 6,25%	0 0,00%	0 0,00%	1 1,56%	0 0,00%	0 0,00%	1 9,09%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 2,53%	1 0,47%
Convívio Social / Amizade	1 33,33%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 5,26%	1 1,27%	1 0,47%

Analisando as outras respostas das duas faixas etárias mais velhas (acima dos 56 anos) e por género, pudemos observar uma tendência, por parte dos homens, de valorizar *algo que tenha sentido*, enquanto as mulheres valorizam mais a *realização pessoal*. E, no grupo etário dos 36 a 55 anos, as mulheres valorizam mais *fazer algo que tenha sentido* do que a *realização pessoal* e, no grupo masculino dos 36 aos 45 anos, o *sentido* e a *realização*

empataram, enquanto no grupo de 46 a 55 anos, nenhum homem escolheu *sentido*, ficando a *realização* mais bem colocada.

Esses dados indicam que as mulheres mais jovens valorizam a *realização pessoal*, além da *família*, e que estão começando a se movimentar, como demonstram os nossos dados, em direção à sua valorização, à inserção no mercado de trabalho e à obtenção do poder como forma de se afirmar. Os homens mais jovens parecem não estar tão preocupados com o *poder* e o *trabalho*, eles estão buscando a *realização pessoal*, *fazer algo que tenha sentido e significado* e o *reconhecimento*, o que parece demonstrar que estão mais focados em si mesmos, enquanto as mulheres estão mais focadas em se colocar na sociedade.

Nos grupos etários intermediários, existe uma tendência, por parte das mulheres, de valorizarem mais a *família*, do que nos grupos mais jovens, principalmente no grupo de 36 a 45 anos. O *fazer algo que tenha sentido*, nesses grupos, aparece mais evidente do que a *realização pessoal*, mas ambos são valorizados, pelas mulheres, ficando, em segundo e terceiro lugares, enquanto os homens, na faixa etária de 36 a 45 anos, focam mais a *realização*, valorizando mais o *fazer algo que tenha sentido*. O *poder*, como escolha masculina, fica mais evidente no grupo dos 46 a 55 anos, mesmo assim, de forma bem menos significativa do que nas mulheres dos dois grupos etários mais jovens.

Nos dois grupos mais velhos, após a família, as mulheres optam pela *realização pessoal*, enquanto os homens valorizam *fazer algo que tenha sentido*. As mulheres buscam mais a *realização* e os homens buscam ações que possam gerar resultados. *Fazer algo que tenha significado e sentido*, pode significar querer deixar a marca pessoal, nesse grupo etário.

A tabela (6.2) de prioridade de número 9, mostra exatamente o oposto da tabela (6.1) de prioridade de número 1, ela explicita a porcentagem dos elementos que os respondentes optaram por colocar em último lugar, o que demonstra aquilo que priorizaram menos.

Podemos observar alguns pontos relevantes como o de que o *poder* foi o elemento mais escolhido como última opção e o *reconhecimento/fama* vem em segundo lugar como o mais escolhido na nona colocação, o que demonstra que no geral são elementos pouco valorizado pela maioria. A *família* ficou em terceiro lugar, como a mais escolhido nessa opção, e a *superação*, em quarto, e *convívio social e amizades*, em quinto, e *trabalho*, em sexto.

Apesar de a *família* ser o elemento mais escolhido, como primeira opção, por uma maioria, compreendemos que ele aparece em terceiro lugar, entre os mais escolhidos no nono

lugar, exatamente em contraponto com aqueles que escolheram o *poder* nos primeiros lugares e vice-versa. Aqueles que escolheram *família* em primeiro lugar tiveram uma maior tendência em escolher *poder* ou *fama* nos últimos lugares. Esse quadro confirma a dicotomia *família e relacionamentos* versus *poder e reconhecimento*.

Na faixa etária de 18 a 25 anos, podemos observar que, dos três únicos homens respondentes, nenhum optou pelo *poder*, no nono lugar, e dois optaram pela *família*, o que demonstra que dos três homens, dois não valorizam a *família*. Já no grupo feminino 6 mulheres fizeram a opção do *poder*, em nono lugar, o que representa um total de 33,33%, e apenas duas (11,11%) fizeram a opção da *família*. Os mesmos dois homens que colocaram *família*, em último, colocaram o *poder*, em segundo. No quadro da prioridade 1, vimos duas mulheres de 18 a 25 anos escolherem o *poder*, em primeiro lugar, e, posteriormente, outras 4 o escolherem entre o segundo e terceiro, o que indica que quase 1 terço das mulheres dessa faixa etária (31,58%) valorizou o poder entre os três primeiros lugares, enquanto nenhum homem dessas faixas etárias colocou o *poder* em primeiro. Entretanto dos únicos três homens dos 18 aos 25 anos, um colocou o *poder*, em segundo lugar, e o outro o colocou em quarto. Esses foram os mesmos que colocaram *família* em último lugar, o que pode indicar alguma relação entre os mais jovens e a medida externa de sucesso.

No grupo de 26 a 35, vimos que 7 mulheres escolheram o *poder*, como primeira opção (15,90%), entretanto, 35 das 44 mulheres dessa faixa optaram por classificar o poder nos dois últimos lugares (79,54%), o que, mais uma vez, demonstra certa tendência a uma dicotomia no grupo feminino. Ao mesmo tempo em que existe uma supervalorização da família e uma subvalorização do poder, para algumas mulheres, também existe uma tendência na direção oposta, o que parece dividir o grupo feminino em dois grupos opostos. Apesar de o primeiro grupo representar a maioria, esse comportamento dicotômico merece ser destacado. No grupo masculino, por sua vez, vimos que apenas 2 (12,5%) colocarem o poder entre o segundo e terceiro lugares. Por outro lado, 59,09% das mulheres e 43,75% dos homens, dessa faixa etária, o escolheram como nona prioridade, o que significa que, apesar de o poder no nono lugar ter sido a escolha de uma maioria, ele, ainda assim, apresenta uma porcentagem inferior, se comparado à maioria das outras faixas, o que indica que esse elemento se apresenta mais valorizado nessa faixa etária, de forma geral, com exceção do grupo de 36 a 45 anos masculino, cuja porcentagem foi de apenas em 25%, e do grupo de 56 a 65 anos feminino, cuja porcentagem ficou em 35,29%, bem semelhante à

porcentagem dos de 18 aos 25 anos. Podemos, portanto, observar que houve uma maior valorização do poder entre os jovens e, sobretudo, entre as mulheres o que se revela em uma menor porcentagem, na escolha do poder, em último lugar, tanto por parte dos homens quanto das mulheres dessas faixas etárias. Aliás, pudemos observar que, na amostra feminina, os dois grupos de cada extremidade valorizaram um pouco mais o poder do que os dois intermediários, em que 73,02% e 72% colocaram o poder como menos prioritário. No grupo masculino só conseguimos observar uma tendência nos três últimos grupos etários que tiveram os maiores índices de rejeição ao poder ao colocá-lo no nono lugar. Os resultados dos homens do poder no nono lugar foram em ordem crescente por idade: 0%, 43,75%, 25%, 57,14%, 72,73%, 66,67%.

Tabela 6.2: Tabela de prioridade 9: Género

Sub-total →	Grupo Etário													
	18 a 25 anos		26 a 35 anos		36 a 45 anos		46 a 55 anos		56 a 65 anos		Acima de 65 anos		Total	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
	3	18	16	44	19	64	21	50	11	17	9	19	79	212
Familia	2 66,67%	2 11,11%	0 0,00%	5 11,36%	1 5,26%	3 4,69%	0 0,00%	1 2,00%	1 9,09%	0 0,00%	1 11,11%	1 5,26%	5 6,33%	12 5,66%
Realização Pessoal	0 0,00%	1 5,56%	1 6,25%	0 0,00%	1 5,26%	0 0,00%	0 0,00%	1 2,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	2 2,53%	2 0,94%
Fazer Algo que tenha significado e sentido	0 0,00%	1 5,56%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 5,26%	0 0,00%	2 0,94%
Poder	0 0,00%	6 33,33%	7 43,75%	26 59,09%	5 26,32%	46 71,88%	12 57,14%	36 72,00%	8 72,73%	6 35,29%	6 66,67%	11 57,89%	38 48,10%	131 61,79%
Trabalho	0 0,00%	0 0,00%	2 12,50%	1 2,27%	1 5,26%	0 0,00%	1 4,76%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	4 5,06%	1 0,47%
Superação	0 0,00%	0 0,00%	1 6,25%	3 6,82%	3 15,79%	2 3,13%	2 9,52%	1 2,00%	0 0,00%	1 5,88%	1 11,11%	0 0,00%	7 8,86%	7 3,30%
Reconhecimento / Fama	1 33,33%	6 33,33%	4 25,00%	7 15,91%	7 36,84%	13 20,31%	5 23,81%	10 20,00%	1 9,09%	8 47,06%	1 11,11%	6 31,58%	19 24,05%	50 23,58%
Dinheiro	0 0,00%	1 5,56%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 2,00%	1 9,09%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	1 1,27%	2 0,94%
Convívio Social / Amizade	0 0,00%	1 5,56%	1 6,25%	2 4,55%	1 5,26%	0 0,00%	1 4,76%	0 0,00%	0 0,00%	2 11,76%	0 0,00%	0 0,00%	3 3,80%	5 2,36%

Existe, portanto uma maior valorização do poder entre os jovens, principalmente entre mulheres, como já foi relatado anteriormente, e entre os homens de 36 a 45 anos.

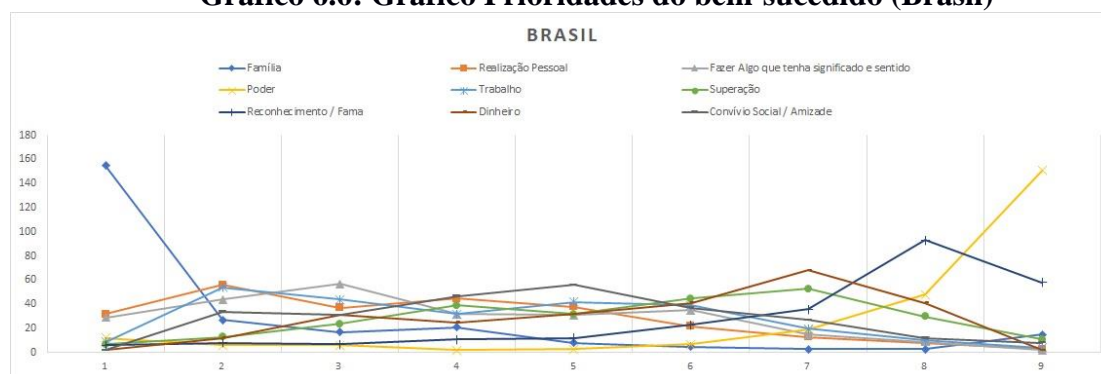
Pudemos observar que, naquelas faixas etárias em que o poder foi menos desvalorizado, houve uma maior escolha do *reconhecimento/fama* como nona opção. No grupo masculino dos 36 aos 45 anos, 35% optaram pelo reconhecimento, no nono lugar, e no grupo feminino de 56 a 65 anos, 47,06% fizeram essa mesma opção. Constatamos, portanto uma tendência dos respondentes a deixar o poder e o reconhecimento nos últimos

lugares, como já foi explicitado anteriormente, entretanto observamos algumas diferenças, quanto ao género, nessa escolha, como nos dois exemplos acima, que demonstram uma inversão, colocando o poder mais bem situado do que a fama.

6.6. Os elementos do sucesso numa leitura intercultural: Brasil-Portugal.

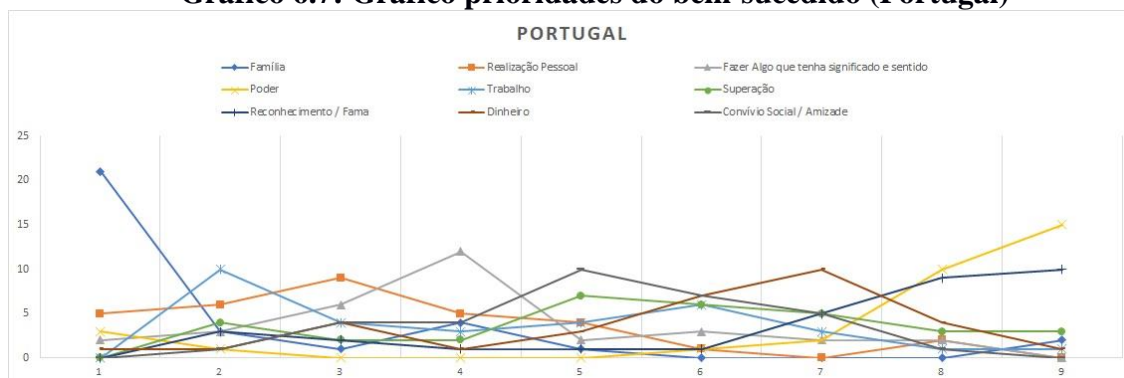
Comparando os gráficos de prioridade dos elementos para se considerar bem-sucedido dos respondentes brasileiros (gráfico 6.6) e portugueses (gráfico 6.7), é possível observar que são muito semelhantes. Ambas culturas valorizam a *família* e desvalorizam o poder e a *fama*. Entretanto, podemos observar pequenas diferenças entre os dois países que podem não ser tão relevantes pela grande diferença de amostragem, considerando que a amostra portuguesa era muito inferior que a amostra brasileira.

Gráfico 6.6: Gráfico Prioridades do bem-sucedido (Brasil)



Os gráficos nos permitem observar que a *família* foi um pouco mais valorizada pelos portugueses (65,63%) que pelos brasileiros (61,025%), apesar de na última opção, no nono lugar, a porcentagem de *família* foi minimamente maior entre os portugueses (6,25%), contra 5,91% dos brasileiros. A leitura dessa diferença pode ser explicada pela existência de uma contraposição entre aqueles que consideram *família e poder*, pois o poder, como primeira posição, foi mais valorizado entre os portugueses, com 9,38%, o que coloca essa opção em primeiro lugar, contra 4,72% dos brasileiros, mas, se considerarmos o gráfico final, veremos que a *família* foi mais valorizada pelos portugueses no geral. Outra diferença se refere ao facto que, no gráfico brasileiro, o *poder* foi colocado em último lugar, por uma porcentagem muito maior de pessoas do que no gráfico português, que distribui os números maiores do poder entre o oitavo e nono lugar, apresentando uma pequena diferença entre *poder e fama* nos últimos lugares.

Gráfico 6.7: Gráfico prioridades do bem-sucedido (Portugal)



No Brasil, o *poder* foi muito mais desvalorizado que a *fama*, apesar de os dois aparecerem, também, nas duas últimas posições, como aconteceu, igualmente, no gráfico português, portanto, se somarmos as porcentagens do *poder* e da *fama*, nos dois últimos lugares, chegaremos a resultados muito semelhantes. Esses resultados, demonstram, possivelmente, uma certa rejeição ao termo *poder*, pelos brasileiros, o que talvez tenha relação com o momento político pelo qual está passando o Brasil. Os escândalos de corrupção, envolvendo políticos brasileiros, cada vez mais comuns, podem estar contribuindo para uma aversão a tudo que tenha relação ao poder, visto que a política é a maior expressão de poder. Contudo, parece existir uma maior propensão dos portugueses a valorizar o *poder*, do que os brasileiros, talvez por sua história de conquistas, enquanto o Brasil, como país colonizado, parece estar um pouco mais acomodado e acostumado a uma postura menos ativa, motivado por uma estrutura mais paternalista.

Meira Penna (1999), ex-embaixador brasileiro e grande intelectual, em seu livro, *Em Berço Esplêndido*, compreende que a cultura brasileira tem uma tendência lúdica, que pode contribuir para um comportamento irresponsavelmente juvenil que, ao mesmo tempo que possui virtudes, também resulta em consequências negativas para a justiça, a liberdade e a dignidade. Talvez, a hipótese desse autor possa estar correta e os nossos resultados que apresentam uma maior valorização dos brasileiros, quanto à *fama*, em detrimento do *poder*, possa ser um indicativo desse contexto cultural. Se interpretarmos uma dose desse poder como responsabilidade, e autonomia e auto capacidade, em lugar do *poder*, no sentido de superioridade, e a *fama*, como o lúdico, o frívolo e o fútil, poderíamos talvez, compreender melhor os resultados da comparação intercultural, colocada no parágrafo anterior.

Por outro lado, esse mesmo autor indica uma predisposição à afetividade e emotividade, na cultura brasileira, que supõe ser herdada dos colonizadores portugueses.

Talvez essa possa ser a explicação da grande valorização do que ele denomina de a “grande família”, em ambas as culturas, portuguesa e brasileira. Essa valorização poderia explicar a grande preferência pela família, encontrada no nosso estudo e no significado de bem-sucedido, em ambas culturas. Para ele, no entanto, no caso brasileiro, essa valorização das relações próximas, principalmente familiares, se transpôs para outras relações (neste caso de forma não construtiva), fazendo-se presente nas relações políticas que costumam favorecer aqueles que se têm apreço ou algum tipo de conchavo.

De acordo com Meira Penna (1999), na cultura brasileira existe uma tendência das pessoas de delegar poder a um outro como uma de forma de dependência, criando a expectativa de que alguém faça algo por elas. Por isso existe uma inclinação a eleger políticos que demonstrem ser capazes de salvar o “povo”. Superestima-se líderes que, de preferência, sejam homens simpáticos que tenham a habilidade de cativar, estabelecendo-se assim, uma relação de dependência. Essa postura, no seu entender, contribui para o surgimento de crises políticas que acontecem eventualmente, diante da ausência de uma “liderança”. Nessa mesma ótica, ele atribui aos brasileiros uma maior susceptibilidade aos governos populistas. Portanto, o baixo valor dado ao *poder* pode estar apresentando um resultado dessa relação presente dentro do coletivo brasileiro.

O *trabalho* foi bem distribuído, apesar de nenhum português tê-lo colocado em primeiro lugar, ele foi bem valorizado (quadro 6.11), pois aparece como segunda prioridade, pelos portugueses, o que o fez assumir o terceiro lugar, na classificação portuguesa, passando na frente de *fazer algo que tenha sentido*, que ficou em quarto. Na classificação dos brasileiros *fazer algo que tenha sentido* ficou em terceiro lugar, enquanto o *trabalho* ficou em quarto. Pode-se dizer que *fazer algo que tenha significado e sentido* foi mais valorizado entre os brasileiros, porque houve uma maior valorização desse elemento nas primeiras prioridades. No geral, os gráficos se assemelham muito, demonstrando que as culturas brasileiras e portuguesas ainda permanecem conectadas, por meio de crenças e atitudes similares, que continuam se interinfluenciando, apesar de o Brasil não ser mais uma colônia portuguesa.

Quadro 6.11: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (Portugal)

Prioridade	Ordem de Prioridade (Portugal)									Total
	Percentual									
	Quantidade									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	65,63%	9,38%	3,13%	12,50%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	6,25%	100%
	21	3	1	4	1	0	0	0	2	32
	65,63%	75,00%	78,13%	90,63%	93,75%	93,75%	93,75%	93,75%	100,00%	
Realização Pessoal	15,63%	18,75%	28,13%	15,63%	12,50%	3,13%	0,00%	6,25%	0,00%	100%
	5	6	9	5	4	1	0	2	0	32
	15,63%	34,38%	62,50%	78,13%	90,63%	93,75%	93,75%	100,00%	100,00%	
Trabalho	0,00%	31,25%	12,50%	9,38%	12,50%	18,75%	9,38%	3,13%	3,13%	100%
	0	10	4	3	4	6	3	1	1	32
	0,00%	31,25%	43,75%	53,13%	65,63%	84,38%	93,75%	96,88%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	6,25%	9,38%	18,75%	37,50%	6,25%	9,38%	6,25%	6,25%	0,00%	100%
	2	3	6	12	2	3	2	2	0	32
	6,25%	15,63%	34,38%	71,88%	78,13%	87,50%	93,75%	100,00%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	0,00%	3,13%	12,50%	12,50%	31,25%	21,88%	15,63%	3,13%	0,00%	100%
	0	1	4	4	10	7	5	1	0	32
	0,00%	3,13%	15,63%	28,13%	59,38%	81,25%	96,88%	100,00%	100,00%	
Superação	0,00%	12,50%	6,25%	6,25%	21,88%	18,75%	15,63%	9,38%	9,38%	100%
	0	4	2	2	7	6	5	3	3	32
	0,00%	12,50%	18,75%	25,00%	46,88%	65,63%	81,25%	90,63%	100,00%	
Dinheiro	3,13%	3,13%	12,50%	3,13%	9,38%	21,88%	31,25%	12,50%	3,13%	100%
	1	1	4	1	3	7	10	4	1	32
	3,13%	6,25%	18,75%	21,88%	31,25%	53,13%	84,38%	96,88%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	0,00%	9,38%	6,25%	3,13%	3,13%	3,13%	15,63%	28,13%	31,25%	100%
	0	3	2	1	1	1	5	9	10	32
	0,00%	9,38%	15,63%	18,75%	21,88%	25,00%	40,63%	68,75%	100,00%	
Poder	9,38%	3,13%	0,00%	0,00%	0,00%	3,13%	6,25%	31,25%	46,88%	100%
	3	1	0	0	0	1	2	10	15	32
	9,38%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	15,63%	21,88%	53,13%	100,00%	

Quadro 6.12: Ordem de prioridade para ser bem-sucedido (Brasil)

Prioridade	Ordem de Prioridade (Brasil)									Total
	Percentual									
	Quantidade									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Família	61,02%	10,63%	6,69%	8,27%	3,15%	1,97%	1,18%	1,18%	5,91%	100%
	155	27	17	21	8	5	3	3	15	254
	61,02%	71,65%	78,35%	86,61%	89,76%	91,73%	92,91%	94,09%	100,00%	
Realização Pessoal	12,60%	22,05%	14,57%	17,72%	14,96%	8,66%	5,12%	3,15%	1,18%	100%
	32	56	37	45	38	22	13	8	3	254
	12,60%	34,65%	49,21%	66,93%	81,89%	90,55%	95,67%	98,82%	100,00%	
Fazer Algo que tenha significado e sentido	11,42%	17,32%	22,44%	12,60%	12,20%	13,78%	5,91%	3,54%	0,79%	100%
	29	44	57	32	31	35	15	9	2	254
	11,42%	28,74%	51,18%	63,78%	75,98%	89,76%	95,67%	99,21%	100,00%	
Trabalho	3,54%	21,26%	17,32%	12,60%	16,54%	15,35%	7,87%	3,94%	1,57%	100%
	9	54	44	32	42	39	20	10	4	254
	3,54%	24,80%	42,13%	54,72%	71,26%	86,61%	94,49%	98,43%	100,00%	
Convívio Social / Amizade	0,79%	13,39%	12,20%	18,50%	22,05%	14,57%	10,63%	4,72%	3,15%	100%
	2	34	31	47	56	37	27	12	8	254
	0,79%	14,17%	26,38%	44,88%	66,93%	81,50%	92,13%	96,85%	100,00%	
Superação	2,76%	5,12%	9,45%	15,35%	12,60%	17,72%	20,87%	11,81%	4,33%	100%
	7	13	24	39	32	45	53	30	11	254
	2,76%	7,87%	17,32%	32,68%	45,28%	62,99%	83,86%	95,67%	100,00%	
Dinheiro	0,79%	4,72%	12,20%	9,84%	12,60%	16,14%	26,77%	16,14%	0,79%	100%
	2	12	31	25	32	41	68	41	2	254
	0,79%	5,51%	17,72%	27,56%	40,16%	56,30%	83,07%	99,21%	100,00%	
Reconhecimento / Fama	2,36%	3,15%	2,76%	4,33%	4,72%	9,06%	14,17%	36,61%	22,83%	100%
	6	8	7	11	12	23	36	93	58	254
	2,36%	5,51%	8,27%	12,60%	17,32%	26,38%	40,55%	77,17%	100,00%	
Poder	4,72%	2,36%	2,36%	0,79%	1,18%	2,76%	7,48%	18,90%	59,45%	100%
	12	6	6	2	3	7	19	48	151	254
	4,72%	7,09%	9,45%	10,24%	11,42%	14,17%	21,65%	40,55%	100,00%	

6.7. O sucesso e sua relação com a situação financeira.

A ideia de que o sucesso está vinculado a altos ganhos financeiros não se sustentou na nossa pesquisa. Ao cruzarmos os dados entre se autoconsiderar bem-sucedido e o ganho salarial, observamos a existência de um aumento gradual na atribuição ao sucesso, de acordo com o aumento da renda, com duas quedas, no grupo de 6 a 8 salários mínimos, e, depois, no grupo acima de 15 salários mínimos. Entretanto, entre aqueles que realmente não se consideraram bem-sucedidos encontramos a maior porcentagem no grupo que recebe entre 6 e 8 salários mínimos. Esses dados permitiram-nos observar que, mesmo nas remunerações mais baixas as pessoas, ainda assim, se consideravam bem-sucedidas, em parte, ou ainda tinham uma alta esperança de se tornarem bem-sucedidas, em algum momento. A resposta “*ainda não me considero*” pode ser considerada positiva, como a pesquisadora Carol Dweck (TED, 2014) explica na sua palestra do TED. De acordo com essa pesquisadora, compreender que *ainda não* foi possível realizar algo, ou conseguir um resultado, ou terminar uma tarefa, pode indicar uma propensão a um *mindset* de crescimento, que, de acordo com ela, seria muito produtivo para a aprendizagem e crescimento pessoal, o que provavelmente contribuiria para o “sucesso” futuro, numa concepção de sucesso como bons resultados e bom desenvolvimento. Baseando-nos nessas evidências, podemos concluir que, do quadro demonstrado, as duas atribuições mais positivas e funcionais seriam “*me considero bem-sucedido*” e o “*ainda não me considero bem-sucedido*”. Veremos, posteriormente, na apresentação dos nossos resultados, que essa ideia se confirma por meio de outros resultados, por nós coletados.

Apesar de a porcentagem daqueles que se compreendem bem-sucedidos aumentar, de acordo com o aumento do ganho salarial, ainda assim, quase metade das pessoas (48,89%) que recebem até dois salários mínimos, consideravam-se bem-sucedidos, o que demonstra que a ideia de sucesso não, necessariamente, está relacionada à dinheiro, pois se fosse esse o caso, não teríamos um número tão elevado de pessoas que concordam com essa afirmativa. Além disso, tivemos 20% de pessoas, dessa faixa salarial, que não se consideraram bem-sucedidos ainda, o que significa que eles ainda têm esperança em atingir esse objetivo.

Tabela 6.3: sucesso X salário

	Bem Sucedido					SEM RESPOSTA
	TOTAL	SIM	NÃO	EM PARTE	AINDA NÃO	
Até 2 salários mínimos	45	22 48,89%	7 15,56%	6 13,33%	9 20,00%	1 2,22%
De 2 a 4 salários mínimos	46	29 63,04%	4 8,70%	5 10,87%	7 15,22%	1 2,17%
De 4 a 6 salários mínimos	22	15 68,18%	3 13,64%	3 13,64%	1 4,55%	0 0,00%
De 6 a 8 salários mínimos	20	13 65,00%	4 20,00%	2 10,00%	0 0,00%	1 5,00%
De 8 a 15 salários mínimos	51	41 80,39%	2 3,92%	6 11,76%	2 3,92%	0 0,00%
Mais de 15 salários mínimos	38	23 60,53%	3 7,89%	9 23,68%	3 7,89%	0 0,00%
Não se aplica	41	20 48,78%	11 26,83%	3 7,32%	6 14,63%	1 2,44%
Não sei	3	1 33,33%	0 0,00%	0 0,00%	2 66,67%	0 0,00%
Não desejo responder	25	17 68,00%	2 8,00%	4 16,00%	2 8,00%	0 0,00%

Outro ponto importante refere-se às pessoas com os salários mais altos. A porcentagem daquelas pessoas que se consideraram mais bem-sucedidas e que recebem entre 8 e 15 salários foi de 80,39%, contra 60,53% das que recebem mais de 15 salários. Esse grupo mais bem remunerado, entretanto, só se autoconsiderou mais bem-sucedido que o grupo que recebe até 2 salários. Esse resultado se mostra bem interessante, pois o grupo que possui o melhor nível salarial da pesquisa, não apresentou um nível mais alto de pessoas satisfeitas com seu sucesso pessoal, como era de se esperar, muito pelo contrário, apresentou o segundo pior resultado de auto-atribuição. Existem, alguma hipóteses que podemos levantar para explicar tal comportamento: 1) a noção de sucesso dessas pessoas pode estar mais vinculada com uma noção de sucesso mais rígida e de expectativas extremamente elevadas, é possível que tenhamos muitos perfeccionistas neste grupo, por isso temos uma porcentagem menor de pessoas que se consideram bem-sucedidas neste grupo; 2) quanto maior o nível salarial, maior a cobrança; 3) o tempo gasto para se conseguir um maior poder aquisitivo pode estar prejudicando outras áreas da vida, fazendo-os experimentar algum tipo de sofrimento.

Esse resultado, portanto, mostra que não é somente a remuneração que contribui para alguém se autodenominar bem-sucedido, pois temos pessoas com baixos salários e bom

autoconceito de sucesso e temos pessoas com alto ganho salarial e baixo autoconceito de sucesso. Considerando que, na nossa pesquisa, emoções positivas e relacionamentos apareceram como relevantes para ser bem-sucedido, podemos nos basear na pesquisa Seligman e Ed Diener (Ed Diener, 2004 apud Seligman, 2011: 242), que questiona a concepção de que países com maior PIB (produto interno bruto) são necessariamente países com maior capacidade de propiciar bem-estar. Para esses autores, a riqueza não é determinante para a qualidade de vida, apesar de várias pesquisas demonstrarem uma certa relação entre riqueza e felicidade. Isso significa que a riqueza ajuda a aumentar a satisfação com a vida, mas a rápida ascensão pode provocar uma queda da satisfação, uma vez que, em alguns momentos, existem coisas mais satisfatórias a fazer do que somente produzir dinheiro. Caso isso se relacione com a ideia de sucesso, podemos explicar esse nosso resultado com a terceira hipótese, por nós levantada. De acordo com o gráfico demonstrado pelo trabalho de Seligman e Ed Diener, é possível observar que o Brasil em 2003, na época de sua pesquisa, apresentava um nível de satisfação com a vida um pouco maior que Taiwan, Japão e Emirados, que são países com um PIB per capita duas, três e quatro vezes maior que o PIB brasileiro. Ou seja, não é somente o dinheiro que conta para a felicidade. A satisfação com a vida pode subir com o aumento do ganho financeiro, mas o humor de uma nação não, o humor tem relação com a resiliência. Podemos dizer, portanto que o equilíbrio do tempo, atividades que promovam a saúde e escolhas que promovam a qualidade de vida são tão relevantes quanto o ganho financeiro que, por si só, não sustenta a felicidade, como acabamos de comprovar. Outro fator a ser considerado diz respeito ao aumento excessivo do uso de antidepressivos, nos países ricos, como os próprios pesquisadores mencionados chamam a atenção.

A nossa pesquisa, então, põe em evidência o facto de que, para se perceber bem-sucedido, não é obrigatório ser rico ou ter boas condições financeiras. A associação entre dinheiro e sucesso não se comprova, por si só. É claro que o dinheiro contribui com essa auto atribuição, mas não é determinante. Além do mais, mesmo que o sucesso esteja vinculado com a felicidade, ainda assim, não se pode acreditar que somente a riqueza é capaz de promove-la, apesar de reconhecermos que o aspecto financeiro possibilita maior satisfação com a vida.

6.8. As crenças e comportamentos associados ao sucesso nas diferentes gerações

Todo constructo existente na sociedade é construído a partir de crenças e comportamentos associados e o sucesso não poderia ser diferente. De acordo com Moscovici (2017) uma representação social constitui um esquema de valores, ideias e práticas que têm por função ordenar e controlar o mundo social, de modo que o indivíduo e sociedade possam interagir e se interinfluenciar, criando formas de classificação do mundo e do momento histórico em que se encontram. Isso significa que as representações sociais são crenças e comportamentos partilhados, com os quais nos identificamos e compartilhamos. Para esse autor, as representações sociais são criadas pelos mecanismos de ancoragem e objetivação. A ancoragem adequa um determinado objeto ou ideia de forma a se enquadrar numa nova categoria classificatória, o que seria uma forma de tornar o desconhecido familiar. A objetivação visa a fixação de um novo paradigma, a fim de torná-lo, não somente familiar, mas também “*a verdadeira essência da realidade*” (Moscovici, 2003:71).

A associação do sucesso com a felicidade, quase como se fossem sinónimos, encontrada na pesquisa, induz-nos a pensar que essa foi uma forma de ancoragem, para se manter uma atribuição positiva do termo, de modo que o sucesso possa continuar a ser algo a ser almejado e perseguido. Além disso, essa associação parece indicar um desejo, muito presente na sociedade atual, de apresentar o sucesso como algo que está ao alcance de todos, minimizando a possibilidade do fracasso. Entretanto, a felicidade apesar de ser um constructo que, aparentemente, seria mais fácil de ser alcançado, não o é, na realidade, pois como foi visto anteriormente, a partir do momento em que a felicidade passa a ser uma obrigatoriedade, essa obrigatoriedade acaba por frustrar a grande maioria que não tem um humor muito elevado.

Vários artigos sobre o sucesso nos últimos 20 anos vêm desmistificando o termo sucesso, ao pôr em evidência exemplos de pessoas, aparentemente bem-sucedidas, mas infelizes, psiquicamente e fisicamente doentes ou, até mesmo, se sentido pessoalmente fracassadas. Nuno Cobra Júnior, filho do educador físico Nuno Cobra, dá como exemplo vários desses aparentes “*bem-sucedidos*”, que buscam a ajuda de seu pai, a fim de obter o bem-estar físico e emocional. No seu livro, *O Músculo da Alma* (2017), Nuno dá vários exemplos desses *bem-sucedidos* que o procuram, por estarem vivenciando os efeitos do estresse, como falta de sono, depressão e outros problemas de saúde como pressão alta e obesidade.

Apesar de existir ambiguidade na apresentação do sucesso como um fim a ser perseguido e, ao mesmo tempo, como um fim que pode trazer sofrimento, a nossa pesquisa indicou a possibilidade de flexibilização. Uma vez que o sucesso, como sinónimo de fama, poder e dinheiro, restringe muito a probabilidade de se alcançar o sucesso, para a maior parte da população a flexibilização torna-se essencial, para que a grande maioria não se veja fracassada e, conseqüentemente, infeliz e condenada ao sofrimento.

A existência dessa flexibilização ficou muito clara na nossa pesquisa, pois a grande maioria dos respondentes considerou-se bem-sucedida nas duas perguntas. Na pergunta aberta (tabela 6.4) apenas 36 pessoas não se consideraram bem-sucedidas, no conjunto dos 291 participantes, 38 se consideraram em parte, 32 ainda não bem-sucedidas e 181 bem-sucedidas. Se somarmos as porcentagens do *sim* do *em parte* teremos um total de 75,26% que coincide com os resultados encontrados na pergunta que avalia a intensidade.

Tabela 6.4: Autoconceito sobre ser bem-sucedido

VOCÊ SE CONSIDERA BEM SUCEDIDO?	Respostas	Total
		291
SIM	62,20% 181	100,00% 291
AINDA NÃO	11,00% 32	100,00% 291
EM PARTE	13,06% 38	100,00% 291
NÃO	12,37% 36	100,00% 291
NÃO DESEJO RESPONDER	1,37% 4	100,00% 291

Na pergunta que questiona a intensidade do sucesso individual (tabela 6.5) encontramos os seguintes resultados: 13 respondentes disseram que ser bem-sucedido não se aplicava a eles; 62 que o termo bem-sucedido se aplicava pouco ; 135 marcaram a opção “*se aplica*”; 59 “*se aplica muito*”; e, por fim, 22 “*se aplica totalmente*”. Portanto, pudemos encontrar um total de 216 pessoas que, de certa forma, se consideram bem-sucedidos, o que corresponde a 74,22 % dos respondentes da pesquisa

Tabela 6.5: Intensidade da auto-avaliação de bem-sucedido

		Total
SOU UMA PESSOA BEM SUCEDIDA	Respostas →	291
NÃO SE APLICA	4,47% 13	100,00% 291
SE APLICA POUCO	21,31% 62	100,00% 291
SE APLICA	46,39% 135	100,00% 291
SE APLICA MUITO	20,27% 59	100,00% 291
SE APLICA TOTALMENTE	7,56% 22	100,00% 291

Relativo ao quadro etário relacionado à auto-atribuição de bem-sucedido, apresentado anteriormente, na Figura 6.7, podemos constatar que as três últimas faixas etárias são as que mais se consideram bem-sucedidas. Isso pode demonstrar que essa ideia é construída baseada na percepção relativa às experiências de vida ou talvez indique que a flexibilização do termo, no seu sentido mais abrangente, aumenta com o passar dos anos e com a experiência vivida.

6.8.1. Crenças de autoconceito

O autoconceito refere-se às crenças auto atribuídas à personalidade e ao modo de se comportar. Ele reflete o autovalor e as expectativas que se tem sobre si, assim como as expectativas que se acredita que os outros tenham com relação a si (Serra, 2013).

De acordo com Serra, este constructo não é sinónimo de autoestima, uma vez que este outro termo se refere ao que a pessoa sente por si e não o que ela pensa de si. Para ela a autoestima será um efeito natural de um autoconceito positivo.

O autoconceito é construído, portanto, por meio das vivências no mundo e de acordo com as percepções que a pessoa faz sobre si. De acordo com Serra (2013) essa construção se dá em quatro dimensões: “*capacidade/competência, adequação/ imagem social, estima/amabilidade e segurança/ autoconfiança.*” Isso significa que o autoconceito diz respeito às percepções individuais sobre a capacidade que se acredita ter, nas mais diversas áreas, sobre a adequação de sua imagem na sociedade, sobre a estima e amabilidade que se

considera possuir embasado em características autodeeterminadas como essenciais, para se sentir amado e merecedor desse amor e, por fim, num nível mais superficial, “*secundário*”, ela refere-se à segurança construída a partir dos itens anteriormente citados.

Se, por um lado, um bom autoconceito seria promotor de saúde psíquica e pode contribuir para a experiência de sucesso, por outro, cabe observar se as expectativas pessoais, sobre si, são realistas, pois se não o forem, por serem demasiadamente negativas ou positivas demais, o resultado ficará comprometido, como afirma Serra (2013). Isso significa que o ideal seria ter expectativas menos exageradas ou, se as tiver, que sejam reforçadas por evidências mais concretas, construídas com esforço e dedicação.

Tabela 6.6: Autoconceito: Capacidade

Faixa Etária	Me considero capaz					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	4,76%	19,05%	33,33%	14,29%	28,57%
	21	1	4	7	3	6
26 a 35 anos	100%	1,67%	3,33%	28,33%	40,00%	26,67%
	60	1	2	17	24	16
36 a 45 anos	100%	0,00%	6,02%	26,51%	49,40%	18,07%
	83	0	5	22	41	15
46 a 55 anos	100%	0,00%	2,82%	30,99%	43,66%	22,54%
	71	0	2	22	31	16
56 a 65 anos	100%	0,00%	0,00%	39,29%	35,71%	25,00%
	28	0	0	11	10	7
Acima de 65 anos	100%	3,57%	10,71%	32,14%	21,43%	32,14%
	28	1	3	9	6	9

A intensidade da percepção das crenças de *capacidade*, obtidas através do cruzamento das respostas dadas às afirmações *me considero capaz* e *acredito em mim e no meu potencial*, com a faixa etária, pode ser observada nos quadros 6.6 e 6.7. De acordo com as respostas coletadas, descobrimos que os jovens se encontram em maior desvantagem, comparados aos outros grupos etários, o que de certa forma é preocupante, por dois aspectos. O primeiro é que seria natural que os jovens tivessem boas expectativas sobre si, mas, quando essas expectativas são exacerbadas (*se aplica totalmente*), sem que eles tenham tido uma experiência relevante que possam confirmá-las, elas correm o risco de gerar grandes frustrações futuras, conforme explicado anteriormente. O segundo refere-se ao facto de que um número elevado de jovens não têm ideia da *capacidade*, como algo que possa ser construído, uma vez que *não acreditam em si e no potencial*, o que pode gerar problemas relacionados a uma *mindset* fixo, como já foi exposto.

No caso dos idosos, por outro lado, é de se esperar que alguns não se considerem tão capazes como os das duas faixas etárias anteriores, por motivo de envelhecimento e perda real de algumas funções capacitantes. Por outro lado, a auto atribuição da *capacidade* pela medida *se aplica totalmente*, nesse caso, pode ser lida de uma forma diferente, pelo momento de vida ser diferente. Nesse etapa, a crença na *capacidade* não é feita levando em conta uma expectativa futura exacerbada, mas a partir de uma avaliação construída por evidências, coletadas ao longo da vida e de experiências adquiridas. O que torna ainda mais preocupante a avaliação dos jovens.

Tabela 6.7: Auto-percepção: autoconfiança

Faixa Etária	Acredito em mim e no meu potencial						
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente	Não desejo responder
18 a 25 anos	100% 21	4,76% 1	23,81% 5	33,33% 7	9,52% 2	28,57% 6	0,00% 0
26 a 35 anos	100% 60	0,00% 0	6,67% 4	33,33% 20	31,67% 19	26,67% 16	1,67% 1
36 a 45 anos	100% 83	0,00% 0	7,23% 6	33,73% 28	34,94% 29	24,10% 20	0,00% 0
46 a 55 anos	100% 71	0,00% 0	7,04% 5	30,99% 22	39,44% 28	22,54% 16	0,00% 0
56 a 65 anos	100% 28	0,00% 0	7,14% 2	32,14% 9	39,29% 11	21,43% 6	0,00% 0
Acima de 65 anos	100% 28	3,57% 1	14,29% 4	35,71% 10	14,29% 4	32,14% 9	0,00% 0

Quando a pergunta se refere à ideia de se perceber estimado, ou amado, por meio da afirmativa de que *existem pessoas que se importam comigo*, podemos observar que os mais jovens consideram-se mais acolhidos do que os mais velhos, o que pode estar sinalizando um certo abandono real ou uma percepção de abandono dos idosos. Os mais jovens, por outro lado, sentem-se muito amparados, o que pode demonstrar que os pais têm uma tendência maior a se dedicarem aos filhos, talvez, do que os filhos a cuidar dos pais. Ou, também, pode estar demonstrando uma superproteção dos pais atuais em relação às gerações mais jovens.

Tabela 6.8: Auto-percepção: Valor

Faixa Etária	TOTAL	Em minha vida existem pessoas que se importam comigo				
		Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	0,00%	4,76%	14,29%	19,05%	61,90%
	21	0	1	3	4	13
26 a 35 anos	100%	0,00%	3,33%	23,33%	26,67%	46,67%
	60	0	2	14	16	28
36 a 45 anos	100%	0,00%	0,00%	21,69%	38,55%	39,76%
	83	0	0	18	32	33
46 a 55 anos	100%	1,41%	1,41%	33,80%	21,13%	42,25%
	71	1	1	24	15	30
56 a 65 anos	100%	0,00%	7,14%	32,14%	28,57%	32,14%
	28	0	2	9	8	9
Acima de 65 anos	100%	0,00%	3,57%	46,43%	10,71%	39,29%
	28	0	1	13	3	11

6.8.2. A felicidade e os resultados de auto-avaliação encontrados.

A associação do sucesso e a felicidade merece ser mais explorada, principalmente porque ambos são constructos muito difundidos e, ao mesmo tempo, pouco consensuais, no que se refere ao conceito do termo. Achor (2012), em seu livro *O Jeito Harvard de Ser Feliz*, já na introdução, começa por dizer que a maioria das pessoas aprendeu, durante a vida, que: “*se você se empenhar, terá sucesso e só depois de ter sucesso é que poderá ser feliz*”. Entretanto, esse mesmo autor explica que atingir metas não é passaporte para a felicidade, pois quando se atinge uma meta, logo em seguida já se está planejando uma próxima e, assim, continuamente. Dessa forma, esse livro propõe o inverso, “*que a felicidade e o otimismo na verdade promovem o desempenho e a realização*”.

Na nossa pesquisa observamos que a grande maioria dos respondentes se considera feliz de forma geral. Se fôssemos criar uma ordem geral (decrecente) de felicidade, somando os percentuais, por idade, daqueles que optaram pelas respostas *se aplica, se aplica muito e se aplica totalmente*, para a afirmativa “*de modo geral eu me considero feliz*”, teríamos o seguinte resultado: 56 a 65 anos, 26 a 35 anos, 46 a 55 anos, acima de 65 anos, 36 a 45 anos e por fim 18 a 25 anos. É compreensível que a faixa intermediária de 36 a 45 se sinta menos feliz que as outras, uma vez que possuem menos tempo livre por terem maiores responsabilidades e cobranças internas e sociais e por estarem num momento de destaque nas carreiras e, ao mesmo tempo, constituindo e criando família. Mas um dado curioso deu-se com os jovens de 18 a 25 anos que, no geral da pesquisa, se consideraram menos felizes (em termos percentuais), que o restante dos respondentes, considerando que 14,28% desses jovens marcaram a opção “se aplica pouco” para a afirmação *de modo geral*

eu me considero feliz, apesar de essa faixa etária se ter destacado na opção “se aplica totalmente”. Seria esperado que os jovens se auto avaliassem mais felizes, como efetivamente ocorreu, com a faixa etária de 26 a 35 anos. Mas a realidade apresentada pela faixa de 18 a 25 apresenta um resultado adverso, apesar de não ser uma alta percentagem, o que se torna preocupante e coincide com as observações que fizemos sobre nossa prática clínica, no início deste trabalho.

Tabela 6.9: Auto percepção: felicidade

Faixa Etária	De modo geral eu me considero feliz					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100% 21	0,00% 0	14,29% 3	38,10% 8	19,05% 4	28,57% 6
26 a 35 anos	100% 60	1,67% 1	1,67% 1	41,67% 25	36,67% 22	18,33% 11
36 a 45 anos	100% 83	0,00% 0	10,84% 9	38,55% 32	33,73% 28	16,87% 14
46 a 55 anos	100% 71	0,00% 0	4,23% 3	54,93% 39	25,35% 18	15,49% 11
56 a 65 anos	100% 28	0,00% 0	0,00% 0	53,57% 15	25,00% 7	21,43% 6
Acima de 65 anos	100% 28	3,57% 1	7,14% 2	57,14% 16	10,71% 3	21,43% 6

Em relação ao otimismo podemos observar que 7,14% dos idosos considerou a opção *não se aplica*, para a afirmativa: *sou otimista com relação ao meu futuro*. Essa resposta não se contrapõe à ideia de felicidade, ao se constatar que existe uma maior opção de *felicidade* que de *otimismo* nessa faixa etária. A visão de futuro, nesse grupo, explica-se pelo facto de que, devido ao avanço da idade, os participantes desse grupo estão mais próximos da morte, pelo menos probabilisticamente. Por outro lado, se somarmos, novamente, a porcentagem do *não se aplica e se aplica pouco*, dos jovens de 18 a 25 anos, teremos esse grupo em desvantagem, mais uma vez, em relação às outras faixas etárias, apesar de eles também se terem destacado, na última opção, como os mais otimistas de todos. É bom que o jovem seja mais otimista e também mais natural, mas é importante que esse otimismo venha embasado, como afirmou Serra (2013). Talvez essa aparente dissonância possa não ser tão incoerente, como aparenta ser, pois o “*se aplica totalmente*” pode ser uma expressão de um falso positivo, pois pode estar demonstrando os “otimistas irrealistas” que, mais tarde, provavelmente, se frustrarão, pelas elevadas expectativas sem evidências, ação ou planeamento. Achor (2012) afirma que o segredo para a felicidade e para o consequente sucesso, independentemente de qual seja o conceito do termo, não consiste em evitar as

percepções negativas, mas em investir num otimismo que ele chama de “razoável, realista e saudável”. Isso significa que, para ser feliz, não basta ser otimista, se esse otimismo não for baseado num certo senso da realidade. Esse mesmo autor confirma as vantagens de ser otimista para alcançar metas e objetivos, para se recuperar de doenças, superar adversidades, lidar com situações de estresse e até viver mais. Mas esse otimismo precisa ter uma dose de empenho, esforço e dedicação.

Tabela 6.10: Auto percepção: Otimismo futuro

Faixa Etária	Sou otimista em relação ao meu futuro						
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente	Não desejo responder
18 a 25 anos	100% 21	0,00% 0	23,81% 5	38,10% 8	9,52% 2	28,57% 6	0,00% 0
26 a 35 anos	100% 60	0,00% 0	8,33% 5	30,00% 18	35,00% 21	26,67% 16	0,00% 0
36 a 45 anos	100% 83	1,20% 1	13,25% 11	31,33% 26	36,14% 30	18,07% 15	0,00% 0
46 a 55 anos	100% 71	1,41% 1	18,31% 13	36,62% 26	28,17% 20	15,49% 11	0,00% 0
56 a 65 anos	100% 28	3,57% 1	10,71% 3	35,71% 10	35,71% 10	10,71% 3	3,57% 1
Acima de 65 anos	100% 28	7,14% 2	14,29% 4	42,86% 12	25,00% 7	10,71% 3	0,00% 0

Os pessimistas, de acordo com Seligman (2012), têm uma tendência à catastrofização e a superestimar problemas de modo que acabam, muitas vezes, desistindo ou nem tentando persistir em alguma meta. Eles têm uma tendência à personalização dos eventos negativos e a acreditar que “*as vicissitudes são irremovíveis*” (Seligman, 2012: 27). Dessa forma, as pessoas com esse tipo de característica de pensamento, acabam geralmente empenhando-se menos em tarefas e metas e mantendo-se menos motivados e envolvidos em trabalhos, do que seus amigos otimistas (Achor, 2012; Seligman 2012). Por esse motivo, torna-se preocupante os resultados dos mais jovens, pois, de acordo com o quadro abaixo, podemos ver que, quanto mais velhas são as pessoas, menos pessimistas elas são. Os idosos, acima de 65 anos, juntamente com os adultos, de 56 a 65 anos, são os que apresentam a menor porcentagem de pessimismo, de acordo com suas próprias auto avaliações. Esse resultado não invalida a resposta dos idosos, em relação ao otimismo, pois o facto de que alguns não se veem tão otimistas, em relação ao futuro, não os torna pessimistas, necessariamente, apenas demonstra que reconhecem as limitações da idade e, por isso, não são tão otimistas em relação ao futuro. Mas, no caso dos jovens estarem ou se compreenderem mais

pessimistas, do que os mais velhos, torna-se um problema mais grave, pois isso, não diz respeito somente ao grupo de 18 a 25 anos, mas também ao grupo de 25 a 35 anos.

Tabela 6.11: Auto percepção: pessimismo

Faixa Etária	Sou pessimista						
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente	Não desejo responder
18 a 25 anos	100%	42,86%	38,10%	14,29%	4,76%	0,00%	0,00%
	21	9	8	3	1	0	0
26 a 35 anos	100%	41,67%	38,33%	15,00%	5,00%	0,00%	0,00%
	60	25	23	9	3	0	0
36 a 45 anos	100%	48,19%	32,53%	14,46%	2,41%	2,41%	0,00%
	83	40	27	12	2	2	0
46 a 55 anos	100%	49,30%	30,99%	11,27%	5,63%	1,41%	1,41%
	71	35	22	8	4	1	1
56 a 65 anos	100%	60,71%	25,00%	10,71%	0,00%	0,00%	3,57%
	28	17	7	3	0	0	1
Acima de 65 anos	100%	60,71%	28,57%	10,71%	0,00%	0,00%	0,00%
	28	17	8	3	0	0	0

6.8.3. As preocupações

As afirmativas empregadas na formulação da avaliação das preocupações foram baseadas no questionário MCQ (Cartwright and Wells, 1997 in Wells 2001). Utilizou-se as respostas dadas, a fim de se observar a relação entre preocupações e o ser bem-sucedido, uma vez que as pesquisas indicaram uma relação forte das preocupações com o medo e a ansiedade e, também, uma relação delas com a depressão (Wells, 2001). Como a motivação para essa pesquisa tem relação com a percepção do sofrimento, observado nas novas gerações, e levando em conta o facto de que as preocupações são fonte de sofrimento, torna-se relevante observar a associação, feita por Wells, das preocupações com o ser bem-sucedido.

“A preocupação é uma cadeia de pensamentos catastróficos que são predominantemente verbais. Consiste na contemplação de situações potencialmente perigosas e de estratégias de enfrentamento pessoal. É intrusivo e controlável, embora muitas vezes seja experimentado como incontrolável. A preocupação é associada à motivação para evitar ou evitar o perigo potencial. A preocupação pode ser vista como estratégia de enfrentamento, mas pode se tornar o foco da preocupação de um indivíduo, por si mesma”

(Wells, 1999 apud Wells 2001:157⁸)

⁸ Tradução da autora. No original: *“Worry is a chain of catastrophising thoughts that are predominantly verbal. It consists of the contemplation of potentially dangerous situations and of personal coping strategies. It is intrusive and controllable, although it is often experienced as uncontrollable. Worrying is associated with motivation to prevent or avoid potential danger. Worrying may itself be viewed as coping strategy but can become the focus of an individual’s concern”*. (Wells, 1999 apud Wells 2001:157)

No questionário proposto por Wells, ele avalia 5 sub escalas de medida das metacognições: 1. Crenças positivas, 2. Crenças negativas da preocupação, 3. Baixa confiança cognitiva, 4. Crenças negativas sobre pensamentos, 5. Autoconsciência cognitiva.

Neste trabalho, todavia, utilizamos apenas algumas crenças positivas e negativas de preocupação e de pensamento, mais comumente encontradas .

Detectamos na pesquisa um número elevado de pessoas que se autoconsideram preocupadas e, mais uma vez, encontramos um número maior de preocupados nas gerações mais jovens.

Tabela 6.12: Auto-percepção: Preocupação

Faixa Etária	Me considero uma pessoa preocupada					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	0,00%	23,81%	38,10%	19,05%	19,05%
	21	0	5	8	4	4
26 a 35 anos	100%	3,33%	18,33%	26,67%	30,00%	21,67%
	60	2	11	16	18	13
36 a 45 anos	100%	4,82%	18,07%	30,12%	26,51%	20,48%
	83	4	15	25	22	17
46 a 55 anos	100%	1,41%	26,76%	42,25%	14,08%	15,49%
	71	1	19	30	10	11
56 a 65 anos	100%	3,57%	32,14%	25,00%	21,43%	17,86%
	28	1	9	7	6	5
Acima de 65 anos	100%	14,29%	14,29%	39,29%	25,00%	7,14%
	28	4	4	11	7	2

O grupo que apresentou uma incidência maior de *não preocupação*, de acordo com a soma das opções *não se aplica e se aplica pouco*, foi a faixa etária de 56 a 65 anos. Talvez esse dado nos ajude a compreender a razão do porque desse grupo ser o que mais se autodenominou bem-sucedido em termos percentuais. A faixa etária acima dos 65 anos foi o segundo menos preocupado, seguido do grupo de 46 a 55 anos. As faixas etárias de 18 a 25, 26 a 35 e 36 a 45 anos ficaram praticamente empatadas, no que se refere à auto avaliação sobre as preocupações, fazendo grande diferença na soma do “*se aplica muito e se aplica totalmente*”. É possível observar que, em geral, os três grupos mais velhos se consideraram menos preocupados que os três grupos mais novos. O grupo dos 26 a 35 anos foi o segundo mais preocupado, em número de pessoas, e foi o primeiro, no que se refere a ter mais preocupados, quanto à intensidade, portanto não resta dúvida de que esse é o grupo mais preocupado. Portanto, o grupo que se apresentou mais preocupado foi o de 26 a 35 anos, enquanto os menos preocupados aparentou ser o grupo acima de 65 anos.

Na concepção de Fisher e Wells (2010), as metacognições de preocupação e de ruminação contribuem para transtornos psicológicos, uma vez que elas apresentam um traço de atenção fixa no modo de pensar. Esses autores acreditam que essa espiral negativa, gerada pelo pensamento metacognitivo, prolonga a emoção negativa que contribui para o desencadeamento do transtorno. Portanto, o elevado número de jovens preocupados encontrado assusta e indica perspectivas não muito esperançosas.

Os quadros a seguir visam apenas observar o quanto cada grupo etário avaliou positivamente a preocupação, por pensar que ela poderia servir de ajuda para se alcançar o sucesso ou avaliou negativamente a preocupação, como algo que atrapalha a resolução dos problemas. De qualquer forma, vale lembrar que para Wells (2010) qualquer preocupação que se tenha é prejudicial.

Quanto à ideia da preocupação, como algo positivo, presente na afirmativa: *acho que a preocupação me ajuda a ser bem-sucedido*, podemos observar uma maior porcentagem dessa crença entre os jovens de 18 a 25 anos (52,38%), assim como entre os adultos de 46 a 55 anos (49,3%) e de 56 a 65 anos (50,00%). A porcentagem diminui nos adultos de 36 a 45 anos (44,58%), nos de 26 a 35 anos (40,00%) e, por fim, nos idosos acima de 65, que foram os que apresentaram uma menor incidência desse tipo de preocupação, com apenas 32,14%.

Tabela 6.13: Auto-percepção: preocupação ajuda (Positiva)

Faixa Etária	Acho que a preocupação me ajuda a ser bem sucedido						
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente	Não desejo responder
18 a 25 anos	100% 21	14,29% 3	33,33% 7	38,10% 8	9,52% 2	4,76% 1	0,00% 0
26 a 35 anos	100% 60	30,00% 18	30,00% 18	16,67% 10	21,67% 13	1,67% 1	0,00% 0
36 a 45 anos	100% 83	20,48% 17	34,94% 29	32,53% 27	2,41% 2	9,64% 8	0,00% 0
46 a 55 anos	100% 71	23,94% 17	26,76% 19	36,62% 26	12,68% 9	0,00% 0	0,00% 0
56 a 65 anos	100% 28	21,43% 6	28,57% 8	42,86% 12	7,14% 2	0,00% 0	0,00% 0
Acima de 65 anos	100% 28	39,29% 11	25,00% 7	25,00% 7	7,14% 2	0,00% 0	3,57% 1

Se formos somar os que marcaram *se aplica, se aplica muito e se aplica totalmente*, para a ideia (negativa) de que a preocupação atrapalha a resolução de problemas, presente na afirmativa: *a preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução de problemas*, veremos que quanto mais jovem for a pessoa maior é a crença sobre o perigo das preocupações. A soma dos itens, no quadro posto a seguir, demonstra a preponderância,

entre os mais jovens, da crença nos malefícios das preocupações. Os resultados se deram da seguinte forma: de 18 a 25 anos (57,15%), de 26 a 35 anos (48,34%), de 36 a 45 anos (45,78%), de 46 a 55 anos (29,58%), de 56 a 65 anos (25%), de mais de 65 anos (25%).

Tabela 6.14: Auto-percepção: Preocupação atrapalha (Negativa)

Faixa Etária	A preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução dos problemas					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	28,57%	14,29%	19,05%	23,81%	14,29%
	21	6	3	4	5	3
26 a 35 anos	100%	21,67%	30,00%	21,67%	11,67%	15,00%
	60	13	18	13	7	9
36 a 45 anos	100%	24,10%	30,12%	27,71%	15,66%	2,41%
	83	20	25	23	13	2
46 a 55 anos	100%	25,35%	45,07%	19,72%	1,41%	8,45%
	71	18	32	14	1	6
56 a 65 anos	100%	32,14%	42,86%	14,29%	7,14%	3,57%
	28	9	12	4	2	1
Acima de 65 anos	100%	32,14%	42,86%	25,00%	0,00%	0,00%
	28	9	12	7	0	0

Ao analisarmos esses resultados de forma comparativa, com o cruzamento dos três tipos de respostas sobre as preocupações, pudemos concluir que os grupos mais velhos estariam menos propensos a preocupações (tanto de ideia positivas, quanto negativas) e, conseqüentemente, menos expostos a transtornos de ordem psicológica do que os mais jovens, uma vez que esses grupos foram os que se consideraram menos preocupados em geral. Além disso, foram esses grupos mais velhos que, também, avaliaram, com menos frequência as preocupações como prejudiciais, ou seja, o grupo mais velho tem uma menor tendência a valorizar benefícios e malefícios das preocupações, não reforçando assim essa estratégia metacognitiva, o que indica ser muito mais saudável. Quanto ao tipo de preocupação, quando ela existe, o grupo acima de 65 anos, além de ter sido um dos que menos se avaliou preocupado, avaliou melhor a preocupação “positiva”, em comparação com a negativa. Isso significa que os participantes desse grupo que se consideraram preocupados possuíam mais crenças de preocupação “positiva” do que de preocupação “negativa”. Os outros dois grupos de 46 a 55 anos e de 56 a 65 anos, também, avaliaram melhor a preocupação “positiva”, em relação à “negativa”, além de se terem avaliado menos preocupados. Isso significa que apesar das preocupações não serem produtivas, ainda assim, seria menos danoso percebê-la como algo colaborativo do que como algo negativo. Nos três grupos mais jovens, contudo, o que se verificou foi exatamente o inverso, o que sugere uma maior possibilidade dos participantes desses grupos apresentarem uma maior vulnerabilidade para a depressão e ansiedade. Além dos três grupos mais jovens se

apresentarem mais preocupados, eles ainda apresentam uma maior preocupação negativa do que “positiva”.

6.8.4. O perfeccionismo

O perfeccionismo é uma forma de funcionamento, ou melhor, um conjunto de crenças e atitudes, que busca a perfeição, como forma de atingir metas e objetivos, por meio de estratégias de auto-cobrança e cobrança externa. Na concepção de Serra (2013:1), “*o perfeccionista é um eterno frustrado*”, pois a perfeição é impossível de ser alcançada, o que reforça a ideia de que a excelência pode ser melhor alcançada e vivenciada, quando as estratégias perfeccionistas são abandonadas.

Como o perfeccionista está constantemente focado no sucesso, achamos, por bem, questionar algumas crenças e comportamentos perfeccionistas, a fim de compreender melhor como o perfeccionismo funciona e se ele ajuda ou atrapalha na auto-percepção como ser *bem-sucedido*. A associação entre o sucesso e o perfeccionismo teve como intuito detectar quais os comportamentos ou crenças que ajudariam mais na consecução de metas e objetivos. Seria a dimensão perfeccionista a responsável por bons resultados? Ou seria a associação de vários elementos utilizados tanto por pessoas perfeccionistas quanto pelas não perfeccionistas, tais como um bom autoconceito, capacidade de organização, bom planejamento e boa distribuição do tempo? As respostas escolhidas para a avaliação do perfeccionismo, foram baseadas na descrição dos perfeccionistas encontradas nos livros de Domar e Kelly (2010) *Você Pode Ser Feliz Sem Ser Perfeita* e de Brown (2013) *A Coragem de Ser Imperfeito*. Sabendo que uma das principais características perfeccionistas é a dificuldade em aceitar os próprios erros, a afirmativa de que *o perfeccionista é um eterno frustrado* colabora muito para observar a tendência dos grupos neste requisito.

A tabela 6.15, posto a seguir, permite-nos observar melhor a questão da flexibilidade cognitiva, já relatada, pois ser flexível significa saber lidar com erros e frustrações. Portanto quanto maior for a soma *do não se aplica e se aplica pouco*, à afirmativa de que *a preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução de problemas*, maior a tendência à flexibilização, e quanto maior for a soma *do se aplica muito e se aplica totalmente*, maior a tendência à rigidez e maior a vulnerabilidade à frustração.

Optamos por mudar um pouco a forma de análise, por termos tido algumas somas muito semelhantes. Portanto, para diferenciar a intensidade, determinamos *o se aplica* como

ponto neutro e somamos os dois mais fortes, a fim de fazer a diferenciação. Podemos observar que, nesse requisito, o grupo acima de 65 anos se destacou, de longe, como o mais flexível, entre os grupos, apresentando a maior soma dos dois primeiros itens e a menor dos últimos dois itens. O grupo de 56 a 65 anos veio em seguida, com o melhor resultado para a flexibilidade, uma vez que ele teve a segunda menor soma do *se aplica muito* e *se aplica totalmente*. Os grupos de 26 a 35 anos e de 46 a 55 anos, praticamente empataram nas duas somas, o que os coloca praticamente juntos, com uma pequena vantagem de flexibilidade para o grupo mais jovem. O grupo de 18 a 25 anos, apesar de ter tido a segunda maior soma no que se refere ao *não se aplica* e *se aplica pouco*, também teve a segunda maior soma do *se aplica muito* e *se aplica totalmente*, o que demonstra uma dualidade como já foi visto anteriormente. O grupo que apresentou maior rigidez foi o de 36 a 45 anos, que teve o maior resultado, na soma do *se aplica muito* e *se aplica totalmente*.

Tabela 6.15: Perfeccionismo: auto-cobrança (aversão a erros)

Faixa Etária	Sou exigente com o meu trabalho e não aceito cometer erros					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	9,52%	28,57%	23,81%	28,57%	9,52%
	21	2	6	5	6	2
26 a 35 anos	100%	5,00%	26,67%	38,33%	23,33%	6,67%
	60	3	16	23	14	4
36 a 45 anos	100%	8,43%	24,10%	27,71%	30,12%	9,64%
	83	7	20	23	25	8
46 a 55 anos	100%	8,45%	23,94%	35,21%	25,35%	7,04%
	71	6	17	25	18	5
56 a 65 anos	100%	3,57%	28,57%	46,43%	10,71%	10,71%
	28	1	8	13	3	3
Acima de 65 anos	100%	14,29%	42,86%	28,57%	14,29%	0,00%
	28	4	12	8	4	0

O medo do fracasso, além de ser uma característica dos perfeccionistas, também, não é muito bem visto pelos estudiosos. Carol Dweck (2017) da Universidade de Standford tem pesquisado muito sobre a aprendizagem e as crenças envolvidas nele. E de acordo com ela, compreender o fracasso como um problema faz com que as pessoas acabem fracassando ainda mais. Portanto, o medo do fracasso acaba por facilitar, ou impulsionar ao fracasso. Por outro lado, pessoas que veem os fracassos como fonte de aprendizagem superam melhor as adversidades e ficam mais próximas do que Carol Dweck compreende por sucesso e bem-estar, uma vez que as crenças auto-atribuídas influenciam muito a forma como as pessoas conduzem a sua vida. Nos seus estudos ela classifica dois tipos de *mindset* que seriam dois tipos de mentalidade sobre si mesmo. Acreditar que sua inteligência é algo inato e que suas

qualidades são imutáveis faz com que se crie uma necessidade contínua de comprovar para si mesmo e para o mundo o seu valor. Nessa forma de pensar é necessário a certeza do êxito, o que gera um pânico pelo fracasso. Esse tipo de mentalidade seria responsável pelo *mindset* fixo. Por outro lado, acreditar que não se sabe tudo e que é possível desenvolver-se através do esforço, que é algo bom e gratificante, produz a aprendizagem e incentiva as pessoas a buscarem mais desafios. Esse tipo de *mindset* de crescimento vê o fracasso como oportunidade de aumentar a própria capacidade. De acordo com essa mesma autora o desejável e saudável seria ajudar as pessoas a desenvolverem esse *mindset* de crescimento uma vez que este se foca mais no caminho e menos no resultado, minimizando o desgaste gerado pelo medo de possíveis fracassos. Este *mindset* permite que as pessoas compreendam o fracasso como parte da vida e algo natural e necessário para a experiência, estimulando-as a se esforçarem e a se arriscarem mais, o que acaba capacitando as pessoas e proporciona a obtenção de melhores resultados. De acordo com Dweck o pior medo das pessoas de *mindset* fixo é “*se esforçar e mesmo assim fracassar*” (Dweck, 2017:51) pois isso acabaria confirmando que elas não seriam tão bem-dotadas de inteligência como entendem que deveriam ser. Esse tipo de mentalidade de acordo com essa autora está comumente associado à depressão, por isso resolvemos avaliar as respostas à afirmação: *Tenho medo de fracassar*.

A relevância das considerações feitas por essa pesquisadora é corroborada por Achor (2012), no seu entender, que enfrentar o fracasso como uma oportunidade gera crescimento, enquanto enfrentá-lo como algo ruim transforma-o em uma profecia autorrealizável, como afirma Serra (2013).

Os números da nossa pesquisa, no que se refere ao medo de fracassar, mais uma vez colocam os idosos numa posição mais favorável ao bem-estar. Podemos observar que os dois grupos mais velhos praticamente não valorizam o medo de fracassar. Se somarmos o *não se aplica* e o *se aplica pouco* encontraremos 71,42% acima de 65 anos, 67,86% de 56 a 65 anos, 59,16% de 46 a 55 anos, 43, 88% de 26 a 35 anos, 39,76% de 36 a 45 anos e 23,81% de 18 a 25 anos. Por outro lado, quando somamos o *se aplica muito* e o *se aplica totalmente*, encontramos 42,86% dos jovens de 18 a 25 anos, 26, 33% dos adultos de 26 a 35 e de 36 a 45 anos, 14,08% dos adultos de 46 a 55 anos e, apenas, 3,57% nos dois grupos mais velhos. Essa enorme diferença põe em evidência a existência de uma maior vulnerabilidade nas gerações mais jovens e uma maior resiliência nas gerações mais velhas. Pode-se compreender que seria, de certa forma, natural os grupos mais jovens temerem mais o

fracasso além disso as poucas experiências de vida podem não ser suficientes para ajudá-los a valorizar a aprendizagem que o fracasso propicia. Além disso o medo só será combatido com ações de enfrentamento, e portanto é natural que os mais velhos tenham tido mais oportunidades de experiências. Entretanto, se o medo propiciar esquiva, fuga e evitação nos mais jovens ele se perpetuará até que possa ser enfrentado e como a esquiva costuma ser uma estratégia que reforça a paralisação, esses números tornam-se alarmantes, pois, 42,86% dos jovens de 18 a 25 anos consideram que têm muito medo de fracassar ou têm um medo total de fracassar, contra apenas 3, 57% dos mais velhos.

Tabela 6.16: Perfeccionismo: medo do fracasso

Faixa Etária	Tenho medo de fracassar					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	4,76%	19,05%	33,33%	14,29%	28,57%
	21	1	4	7	3	6
26 a 35 anos	100%	8,33%	35,00%	30,00%	13,33%	13,33%
	60	5	21	18	8	8
36 a 45 anos	100%	12,05%	27,71%	33,73%	15,66%	10,84%
	83	10	23	28	13	9
46 a 55 anos	100%	21,13%	38,03%	26,76%	8,45%	5,63%
	71	15	27	19	6	4
56 a 65 anos	100%	39,29%	28,57%	28,57%	0,00%	3,57%
	28	11	8	8	0	1
Acima de 65 anos	100%	35,71%	35,71%	25,00%	3,57%	0,00%
	28	10	10	7	1	0

6.8.5. Organização, planejamento e distribuição do tempo

A organização, planejamento e boa distribuição do tempo são necessários para a boa execução de um trabalho ou para atingir e alcançar metas. Segundo Seligman (2011), para que alguém se movimente em direção a um objetivo e atinja a realização, seria necessário velocidade, tranquilidade (lentidão) e ritmo de aprendizagem, além de garra para a execução. No seu entender, quanto mais um processo estiver automatizado, maior a velocidade de execução, maior a demanda de mais conhecimento e de mais tempo a serem gastos com planejamento, revisão e criatividade. Ele reconhece que a autodisciplina é indispensável para um bom desempenho. Goleman (2014), autor conhecido pelo seu livro *Inteligência Emocional*, afirma, baseado em suas pesquisas, que crianças com foco e bom autocontrole têm maiores oportunidades de serem mais saudáveis e de terem sucesso financeiro na vida adulta. Esse autor chama a atenção para o excesso de distrações que as pessoas estão sujeitas

no mundo atual e argumenta sobre a necessidade de melhorar o foco, a fim de aumentar o desempenho nas atividades em que se está inserido.

A tabela 6.17 a seguir demonstra o valor que as pessoas colocam na organização e planejamento para o sucesso, embora não reflita, necessariamente, o que as pessoas fazem, especificamente. A afirmativa: *planeamento e organização me ajuda a ser bem-sucedido* permitiu-nos avaliar o valor desse tipo de comportamento de acordo com as gerações. Somando novamente as porcentagens das duas primeiras colunas, pudemos observar que os jovens de 18 a 25 anos não valorizam a organização e o planejamento como as outras gerações, pois 47,62% deles entendem que o planejamento e a organização *ajudam pouco* para serem bem-sucedidos. No grupo de 36 a 45 anos, 33,73% dos respondentes respondeu *não se aplica ou se aplica pouco*, no grupo de mais de 65 anos, 28,57% responderam o mesmo, seguido pelos grupos de 26 a 35 anos, com 28,33% , de 56 a 65 com 14,28% e, por fim, pelo grupo de 46 a 55, que ficou com 14,09%.

Tabela 6.17: Auto-percepção: Planejamento

Faixa Etária	Planeamento e organização me ajudam a ser bem sucedido					
	TOTAL	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
18 a 25 anos	100%	0,00%	47,62%	23,81%	4,76%	23,81%
	21	0	10	5	1	5
26 a 35 anos	100%	8,33%	20,00%	41,67%	21,67%	8,33%
	60	5	12	25	13	5
36 a 45 anos	100%	6,02%	27,71%	31,33%	19,28%	15,66%
	83	5	23	26	16	13
46 a 55 anos	100%	2,82%	11,27%	42,25%	25,35%	18,31%
	71	2	8	30	18	13
56 a 65 anos	100%	3,57%	10,71%	50,00%	14%	21,43%
	28	1	3	14	4	6
Acima de 65 anos	100%	10,71%	17,86%	50,00%	17,86%	3,57%
	28	3	5	14	5	1

Os grupos mais velhos desvalorizaram menos o planejamento e a organização, em relação aos outros grupos no geral, com exceção do grupo acima de 65 anos. Entretanto, a grande desvalorização desses elementos, pelos mais jovens com relação a todos os outros grupos merece certa atenção

7. AS CRENÇAS E OS COMPORTAMENTOS E SUAS RELAÇÕES COM A ATRIBUIÇÃO DE SUCESSO PESSOAL.

Nesta sessão, optamos por cruzar algumas respostas que abarcam as diferenças de crenças e comportamentos entre aqueles que *se autoconsideram bem-sucedidos, não se*

consideram bem-sucedidos, se consideram bem-sucedidos em parte, e ainda não se consideram bem-sucedidos. Decidimos separar os resultados de cada um dos grupos mencionados e cruzar esses resultados com as afirmativas presentes nas quatro últimas questões do nosso questionário. Entretanto, mudamos a ordem de apresentação das respostas, somente para facilitar a apresentação. Como os resultados das 4 últimas questões possuía uma graduação avaliativa e tínhamos alguns grupos com uma amostragem muito pequena, ficou difícil analisar 4 tipos de resposta de uma mesma pergunta com 5 tipos de resposta de outra, optamos por somar as respostas *não se aplica e se aplica pouco* para contrapor com as respostas *se aplica, se aplica muito e se aplica totalmente* que medem a intensidade das afirmativas, fizemos essa opção, numa tentativa de transformar essas respostas num tipo de sim e não, para facilitar a análise.

Cruzamos, portanto, as quatro diferentes auto-avaliações sobre o ser bem-sucedido, encontradas, com as questões que abordavam crenças sobre si, sobre si no mundo e sobre o futuro, além de crenças e comportamentos de autoconceito, perfeccionismo, preocupações, planeamento e organização. Nesse caso, convém lembrar que a amostra daqueles que se consideraram *bem-sucedidos* é notoriamente maior, que as dos outros grupos.

7.1. As crenças e os comportamentos de auto autoconceito.

A pesquisa demonstrou que a grande maioria dos respondentes apresentou um bom autoconceito expresso na ideia de capacidade, responsabilidade, pontualidade, esforço, dedicação ao trabalho, autoconfiança, valorização da aprendizagem, sentido de vida e autovalor. A grande maioria, mais de 80%, considerou-se assim, em quase todas as afirmativas, isso ocorreu até mesmo aqueles que não se consideraram bem-sucedidos. Entretanto, pudemos observar uma melhor auto-avaliação daqueles que se consideraram *bem-sucedidos, bem-sucedidos em parte, ainda não bem-sucedidos*, em comparação com aqueles que não se consideraram *bem-sucedidos*.

Algumas respostas das afirmativas, entretanto, merecem destaque pela diferença percentual encontrada nas respostas. A primeira “*sou uma pessoa organizada*” mostra que existe uma certa relação entre o se considerar bem-sucedido e se considerar organizado, pois apenas 17,13% desses se compreendeu que essa afirmativa *não se aplica ou se aplica pouco*. No grupo que se considerou *bem sucedido* em parte foram 31,58%, os que *não se consideraram bem-sucedidos* foram 36,11% e por fim os que *ainda não se consideram bem sucedidos* encontramos 40,36% que não concordam, ou concordam pouco com a afirmação

sobre a organização. Nesse caso convém sublinhar que o pior desempenho dessa afirmativa se deu com o grupo do “*ainda não*”, que compreende tanto o grupo otimista, quanto o grupo de *mindset* de crescimento. Essa resposta sugere que essas 40,63% pessoas do grupo do *ainda não* provavelmente se associam mais aos otimistas irrealistas, que com pessoas de *mindset* de crescimento, porque essas últimas valorizam o esforço e a desorganização costuma ser menos comum nesse grupo.

Quanto à segunda afirmativa : *acredito em mim e no meu potencial*, observamos que apenas 6,08%, dos que se consideraram *bem-sucedidos*, considerou que *não se aplicava ou se aplicava pouco* para essa afirmativa, seguido pelos que se auto avaliaram *ainda não bem-sucedidos*, com 9,98%, e pelos *bem-sucedidos em parte*, com 13,16%. Dos que *não se consideraram bem-sucedidos* 22,22% escolheram essas opções, mostrando um resultado três vezes pior que o dos *bem-sucedidos*. As pessoas que se consideraram *bem-sucedidas*, assim como as que pensam que *ainda não são bem-sucedidas*, tem mais autoconfiança, como já era esperado, uma vez que a resposta *ainda não* reflete uma esperança de vir a ser.

A terceira afirmativa “*não me esforço porque sou esperto e tenho capacidade de improviso*” teve uma resposta bastante interessante, pois 19,44% dos *não bem-sucedidos* consideraram que essa afirmativa *se aplica, se aplica muito e se aplica totalmente*, contra 15,79% dos *bem-sucedidos em parte* e 9,38% dos *ainda não bem-sucedidos* e somente 5,56% dos *bem-sucedidos*. Essa resposta apresenta uma relação com a ideia de *mindset* fixo, explicada anteriormente, podemos, portanto, observar que existem mais pessoas de *mindset* fixo entre os *não bem-sucedidos*, do que entre os *bem-sucedidos em parte*. Carol Dweck (2014), em sua palestra no Ted, ressalta que pensar que *ainda não se conseguiu* é uma importante habilidade do *mindset* de crescimento e também, mais saudável. Essa ideia de não precisar de se esforçar, por já ser inteligente o suficiente, ou utilizar o não esforço como desculpa para o não cumprimento de metas, também demonstra uma dose de otimismo irrealista, uma vez que essa crença estimula o não esforço, amparado numa expectativa de bons resultados, como se houvesse uma ideia de merecimento inata. Ela revela um otimismo sem ação, construído em expectativas sem embasamento, sem evidências e sem recursos.

Tabela 7.1: Autoconceito

CRENÇAS PESSOAIS					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Sou uma pessoa organizada	Não se aplica/Se aplica pouco	17,13%	40,63%	31,58%	36,11%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	82,32%	59,38%	68,42%	63,89%
Sou uma pessoa responsável com meus deveres	Não se aplica/Se aplica pouco	2,76%	3,13%	7,89%	11,11%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	96,13%	96,88%	92,11%	88,89%
Sou pontual	Não se aplica/Se aplica pouco	8,29%	12,50%	23,68%	13,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	91,16%	87,50%	76,32%	86,11%
Me considero capaz	Não se aplica/Se aplica pouco	3,31%	6,25%	13,16%	13,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	96,69%	93,75%	86,84%	86,11%
Me considero uma pessoa esforçada	Não se aplica/Se aplica pouco	5,52%	9,38%	5,26%	16,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	94,48%	90,63%	94,74%	80,56%
Me considero uma pessoa dedicada ao trabalho	Não se aplica/Se aplica pouco	3,31%	3,13%	10,53%	13,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	96,69%	96,88%	89,47%	86,11%
Acredito em mim e no meu potencial	Não se aplica/Se aplica pouco	6,08%	9,38%	13,16%	22,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	93,92%	87,50%	86,84%	77,78%
Não me esforço porque sou esperto e tenho capacidade de improviso	Não se aplica/Se aplica pouco	90,61%	90,63%	84,21%	80,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	8,84%	9,38%	15,79%	19,44%
Adoro aprender coisas novas	Não se aplica/Se aplica pouco	6,08%	3,13%	2,63%	5,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	93,37%	96,88%	97,37%	94,44%
De modo geral sinto que o que faço na minha vida é algo valioso e útil	Não se aplica/Se aplica pouco	4,42%	6,25%	18,42%	19,44%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	95,03%	93,75%	81,58%	80,56%

Na última afirmativa “*de modo geral o que faço da minha vida é algo valioso e útil*”, a grande diferença se deu em relação aos que se consideraram *não bem-sucedidos* (19,44%) e aos *não bem-sucedidos em parte* (18,42%), uma vez que a porcentagem de *não se aplica e se aplica pouco*, para essa afirmativa, foi muito maior nesses dois grupos, quando comparado aos outros dois. Os *bem-sucedidos* (4,42%) e *ainda não bem-sucedidos* (6,25%) ficaram com porcentagens semelhantes, apesar de os bem-sucedidos terem se destacado mais positivamente. De certa forma, essa diferença parece demonstrar que um dos motivos que

pode fazer com que eles não se considerarem bem-sucedidos, talvez tenha relação com a insatisfação pessoal com o modo como levam a sua vida, seja por não se identificarem com o que fazem ou por não terem encontrado ou, ainda, por não terem buscado dar sentido e valor às suas ações. Frankl (1989) afirma que a busca de sentido indica saúde mental e refere-se a uma pesquisa que mede o desejo de sentido, feita por James C. Crumbaugh, Irmã Mary Raphael e Raymond R. Shrader, na qual eles

“verificaram os índices mais altos entre os grupos sociais bem motivados que tinham obtido um sucesso notável na vida profissional e nos negócios. Ao contrário, a falta de significado e de objetivo existencial é indício de uma incapacidade emotiva de adaptação ao ambiente, como foi provado empiricamente por Elisabeth S. Lukas.”

(Frankl, 1989:28)

Para Einstein citado por Frankl *“O homem que considera sua vida sem sentido, não é simplesmente um infeliz, mas alguém que dificilmente se adapta à vida”* (Frankl, 1989:28). A nossa pesquisa demonstra, portanto, que independente de qual seja o significado dado pelo respondente ao *bem-sucedido*, aqueles que se consideram *bem-sucedidos* ou *ainda não bem-sucedidos* atribuem mais significado ao que fazem na vida e dão sentido a isso, o que de acordo com as pesquisas citadas é sinónimo de saúde emocional, de capacidade e de flexibilização

7.2. As crenças e comportamentos em relação à felicidade, otimismo, pessimismo, riscos e esforço.

Quando as perguntas focam a ideia de futuro, otimismo e capacidade de assumir riscos e enfrentar desafios as respostas em geral demonstraram que os que se *autoconsideram bem-sucedidos* e os que *ainda não se consideram bem-sucedidos* têm uma vantagem maior sobre os demais grupos em relação a otimismo, felicidade e capacidade de enfrentar as adversidades, como era de se esperar. Como muitos dos respondentes da pesquisa fizeram alguma menção à felicidade com o significado de bem-sucedido cruzar a afirmação *“de modo geral eu me considero feliz”* com a auto-atribuição de sucesso torna-se muito relevante. Entretanto, podemos observar que a grande maioria dos respondentes se considerou feliz. A porcentagem de pessoas que marcou *não se aplica* ou *se aplica pouco*, para essa afirmativa foi mínima, entre os *bem-sucedidos* foi apenas de 3,3%, dos *ainda não bem-sucedidos* foi de 6,25%, dos *bem-sucedidos em parte* foi de 10,53% e dos *não bem-sucedidos* foi de 22,22%. Podemos observar que os *bem-sucedidos* se veem significativamente mais felizes do que os outros grupos, confirmando a relação felicidade e

sucesso, observada nas respostas sobre o significado de bem-sucedido, que relacionam o sucesso ao ser feliz. Isso denota que, quanto mais se considera bem-sucedido, maior é a tendência a se considerar feliz. Contudo, as respostas não foram suficientemente relevantes para se considerar a felicidade como sinónimo de sucesso. Sabemos que, quanto se diz “*ainda não*” é porque se tem esperança, o que contribui para a ideia de felicidade, assim como os que dizem “*em parte*” se sentem capazes de alcançar o sucesso, em pelo menos alguma área, o que, de alguma forma, os torna mais satisfeitos que os “*não bem-sucedidos*”. Entretanto, o alto número de pessoas felizes entre os *não bem-sucedidos* sugere que o sucesso e a felicidade não estão tão relacionados, quanto parecem, numa situação de causa e efeito, ou que, talvez os respondentes foram mais flexíveis nessa afirmação. De qualquer forma, insucesso não é sinónimo de infelicidade.

Na afirmação “*Sou otimista com relação ao meu futuro*” feita pelos que se consideraram bem-sucedidos, somente 7,73% consideraram que *não se aplicava* ou *se aplicava pouco*, contra 23,68% dos *bem-sucedidos em parte*, 25% dos *ainda não bem-sucedidos* e 33,33% dos *não bem-sucedidos*. Como essa afirmativa refere-se ao otimismo futuro e não ao facto de se considerar uma pessoa otimista ou não, a intenção aqui é compreender a esperança em relação ao futuro, no momento presente.

Já na afirmativa *sou pessimista* queremos avaliar a intensidade desse autoconceito e se a pessoa se compreende pessimista ou não. Essas duas afirmativas sobre o otimismo e pessimismo, apesar de serem parecidas são diferentes, pois quando se fala sobre o otimismo a pergunta refere-se a uma visão de futuro, de acordo com o que se tem no presente e não a uma forma de “ser” e a outra se refere a uma tendência a fazer interpretações sob um viés negativo. É como se o otimismo aqui se referisse a boas expectativas quanto ao futuro e o pessimismo fosse um comportamento que fizesse parte da sua visão sobre si mesmo. Quanto ao pessimismo observamos que apenas 9,39% dos *bem-sucedidos* se autoconsidera dessa forma, contra 21,88% dos *ainda não bem-sucedidos*, 30,56% dos *não bem-sucedidos* e 39,47% dos *bem-sucedidos em parte*. Comparando os dois resultados, podemos observar que nos dois casos os *bem-sucedidos* se saíram melhor que os demais e que mesmo assim as porcentagens, entre os que não se consideraram otimistas e os que se consideraram pessimistas, estavam aproximadas, com exceção dos *bem-sucedidos em parte* que se apresentaram muito mais pessimistas, e cuja diferença foi bastante significativa. Apesar de somente 23,68% dos *bem sucedidos em parte* terem considerado que o otimismo *não se*

aplicava ou se aplicava pouco, nesse mesmo grupo, 39,47% consideraram-se pessimistas, marcando as opções *se aplica, se aplica muito e esse aplica totalmente*, o que deu quase o dobro. Isso exemplifica que uma pessoa que se considere pessimista, pode ainda assim ter boas expectativas com relação ao futuro. Isso denota que esses que se consideram *em parte bem-sucedidos* são os mais pessimistas no geral, até mais que os *não bem-sucedidos*, mas apesar disso eles têm mais otimismo em relação ao futuro quando comparados com os *não bem-sucedidos* e os *ainda não bem-sucedidos*. Talvez, neste caso a noção de sucesso seja moderada exatamente devido a essa tendência pessimista, que pode comprometer a auto-avaliação que fazem de si mesmos. Ou talvez eles sejam mais realistas e menos idealistas do que os outros. Na afirmativa, *encaro as dificuldades como oportunidades e desafios*, as respostas dos quatro grupos equipararam-se, com uma pequena vantagem para os *bem-sucedidos*, mas, nesse caso, os *não bem-sucedidos* apresentaram uma percentagem maior no *se aplica, se aplica muito e se aplica totalmente*. Além disso os que menos concordaram com essa afirmativa foram os *ainda não bem-sucedidos*, o que é algo surpreendente, uma vez que essa afirmativa parecia encaixar-se com o *mindset* de crescimento que o grupo do *ainda não* sugeriria, de forma que o provável seria uma percentagem maior desse grupo nessa afirmativa, entretanto como foi aventado anteriormente, é possível que façam parte desse grupo alguns otimistas irrealistas. Por outro lado, na afirmativa: *encaro as dificuldades como problemas impossíveis de serem solucionados*, o grupo do *ainda não* foi o que menos concordou com essa afirmativa, superando inclusive os *bem-sucedidos*, voltando a relacionar os resultados desse grupo à teoria dos *mindsets*.

O equilíbrio emocional e a capacidade de se recuperar de situações adversas pode ser observado nas respostas da seguinte afirmativa: “*quando as coisas dão errado em minha vida, geralmente levo muito tempo para voltar ao normal*”. Nesse caso, mais uma vez, os *bem-sucedidos* demonstraram uma maior habilidade emocional, pois apenas 19,89% concordaram com essa frase, contra 28,13%, do grupo do *ainda não sou bem-sucedido*, 42,11%, dos *bem-sucedidos em parte* e, por fim,, 50%, dos *não bem-sucedidos*.

Tabela 7.2: Otimismo/ Pessimismo/Riscos

CRENÇAS FUTURAS					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Sou otimista com relação ao meu futuro	Não se aplica/Se aplica pouco	7,73%	25,00%	23,68%	33,33%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	91,71%	75,00%	76,32%	66,67%
Encaro as dificuldades como oportunidades e/ou desafios	Não se aplica/Se aplica pouco	13,81%	21,88%	28,95%	16,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	86,19%	78,13%	71,05%	83,33%
Gosto de me arriscar, experimentar e tentar coisas novas	Não se aplica/Se aplica pouco	27,07%	25,00%	28,95%	16,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	72,93%	75,00%	71,05%	83,33%
Sou pessimista	Não se aplica/Se aplica pouco	89,50%	78,13%	60,53%	69,44%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	9,39%	21,88%	39,47%	30,56%
Prezo a segurança e tenho dificuldade de me arriscar	Não se aplica/Se aplica pouco	51,93%	62,50%	50,00%	50,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	47,51%	37,50%	50,00%	50,00%
Encaro as dificuldades como problemas impossíveis de serem solucionados	Não se aplica/Se aplica pouco	93,37%	96,88%	81,58%	75,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	6,63%	3,13%	18,42%	25,00%
De modo geral eu me considera feliz	Não se aplica/Se aplica pouco	3,31%	6,25%	10,53%	22,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	96,69%	93,75%	89,47%	77,78%
Quando as coisas dão errado em minha vida, geralmente levo muito tempo para voltar ao normal	Não se aplica/Se aplica pouco	80,11%	71,88%	57,89%	50,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	19,89%	28,13%	42,11%	50,00%

A maior surpresa do grupo de afirmativas deu-se com a afirmativa: “*Gosto de me arriscar, experimentar e tentar coisas novas*”. Uma ideia geralmente associada ao sucesso é a capacidade de arriscar e de empreender, entretanto o grupo que mais concordou com essa afirmativa foi o *não bem-sucedido* com 83,33%, seguido do *ainda não bem-sucedido* com 75%, *bem-sucedido* com 72,93% e o *bem-sucedido em parte* com 71,05%. Levando em conta que, nas outras perguntas sobre arriscar-se e sobre a forma de compreender os problemas como oportunidades, *os bem-sucedidos* e *os ainda não bem-sucedidos* se saíram melhor do que o *não bem-sucedido*, podemos interpretar essa resposta supondo que esses bem-sucedidos que não gostam do risco, talvez se arrisquem menos e enfrentem as dificuldades de forma mais tranquila e segura, não por procurarem esse tipo de situação, mas aproveitando-se desse tipo de situação. Neste caso, parece que os *não bem-sucedidos*

apresentam um maior gosto pelo risco que pode estar demonstrando uma tendência a impulsividade para o risco, lida desta forma pelo facto deles se considerarem *não bem-sucedidos*. Whitmore (2012) chama a atenção para a autoconsciência e a responsabilidade para se ter “sucesso”. Claro, que o sucesso aqui referido por ele é no sentido do sucesso económico, mas independente disso a falta de habilidade para avaliar riscos e o imediatismo são prejudiciais. Esse resultado pode estar apresentando que os *não bem-sucedidos* têm uma tendência a um *otimismo irrealista*, até porque esse grupo na sua maioria se autoconsiderou otimista. Talvez por essa característica impulsiva aliada a falta de ações responsáveis e organizadas eles possam acabar se frustrando e se considerando *não bem-sucedidos*.

Entretanto, em relação à frase: “*Preso a segurança e tenho dificuldade de me arriscar*”, encontramos 37, 5% dos *ainda não bem-sucedidos* que concordam com essa afirmativa, seguidos pelos *bem-sucedidos*, com 47, 51%, pelos *não bem-sucedidos* e pelos *em parte bem-sucedidos*, ambos com 50%. O grupo dos *não bem-sucedidos*, no entanto, que gosta de se arriscar, valoriza a segurança, o que pode sugerir que exista, nesse grupo, pessoas paralisadas pelos insucessos anteriores, que já se arriscaram porque gostavam, mas que, após o fracasso, se mostram mais preocupados com a segurança. Pode haver também aqueles que nunca se arriscaram ou se arriscaram pouco e, por isso, permanecem paralisados. Isso demonstra que os *ainda não bem-sucedidos* têm menos dificuldades em assumir riscos, do que os outros grupos. Cabe aqui reforçar que não tivemos acesso a pesquisas que confirmam as vantagens e desvantagens de assumir riscos e que as hipóteses aqui aventadas se baseiam em suposições, amparadas nas respostas coletadas. No caso dos riscos, é importante lembrar que riscos são inevitáveis, em muitos momentos, e que a capacidade de enfrentá-los ajuda a vencer desafios, a crescer e a desenvolver-se, entretanto, a coragem sem responsabilidade tornar-se perigosa.

7.3 As crenças e comportamentos com relação aos relacionamentos e a interação com as outras pessoas

Quando as afirmações dizem respeito ao relacionamento com outras pessoas e à forma como se dá esse relacionamento, pudemos observar que os *bem-sucedidos* e os *ainda não bem-sucedidos* se encontram em vantagem, em quase todas as afirmações. Os *bem-sucedidos* se auto conceituaram mais dedicados, agradáveis e gentis com as pessoas, mas menos preocupados com a avaliação externa, o que provavelmente contribui para o auto-

respeito e posicionamento, de forma que não se violentam tanto, abrindo mão das necessidades, em prol dos outros. Isso pode demonstrar que os *bem-sucedidos* são mais propensos ao equilíbrio, além disso eles parecem se preocupar menos com o juízo alheio, talvez por perceberem ter uma boa avaliação sobre si, ou por não se importarem com a boa avaliação que lhes é feita. Na grande maioria dos casos referenciados, o *bem-sucedido* ficou melhor, mas em alguns casos foram os ainda *não bem-sucedidos*.

Tabela 7.3: Crenças sobre o mundo

CRENÇAS SOBRE O MUNDO					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Me considero uma pessoa dedicada as outras pessoas	Não se aplica/Se aplica pouco	3,87%	12,50%	15,79%	11,11%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	96,13%	87,50%	84,21%	88,89%
O que eu penso que os outros vão pensar sobre mim interfere no meu comportamento	Não se aplica/Se aplica pouco	67,96%	50,00%	42,11%	47,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	32,04%	50,00%	57,89%	52,78%
Penso que não sou valorizado o quanto deveria	Não se aplica/Se aplica pouco	70,72%	62,50%	44,74%	41,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	28,73%	37,50%	55,26%	58,33%
Mesmo que não me valorizem quanto eu acho que merecia, não me deixo abater e continuo me esforçando cada vez mais	Não se aplica/Se aplica pouco	21,55%	12,50%	21,05%	30,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	78,45%	87,50%	78,95%	69,44%
Tento agradar as pessoas, abrindo mão das minhas necessidades	Não se aplica/Se aplica pouco	63,54%	65,63%	47,37%	52,78%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	36,46%	34,38%	52,63%	47,22%
Me considero uma pessoa agradável e gentil	Não se aplica/Se aplica pouco	4,42%	6,25%	10,53%	16,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	95,03%	93,75%	89,47%	83,33%
Em minha vida existem pessoas que se importam comigo	Não se aplica/Se aplica pouco	2,21%	3,13%	0,00%	5,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	97,79%	96,88%	100,00%	94,44%
Tenho pessoas que merecem o meu amor e cuidado	Não se aplica/Se aplica pouco	1,66%	0,00%	0,00%	0,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	98,34%	100,00%	97,37%	100,00%

Alguns resultados, merecem ser reforçados devido a enorme diferença das respostas. Na afirmação: *Penso que não sou valorizado o quanto deveria*, a porcentagem dos *bem-sucedidos*, que concordaram com essa afirmação, foi de 28,73%, dos *ainda não bem-sucedidos* foi de 37,5%, dos *bem-sucedidos em parte* foi de 55, 26% e dos *não bem-*

sucedidos foi 58,33%. Isso demonstra que os *bem-sucedidos*, em geral, se auto percebem como mais reconhecidos do que os demais, entretanto, quando o assunto é não se permitir abater pelo não reconhecimento os *ainda não bem-sucedidos* saíram-se melhores. Isso pode ser explicado, mais uma vez, pelo valor do esforço dado pelas pessoas de *mindset* de crescimento. Observamos, entretanto, que todos os grupos valorizam os relacionamentos e que apenas poucos respondentes, em toda a pesquisa, não se sentem estimados ou se sentem desamparados, ao dizerem que não têm pessoas que mereçam o seu amor.

7.4 As crenças e comportamentos de preocupação

As respostas que avaliam as preocupações foram bem interessantes e nos apresentaram um certo padrão, uma vez que a grande maioria dos respondentes se percebeu preocupada.

Entretanto, os *bem-sucedidos* se auto avaliaram bem menos preocupados que os outros grupos. Nesse grupo 67,96%, se consideraram preocupados contra 75% dos *ainda não bem-sucedidos*, 86,11% dos *não bem-sucedidos* e 92,11% dos *bem-sucedidos em parte*. Esse grande número de preocupados, no grupo dos *bem-sucedidos em parte*, reforça a tendência pessimista desse grupo, avaliada no quadro anterior.

De acordo com o quadro de resultados apresentado por Wells (2001), que cruza os tipos de preocupação com diferentes transtornos, pudemos observar que as crenças positivas da preocupação estão mais associadas ao transtorno de ansiedade generalizado e ao transtorno obsessivo compulsivo enquanto uma maior avaliação das crenças negativas está associado ao pânico, fobia social e depressão. É bom lembrar conforme já foi explicitado que nenhum tipo de preocupação é funcional ou saudável. A preocupação positiva, não é uma preocupação que tem bons resultados, mas é um tipo de pensamento sobre as preocupações que traz uma ideia de que preocupar-se é vantajoso, mas apesar da ideia ser essa isso não significa que o resultado da preocupação é realmente vantajoso como se compreende ser. Apesar de as preocupações serem um tipo de estratégia compensatória da ansiedade, elas acabam por reforçar a ansiedade ao invés de controlá-la, e, por isso, não são uma atitude mental muito funcional. A nossa pesquisa mostrou que o que se pensa sobre as preocupações pode ter um efeito positivo ou negativo na forma de se auto-avaliar bem-sucedido. O desejável, de acordo com Wells (2001) seria se preocupar menos, ou seja, reforçar menos qualquer tipo de ideia que se tenha sobre a eficácia ou ineficácia das

preocupações quando se observar uma preocupação. Isto é, o desejável seria compreender as preocupações como parte do processo cognitivo, parte essa que pode ser controlada quando ela (preocupação) é invalidada após ser observada. Entretanto, pelos nossos resultados pudemos perceber que entre ter crenças negativas sobre as preocupações, ou ter crenças de que as preocupações ajudam, ainda assim é menos desvantajoso preocupar-se positivamente do que negativamente. Pois o grupo que se considerou bem-sucedido foi o que em segundo lugar viu mais valia nas preocupações positivas.

O grupo que se considerou *bem-sucedido em parte* foi o que mais se considerou preocupado e, ao mesmo tempo, foi o que obteve as porcentagens mais altas, em 7 das 10 afirmações, se destacando mais em todos os tipos de preocupação, tanto positivas quanto negativas. Nas únicas três preocupações em que esse grupo não foi o pior de todos, em duas (das preocupações negativas) ele foi o segundo pior com porcentagens mais altas de intensidade de preocupação: “quando erro fico remoendo o que deu errado para evitar o erro futuramente” e “minha preocupação me paralisa e me atrapalha a atingir minhas metas”. Entretanto, na afirmativa “somente as pessoas boas e responsáveis se preocupam” esse grupo apresentou os menores resultados em comparação com os demais. As preocupações se referem ao ato de pensar excessivo acerca de algo futuro de forma negativa e por isso acaba tendo uma relação com o pessimismo, que se traduz na previsão negativa, ou seja o preocupado é o pessimista que pensa excessivamente. Existe uma relação entre o pessimismo e as preocupações, pois ambos refletem ideias negativas, e é possível que o facto dos bem sucedidos em parte serem mais pessimistas e mais preocupados, os possibilite avaliar as preocupações como algo positivo, quando obtém sucesso, e, ao mesmo tempo, as considerem negativas, quando percebem que elas os atrapalham a alcançar seus objetivos. Ou melhor, eles têm uma tendência maior a responsabilizarem as preocupações tanto pelo sucesso, quanto pelo fracasso, como observado nas respostas. É possível, portanto que esse grupo se auto-avalie “bem-sucedido em parte” devido a essa dualidade presente nas respostas. Apesar de preocupar-se não ser bom, a nossa pesquisa sugere que essa dualidade de ao mesmo tempo valorizar preocupações com conteúdos diferentes, é que justamente não permite os integrantes do grupo “em parte” considerarem “bem-sucedido”, talvez se ele se tivesse menos preocupações negativas, ele pudesse se considerar “bem-sucedido”.

Tabela 7.4: Preocupações

PREOCUPAÇÃO					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Me considero uma pessoa preocupada	Não se aplica/Se aplica pouco	32,04%	25,00%	7,89%	13,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	67,96%	75,00%	92,11%	86,11%
Acho que a preocupação me ajuda a ser bem sucedido	Não se aplica/Se aplica pouco	51,93%	68,75%	44,74%	66,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	47,51%	31,25%	55,26%	33,33%
Minha preocupação me faz agir	Não se aplica/Se aplica pouco	39,23%	50,00%	26,32%	47,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	60,77%	50,00%	73,68%	52,78%
Me considero uma pessoa ansiosa e a minha ansiedade me ajuda a conseguir as coisas que desejo	Não se aplica/Se aplica pouco	66,30%	78,13%	58,33%	77,78%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	33,15%	21,88%	41,67%	22,22%
As preocupações me ajudam a evitar situações desastrosas	Não se aplica/Se aplica pouco	55,25%	50,00%	47,37%	63,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	44,75%	50,00%	52,63%	36,11%
Me preocupando eu entendo melhor o problema e tenho mais recursos para enfrentá-lo	Não se aplica/Se aplica pouco	51,38%	53,13%	47,37%	58,33%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	48,62%	46,88%	52,63%	41,67%
Somente as pessoas boas e responsáveis se preocupam	Não se aplica/Se aplica pouco	80,66%	75,00%	86,84%	75,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	19,34%	25,00%	13,16%	25,00%
Quando erro fico remoendo o que deu errado para evitar o erro futuramente	Não se aplica/Se aplica pouco	48,62%	43,75%	41,67%	27,78%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	51,38%	56,25%	58,33%	72,22%
Me considero uma pessoa ansiosa e acho que a minha ansiedade me prejudica	Não se aplica/Se aplica pouco	62,75%	50,00%	26,32%	30,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	34,25%	50,00%	73,68%	69,44%
A preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução de problemas	Não se aplica/Se aplica pouco	72,93%	56,25%	31,58%	33,33%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	27,07%	43,75%	68,42%	66,67%
Minha preocupação me paralisa e me atrapalha a atingir minhas metas	Não se aplica/Se aplica pouco	83,98%	75,00%	63,16%	61,11%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	16,02%	25,00%	36,84%	38,89%

O grupo *bem-sucedido em parte* apresentou a porcentagem mais elevada da crença, *Penso que não sou valorizado o quanto deveria*, o que mostra que seus participantes têm uma tendência a considerarem-se injustiçados, o que confirma o hábito de responsabilizarem os outros pelos seus fracassos e de encontrar culpados. Talvez seja esse mais um dos motivos pelo qual esse grupo se apresente *bem-sucedido em parte*. Culpar outrem pode ser uma

maneira de tentar se aliviar do sentimento de culpa (Brown, 2010 TED talks), mas não resolve o problema. Whitmore (2012) reforça a necessidade da responsabilidade e da consciência e diz que “*são sem dúvida duas características cruciais para o desempenho em qualquer atividade*” (Whitmore, 2012:54). Isso demonstra que não se responsabilizar e nem ter consciência de suas ações, nem pelo sucesso e nem pelo fracasso, é um comportamento que atrapalha o desempenho, no sentido de ação, e, talvez, por isso não permita uma auto-avaliação mais flexível em relação ao sucesso.

O grupo dos que se consideraram *bem-sucedidos*, por sua vez, ficou em segundo lugar, como o de maior porcentagem quanto às preocupações, tidas como preocupações positivas, tipo: “*acho que a preocupação me ajuda a ser bem-sucedido*”, “*minha preocupação me faz agir*”, “*me considero uma pessoa ansiosa e minha ansiedade me ajuda a conseguir as coisas que desejo*”, “*me preocupando entendo melhor o problema e tenho mais recursos para enfrentá-lo*”. Mas, no que se refere às preocupações negativas ficou em último lugar, com porcentagens significativamente menores do que a dos outros grupos. Houve diferenças de, no mínimo 20%, chegando à 40%, na afirmação: “*a preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução de problemas*”, pois somente 27,07% desse grupo concordou com essa afirmação, contra 68,42% do grupo *bem-sucedido em parte*, que ficou em primeiro lugar. Esses resultados demonstram que existe uma tendência de associar o sucesso com a preocupação de forma positiva, pois os participantes desse grupo atribuem o sucesso ao facto de serem preocupados, provavelmente, nesse caso, por fazerem uma relação equivocada, considerando a preocupação como um hábito que indica responsabilidade para a ação.

O grupo que respondeu *ainda não me considero uma pessoa bem-sucedida*, foi o que menos concordou com 3 das preocupações positivas. Esse grupo foi o segundo que menos concordou com as afirmativas relacionadas às preocupações negativas. Esses resultados mostram que esse grupo foi o que menos valorizou as preocupações de modo geral, o que, de certa forma, demonstra um perfil mais saudável.

O grupo dos *não bem-sucedidos* apresentou um resultado bem interessante, também, pois,, além de ter sido o que se apresentou em segundo lugar, como grupo que se considerou mais preocupado, ele ficou em segundo lugar, como o que mais validou as três preocupações positivas, e foi o segundo a concordar mais com as afirmações relativas a preocupações negativas, sendo o que mais concordou com a frase: quando *erro fico remoendo para evitar*

o erro futuramente. Esse resultado indica que aqueles como não obtiveram sucesso, nos seus empreendimentos, fazem uma leitura negativa sobre a valia das preocupações. Esse resultado seria positivo, se ao avaliar o prejuízo das preocupações, eles não tivessem assumido o primeiro e segundo lugar, como os que mais concordaram com as afirmações. Isso mostra que os *não bem-sucedidos* têm uma tendência a se culpar pelas suas preocupações pelo insucesso. Ou, o mais provável, talvez seja que o insucesso possa vir a ocorrer, devido ao facto de eles se preocuparem excessivamente, reforçando principalmente as preocupações negativas, talvez quem sabe, pelo receio de fracassarem e virem a se perceber culpados. Preocupações negativas em excesso incomodam e o desconforto pode gerar mais preocupações gerando um ciclo vicioso.

Esses resultados nos levam a crer que os pensamentos de preocupação positiva, mesmo sendo disfuncionais, por estimularem o comportamento de preocupação, reforçando a ansiedade e a tendência antecipatória, ainda assim são menos prejudiciais do que os pensamentos negativos, pois se apresentam mais otimistas e tendem a prever resultados positivos.

7.5 As crenças e comportamentos de perfeccionismo

Encontramos na nossa pesquisa resultados bem interessantes, no que se refere ao perfeccionismo. De acordo com nossa análise, o grupo mais perfeccionista foi o dos que *não se consideraram bem-sucedidos*, enquanto o segundo mais perfeccionista foi o dos que se consideraram *bem-sucedidos em parte*, o terceiro foi o dos que *ainda não são bem-sucedidos* e o menos perfeccionista de todos foi o grupo dos que se consideram *bem-sucedidos*.

Podemos ver, por esses dados, que os *não bem-sucedidos* obtiveram os maiores resultados com relação as afirmativas perfeccionistas, ficando com as porcentagens mais altas, em 11 das 14 afirmações. As três afirmações de exceção foram: “*tenho medo de fracassar*”, que ficou em terceiro lugar, com 63,89%, sendo superado pelos *ainda não bem-sucedidos*, com 68,75%, e pelos *bem-sucedidos em parte*, com 71,05%; “*deixo as obrigações para depois, ou até mesmo não faço coisas por medo de não fazê-las da forma como penso que deveria*”, que ficou em segundo lugar, com 25% dos respondentes desse grupo, sendo superado pelos *bem-sucedidos em parte* que ficaram com 36,84%, o que mais uma vez confirma a hipótese de falta de ação e de paralisia do grupo *em parte*, que pode ter sido gerada pelo excesso de preocupações, como já foi dito anteriormente e, por fim,

“quando tenho um problema acredito que não tenho recursos para resolvê-lo”, que também ficou em segundo lugar, como o mais perfeccionista, com 25%, contra 34,21% dos *bem-sucedidos em parte*.

Com base nesses resultados podemos ver que os *bem-sucedidos em parte* ficaram em segundo lugar, como os mais perfeccionistas, pois chegaram a ficar em primeiro lugar como os mais perfeccionistas em 3 respostas e em segundo lugar, após os *não bem-sucedidos*, em 6 afirmativas. Eles ficaram em terceiro lugar, em três alternativas, e em quarto lugar, em apenas duas alternativas: *“tenho dificuldade de lidar com os imprevistos”* e *“penso que deveria ser perfeito e fazer as coisas com o máximo de perfeição”*. Nessas duas afirmativas esse grupo se considerou mais hábil de todos para lidar com imprevistos, com apenas 11,11% que concordaram com essa afirmativa e foi o mais realista, quanto à ideia de perfeição, uma vez que, somente 25% consideraram essa hipótese como verdadeira, ficando até mesmo, mais bem classificados do que os *bem-sucedidos*, que ficaram em segundo lugar nessa afirmativa, com 35,91% que concordaram com ela. Essas respostas nos levam a ver a dualidade existente nesse grupo. Ao mesmo tempo, os *ainda não bem-sucedidos* obtiveram seis segundos lugares, três terceiros lugares e cinco quartos lugares. Os *bem-sucedidos* ficaram com sete terceiros lugares e sete quartos lugares. O que demonstrou claramente que esse grupo foi o que menos se identificou com as afirmativas perfeccionistas.

Esse resultado coincide com os obtidos por Serra (2013), ao associar o perfeccionismo ao autoconceito. Para Serra (2013) a grande distorção cognitiva dos perfeccionistas reside na falsa ideia de que a perfeição é uma meta que pode ser atingida. Essa autora afirma que:

“o perfeccionista, portanto, é um eterno insatisfeito, que sempre falhará em atingir suas expectativas perfeccionistas e excessivamente altas, que resultam em um autoconceito negativo. Ele falha em perceber que não há necessariamente um déficit em seu desempenho, nas áreas primárias de capacidade, adequação ou estima. ”

(Serra, 2013: 2).

Serra pôde constatar, também, que o perfeccionista não foca naquilo que tem condições de executar, mas sim naquilo que desejaria executar, o que acaba por reforçar uma ideia negativa sobre si mesmo.

Tabela 7.5: Perfeccionismo e ansiedade

PERFECCIONISMO					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Tenho dificuldade de lidar com erros meus e ou de outras pessoas	Não se aplica/Se aplica pouco	66,30%	50,00%	47,37%	38,89%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	33,70%	50,00%	52,63%	61,11%
Sou exigente com o meu trabalho e não aceito cometer erros	Não se aplica/Se aplica pouco	39,23%	43,75%	23,68%	19,44%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	60,77%	56,25%	76,32%	80,56%
Sou exigente com o trabalho de outras pessoas e fico muito irritado com erros	Não se aplica/Se aplica pouco	57,46%	65,63%	42,11%	41,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	42,54%	34,38%	57,89%	58,33%
Tenho medo de fracassar	Não se aplica/Se aplica pouco	60,22%	31,25%	28,95%	36,11%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	39,78%	68,75%	71,05%	63,89%
Evito delegar tarefas por achar que as pessoas não executariam corretamente	Não se aplica/Se aplica pouco	66,85%	62,50%	66,67%	58,33%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	33,15%	37,50%	33,33%	41,67%
Deixo as obrigações para depois, ou até mesmo não faço coisas por medo de não fazê-las da forma que penso que deveria	Não se aplica/Se aplica pouco	88,95%	78,13%	63,16%	75,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	10,50%	21,88%	36,84%	25,00%
Tenho dificuldade de lidar com imprevistos	Não se aplica/Se aplica pouco	82,87%	81,25%	83,33%	69,44%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	17,13%	18,75%	11,11%	30,56%
Tenho a impressão que somente os meus pensamentos estão certos	Não se aplica/Se aplica pouco	79,01%	87,50%	78,95%	77,78%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	20,99%	12,50%	21,05%	22,22%
Quando tenho um problema acredito que não tenho recursos para resolvê-lo	Não se aplica/Se aplica pouco	90,06%	90,63%	65,79%	75,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	9,39%	9,38%	34,27%	25,00%
Penso que deveria ser perfeito, ou fazer as coisa com o máximo de perfeição	Não se aplica/Se aplica pouco	64,09%	59,38%	75,00%	55,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	35,91%	40,63%	25,00%	44,44%
Sempre coloco o foco no resultado que deveria ter com as minhas ações	Não se aplica/Se aplica pouco	33,70%	43,75%	34,21%	30,56%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	65,19%	56,25%	65,79%	69,44%
Avalio o meu sucesso pelo resultado	Não se aplica/Se aplica pouco	36,46%	34,38%	28,95%	22,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	62,43%	65,63%	71,05%	77,78%
Considero-me um fracasso quando não tenho os resultados que espero	Não se aplica/Se aplica pouco	83,98%	71,88%	55,26%	41,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	16,02%	28,13%	18,42%	58,33%
Não aceito fracassar	Não se aplica/Se aplica pouco	84,44%	68,75%	57,89%	52,78%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	15,56%	31,25%	15,79%	47,22%

Se observarmos as respostas que obtivemos nas crenças de autoconceito e compararmos com as respostas que obtivemos, poderemos verificar que essa hipótese se confirma, uma vez que os menos perfeccionistas foram os que se consideraram *bem-sucedidos* e que obtiveram os melhores resultados no autoconceito. Os que se autoconsideraram *ainda não bem-sucedidos* tiveram o segundo melhor desempenho no autoconceito e ficaram em segundo lugar como menos perfeccionistas. Seguidos pelos *bem-sucedidos em parte* e por fim pelos *não bem-sucedidos*. Essas respostas ajudam a desafiar uma ideia muito romantizada nos dias atuais de perfeccionismo como caminho para o sucesso.

7.6 As crenças e comportamentos de organização, planeamento e distribuição do tempo

Quanto ao planeamento, organização, distribuição do tempo e avaliação de prioridades, observamos que os que se autoconsideraram *bem-sucedidos* se avaliaram mais planejados, organizados e com melhor distribuição do tempo do que os demais grupos. Eles se sobressaíram em todas as afirmativas, com exceção da afirmativa: “*assumo mais responsabilidades do que poderia*”, nessa afirmativa, entretanto, não houve grandes diferenças estatísticas em relação aos outros grupos, pois 50,83% desse grupo considerou essa afirmação, nos *não bem-sucedidos* foram 50%, nos *bem-sucedidos em parte* foram 47,37%, entretanto. o grupo dos *ainda não bem-sucedidos* apresentou uma certa diferença, com relação aos outros grupos, com 37,50% concordando com essa afirmativa. A maioria das diferenças entre grupos foi, na média, de 12 pontos percentuais, entre o melhor avaliado e o menor, entretanto, em 4 respostas as diferenças foram bem maiores e, por isso, merecem ser discutidas.

A afirmação: “*consigo distribuir bem o meu tempo equilibrando todas as áreas da vida*” foi confirmada por 70,72% dos *bem-sucedidos*, 43,75% dos *ainda não bem-sucedidos*, 36,84% dos *bem-sucedidos em parte* e por 33,33% dos *não bem-sucedidos*. Podemos observar, portanto, que saber distribuir o tempo tem relação com a ideia de sucesso. Saber distribuir o tempo é conseguir equilibrar as várias áreas da vida, e, portanto, a ideia de sucesso pessoal está, de certa forma, relacionado à capacidade de equilíbrio, contrariando muitas ideias que associam o bem-sucedido com o excesso de trabalho (*workaholic*). Por outro lado, os bem-sucedidos foram os que disseram assumir mais responsabilidades do que

poderiam, como foi dito anteriormente, e apesar de as diferenças não serem muito relevantes, é possível supor, pelas demais respostas, que, apesar de os bem-sucedidos saberem avaliar melhor as prioridades e distribuir melhor o tempo, ainda assim assumem mais responsabilidades. Talvez isso se deva por eles se perceberem como muito responsáveis e por serem o grupo com maior porcentagem de pessoas que se entendem capazes, que acreditam em si mesmos e por serem os mais numerosos, ao reconhecerem o sentido do que fazem na vida. Isso significa que, mesmo que eles tenham mais responsabilidades, é provável que as encarem como algo bom, uma vez que esse facto não faz com que eles se percebam menos organizados e planejados, muito antes pelo contrário. Outra grande diferença se deu na afirmativa: “*planeamento e organização me ajudam a ser bem-sucedido*”, que contou com a concordância de 83,43% dos *bem-sucedidos*, 62,50% dos *ainda não bem-sucedidos*, 60,53% dos *bem-sucedidos em parte* e 50% dos *não bem-sucedidos*. É possível, portanto, que a percepção sobre o autoconceito interfira na percepção sobre o planeamento e organização.

Os que se consideram *não bem-sucedidos*, muitas vezes, o são pela dificuldade de resolverem e lidarem com problemas, como já foi demonstrado anteriormente, assim como, pela dificuldade de ter consciência das próprias limitações e tentar superá-las. Eles foram o grupo que ficou em terceiro lugar, quanto ao número de pessoas que se autoconsideraram organizadas, foram os que tiveram menos pessoas que se consideraram capazes e que acreditam em si mesmos, sendo assim, é compreensível que considerem menos a organização como responsável pelo sucesso. Devemos nos lembrar, também, que eles constituem o grupo que tem mais perfeccionistas e que tem mais pessoas que se sentem menos valorizados do que entendem que mereceriam, parece que essa confluência de fatores pode contribuir para a tentativa de atribuir o insucesso a causas externas, uma vez que terão mais dificuldades em assumir os erros cometidos, sendo que 80,56% dos respondentes desse grupo dizem que são exigentes e que não aceitam cometer erros. Isso indica que por serem mais perfeccionistas, eles se tornam mais susceptíveis ao fracasso. De acordo com Serra (2013) “*quanto mais alta a expectativa, mais o sujeito falha em alcançá-la e mais seu autoconceito negativo é reforçado. Quanto mais seu autoconceito negativo é reforçado, mais o sujeito eleva suas expectativas*”. (Serra, 2013:3)

Dessa forma, a crença sobre o sucesso, no sentido de atingir metas elevadas para provar seu valor, pode interferir nas crenças sobre planeamento e organização, pois como

as expectativas muito altas contribuem para o insucesso é provável que muitos desistam de planejar e se organizar exatamente como efeito de um autoconceito comprometido. Mas não podemos deixar de considerar que a falta de planejamento e organização também podem promover crenças de incapacidade e desvalor.

Outra resposta interessante desse grupo se refere à afirmação: “*o esforço me ajuda a ser bem-sucedido*”, pois eles apresentaram uma concordância de 77,78% com essa afirmação, enquanto que os outros grupos tiveram resultados maiores de 90%, como pode ser observado no quadro. É importante lembrar que esse grupo foi o que teve mais pessoas que concordaram com a afirmação: “*não me esforço porque sou esperto e tenho capacidade de improviso*”, com 19,44%, seguido pelos *bem-sucedidos em parte*, com 15,79% de concordância com essa afirmativa. Esses dois resultados podem demonstrar a presença de mais pessoas com *mindset* fixo nos grupos dos *não bem-sucedidos* e dos *bem-sucedidos em parte*, além de ambos terem ficado empatados com os que se consideraram menos capazes. Entretanto, os dois grupos apresentaram uma porcentagem elevada de pessoas que se autoconsideraram capazes e é provável que esses dois grupos tenham pessoas de *mindset* fixo, que se acham capazes e por isso desprezam o esforço ou que tenham pessoas que tem *mindset* fixo e, por se acharem incapazes, utilizam o esforço como forma de obter sucesso, mesmo que não o valorizem. Outro ponto é que os *bem-sucedidos em parte* e os *ainda não bem-sucedidos* têm maior número de pessoas que perdem tempo com coisas sem importância, talvez, como uma forma de não se esforçarem e confirmarem, assim, sua ideia de capacidade inata, gerada pelo seu *mindset* fixo, o que seria uma estratégia para se desculparem por não terem o sucesso, quando fracassam. Se fracassam, não foi por falta de capacidade, mas porque se distraíram e acabaram não fazendo o que gostariam.

Como podemos observar, todos os grupos aparentam ter pessoas com *mindset* fixo e *mindset* de crescimento, entretanto, pode-se verificar uma maior tendência dos *bem-sucedidos*, em primeiro lugar, e dos *ainda não bem-sucedidos*, em segundo, com relação à hipótese de *mindset* de crescimento, considerando que eles foram os que apresentaram melhor resultado, na organização, planejamento, autoconceito, otimismo, conexão, demonstrando que, possivelmente, são os que apresentam o menor número de pessoas com *mindset* fixo e o maior número com *mindset* de crescimento. Talvez seja pela capacidade de valorizar o esforço e de serem menos perfeccionistas e menos preocupados negativamente que eles acabam sendo mais flexíveis e equilibrados.

Tabela 7.6: Planejamento e organização

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO					
Afirmativas		Sou uma pessoa bem sucedida 181	Ainda não me considero uma pessoa bem sucedida 32	Me considero, em parte, uma pessoa bem sucedida 38	Não me considero uma pessoa bem sucedida 36
Conseguo distribuir bem o meu tempo equilibrando todas as áreas da vida	Não se aplica/Se aplica pouco	29,28%	56,25%	63,16%	66,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	70,72%	43,75%	36,84%	33,33%
Perco tempo fazendo coisas sem importância e deixo as obrigações para depois	Não se aplica/Se aplica pouco	81,22%	62,50%	60,53%	72,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	18,78%	37,50%	39,47%	27,78%
Uso o planejamento para me preparar e evitar problemas	Não se aplica/Se aplica pouco	28,18%	37,50%	36,84%	33,33%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	71,82%	62,50%	63,16%	66,67%
Assumo mais responsabilidades do que poderia	Não se aplica/Se aplica pouco	49,17%	62,50%	52,63%	50,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	50,83%	37,50%	47,37%	50,00%
Sei distinguir as prioridades	Não se aplica/Se aplica pouco	14,36%	25,00%	23,68%	25,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	85,64%	75,00%	76,32%	75,00%
Sei determinar o tempo adequado para cada atividade que faço	Não se aplica/Se aplica pouco	26,52%	43,75%	52,63%	41,67%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	73,48%	56,25%	47,37%	58,33%
Planejamento e organização me ajudam a ser bem sucedido	Não se aplica/Se aplica pouco	16,57%	37,50%	39,47%	50,00%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	83,43%	62,50%	60,53%	50,00%
O esforço me ajuda a ser bem sucedido	Não se aplica/Se aplica pouco	7,18%	9,38%	7,89%	22,22%
	Se aplica/ Se aplica muito/ Se aplica totalmente	91,71%	90,63%	92,11%	77,78%

DISCUSSÃO FINAL E CONCLUSÃO

A pesquisa feita e apresentada nesta dissertação possibilitou o levantamento de uma enormidade de informações, tanto pela quantidade de participantes, quanto pela análise multimétodo. Tivemos algumas limitações do tempo, para este tipo de pesquisa e de análise, que não nos permitiu explorar e apresentar todos os dados recolhidos e, também, ampliar a nossa amostra, dando continuidade à recolha de dados, de forma a conseguir mais participantes jovens de 18 a 25 anos, adultos de 56 a 65 anos e de mais de 65 anos, além de respondentes masculinos e portugueses. O excesso de páginas ficou a cargo dessa grande quantidade de dados, devido à complexidade desse trabalho. Apesar de essas dificuldades, acreditamos que os dados coletados contêm informações muito relevantes e surpreendentes, que merecem um estudo mais aprofundado no futuro. Esse trabalho nos propicia várias perspectivas, para publicações académicas diversas a partir dos dados coletados, assim como para a divulgação dos resultados, em encontros e reuniões académicas. Esta pesquisa, todavia, traz resultados que merecem ser discutidos e compartilhados, não somente no meio académico, mas na comunidade, sobretudo junto aos jovens.

Explicamos anteriormente que esse trabalho teve como motivação inicial observações provenientes da nossa prática na clínica psicológica que possibilitou a percepção de uma alta frequência de crenças incapacitantes relacionadas ao fracasso e, sobretudo, ao medo de fracassar, especialmente entre os mais jovens, mas não somente entre eles, pois nos tempos atuais, o medo do fracasso tem aterrorizado, de modo generalizado, cada vez mais pessoas. Pesquisas recentes têm apontado um aumento progressivo dos sintomas depressivos e ansiosos, ligados à sensação de ter fracassado ou ao medo de vir a fracassar. Seligman (2011), por exemplo, faz uma associação entre o fracasso e os transtornos emocionais, na seguinte constatação: *“os seres humanos vêm ficando seriamente deprimidos desde que se tem notícia do que seja fracasso”*.

Motivada e instigada pelas diferenças intergeracionais, percebidas no trabalho psicológico, feito com pessoas de diferentes grupos etários, surgiu o nosso interesse em aprofundar os estudos acerca do significado do sucesso, num contexto intercultural e intergeracional, assim como sobre as crenças e comportamentos associados, ou não, ao sucesso, uma vez que a noção de sucesso e de fracasso são antagônicas.

O desejo de obter sucesso tem sido almejado, em praticamente todos os setores da sociedade, mas as várias significações do que seja o sucesso, que se tem em mente, têm começado a serem postas em evidência, por pesquisadores que abordam esse tema, em suas investigações, sobretudo, em tempos mais recentes, como foi visto, no desenvolvimento deste trabalho.

A delimitação do significado do conceito de sucesso, contudo, tem se tornado bem complexa, devido às diferentes atribuições que lhes são outorgadas, em diversas áreas, mas o facto é que, qualquer que seja a definição dada, pelas diferentes gerações, existe, frequentemente, em todas elas, um estresse, um sofrimento e uma cobrança em cumprir a meta proposta para a obtenção do sucesso.

O significado mais usual e difundido amplamente pelos média, no meio empresarial, desportivo e escolar, está relacionado com a ideia de sucesso económico, fama, poder e resultados de destaque. Mas a cobrança por essas metas extremamente elevadas, já começa a ser questionada, como é evidenciado por Cobra (2017:12).

“Seguimos um modelo de sucesso focado apenas no resultado, no conceito de “loser” (perdedor) [...] ser um “loser” é ser capturado e tapeado pelo marketing do consumo e ter seus valores, foco e energia vital aprisionados aos bens materiais como forma de status e sentido de vida. [...] Ser um “loser” é perseguir uma ilusão de felicidade que nunca se realiza, através da fama, dinheiro e do sucesso. ”

(Cobra Júnior, 2017:12)

Esse mesmo autor, profissional da área desportiva, também questiona a promoção dos excessos, muitas vezes impulsionados pelos média, ao estimular a competição, o narcisismo e o foco excessivo na performance.

“Estimula-nos a sacrificar tudo, vender a própria alma em busca de dinheiro, sucesso e fama? A pergunta que não quer calar é: esta busca traz realmente felicidade? ” (Cobra Júnior, 2017:13)

Ao mesmo tempo que se encontra uma demanda, pela mudança do significado de bem-sucedido, para um significado mais funcional e saudável, há indícios de incentivos a condutas antiéticas, feitos pelas empresas, principalmente para os mais jovens, com promessas de sucesso, como sinónimo de riqueza, prazer e felicidade. Essas condutas, entretanto, podem tornar-se fonte de sofrimento futuro. Outro autor, que fez, também, um questionamento da ideia de sucesso mais difundida, foi Ray Pahl (1997), sociólogo e professor da universidade de Kent, em seu livro. *Depois do Sucesso: Ansiedade e Identidade Fin-de-Siècle*.

“Parece que muitas pessoas manifestamente bem-sucedidas costumam duvidar de si mesmas e indagar se, no fundo, suas vidas não passam de um fracasso. Ora, não haverá aí uma visão social do sucesso que elas, intuitivamente, sabem ser absurdas?”

(Pahl, 1997:9)

A nossa pesquisa demonstrou a existência de uma significação individual que difere muito dos significados presentes no senso comum. Aventamos, então, a hipótese de que essa incoerência dos sentidos do termo seria um dos fatores que pode estar contribuindo para a promoção de uma confusão psíquica e para o aumento da ansiedade e depressão nos dias atuais. Esse aumento da ansiedade e da depressão, por sua vez, pode vir a reforçar a necessidade de sucesso, como sinónimo de felicidade, o que, por sua vez, trará mais problemas do que soluções. Esses comportamentos, associados a uma cobrança constante e contínua de sentir emoções positivas idealizadas, reforça e fecha o círculo vicioso.

A nossa pesquisa encontrou, nas respostas dos pesquisados, a mesma dificuldade de avaliação objetiva do sucesso, observada por Pahl (1997), que chegou a propor uma nova concepção de sucesso, mais voltada para uma ideia de equilíbrio e amparada nas emoções e no amor. Pahl acredita que a inserção feminina no mercado de trabalho seria benéfica, uma vez que as mulheres tendem a ser mais equilibradas, e que essa característica poderia vir a ser mais valorizada do que os comportamentos agressivos, competitivos e dominadores advindos da influência masculina.

As respostas dadas sobre o significado de sucesso permitiram-nos conceber três diferentes tipos de significado que foram denominados por nós da seguinte forma: *Afetividade/ Estar-bem; Capacidade/Desempenho; Equilíbrio.*

O grupo *Afetividade/Estar-bem* apresentou um significado voltado para a ideia de boas relações, boas emoções, boas ações e valores. Esse significado assemelha-se ao constructo de sociotropia, com a diferença que no constructo citado não se valoriza emoções, apenas a necessidade de relações. O grupo *Capacidade/Desempenho* retrata uma valorização da independência, autossuficiência, auto eficácia, capacidade, trabalho, superação, ganhos financeiros e realização profissional. O grupo *Equilíbrio* apresenta uma mescla dos dois outros grupos, equilíbrio nas áreas da vida, além de qualidade de vida e distribuição do tempo.

Os três grupos demonstram a diversidade de representações sociais do sucesso e uma tendência à valorização de elementos anteriormente considerados como mais associados ao género feminino como o cuidado, a sensibilidade e as conexões.

Os significados de sucesso encontrados na nossa pesquisa coincidem com as hipóteses de Pahl, pois encontramos, nas respostas dadas, menções à felicidade, à família, ao bem-estar, aos relacionamentos, às amizades, ao equilíbrio, à qualidade de vida, ao amor, à ajuda ao próximo, à realização, ao fazer o que se gosta, ao fazer algo que tenha sentido e à saúde, além de outros significados. Entretanto, dos significados mais usuais, somente, o dinheiro foi mais citado, mas na maioria das vezes, num sentido de condição financeira para se ter uma vida digna e não para enriquecimento.

Outro ponto ressaltado por Pahl (1997) foi a possibilidade de se observar uma mudança, em relação àquilo que se considera como meta para o sucesso, nas diferentes fases de vida, ele previu que os mais jovens iriam focar mais no significado mais usual de sucesso, ligado a ideias de poder, fama e dinheiro e, à medida que fossem envelhecendo, optariam por um significado mais voltado para o comunitário, o equilíbrio e o bem comum.

A nossa pesquisa evidenciou, de certa forma, a tendência descrita acima, tanto com os jovens, quanto com os idosos. Contudo, os idosos pesquisados apresentaram-se mais flexíveis do que os jovens e consideraram mais o equilíbrio e o bem comum, como significados de ser bem-sucedido. A ideia que o significado de sucesso sofreria uma progressão semelhante a proposta de Maslow (1943) sobre a motivação humana, que propunha a existência de necessidades básicas que a medida que vão sendo satisfeitas, abre-se espaço para o surgimento de outras necessidades mais elaboradas, pareceu não se confirmar completamente apesar de ser possível observar algumas tendências presentes nas diferentes fases da vida.

Maslow (1943) propunha que no primeiro nível, teríamos as necessidades fisiológicas, no segundo as necessidades de abrigo e de segurança, o terceiro nível seria o responsável pelas necessidades de amor, afeto, pertencimento e conexão com os outros, o quarto estaria relacionado com as necessidades de estima, auto-respeito, autoestima e aprovação dos outros e o último relaciona-se com a necessidade de auto-atualização, ou seja, auto-realização e crescimento. Hesketh e Costa (1980) compreendem que Maslow propunha que a privação das instâncias superiores da pirâmide não produziria o mesmo desespero da privação das instâncias inferiores. Nessa linha de raciocínio, quanto mais elevado for o nível da insatisfação, mais elevado seria o nível de vida do indivíduo. Apesar de termos observado que todas as necessidades, propostas na pirâmide de Maslow, aparecem em todas as faixas etárias, não as consideramos como sendo exclusivas de um ou de outro momento

de vida, apesar de reconhecermos a existência de algumas tendências, nas diferentes fases de vida, que podem ou não coincidir com as faixas etárias.

Se essa proposição fosse verdade, provavelmente, encontraríamos pessoas mais velhas com mais necessidade de realização do que os jovens. Entretanto, a nossa pesquisa mostrou uma valorização da realização e do sentido, maior entre os jovens, do que nas outras faixas. Esse dado pode ser explicado tomando por referência Frankl (1989), uma vez que, para ele, quando uma necessidade mais baixa não é realizada, uma necessidade mais elevada na pirâmide, pode se tornar mais urgente. A experiência de Frankl (2007), como judeu, no campo de concentração reforça essa ideia, uma vez que os judeus submetidos a essa experiência não tinham as condições básicas atendidas, mas ainda assim muitos se mantiveram vivos focados no sentido de vida e na esperança do que ainda poderiam realizar no futuro. Para Frankl (1989):

“a sobrevivência dependia da capacidade de orientar a própria vida em direção a um para que coisa ou um para quem. Em outros termos, a existência dependia da capacidade de transcender o próprio eu [...] Por isso compreendo o fato antropológico primordial que o ser humano deva estar endereçado deva sempre apontar qualquer coisa ou qualquer um diverso dele próprio, ou seja, um sentido a realizar ou para outro ser humano a encontrar, para uma causa à qual consagrar-se ou para uma pessoa a quem amar. [...] Assim o homem se realiza, não se preocupando com o realizar-se, mas esquecendo de si mesmo e dando-se, descuidando de si e concentrando seus pensamentos para além de si”

(Frankl, 1989: 29)

Essa colocação de Frankl ajuda a explicar um pouco os motivos do adoecer, do fracasso e da infelicidade, pois a felicidade se dá da mesma forma que a realização, quanto menos se preocupa com ela e se dedica mais às boas ações e relações, maior é a probabilidade de alcançá-la, e, quanto mais se foca na felicidade, mais infelicidade se experimentará.

Na realidade, o sucesso apresenta diferentes significados, nos diferentes momentos da vida, e as tendências propostas por Pahl têm alguma possibilidade, mas não necessariamente na proporção que foram apresentadas, pois apesar dos jovens valorizarem mais o dinheiro que os idosos, ainda assim, os dois grupos valorizam muito mais a família acima de tudo.

A nuvem de palavras deixou claro que as palavras escolhidas eram muito semelhantes independente da geração, entretanto, a incidência da utilização delas variou um pouco de acordo com as faixas etárias, o que fez com que determinadas palavras fossem mais repetidas em algumas gerações do que em outras. Os elementos encontrados por ordem prioritária geral foram: *família, realização pessoal, fazer algo que tenha significado/sentido,*

trabalho, convívio social/ amizades, superação, dinheiro, reconhecimento/fama e por último *poder*.

O que foi dito anteriormente, não invalida as diferenças observadas em relação ao momento de vida, pois como foi colocado, demonstra tendências oferecidas pelas diferenças de respostas, tanto no significado, quanto nas prioridades para o sucesso, de acordo com a faixa etária.

Os nossos resultados mostraram que, nas duas faixas etárias mais jovens, de 18 a 35 anos, a *família*, apesar de aparecer em primeiro lugar, como prioridade, teve uma valorização muito inferior, em relação às outras faixas etárias. Também foi observado que o elemento *poder*, a despeito de ser pouco valorizado, pela maioria, foi escolhido, na primeira posição, somente por mulheres. Outro ponto importante refere-se ao *trabalho* que foi menos valorizado, nos quadros prioritários dessas faixas etárias, entretanto, o termo *profissional* apareceu em destaque nas duas nuvens de palavras, assim como o *ter*, o *ser* e as palavras *realização*, *feliz* e *financeira*. Um ponto interessante refere-se ao facto de que a nuvem de palavras não coincide com a ordem prioritária desses grupos, o que indica algum tipo de descompasso entre o que dizem ser sucesso e o que valorizam realmente.

As faixas etárias intermediárias surpreenderam. No grupo de 36 a 45 anos há um aumento impressionante na valorização da *família* em primeiro lugar, tanto em relação às faixas anteriores, como na média final da pesquisa. O *trabalho* nessa faixa etária apresenta-se mais valorizado, em comparação com o grupo anterior, quase empatando com *sentido* e *dinheiro* e trocando de lugar com *superação*. Na nuvem de palavras desse grupo, a *família*, também, aparece em destaque, seguida pelas palavras *feliz*, *ser*, *fazer o que gosta*, *trabalho*, *realização*.

O grupo de 46 a 55 anos foi o que mais se assemelhou ao quadro total da pesquisa, em termos de prioridade e de valores percentuais. Na sua amostragem, na nuvem, o *ser* supera o *ter* e as palavras mais valorizadas são *feliz*, *estar*, *vida e família*, *trabalho*, *realização*. Podemos observar, nesses dois grupos intermediários, uma maior valorização da *família* e do *trabalho*, além da valorização do *fazer o que gosta* e da *realização*.

O grupo de 56 a 65 anos foi o que mais valorizou o *trabalho* em toda a pesquisa, colocando-o em segundo lugar, logo após *família*, o *sentido* veio em terceiro e a *realização pessoal*, em quarto. Na nuvem de palavras, o *ter* volta a preceder o *ser*, seguido das palavras:

feliz, estar, realização, paz, saúde, vida. Algumas outras palavras chamam a atenção, por não terem tido destaque anteriormente: *reconhecimento, qualidade de vida.*

Quanto aos respondentes acima de 65 anos, a *família* volta a ser mais valorizada, como na faixa dos 36 a 45, o *convívio social* ficou mais valorizado (segundo lugar) e o *trabalho* ficou em terceiro lugar, não tão valorizado quanto na faixa etária anterior, mas mais valorizado do que nas outras. A *realização pessoal e fazer algo que tenha significado e sentido* passam para quarto e quinto lugares. Nesse momento, o *ser* volta a ter mais ênfase que o *ter*, seguido das palavras: *família, estar, alcançar, amigos, trabalho, vida, boa.*

Outro ponto relevante, que merece ser destacado, tem relação com o cruzamento da idade com algumas perguntas da parte final do questionário, o que nos permite avaliar ideias de autoconceito, perfeccionismo, preocupações e capacidade de organização, planejamento e distribuição do tempo. Os mais jovens, ao mesmo tempo que apresentaram uma porcentagem mais alta, para a ideia de incapacidade, também foi o grupo que apresentou uma maior porcentagem de pessoas, para a opção *se aplica totalmente*, no que se refere à capacidade, o que pode indicar um certo otimismo irrealista ou uma euforia, uma vez que, muitos deles ainda não têm experiências relevantes que possam validar essa afirmação extremada, o que pode acabar gerando frustrações futuras. Outro ponto a ser considerado, refere-se aos mais jovens se percebem mais amados que os mais velhos, o que pode ser indício de uma não valorização dos mais velhos, pelos mais jovens.

A percepção de otimismo e felicidade também surpreendeu, uma vez que os jovens de 18 a 25 anos se apresentaram como os menos felizes e menos otimistas. Por outro lado, os jovens de 26 a 35 já apresentaram bons sinais de otimismo e felicidade, como era de se esperar nas faixas mais jovens. O grupo que apresentou o segundo pior resultado, em relação à felicidade, foi o grupo de 36 a 45 anos, apesar de ter se posicionado bem em termos de otimismo. Mas, no que se refere ao pessimismo, os dois grupos mais jovens foram os que se apresentaram mais pessimistas, em contraponto com os dois mais velhos, que foram, surpreendentemente, os grupos menos pessimistas, reforçando essa tendência, o grupo de 56 a 65 foi o que se considerou mais feliz e o segundo mais otimista. Quando avaliamos a preocupação, observamos que os grupos mais jovens se apresentam muito mais preocupados que os demais principalmente nas preocupações negativas. Os mais perfeccionistas foram os entre 36 e 45 anos, e o grupo dos 18 a 25 anos foi o segundo mais rígido, enquanto os dois grupos mais velhos se mostraram mais flexíveis e, portanto, possivelmente mais saudáveis

psiquicamente. No que se refere ao medo do fracasso, observamos que quanto mais jovens maior é o medo do fracasso e quanto mais velhos menor é o medo e, nesse caso, a diferença foi gritante. Esse medo do fracasso, portanto, é bastante relevante, pois apresenta a gravidade da ansiedade nas novas gerações.

As tendências de pensamento das novas gerações alertam-nos para possíveis problemas futuros, relacionados a uma alta vulnerabilidade, demonstrada nas respostas fornecidas. Um bom autoconceito com altas expectativas, grande preocupação, medo do fracasso e perfeccionismo são elementos que possibilitam tendências a frustrações futuras. A falta de flexibilidade cognitiva contribui para o desencadeamento de sofrimento psíquico. A capacidade de flexibilizar o significado de sucesso e criar um autoconceito de sucesso que se encaixe na realidade gera bem-estar e equilíbrio. Além disso, boas relações familiares e sociais, assim como dar sentido às ações, à vida e ao sofrimento são estratégias de resiliência necessárias num tempo de falta de tempo, ansiedade e impaciência.

Torna-se urgente, portanto, para a saúde psíquica, apresentar para a sociedade esse significado de sucesso mais flexível. A promoção do encontro intercultural e intergeracional torna-se essencial para a troca de experiências e a valorização do idoso e das suas vivências na sociedade. O jovem está se reprogramando e as mudanças no papel de gênero estão promovendo uma sensibilidade maior nos homens e uma busca pelo poder nas mulheres, que poderá ser benéfico, se o respeito for mantido e promovido.

As diferenças existem e podem ser somadas e experiências podem ser trocadas no intuito da promoção da troca intercultural. A comunicação intercultural e intergeracional, torna-se, portanto, indispensável para o processo emancipatório, principalmente dos grupos mais jovens, na busca pela dignidade. A rigidez e a dissonância entre o significado de sucesso percebido socialmente e o significado individual almejado, contribui para o pessimismo, preocupações, perfeccionismo e possíveis frustrações que, provavelmente, ocorrerão e que, em face da ausência de resiliência e de sentido, poderão trazer sofrimento e um grande aumento dos casos de transtorno psíquico mais graves.

Iniciamos o nosso trabalho citando um texto da coluna da advogada Ruth Manus (2016) para exemplificar os múltiplos significados atribuídos ao termo “*sucesso*” e voltamos à essa citação com o intuito de refletir sobre ela, baseada nos nossos estudos. Certas considerações feitas pela autora coincidem com algumas das nossas observações, e a principal delas é a de que, atualmente, o dinheiro não é o objetivo principal para se considerar

bem-sucedido, pois é a sétima prioridade de nove, o que demonstra que para os brasileiros e portugueses da amostragem pesquisada, que ele não foi a primeira das prioridades, se é que algum dia já o foi. No entanto, quando estudamos as tendências por faixa etária pudemos observar que 10% dos jovens de 25 a 36 anos colocaram o dinheiro como primeira e segunda prioridade, enquanto que a média geral da pesquisa foi de 5% nas duas primeiras colocações, o que demonstra uma maior valorização do dinheiro nessa faixa etária. Além disso na nuvem de palavras deles, houve uma maior citação da palavra “*financeira*” que remete a ideia de dinheiro, por outro lado, quanto mais velho era grupo, menor a relevância dessa palavra na nuvem. Apesar disso, podemos observar que o dinheiro não foi a prioridade para a maioria dos respondentes, independentemente da idade. Entretanto, sabemos que esta pode não ser a mesma realidade nos EUA, com os jovens da geração Y, uma vez que 80% desses tem a meta de enriquecimento, como já foi citado anteriormente.

Quanto à percepção de Manus (2016) sobre o sucesso como sinónimo de felicidade para a geração mais jovem, pudemos perceber que a relação entre o sucesso e a felicidade existe sim, mas não somente para as gerações mais novas, como entende a autora, até pelo contrário. Na nossa pesquisa, encontramos a palavra feliz num destaque menor entre os mais jovens nas duas faixas etárias com menos de 36 anos, enquanto a palavra feliz foi a mais valorizada pelo grupo idoso, acima dos 65 anos.

Uma explicação sobre a infelicidade dos jovens pode ser observada na consideração feita por Manus, no que se refere a algumas pessoas bem-sucedidas que: “*abriram mão dos luxos, não ligam de viver com dinheiro contadinho. O que eles não podiam mais aguentar era a infelicidade*” (Manus, 2016)⁹. Essa constatação da infelicidade dos jovens se reflete no alto índice de depressão possivelmente estimulado pelo medo do fracasso, que faz com que muitos busquem no sucesso económico a solução sem se aperceberem das suas metas mais internas, sem compreender que esse significado perseguido não é o que eles entendem pessoalmente como sucesso. Esses jovens que abandonaram uma “carreira de sucesso” em prol de “ser feliz” estão entre aqueles que começaram a perceber, que o “sucesso” não é algo que possa ser medido pelo mundo exterior. Talvez pela observação de que o excesso de expectativas, que os levaram a uma vida frenética em busca de *status* e dinheiro, não trouxe

9

a tão esperada felicidade. Apesar de Manus (2016) reconhecer que existem diferentes metas de sucesso, ela reforça a ideia de felicidade como solução, sem se aperceber que é essa busca pela felicidade que pode estar contribuindo para a infelicidade e o insucesso exatamente por esses termos serem subjetivos e difíceis de serem delimitados. Os nossos idosos se apresentaram mais flexíveis, e os jovens, mais rígidos, ansiosos e impacientes.

Querer ser feliz é natural. O problema parece existir na urgência demonstrada pelos jovens, da nossa pesquisa, de obter sucesso como meio de ser feliz e realizado. As dúvidas geradas, pelo desejo simultâneo de ter dinheiro, realização e de se fazer o que se gosta, é o que parece levar muitos jovens a permanecerem numa busca incessante, e desorganizada, já que os jovens foram os que menos compreenderam a organização e planejamento como ajuda para se obter o sucesso.

Aqueles jovens que ainda não descobriram quais são as suas habilidades e preferências e, portanto, ainda não conseguiram se desligar do significado de sucesso generalizado, se veem envoltos num excesso de dúvidas que, quando aliado a uma falta de ação, resulta ou em uma paralisação ou em uma radicalização. Parece, portanto, que a solução do “abandono do sucesso” é na realidade, uma ação que permite o engajamento com suas próprias decisões.

Um ponto que a autora citada não conseguiu observar, é que a família é a prioridade essencial, da maioria, para se considerar “bem-sucedido” independente da idade. Apesar de os dois grupos mais jovens não a terem valorizado no mesmo percentual dos outros grupos, ainda assim a família representou a prioridade de número 1 para a grande maioria dos jovens. Portanto, ela não é uma meta exclusiva dos avós, mas sim da maioria dos pesquisados, mesmo que essa meta não esteja tão explícita.

Os nossos resultados levam-nos a concluir que o sucesso é, na realidade, um termo subjetivo que se refere, em geral, à capacidade de consecução de metas que são valorizadas por motivos pessoais, pela influência de terceiros, família, amigos, trabalho ou pelos média. Tais metas individuais podem se referir à família, a relacionamentos, ao lazer, à saúde, à felicidade, ao trabalho, ao dinheiro, à fama, à superação, ao sentido de vida, e a quaisquer outras coisas que se possa almejar e conseqüentemente alcançar. Sendo assim, desde que hajam metas, todos estariam sujeitos a julgamentos pessoais e externos sobre o sucesso e fracasso, de acordo com aquilo que se espera. Essa subjetividade do termo, portanto, assim como a dicotomia existente entre os significados de sucesso amplamente estimulados nos

média, relacionados com ideias de enriquecimento, fama, poder, excelência e resultados e o significado pessoal mais ligado a felicidade, família bem-estar, realização, fazer algo que tenha sentido contribuem para o conflito psicológico e o adoecer, conseqüentemente. Amparados no trabalho de Pahl (1997) podemos conceber a existência de uma ansiedade do *status* que, de acordo com ele, seria gerada pela dificuldade de medir ou avaliar o sucesso, tendo em conta que as avaliações pessoais e sociais do sucesso podem apresentar medidas diferentes, que não podem ser comparadas, quando ele se torna sinónimo de felicidade, que é outro constructo subjetivo

Existe, portanto, uma grande lacuna entre o sucesso divulgado e o sucesso pessoalmente perseguido. A maioria dos nossos pesquisados, no entanto, se considerou bem-sucedido, o que reflete uma boa capacidade de flexibilização, uma vez que o significado de sucesso estimulado pela sociedade através dos média, do meio empresarial, do meio desportivo é um significado improvável para a grande maioria. *“Umhas poucas pessoas podem ser ao mesmo tempo famosas e bem-sucedidas, conseguindo harmonizar os prazeres efêmeros da gratificação com a satisfação mais duradoura”* (Pahl, 1997:21). Flexibilizar significa adequar o termo a própria realidade, tornando as expectativas atingíveis e realistas de forma a ajudar no bem-estar social.

É importante frisar que um caminho mais saudável se faz necessário e talvez uma boa proposta para isso se encontre na proposta de Seligman (2011) com a teoria do *“Bem-Estar”*. Transformar a *“meta de resultado”* em *“meta de processo”* pode ser a pedra filosofal. Emoção positiva, engajamento, sentido, relacionamentos positivos e realização são os 5 elementos a serem desenvolvidos a fim de se atingir o *“Bem-Estar”* e se compararmos com os nossos três grupos de significado encontrados, podemos concluir que esses itens se assemelham ao resultado encontrado no nosso grupo Afetividade/Estar-bem, associado da ideia de capacidade para a promoção do engajamento, o que resultaria provavelmente em algo parecido com as respostas encontradas no grupo equilíbrio.

E, portanto, é isso que parece estar acontecendo com a maioria dos nossos respondentes quando viabilizam um significado de sucesso mais plausível. Cabe saber se as novas gerações continuarão neste caminho, uma vez que os grupos mais jovens foram os que menos se consideraram bem-sucedidos percentualmente.

BIBLIOGRAFIA

Abele, A. E. & Spurk, D. (2009). How do objective and subjective career success interrelate over time? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 803-824.

Achor, S. (2012). *O jeito Harvard de ser feliz*. São Paulo: Editora Saraiva.

Aguiar, E. S. S., Gomes, I. P., Fernandes, M. G. M. & Silva, A. O. (2011). Representações sociais do cuidar de idosos para cuidadores: Revisão integrativa. *Revista de Enfermagem UERJ*, 19(3), 485-490.

Almiro, P. A. & Lucas, S. (2011). Depressão, dimensões de personalidade e estratégias de coping numa amostra de mulheres. *Revista Eletrônica de Psicologia, Educação e Saúde*, 1(1), 1-11. Disponível em:

<http://revistaepsi.com/wp-content/uploads/artigos/2011/Ano1-Volume1-Artigo1.pdf>

Altamirano, C. (2016). Brasil é o 4º país mais corrupto do mundo, segundo Fórum Econômico Mundial. *El Pais*, 06/10/2016. Disponível em:

http://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/03/internacional/1475517627_935822.html

Alves-Mazzotti, A. J. (2008). Representações sociais: Aspectos teóricos e a aplicações à educação. *Revista Múltiplas Leituras*, 1 (1), 18-43.

Amâncio, L. (1993). Gênero: Representações e identidades. *Sociologia, Problemas e Práticas*. 14, 127-140.

Amorim, M. M. A. (2012). *Representações identitárias, representações sociais da alimentação das pessoas com diabetes mellitus tipo 2: Implicações no controle glicêmico*. Belo Horizonte: Escola de Enfermagem da UFMG.

Amorim, M. M. A., Ramos, N., Bento, I. C. & Gazzinelli, M. F. (2013). Intervenção educativa na diabetes mellitus. *Psicologia, Saúde & Doenças*, 14(1), 168-184.

Amorim, M. M. A., Ramos, N., Brito, M. J. M. & Gazzinelli, M. F. (2014). Identity representations of people with diabetes. *Qualitative Health Research*, 24(7), 913-922.

Angelini, A. L. (2007). Psicologia intercultural e psicologia educacional. *Boletim da Academia Paulista de Psicologia*, 2 (07), 39-46.

APA (2016). By the numbers: Older adults living alone. *Monitor on psychology*, 47 (5), 9.

Arreaza, A.L.V. (2014). Reconhecimento ético-moral dos direitos emancipatórios para os cidadãos sociais da saúde coletiva. *Saúde em Debate*, 38 (101). Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-11042014000200347&script=sci_arttext

Arroyo, M. G. (1992). Fracasso-sucesso: O peso da cultura escolar e do ordenamento da educação básica. *Em Aberto*, 11 (53), 46-53.

Arruda, A. (2002). Teoria das representações sociais e teorias de gênero. *Cadernos de Pesquisa*, (117), 127-147.

Bandura, A., Azzi, R. G., Polydoro, S., & cols. (2008). *Teoria social cognitiva: Conceitos básicos*. Porto Alegre: Artmed.

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70 Ltda.

Bauman, Z. (2009). *A arte da vida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

BBC Brasil (23/05/2017). *A JBS pode ser punida por comprar dólares e vender ações antes da delação premiada?* Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2017/05/23/a-jbs-pode-ser-punida-por-comprar-dolares-e-vender-acoes-antes-da-delacao-premiada.htm>

Berger, P. & Luckman, T. (1985). *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes.

Beck, A. T., & Bredemeier, K. (2016). A unified model of depression: Integrating clinical, cognitive, biological, and evolutionary perspectives. *Clinical Psychological Science*, 4 (4), 596-619.

Beck, A. T., Rush, A. J., Shaw, B. F., & Emery, G. (1997). *Terapia cognitiva da depressão*. Porto Alegre: Artmed.

Beck, J. (1997). *Terapia Cognitiva: Teoria e prática*. Porto Alegre: Artmed.

Blasco, C., Basso Junior, E., Brambilla, F. R. & Kruehl, A. J. (2016). As expectativas da geração Y em relação ao mercado de trabalho. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação*, 4 (1), 1-17.

Blackburn, I. M. (2005). Vulnerabilidade cognitiva a depressão. In P. M. Salkovskis (Ed.) *Fronteiras da terapia cognitiva*. (221-233) São Paulo: Casa do Psicólogo.

Borges, C. C. & Magalhaes, A. S. (2009). Transição para a vida adulta: Autonomia e dependência na família. *Psico*, 40 (1), 42-49.

Borges, C. C. & Magalhães, A. S. (2011). Laços intergeracionais no contexto contemporâneo. *Estudos de Psicologia*, 16 (2), 171-177.

Brown, B. (2013). *A coragem de ser imperfeito*. Rio de Janeiro: Sextante.

Bzuneck, J. A. & Guimaraes, S. E. R. (2003). Crenças de eficácia de professores: Validação da escala de Woolfolk e Hoy. *PsicoUSF*, 8 (2).

Cachapa, M. L. (2007). *Desemprego, qualidade de vida e stresse: Um estudo na região de Lisboa*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Saúde. Universidade Aberta, Lisboa, Portugal.

Callanan, G. A. (2003). What price career success? *Career Development International*. 8 (3), 126-133. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/13620430310471032>

Campos, R. (n.d.). *A imagem digital como forma de comunicação e produção cultural juvenil na metrópole*. Disponível em:

http://www.academia.edu/977640/A_IMAGEM_DIGITAL_COMO_FORMA_DE_COMUNICA%C3%87%C3%83O_E_PRODU%C3%87%C3%83O_CULTURAL_JUVENIL_NA_METR%C3%93POLE

Candau, V. M. (2008). Direitos humanos, educação e interculturalidade: As tensões entre igualdade e diferença. *Revista Brasileira de Educação*, 13 (37).

Carducci, B. J. (2012). Expressions of the self in individualistic vs. collective cultures: A cross-cultural-perspective teaching module. *Psychology Learning and Teaching*, 11 (3), 413-417. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.2304/plat.2012.11.3.413>

Carmo, H. F. & Ferreira, M. M. (2015). *Metodologia da investigação: Guia para a auto-aprendizagem*. (3ª ed.) Lisboa: Universidade Aberta.

Cartwright-Hatton, S. & Wells, A. (1997). Beliefs about worry and intrusions: The metacognitions questionnaire. *Journal of Anxiety Disorders*, 11, 279-315

Carvalho, M. P. (2003). Sucesso e fracasso escolar: Uma questão de gênero. *Educação e Pesquisa*, 29 (1). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1517-97022003000100013>

Cascão, S. F. (1996). *A representação social da formação profissional*. Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. p.29-49. Disponível em: <http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/418/1/DM%20CASC1.pdf>

Castañon, G. (2007). *O que é cognitivismo: Fundamentos filosóficos*. São Paulo: EPU.

Castorina, J. A. & Barreiro, A. V. (2007). El problema de la individuación de las representaciones sociales: Una perspectiva interdisciplinaria. *Psicología da Educação*, 25, 11-33.

Clark, D. A. & Steer, R. A. (2005). Status empírico do modelo cognitivo de ansiedade e depressão. In P. M. Salkovskis (Ed.), *Fronteiras da terapia cognitiva*. (83-100). São Paulo: Casa do Psicólogo.

Cobra, N. (2017). *A semente da vitória*. (104ª ed.). São Paulo: Editora Senac.

Cobra Jr., N. (2017). *O músculo da alma: A chave para a sabedoria corporal*. (2ª ed. rev.) Curitiba: Voo.

Cuche, D. (1999). *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC. Disponível em: http://www.academia.edu/4727173/A_No%C3%A7%C3%A3o_de_Cultura_nas_Ci%C3%A7%C3%A2ncias_Sociais_CUCHE

D. W. Brasil (2016). *Porque os jovens casam cada vez mais tarde?* Made for Minds. Disponível em: <http://www.dw.com/pt-br/por-que-os-jovens-casam-cada-vez-mais-tarde/a-19102520>

De Keere, K (2014). From a self-made to an already-made man: A historical content analysis of professional advice literature. *Acta Sociologica*, 57 (4), 311–324.

De Vries, M. F. R. K. (2010). The many colors of success: What do executives want out of life? *Organizational Dynamics*, 39 (1), 1-12.

Decol, R. D. (2007) O que é ser bem-sucedido? *Revista Época Negócios* (22/11/2007) Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/0,,EDG79865-8378-9,00.html>

Dobson, D. & Dobson, K. S. (2011). Avaliação e modificação das crenças nucleares e dos esquemas. In D. Dobson & K. S. Dobson, *Terapia cognitivo- comportamental baseada em evidencias*. (126-144). São Paulo: Artmed.

Domar, A. D. & Kelly, A. L. (2010). *Você pode ser feliz sem ser perfeita: Como se libertar das cobranças excessivas e se aceitar do jeito que você é*. Rio de Janeiro: Sextante.

Douglas, W. & Teixeira, R. (2012). *As 25 leis bíblicas do sucesso*. Rio de Janeiro: Sextante.

Dweck, C. S. (2017). *Mindset: A nova psicologia do sucesso*. São Paulo: Objetiva.

Evans, P. (1996). Carreira, sucesso e qualidade de vida. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 36 (3), 14-22. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v36n3/a03v36n3>

Fagúndez, P. R. A. & Ramos, R. R. (2008). Diálogos com o Oriente-Satyagraha: O projeto emancipatório de Ghandi na perspectiva do direito. *Espaço Jurídico*, 9 (2), 125-140. Disponível em: <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/espacojuridico/article/view/1912>

Ferrage, V. Z. C. (2012). *Espiritualidade e comportamentos de cidadania organizacional. Expressões de cidadania nas organizações: Um estudo de caso*. Dissertação apresentada para obtenção de Grau de Mestre em Relações Interculturais. Universidade Aberta, Lisboa, Portugal.

Ferreira, A., Demutti, C. M., & Gimenez, P. E. O. (2010). A teoria das necessidades de Maslow: A influência do nível educacional sobre a sua percepção no ambiente de trabalho. *13º SemeAd*, 1-17

Fortin, M. F. (1999). *O processo de investigação: Da concepção à realização*. Loures: Lusociência.

Ferreira, M. C., Assmar, E. M. L. & Souto, S. O. (2002). O individualismo e o coletivismo como indicadores de culturas nacionais: Convergências e divergências teórico-metodológicas. *Psicologia em Estudo*, 7 (1), 81-89. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v7n1/v7n1a09>

Fisher, P. & Wells, A. (2009). *Metacognitive therapy: Distinctive features*. London: Routledge.

Fleury, M. T. L., & Fleury, A. (2001). *Construindo o conceito de competência*. (183-196). RAC, Ed. Especial.

Fontaine, A. M., & Faria, L. (1989). Teorias pessoais do sucesso. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 5, 5-18.

Fontes, A. P. & Azzi, R. G. (2012). Crenças de autoeficácia e resiliência: Apontamentos da literatura sociocognitiva. *Estudos de Psicologia*, 29 (1), 105-114.

Frankl, V. E. (1980). *Ante el vacío existencial: Hacia una humanización de la psicoterapia*. Barcelona: Herder.

Frankl, V. E. (1989). *Um sentido para a vida: Psicoterapia e humanismo*. Aparecida: Editora Santuário.

Frankl, V. E. (2007). *Em busca de sentido: Um psicólogo no campo de concentração* (24ªed.) Petrópolis: Vozes.

Gerolimatos, B. & Worthing, M. L. (1999). Models of success and satisfaction: An interactive, intergenerational discussion. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 869, 133-139.

Giannetti, E. (2002). *Felicidade*. São Paulo: Companhia das Letras.

Goleman, D. (2014). *Foco: A atenção e seu papel fundamental para o sucesso*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Golinkoff, R. M. & Hirsh-Pasek, K. (2016). *Becoming brilliant: What science tells us about raising successful children*. Washington, DC: American Psychological Association.

Gouveia, V., Andrade, J. M., Milfont, T. L., Queiroga, F. & Santos, W. S. (2003). Dimensões normativas do individualismo e coletivismo: É suficiente a dicotomia pessoal vs. social? *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 16 (2), 223-234. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prc/v16n2/a02v16n2>

Günther, H. (2006). Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: Esta é a questão? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 22 (2), 201-210. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v22n2/a10v22n2.pdf>

Hall, S. (1999). *A identidade cultural na pós-modernidade*. (3ª ed.) Rio de Janeiro: DP&A.

Hesketh, J. L. & Costa, M. T. P. M. (1980). Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho. *Revista de Administração de Empresas*, 20 (3), 59-68. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rae/v20n3/v20n3a05>

IBGE (2015) Educação: Anos de estudo e sexo. In *Brasil em síntese*. Disponível em: <http://brasilemsintese.ibge.gov.br/educacao/anos-de-estudo-e-sexo.html>

Ituassu, C. T. (2012). *O Sentido do Sucesso: Uma construção social made in USA*. Tese apresentada a Escola de Administração de Empresas. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, Brasil. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/9454/TESE%20VERSAO%20FINALISSIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ituassu, C. T. & Tonelli, M. J. (2012). Notas sobre o conceito de sucesso: Sentidos e possíveis (re)significações. RAM. *Revista de Administração Mackenzie*, 13 (6). Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712012000600009

Jodelet, D. (2001). Representações sociais: Um domínio em expansão. In D. Jodelet (org.), *As representações sociais*. (17-44). Rio de Janeiro: Eduerj.

Jodelet, D. (2005). *Loucuras e representações sociais*. Petrópolis: Vozes.

Jordan, M. (2009). *Nunca deixe de tentar*. Rio de Janeiro: Sextante.

Kuiper, N. A. (1978). Depression and casual attributions for success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36 (3), 236-246.

Lévi-Strauss, C. (1952). Raça e cultura. In C. Lévi-Strauss, *Raça e a história*. (1-24). Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnhbnRjdWx0aGlzdG9yaWF8Z3g6NTQ1MjJhMWZlNDEzOTFiZQ>

Leahy, R. L. (2005). *Como lidar com as preocupações*. São Paulo: Artmed.

Lima Júnior, P. & Osterman, F. (2013). Análise dos condicionantes sociais do sucesso acadêmico em cursos de graduação em física à luz da sociologia de Bourdieu. *Revista Ensaio*, Belo Horizonte, 15 (1), 113-129.

Lipovetsky, G. (2007). *A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.

Lopes, A. R. & Teixeira, M. O. (2012). Projetos de carreira, autoeficácia e sucesso escolar em ambiente multicultural. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 13 (1).

Luz, F. Q., Santos, P. L., Cazassa, M. J. & Oliveira, M. S. (2012). Diferenças nos esquemas iniciais desadaptativos de homens e mulheres. *Revista Brasileira de Terapias Cognitivas*, 8 (2), 85-92. Disponível em:

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-56872012000200003

Machado, M. L. (2007). *A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras.

Manus, R. (2016). *A geração que encontrou o sucesso no pedido de demissão*. Disponível em: <http://emails.estadao.com.br/blogs/ruth-manus/a-geracao-que-encontrou-o-sucesso-no-pedido-de-demissao/>

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Originally Published in *Psychological Review*, 50, 370-396.

McBride, C., Bacchiochi, J. R. & Bagby, R. M. (2005). Gender differences in the manifestation of sociotropy and autonomy personality traits. *Personality and Individual Differences*. 38, 129-136. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Carolina_Mcbride2/publication/223357996_Gender_differences_in_the_manifestation_of_sociotropy_and_autonomy_personality_traits/links/53f1340c0cf23733e814fc1f.pdf

McGrath, R. E. & Walker, D. I. (2016). Factor structure of character strengths in youth: Consistency across ages and measures. *Journal of Moral Education*. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/03057240.2016.1213709>

Meira Penna, J. O. (1999). *Em berço esplêndido: Ensaio de psicologia coletiva brasileira*. (2ª ed. aum.). Rio de Janeiro: Topbooks.

Meyer, D. (1990). Private lives. *Review in American History*, 18, 274-278.

Mendonça, A. M. B. (2014). *Felicidade, bem-estar e sustentabilidade: Representações e racionalidades numa comunidade do Nordeste Transmontano*. Dissertação de Mestrado em Cidadania Ambiental e Participação. Universidade Aberta, Lisboa, Portugal.

Miranda, R. & Bara Filho, M. (2008). *Construindo um atleta vencedor: Uma abordagem psicofísica do esporte*. Porto Alegre: Artmed.

Moscovici, S. (2017). *Representações sociais: Investigações em psicologia social*. (11ª ed.). Petrópolis: Vozes.

Moyses, J. (2015). Experiência de vida. *AT Revist*, 06/12/2015, 48-51.

Nascimento-Schulze, C. M., & Camargo, B. V. (2000). Psicologia social, representações sociais e métodos. *Temas em Psicologia da SBP*, 8 (3), 287-299.

Neto, F. (2002). *Psicologia intercultural*. Lisboa: Universidade Aberta.

Neves, S. (no prelo). *Investigação feminista qualitativa e histórias de vida: A libertação das vozes pelas narrativas biográficas. Do fio à meada*. Lisboa: Ela por Ela.

Oliveira, A. L. (2009). A auto-eficácia para a aprendizagem autodirigida como pilar fundamental da educação e aprendizagem ao longo da vida: Continuação dos estudos de validação do self-efficacy for self-directed learning questionnaire. *Psychologica*, 51, 57-71.

Oliveira, M. S. B. S. (2004). Representações sociais e sociedades: A contribuição de Serge Moscovici. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 19 (55), 180-186.

Oliveira, C. (n.d). *Relações intergeracionais: Um estudo na área de Lisboa*.

Disponível em:

<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/3100/9/TRABALHO%20COMPLETO.pdf>

Ollier-Malaterre, A. & Foucreault, A. (2017). Cross-national work-life research: Cultural and structural impacts for individuals and organizations. *Journal of Management*, 43 (1), 111-136.

ONU (1948) *Declaração universal dos direitos humanos*. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>

Onwuegbuzie, A. J. & Leech, N. L. (2005). On becoming a pragmatic researcher: The importance of combining quantitative and qualitative research methodologies. *International Journal of Social Research Methodology*, 8 (5), 375-387. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13645570500402447>

Pahl, R. (1997). *Depois do sucesso: Ansiedade e identidade fin-de-siècle*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP.

Pattakos, A. (2010). *Prisioneiros de nossos pensamentos: Os princípios de Viktor Frankl para a descoberta de sentido na vida e no trabalho*. Rio de Janeiro: Rocco.

Pattakos, A. & Dundon, E. (2015). *The OPA! way: Finding joy & meaning in everyday life & work*. Dallas, TX: BenBella Books.

Peterson, C., Seligman, M. E. P. & Vaillant, G. E. (1988). Pessimistic explanatory style is a risk factor for physical illness: A thirty-five-year longitudinal study. *Personality and Social Psychology*, 55(1), 23-27. Disponível em: http://www.massgeneral.org/psychiatry/assets/published_papers/Peterson-1988.pdf

Pierobon, J. E. (2006) *Comunicação em contextos interculturais*. Bauru: UEP.
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pierobon-juliane-comunicacao-em-contextos-interculturais.pdf>

Ponte, C. (2011). Uma geração digital? A influência familiar na experiência mediática de adolescentes. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (65), 31-50.

Pordata (2016). *Idade média ao primeiro casamento, por sexo*. Disponível em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Idade+m%C3%A9dia+ao+primeiro+casamento++por+sexo-421>

Powel, G. N. & Mainiero, L. A. (1992). Cross-currents in the river of time: Conceptualising the complexities of women's careers, *Journal of Management*, 18 (2): 215-237.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais*. (2ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Ramos, N. (2005). Relações e solidariedades intergeracionais na família - Dos avós aos netos. *Revista Portuguesa de Pedagogia.*, 39 (1), 195 - 216.

Ramos, N. (2011). Educar para a interculturalidade e cidadania: Princípios e desafios. In L. Alcoforado *et al.*, *Educação e formação de adultos. Políticas, práticas e investigação*. (189-200). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

Ramos, N. (2012). Avós e netos através da(s) imagem(s) e das culturas. In N. Ramos, M. Marujo & A. Baptista(org.), *A voz dos avós: Migração, memória e património cultural* (2ª ed.) (33-56).Coimbra: Gráfica de Coimbra.

Ramos, N. (2013). Relationships and intergenerational solidarities - Social, educational and health challenges. In A. Oliveira (coord), *Promoting conscious and active learning and aging: How to face current and future challenges?* (129-145). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Disponível em: http://www.uc.pt/imprensa_uc/catalogo/ebook.

Ramos, N., Marujo, M. & Baptista, A. (2014). *A voz dos avós: Migração, memória e patrimônio cultural*. (2ª ed.). Coimbra: Gráfica de Coimbra.

Ramos, N. (2015). Mobilidades e interculturalidades na contemporaneidade: Desafios para a psicologia e inserção social. In S. Gondim & I. Bicharra (org.), *A psicologia e os desafios do mundo contemporâneo*. (267-300). Salvador: EDUFBA.

Rezende, M. (2010). *O que é ser bem-sucedido?* Disponível em <http://insistimento.com.br/o-que-e-ser-bem-sucedido/>

Rodrigues, M. I. S. (2012). *Atividades intergeracionais: O impacto das atividades intergeracionais no desempenho cognitivo dos idosos*. Universidade Católica Portuguesa. Centro regional de Braga Faculdade de Ciências Sociais. (II ciclo de Gerontologia Aplicada). Disponível em:
[http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/13657/3/Tese Intergeracionalidade.pdf](http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/13657/3/Tese%20Intergeracionalidade.pdf)

Roman, S. & Savoia, M. G. (2003). Pensamentos automáticos e ansiedade num grupo de jogadores de futebol de campo. *Psicologia: Teoria e Prática*, 5 (2), 13-22.

Rubio, K. (org.) (2000). *Psicologia do esporte: Interfaces, pesquisa e intervenção*. São Paulo: Casa do Psicólogo.

Rubio, K. (2001) *O atleta e o mito do herói: O imaginário esportivo contemporâneo*. São Paulo: Casa do Psicólogo.

Ryan, E. J., Watson, J. G. & Williams, J. (1981). The relationship between managerial values and managerial success of female and male managers. *The Journal of Psychology*, 10, 67-72.

Saavedra, L. (2001). Sucesso/insucesso escolar. A importância do nível socioeconómico e do género. *Psicologia*, 15 (1), 67-92. Disponível em : <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4415>

Sá, C. P. (2002). *Núcleo central das representações sociais*. (2ª ed.) Petrópolis: Vozes.

Salkovskis, P. M. (2005). Terapia cognitiva e Aaron T. Beck. In P. M. Salkovskis (Ed), *Fronteiras da terapia cognitiva*. (455-460). São Paulo: Casa do Psicólogo.

Santos, F. C. (2012). *GerAções Lx: Proposta de projeto piloto para diminuir o idadismo e promover um autoconceito positivo num grupo de seniores e jovens*. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em:

<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6376/1/Tese%20Filipp%20Santos.pdf>

Santos, B. S. (2009). Direitos humanos: O desafio da interculturalidade. *Revista Direitos Humanos*. Disponível em:

http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/Direitos%20Humanos_Revista%20Direitos%20Humanos2009.pdf

Schein, E. (1989). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.

Seligman, M. E. P. (2004). *Felicidade autentica: usando a nova psicologia positiva para a realização permanente*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Seligman, M. E. P. (2011). *Florescer: Uma nova compreensão sobre a natureza da felicidade e do bem-estar*. Rio de Janeiro: Objetiva.

Seligman, M. .E. P. (2012). *Aprenda a ser otimista*. (4ª ed.). Rio de Janeiro: Nova Era.

Sêga, R. A. (2000). O conceito de representação social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. *Anos 90*, (13), 128-133.

Serra, A. M. (2010). *A psicologia na copa do mundo: Emoções , desempenho e vitória – a derrota anunciada!* São Paulo: ITC- Instituto de Terapia Cognitiva. Disponível em http://www.itcbr.com/artigo_drana_copa.shtml

Serra, A. M. (2013). Autoconceito, perfeccionismo e profecia autorrealizante. São Paulo: ITC- Instituto de terapia Cognitiva. Disponível em: <http://www.itcbr.com/artigo-autoconceito-perfeccionismo-profecia-autorrealizante.shtml>

Silva, C. A. D., Barros, F., Halpern, S. C. & Silva, L. A. D. (1999). Meninas bem-comportadas, boas alunas; meninos inteligentes, indisciplinados. *Cadernos de Pesquisa*, (107), 207-225.

Spink, M. J. P. (1993). O conceito de representação social na abordagem psicossocial. *Cadernos de Saúde Pública*, 9 (3), 300-308.

Stambulova, N., Alfermann, D., Statler, T. & Cote, J. (2009). ISSP position stand: Career development and transitions of athletes. *Career Development and Transition*, 7, 395-412. Disponível em: www.issponline.org/documents/positionstand2010-1.pdf

Sturges, J. (1996). *What it means to succeed: Personal conceptions of career success held by male and female managers at different ages*. Ph.D. thesis. School of Management, Cranfield University, UK.

Tjeder, D. (2002). When character became capital: The advent of the self-made man in Sweden, 1850-1900. *Men and Masculinities*, 5 (1), 53-79.

Toohey, K & Veal, A. J. (2007). *The olympic games: A social science perspective*. London: Cabi.

Tylor, E. B. (1975). La ciência de la cultura. In J. Khan (org.), *El concepto de cultura: Textos fundamentales*. Barcelona: Anagrama.

Vaillant, G. E. & Vaillant, C. O. (1990). Natural history of male psychological health, XII: A 45-year study of predictors of successful aging at age 65. *American Journal of Psychiatry*, 147, 31-37. Disponível em:

http://www.massgeneral.org/psychiatry/assets/published_papers/Vaillant-1990-AJP.pdf

Vaillant, G. E. & Mukamal, K. (2001). Successful aging. *American Journal of Psychiatry*, 158, 839-847. Disponível em:

http://www.massgeneral.org/psychiatry/assets/published_papers/Vaillant-2001-AJP.pdf

Vala, J. (1993). Representações sociais: Para uma psicologia social do pensamento social. In J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), *Psicologia social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Vilani, L. H. P. & Samulski, D. M. (2002). Família e esporte: Uma revisão sobre a influência dos pais na carreira esportiva de crianças e adolescentes. In E. Silami-Garcia, & K. L. M. Lemos. *Temas Atuais VII: Educação física e esportes*. (09-26). Belo Horizonte: Editora Health.

Villas-Boas, S., Oliveira, A. L. & Ramos, N. (2015). Gender and intergenerational programs. In J. Ostrouch-Kaminska & C. C. Vieira (Eds.), *Gender and informal learning of adults*. (121-134) Rotterdam: Sense Publishers.

Villas-Boas, S., Oliveira, A., Ramos, N. & Montero, I. (2015). Elaboração de programas intergeracionais: O desenho do perfil comunitário. *Educação, Sociedade & Culturas*, (44), 31-47.

Wachelke, J. F. R. & Camargo, B. V. (2007). Representações sociais, representações individuais e comportamento. *Revista Interamericana de Psicologia*, 41 (3), 379-390.

Wakefield, R. L. (1996). Interdisciplinary theoretical foundations for international Public Relations. In: H. M. Culbertson & Chen Ni, *International public relations: A comparative analysis*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Association.

Waldinger, R. J., Cohen, S., Schulz, M. S., & Crowell, J. A. (2014). Security of attachment to spouses in late life: Concurrent and prospective links with cognitive and emotional wellbeing. *Clinical Psychological Science*, 18, 1-45. Disponível em: http://repository.brynmawr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=psych_pubs

Waldinger, R. J. & Schulz, M. S. (2016). The long reach of nurturing family environments: Links with midlife emotion-regulatory styles and late-life security in intimate relationships. *Psychological Science*, 27 (11), 1443-1450.

Weber, Max (1967). *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora.

Weller, W. (2010) A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. *Sociedade e Estado*, 25 (2) 205-224. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/3399/339930909004.pdf>

Wells, A. (2001). *Emotional disorders and metacognition: Innovative cognitive therapy*. Chichester: John Wiley & Sons.

Wells, A. (2009). *Metacognitive therapy for anxiety and depression*. New York: The Guilford Press.

Whitmore, J. (2012). *Coaching para aprimorar o desempenho: Os princípios e a prática do coaching e da liderança*. São Paulo: Clio Editora.

Zucchetti, D. T. & Bergamaschi, M. A. (2007). Construções sociais da infância e da juventude. *Cadernos de Educação*, (28), 213-234.

FILMOGRAFIA:

Brown, B. (2010). *O poder da vulnerabilidade*. Ted talks. Disponível em: https://www.ted.com/talks/brene_brown_on_vulnerability?language=pt-br

Dweck, C. (2014). *O poder de acreditar que se pode melhorar*. Ted talks. Disponível em: https://www.ted.com/talks/carol_dweck_the_power_of_believing_that_you_can_improve?language=pt-br

ESPN Brasil (2016). *Invisible Players*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XoZrZ7qPqio>

Waldinger, R. (2015). *The good life*. TEDxBeaconStreet. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q-7zAkwAOYg>

Waldinger, R. (2016). *What makes us happy and healthy*. CBS. Disponível em: <http://www.cbsnews.com/videos/what-makes-us-happy-and-healthy/>

ANEXO I

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Dados sociodemográficos

O questionário que se segue tem por objetivo traçar relações entre ansiedade, preocupações, perfeccionismo, sucesso, com sexo, gerações, , cultura, escolaridade e poder aquisitivo.

A maioria delas pode ser respondida meramente assinalando ou fazendo um círculo na melhor alternativa, outras requerem uma breve resposta escrita. Pedimos-lhe para que leia atentamente as instruções dadas. Lembramos-lhe de que as suas respostas serão confidenciais e que não existem respostas certas ou erradas.

A sua participação é voluntária, sendo assegurado o anonimato dos seus dados pessoais e das suas respostas. Se determinada questão não se aplicar à sua situação, ou se não souber como responder, ou ainda se a questão lhe levantar objecções, indique-o, escrevendo depois da questão:

“NA” = Não Se Aplica; “?” = Não Sei; “ND”= Não Desejo Responder.

Desde já agradecemos a sua disponibilidade e colaboração no nosso estudo.

* 1. Sexo

- Masculino
 Feminino
 Outro (especifique)

* 2. Idade

* 3. Nacionalidade (país onde nasceu):

* 4. Região onde nasceu:

5. Região/Localidade onde reside:

* 6. Há quanto tempo habita nessa localidade/residência:

* 7. Estado civil

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- União de facto (junta)
- Divorciado(a)
- Separado(a)
- Viúvo(a)
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

* 8. Qual é a sua religião

* 9. Habitualmente é praticante da sua religião

- Sim
- Não
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

* 10. Me considero uma pessoa espiritualizada

- Sim
- Não
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

* 11. Está ligado há algum trabalho em alguma comunidade ou faz algum tipo de trabalho voluntário? Sim? Qual? Sente-se realizado com isso? Sente-se engajado?

* 12. Pratica alguma atividade física ? Qual?

* 13. O que para você significa ser bem sucedido?

* 14. Você se considera bem sucedido? Se sim, porquê?

* 16. Enumere por ordem de prioridade o que é importante para que você possa se considerar bem sucedido?

☰	☑	Família
☰	☑	Poder
☰	☑	Trabalho
☰	☑	Dinheiro
☰	☑	Reconhecimento/ Fama
☰	☑	Realização Pessoal
☰	☑	Convívio Social/ Amizades
☰	☑	Fazer algo que tenha significado e sentido
☰	☑	Superação

* 17. Mora sozinho ou mora com a família?

* 18. O que eu aprendi com meus pais e avós, contribui para o meu sucesso ? Se sim explique o que aprendeu e como contribuiu para o sucesso.

* 19. Me considero auto-suficiente e o meu sucesso se deve única e exclusivamente a mim:

- Sim
- Não
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

* 20. Me interesso pelas experiências e valores alheios:

- Sim
- Não
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Relativo ao seu treino profissional

* 21. Escolaridade

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo/médio incompleto
- Médio completo
- Curso técnico/ Superior incompleto
- Superior Completo
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós doutorado
- Não sei
- Não se aplica
- Não desejo responder

* 22. Tipos de ocupação

- Profissional liberal
- Empresário
- Empregado
- Funcionário Público
- Aposentado
- Desempregado
- Outro (especifique)

* 23. Possui treinamentos específicos para o trabalho que executa?

- Sim
- Não
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

* 24. Trabalha há quanto tempo?

* 25. Qual o cargo que ocupa?

* 26. Há quanto tempo trabalha no cargo atual?

* 27. Me sinto discriminado no trabalho:

- Não
- Sim, por que:
 - sou velho
 - sou jovem
 - sou mulher
 - sou homem
 - sou imigrante
 - sou de cultura diferente
 - Outro motivo. Qual?

* 28. Remuneração

- Até 2 salários mínimos
- De 2 até 4 salários mínimos
- De 4 até 6 salários mínimos
- De 6 a 8 Salários mínimos
- De 8 a 15 salários mínimos
- Mais de 15 salários mínimos
- Não se aplica
- Não sei
- Não desejo responder

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Autoconceito


* 29. Responda as afirmativas a seguir de acordo com o quanto você concorda em cada uma delas: Não se aplica/ se aplica pouco/ se aplica/ se aplica muito/ se aplica totalmente

	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
Sou uma pessoa bem sucedida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou uma pessoa organizada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou uma pessoa responsável com os meus deveres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou pontual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero capaz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero uma pessoa esforçada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero um pessoa dedicada às outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero uma pessoa dedicada ao trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acredito em mim e no meu potencial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou otimista com relação ao meu futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O que eu penso que os outros vão pensar sobre mim interfere no meu comportamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encaro as dificuldades como oportunidades e/ou desafios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosto de me arriscar, experimentar e tentar coisas novas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Penso que não sou valorizado o quanto deveria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesmo que não me valorizem quanto eu acho que merecia, não me deixo abater e continuo me esforçando cada vez mais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tento agradar as pessoas, abrindo mão das minhas necessidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
Me considero uma pessoa agradável e gentil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou pessimista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prezo a segurança e tenho dificuldade de me arriscar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encaro as dificuldades como problemas impossíveis de serem solucionados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não me esforço porque sou esperto e tenho capacidade de improviso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De modo geral eu me considera feliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adoro aprender coisas novas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De modo geral sinto que o que faço na minha vida é algo valioso e útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando as coisas dão errado em minha vida, geralmente levo muito tempo para voltar ao normal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em minha vida existem pessoas que se importam comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho pessoas que merecem o meu amor e cuidado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Perfeccionismo

* 30. Responda as afirmativas a seguir de acordo com o quanto você concorda em cada uma delas: Não se aplica/ se aplica pouco/ se aplica muito/ se aplica totalmente 

	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
Tenho dificuldade de lidar com erros meus e ou de outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou exigente com o meu trabalho e não aceito cometer erros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou exigente com o trabalho de outras pessoas e fico muito irritado com erros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho medo de fracassar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evito delegar tarefas por achar que as pessoas não executariam corretamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deixo as obrigações para depois, ou até mesmo não faço coisas por medo de não fazê-las da forma que penso que deveria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho dificuldade de lidar com imprevistos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho a impressão que somente os meus pensamentos estão certos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando tenho um problema acredito que não tenho recursos para resolvê-lo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Penso que deveria ser perfeito, ou fazer as coisa com o máximo de perfeição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sempre coloco o foco no resultado que deveria ter com as minhas ações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avalio o meu sucesso pelo resultado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero-me um fracasso quando não tenho os resultados que espero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não aceito fracassar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Preocupação

* 31. Responda as afirmativas a seguir de acordo com o quanto você concorda em cada uma delas: Não se aplica/ se aplica pouco/ se aplica/ se aplica muito/ se aplica totalmente

	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
Me considero uma pessoa preocupada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acho que a preocupação me ajuda a ser bem sucedido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minha preocupação me faz agir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero uma pessoa ansiosa e a minha ansiedade me ajuda a conseguir as coisas que desejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As preocupações me ajudam a evitar situações desastrosas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me preocupando eu entendo melhor o problema e tenho mais recursos para enfrentá-lo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Somente as pessoas boas e responsáveis se preocupam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando erro fico remoendo o que deu errado para evitar o erro futuramente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me considero uma pessoa ansiosa e acho que a minha ansiedade me prejudica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A preocupação me deixa muito tenso e me atrapalha na resolução de problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minha preocupação me paralisa e me atrapalha a atingir minhas metas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CARACTERÍSTICAS AUTO-ATRIBUÍDAS EM DETERMINADOS GRUPOS

Distribuição do tempo/ Planejamento/ organização

* 32. Responda as afirmativas a seguir de acordo com o quanto você concorda em cada uma delas: Não se aplica/ se aplica pouco/ se aplica/ se aplica muito/ se aplica totalmente

	Não se aplica	Se aplica pouco	Se aplica	Se aplica muito	Se aplica totalmente
Conseguo distribuir bem o meu tempo equilibrando todas as áreas da vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perco tempo fazendo coisas sem importância e deixo as obrigações para depois	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso o planejamento para me preparar e evitar problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assumo mais responsabilidades do que poderia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sei distinguir as prioridades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sei determinar o tempo adequado para cada atividade que faço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planejamento e organização me ajudam a ser bem sucedido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O esforço me ajuda a ser bem sucedido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>