

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CAMPUS FLORESTAL

**A IDENTIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE TI EM UMA EMPRESA DE
DIGITAL BUSINESS EM BELO HORIZONTE**

LUANA RIBEIRO MELO SANTOS

FLORESTAL – MG
2021

LUANA RIBEIRO MELO SANTOS

**A IDENTIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE TI EM UMA EMPRESA DE
DIGITAL BUSINESS EM BELO HORIZONTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa – *Campus*
Florestal, como parte das exigências de
obtenção do grau de bacharel em
Administração.

Orientadora: Prof.^a Mariana Mayumi Pereira de
Souza

FLORESTAL - MG

2021

LUANA RIBEIRO MELO SANTOS

**A IDENTIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE TI EM UMA EMPRESA DE
DIGITAL BUSINESS EM BELO HORIZONTE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal de
Viçosa – *Campus* Florestal, como parte
das exigências de obtenção do grau de
bacharel em Administração.

APROVADA: 22 de março de 2021

Adriana Ventola Marra

Samara de Menezes Lara

Profa. Adriana Ventola Marra

Profa. Samara de Menezes Lara

Mariana M. P. de Souza

Profa. Mariana Mayumi Pereira de Souza
(Orientadora)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES:

Ilustração 1 - Projeção da demanda de profissionais10

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Perfil Sociodemográfico dos profissionais de TIC.....	29
Quadro 2: Categorias da análise de dados.....	30

RESUMO

Vivemos numa era tecnológica e o crescimento da área de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) tem provocado mudanças na gestão de pessoas das organizações. O crescimento acelerado da área demanda uma quantidade de profissionais qualificados de forma desproporcional à capacidade de formação das universidades do país, gerando assim um *gap* na oferta e demanda e aumentando a competitividade por mão de obra qualificada. Assumindo a identificação como fator competitivo para a organização, o objetivo geral deste trabalho é compreender como ocorre a identificação profissional dos trabalhadores do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação em uma empresa de tecnologia especializada em *digital business*. Realizou-se uma pesquisa qualitativa descritiva, realizada através de entrevistas semiestruturadas, analisadas por meio da análise de conteúdo. A pesquisa contou com a participação de 15 profissionais de TIC, atuantes em diferentes áreas da empresa Wonder. Através dos dados analisados percebeu-se que o processo de identificação com a empresa se inicia ainda no primeiro contato do profissional com a organização. A partir da pesquisa foi possível delimitar o perfil do profissional de TI, sendo este um indivíduo com perfil voltado à resolução de problemas, com facilidade na área de exatas, especialista em determinado assunto e em busca de aperfeiçoamento constante. Identificou-se também que as ações adotadas pela empresa estão mais relacionadas com um padrão em ação do que com um plano consciente para estimular a identificação e que todos os pesquisados afirmam se identificar com a empresa, tendo como principais fatores de identificação a liberdade e flexibilidade oferecidas pela empresa, o ambiente e a cultura acolhedora e a ambição e potencial de crescimento da organização. Em relação às instâncias identificatórias mais preponderantes no processo de construção da identidade dos profissionais, percebeu a influência familiar, a experiência na infância com computador, a valorização do curso técnico e a carreira em suporte como os principais fatores. Conclui-se que apesar de se sentirem emocionalmente ligados e identificados com a Wonder, tal fator não é o suficiente para diminuir a rotatividade em TIC, os profissionais da área vivenciam um processo de gestão individualizada da carreira e centrada no próprio indivíduo, aumentando a identificação com a profissão em relação a identificação com a organização que atuam.

Palavras-chaves: Profissionais de TI. Identidade. Identificação. Gestão de Pessoas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	
2.1 Identidade.....	14
2.2 Identificação nas Organizações	18
2.3 Identificação dos Profissionais de TIC	22
3 METODOLOGIA	25
4 ANÁLISE DE DADOS	27
4.1 A Construção da Trajetória do profissional de TI	30
4.1.1 Incentivo Familiar	30
4.1.2 O Computador na Infância	31
4.1.3 Curso Técnico	32
4.1.4 Carreira em Suporte	33
4.2 O perfil do profissional de TIC	34
4.2.1 O Estereótipo <i>Nerd</i>	34
4.2.2 Perfil Resolutor	35
4.2.3 Familiaridade com Exatas	36
4.2.4 O aperfeiçoamento constante	37
4.3 As estratégias da empresa de TI e a percepção dos colaboradores	38
4.4 O pertencimento do profissional de TI na Wonder.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
APÊNDICE A: INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	53
APÊNDICE B: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE).....	54

1 INTRODUÇÃO

O objetivo geral deste trabalho é compreender como ocorre a identificação profissional e a construção da identidade profissional dos trabalhadores do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação em uma empresa de tecnologia especializada em digital business. O trabalho para diversas pessoas em todas as partes do globo terrestre, apesar de após a abolição da escravidão não ser necessariamente um instrumento de tortura, não é uma fonte de alegria e prazer que possibilita a identificação positiva do sujeito (DUBAR, 2012).

Muitos entendem o trabalho apenas como uma obrigação a ser feita e não como uma boa definição de sua identidade. Algumas atividades, no entanto, não carregam essa conotação negativa e permitem a identificação positiva do indivíduo. Tais atividades em geral são escolhidas, permitem ser vividas de forma autônoma e permitem uma progressão ao longo da trajetória. São atividades que não se resumem a uma troca de força de trabalho por salário, possuem uma dimensão simbólica de auto realização e reconhecimento social e possibilitam seus realizadores a se identificarem com e através do seu trabalho (DUBAR, 2012).

A construção da identidade do indivíduo se dá através da identificação do sujeito com terceiros, membros dos grupos em que este está inserido. Dubar (1998) afirma que o processo de identificação antecede as categorizações a partir das quais os indivíduos constroem suas identidades.

Na atualidade o conceito de identidade não é aplicado apenas para indivíduos, mas também para grupos e organizações. Até a década de 80, a maioria dos estudos sobre identidade organizacional baseavam-se em entidades com fronteiras, estruturas e mercados bem definidas, porém, tal lógica passa a ser questionada com a expansão dos limites das empresas por meio das terceirizações, fusões, e claro o advento e popularização da internet (CALDAS; WOOD JR., 1997). A ideia de uma ‘realidade virtual’ foi um marco ao que tange a identidade nas organizações devido a emergência do seu conceito nos anos 80, definido por um computador criando imagens animadas em tempo real e estabelecendo um ambiente de interação feito através de projeções onde era evidente a presença física de um sujeito por trás da tela, mas a sua identidade era evasiva (CALDAS; WOOD JR., 1997).

Com estas transformações os pensadores, cientistas e teóricos que estudavam a questão da identidade nas organizações também precisaram se modificar (CALDAS; WOOD JR., 1997). A partir dos anos 90, com o acelerado crescimento do espaço cibernético a internet acrescenta um novo capítulo nos estudos a respeito da identidade e o comportamento dos

indivíduos que interagem com serviços *online* passa a entrar em foco de análise (TERÊNCIO; SOARES, 2003).

Vivemos na Era Digital, a todo momento somos expostos a informações e interagimos com inovações tecnológicas. Nos ambientes familiares privados, as inovações digitais estão presentes facilitando as rotinas do dia-a-dia, seja através de sistemas que promovem controles antes feitos manualmente, como uma simples lista de compras, seja promovendo o lazer por meio de serviços de streaming ou por diversas outras formas (RAMOS, 2009?). Seja no ambiente familiar ou profissional, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) estão presentes nas relações humanas mais simples (MOURA JÚNIOR; HELAL; 2014). Alguns *sites* de referência em marketing digital, como o Neil Patel, já afirmam em seus estudos que nos ambientes organizacionais, a era digital auxilia nas gestões internas, acelera processos e é utilizada como estratégia ao possibilitar a agilidade nas tomadas de decisões e na propagação de informações.

O avanço da tecnologia em muito tem facilitado o acesso à informação e mudado a forma de utilização da Internet. Os indivíduos deixam de utilizar apenas computadores e se aumenta a utilização de smartphones. Dados divulgados por uma pesquisa realizada pelo Nielsen IBOPE (2019) afirmam que em 2015 aproximadamente 73 milhões de brasileiros realizavam acessos à Internet através de um smartphone.

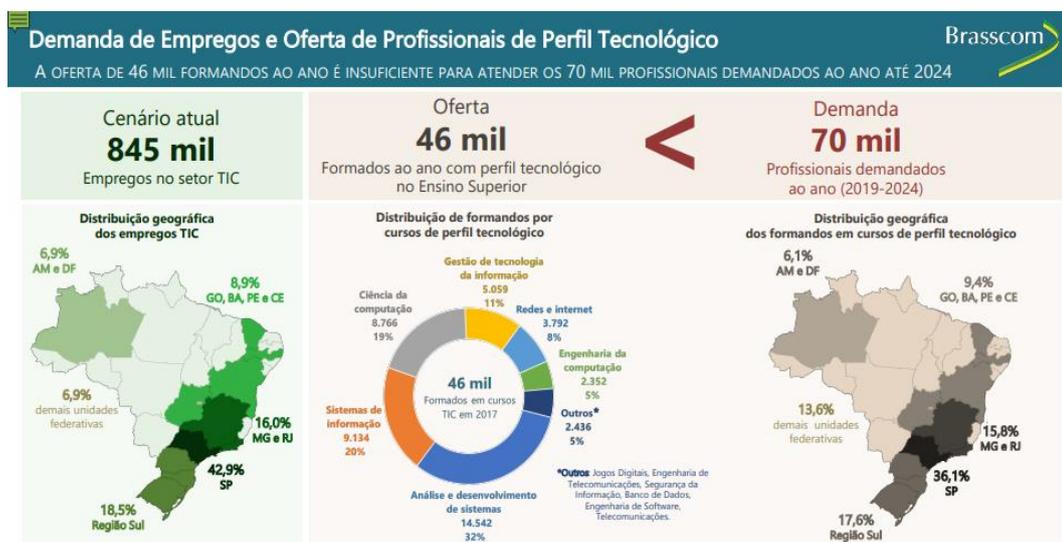
Estes avanços tecnológicos implicam em mudanças em todos os setores e causam significativos impactos no mercado de trabalho, no qual se necessita adaptar às demandas geradas pela era digital. Em pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2009 já haviam cerca de 1.799 empresas de tecnologia da informação com 20 ou mais pessoas ocupadas. Dados de 2019 da Associação Brasileira de Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (BRASSCOM) confirmam o crescimento das profissões voltadas ao setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e expõe o potencial de contínua expansão do setor.

No ano de 2013, o governo brasileiro objetivando impulsionar o aumento de profissionais no setor de tecnologia lança a plataforma digital “Brasil mais TI”, que oferece 39 cursos de nível básico e intermediário visando à capacitação e formação de mão de obra especializada de jovens e adultos interessados em ingressar no mercado de trabalho. O relatório setorial divulgado pela BRASSCOM (2019) afirma que no ano de 2018 o Macrossetor de

Tecnologia da Informação e Comunicação aumentou a quantidade de empregos gerados em 2,9%.

Este aumento adicionou cerca de 43 mil profissionais ao mercado de trabalho, sendo 28 mil destes voltados especificamente para os setores de Software e Serviços. Ainda segundo a BRASSCOM, estes setores se definem como os de maior potencial de crescimento e mais intenso em demanda de mão de obra. Estima-se que até 2024 sejam demandados cerca de 70 mil profissionais por ano, enquanto no cenário atual a oferta gira em torno de 46 mil profissionais ao ano formados no Ensino Superior. Sendo assim, caso a quantidade ofertada e demandada se mantenha estável, a demanda total de profissionais de tecnologia do ano de 2019 ao ano de 2024 seria de 420.000 indivíduos, enquanto a oferta seria de 276.000, gerando uma defasagem de 144 mil profissionais. É interessante salientar ainda o descompasso regional, no estado de São Paulo são formados 36,1% dos profissionais de TIC enquanto emprega 42,9% dos trabalhadores do setor.

Ilustração 1: Projeção da demanda de profissionais



Fonte: BRASSCOM, 2019, p. 27.

Neste cenário de notável desproporcionalidade entre oferta e demanda, as empresas do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) vem enfrentando dificuldades na atração de funcionários capacitados e se deparam com altos índices de rotatividade impulsionada por, entre outros fatores, a grande concorrência por mão de obra das outras empresas atuantes. A rotatividade de pessoal tem se tornando um problema para mercados de

alta competitividade como o de Tecnologia da Informação, que encontram dificuldades em reter o profissional que não possui lealdade à organização e muda facilmente de uma oportunidade para outra que lhe pareça melhor (CAPPELLI, 1999).

O Guia Salarial 2020 da Robert Half, um dos mais respeitados no meio sobre remunerações e tendências de recrutamento, apontou que apenas 1% dos empregadores pesquisados no setor de TIC não realizam contrapostas com o objetivo de se reter um profissional. Tal ação se torna um labirinto para o próprio empregador e não ajuda a reduzir a taxa de rotatividade, uma vez que os levantamentos apontam que este profissional retido volta a se disponibilizar para o mercado de trabalho após alguns meses, motivado por salários, insatisfações internas, entre outros.

Neste cenário, os ideais de cultura e identificação organizacional como fatores de competitividade, mencionados pelo escritor, Michael James Jucius na década de 50, pelo economista Thomas Peters e pelo especialista em negócios Robert Waterman, na década de 80, são retomados com toda a força (LACOMBE, 2002) na tentativa de se reter o profissional. Marra et al (2014) afirma que o indivíduo cria um vínculo com a organização através do processo de identificação pois este ocorre no momento em que o profissional assimila características da instituição.

As decisões tomadas na área de TI influenciam nas tomadas de decisão e na competitividade de uma organização, portanto reter seus talentos é fator estratégico e de suma importância (MOURA JÚNIOR; HELAL, 2014). Segundo Lacombe (2002), a busca por competitividade e agilidade alterou os aspectos de ordem emocional que permeavam os contratos entre indivíduo e organização e envolviam sentimentos como lealdade e dedicação e tornou a relação transacional baseada em uma troca de trabalho por remuneração, se tornando um desafio incentivar à identificação organizacional em uma geração de profissionais que vivenciou um processo de identificação à profissão em detrimento da identificação à organização em que atua.

Os contratos anteriormente estabelecidos entre os trabalhadores e a organização contemplavam, ainda que de maneira implícita, sentimentos como lealdade e dedicação à organização por parte do trabalhador e a garantia do emprego e de aumentos salariais contínuos, por parte da empresa (LACOMBE, 2002, p. 2).

Cappelli (1999) afirma que o relacionamento tradicional entre empregado e empregador chegou ao fim, as novas práticas de gestão não contribuem para valores como compromisso de longo prazo, práticas de desenvolvimento e promoções internas. O funcionário já não é mais

leal à organização, tal sentimento é substituído pelo apego à evolução individual de carreira. As estratégias de gestão são voltadas a diminuir as expectativas dos funcionários em relação às obrigações da organização empregadora, direcionando a responsabilidade da empregabilidade para o próprio empregado, porém, mantendo a expectativa de que estes mantenham a alta performance (CAPPELLI, 1999).

Neste contexto, para se compreender com mais clareza o panorama dos desafios a serem absorvidos pelas gerências e lideranças do setor de TIC, fez-se relevante um estudo acerca da identificação dos profissionais de TIC com a organização em que atuam. Neste trabalho analisaremos como ocorre o processo de identificação dos profissionais da área de tecnologia da informação e comunicação em uma pequena empresa de digital bussiness que conta em seu quadro de 200 colaboradores com 170 profissionais de TIC. A autora é membro da organização referida e a partir de sua experiência pessoal de atuação no setor de Recursos Humanos, notou uma alta rotatividade na empresa que possui constantes demandas de contratação não só para aumento de pessoal, mas para suprir o turnover. A partir da constante convivência com os colaboradores do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação, notou-se também aspectos em comum no comportamento e nas expressões utilizadas pelos mesmos para se referir a empresa. Para melhor entendimento deste processo, realizou-se este estudo que poderá complementar os trabalhos já realizados a respeito da identificação de profissionais do setor de TI e auxiliar nos futuros trabalhos realizados, tendo em vista o grande crescimento e o potencial do setor.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como ocorre a identificação profissional dos trabalhadores do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação em uma empresa de tecnologia especializada em digital business. Os objetivos específicos são:

- a) Descrever a trajetória e o perfil dos profissionais de T.I.C.;
- b) Identificar quais estratégias são utilizadas pela empresa para estimular a identificação organizacional dos profissionais;
- c) Descrever a percepção dos profissionais a respeito de tais estratégias;
- d) Analisar quais as instâncias identificatórias mais preponderantes no processo de construção da identidade dos profissionais de T.I.C. estudados.

Moura Júnior e Helal (2014) afirmam crer na possibilidade de se categorizar o profissional de TIC por um prazo determinado através de seus postos de trabalho, atribuições e cargos. Os autores inserem a condicional do prazo delimitado devido a dinâmica da área de

tecnologia rapidamente transformar em obsoleta as especialidades e definições profissionais da área. Cappelli (1999) afirma que as pressões do mercado e a necessidade de mudança constante também tem afetado as relações de emprego de longo prazo, tornando-as impraticáveis. No novo cenário, parte-se do pressuposto de que as relações de trabalho terão breve duração, podendo a qualquer momento ser encerrada por uma das partes envolvidas, tornando a relação empregado e empregador “uma dança difícil entre uma relação aberta e a atração do mercado, com as partes negociando constantemente seus compromissos” (CAPPELLI, 1999, p.2).

A combinação do cenário de crescimento do setor, o *gap* ao se comparar a oferta e demanda de mão de obra da área no país e a concorrência entre empresas por mão de obra qualificada, carece das organizações de TI um desprendimento de esforços voltados para estimular a identificação de seu quadro de profissionais com a identidade da organização na tentativa de se aumentar a satisfação, desempenho, competitividade e de reduzir os índices de rotatividade de pessoal e abandono da área (MANGIA; JOIA, 2014; LACOMBE, 2002).

Em pesquisa nos sites de referência em artigos acadêmicos Spell e Scielo realizadas em 2021 nota-se uma quantidade limitada de trabalhos relacionando as temáticas identidade e identificação e profissionais de tecnologia da informação e comunicação. Ao se relacionar no Scielo os termos “identidade” e “profissional de TI” ou “TI” ou “Tecnologia” encontra-se ao todo cerca de 44 trabalhos, porém através dos resumos notou-se que 40 destes não são voltados para o setor profissional de tecnologia, mas sim para a aplicação de tecnologias em processos e análises em diferentes setores. Já ao associar com o tema “identificação”, no Scielo não é possível encontrar trabalhos na área. Fazendo a mesma busca através do Spell é possível encontrar cerca de 200 trabalhos relacionando “identidade” e os termos para “TI”, tendo como autor mais recorrente Claude Dubar, com os trabalhos “A construção de si pela atividade do trabalho: A socialização profissional” e “Trajetórias sociais e formas identitárias: alguns esclarecimentos conceituais e metodológicos”. Realizando a busca no Spell voltada a “identificação”, também é possível encontrar cerca de 206 trabalhos onde, pelo título e resumo notou-se que cerca de 192, assim como no Scielo são voltados para a aplicação de tecnologias em processos e análises e não para o setor profissional de TIC.

O presente trabalho está estruturado em sete seções definidas por: introdução, onde se realiza uma contextualização do cenário de pesquisa e relevância do presente estudo para o mercado e aponta-se seu objetivo geral e objetivos específicos; referencial teórico abordando os conceitos referentes à definição da identidade, a formação identitária, a importância do

trabalho nesta formação, a identidade coletiva, o processo de identificação nas organizações e a identificação do profissional de TIC; metodologia, explicitando os métodos escolhidos e empregados para a coleta e análise de dados desta pesquisa; análise de dados, contendo um ensaio sobre os dados levantados e analisados; conclusão, contendo uma análise crítica dos dados analisados e uma possível resposta aos objetivos levantados; bibliografia com todas as referências, trabalhos e autores consultados e baseados para se formar a presente pesquisa e os apêndices, contendo o roteiro de entrevistas e termo de consentimento utilizados durante a coleta de dados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Identidade

Dizer quem somos nunca foi uma questão simplória, possível de se descrever amplamente em breves palavras. O termo “identidade” possui uma vasta gama de sentidos, em suma, grande parte das temáticas sobre seu conceito procedem de estudos abrangentes da psicologia social, sociologia e antropologia (CARRIERI; DE PAULA; DAVEL, 2008). A palavra “identidade” origina-se do Latim *identitas* e *idem*, que possui o significado de “o mesmo”. Caldas e Wood Jr. (1997) afirmam que a popularização e emprego do termo identidade precede dos pensamentos clássicos da lógica e da filosofia. Os pensamentos filosóficos que deram origem aos princípios das teorias e estudos a respeito da identidade são segmentados em duas linhas de pensamentos opostas, denominadas por essencialistas e nominalistas (ou existencialista) (DUBAR, 2005).

A corrente de pensamento essencialista se baseia na existência de realidades essenciais, imutáveis e qualificadas através de categorias que permitam o agrupamento de seres de mesma essência. Tal categoria é responsável por estabelecer o ponto essencial em comum que conecta e assegura a permanência dos indivíduos do agrupamento. Segundo o essencialismo, a identidade do ser empírico permite que sua essência permaneça imutável ao longo do tempo (DUBAR, 2005).

Já a linha de pensamento nominalista (ou existencialista), em oposição a essencialista, admite que não existem essências imutáveis e que na realidade tudo está sujeito a transformações. A filosofia nominalista entende que a identidade de um indivíduo está sujeita à época e ao ponto de vista considerado, sendo assim, a categorização destes seres é dependente de uma nomeação, isto é, uma designação baseada no sistema de palavras vigente. Desta forma

os meios de identificação são historicamente mutáveis (DUBAR, 2005). Silva (2000) afirma que a identidade e a diferença são resultado de uma criação linguística, produzidas nos contextos das relações culturais e sociais, precisando ambas de serem nomeadas e constituídas através da fala.

Para os devidos fins, será abordado no presente trabalho a concepção existencialista de Dubar (2005), sendo a identidade não necessariamente imutável e produto de um processo de diferenciação e identificação. O autor entende o processo de diferenciação como aquilo que torna algo ou alguém singular em relação a outro algo ou alguém, enquanto a identificação busca estabelecer um ponto comum em um grupo de indivíduos ou elementos.

Silva (2000) afirma que a identidade em uma primeira impressão é independente, assim como a diferença. A identidade nesta visão seria algo que define nos define como “eu sou parda”, “eu sou negra”, entre outros, enquanto a diferença seria aquilo que define o outro “ela é branca”, “ele é brasileiro”, ambas em um olhar superficial aparentam referenciar a si mesmas e serem autossuficientes. Um olhar aprofundado permite compreender que identidade e diferença são fatores dependentes. Uma afirmação como “eu sou parda” só é necessária devido a existência de outras raças que não são a parda, caso não existissem pessoas de outras raças no planeta, tal afirmação não seria necessária, portanto, tal afirmação sobre a identidade de um indivíduo só é necessária devido a existência da diferença. Assim também é na diferença, considerada como um produto da identidade. Silva (2000) afirma ainda que a identidade é uma relação social e por isto está sujeita a relações de poder, portanto segundo o autor elas não seriam definidas, mas sim, impostas.

Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre "nós" e "eles". Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder (SILVA, 2000, p.81).

Tal processo de divisão dos indivíduos mencionado por Silva (2000), entre “nós e eles” é um meio de classificação, um ato primordial na vida social que divide, classifica e hierarquiza os sujeitos em grupos e classes. Logo, com o decorrer dos anos, o termo identidade passou a ser utilizado fora dos âmbitos clássicos e não apenas para a descrição de indivíduos, mas também de grupos e organizações. As noções de identidade ganham um sentido único e contínuo, sendo caracterizado como um processo que ocorre no íntimo do indivíduo, porém é influenciado pela cultura do meio que o cerca. Seu significado reconhecido se definiu como a expressão do indivíduo como pertencente a um grupo e correlato aos seus membros e em sua

particularidade, isto é, aquilo que declaradamente o torna único dos demais (CALDAS; WOOD JR., 1997).

Machado e Kopittke (2002) afirmam que a formação identitária do indivíduo vai sendo concebida e caracterizada ao longo de toda sua vida e possui um viés pessoal e social. A identidade pessoal está relacionada a uma percepção do próprio indivíduo em relação a si mesmo, enquanto a identidade social é dada por uma construção a partir da interação com terceiros. A expressão da identidade se dá na mediação entre a representação assumida pelo indivíduo e a representação projetada. Torna-se um jogo de ponderação entre manifestar o seu verdadeiro eu e os comportamentos aceitos pelo outro. Ciampa (1984), afirma que a identidade de um indivíduo auxilia na construção da identidade do outro na mesma medida que ambas se refletem mutuamente.

Ciampa (1984) entende a formação da identidade, como um fenômeno social. Ao longo de nossa vida nos são atribuídas algumas identidades pressupostas e tais identidades são reafirmadas constantemente através de ritos sociais. Os ideais de diferença e igualdade estão no cerne das noções de identidade. O nome (substantivo) que carregamos desde o nascimento é um perfeito exemplo, onde nosso último nome nos iguala a um grupo (família) e o primeiro nos diferencia dos indivíduos daquele grupo.

A identidade é metamórfica, se dá de maneira distinta em diferentes modelos de sociedade (capitalista, socialista, pré capitalista, etc.). Sempre que um indivíduo comparece frente a outro ocorre uma representação do primeiro em três esferas: ele enquanto representante de si, com identidades pressupostas; ele representante de si enquanto desempenha os papéis das posições que assume; e ele representante de si enquanto se apresenta no presente, no que "está sendo" (CIAMPA, 1984).

Berger e Luckman (1966) afirmam que a identidade é constituída através dos processos de socialização dos indivíduos e reafirmada ou remodelada por meio das interações sociais. Dubar (2005), em concordância, afirma que o processo de socialização atua diretamente na formação da identidade social e o resultado deste processo depende das institucionalizações do "eu" e das relações comunitárias estabelecidas. Ele afirma que o processo de socialização se inicia ainda nas primeiras fases da criança ao passo que esta assimila o simbolismo por trás das ações dos pais e passa a reproduzir tais símbolos. Encontra-se uma segunda fase ao momento em que a criança assimila regras e entende o seu papel individual e o papel do grupo.

Por fim, a última etapa se define pela identificação como um membro do grupo não por assimilação, apenas, mas por reconhecimento de um papel atuante social. A identidade social é formada na relação entre os sujeitos e no jogo de papéis por eles assumidos, logo não se trata apenas de uma manifestação interior do indivíduo, pois é dependente de uma legitimação do grupo que constitui a realidade social daquele indivíduo, mas é a manifestação do resultado de uma interação de diversas realidades compartilhadas (BERGER; LUCKMAN, 1985).

Caldas e Wood JR (1997) entendem que o conceito mais popular de identidade é o expresso pelo reconhecimento do indivíduo como diferente dos demais sujeitos é similar aos membros de seu grupo ou classe. A partir deste sentido se tornou uma prática utilizar os termos identidade para associações grupais como organizações, nações, etc. Borzeix e Linhart (1996) afirmam, que a identidade coletiva é construída em situações onde existe uma mobilização social com um objetivo em comum compartilhado por todos os membros do grupo. Os autores afirmam ainda que a identidade de um grupo não é imutável, podendo se alterar de acordo com as disposições do meio. Polletta e Jasper¹ (2001, apud SOUZA, 2010) mapeiam a identidade coletiva como uma conexão cognitiva, fluida e relacional do sujeito com um grupo ou instituição, dotada de sentido a partir da legitimação cultural pelos grupos da sociedade. A história de vida do sujeito não se anula no momento em que este se legitima como membro do grupo, mas suas escolhas possuem relação com os sentidos do grupo. Dentro dos grupos, a expressão prática da identidade coletiva implica em uma análise das diversas identidades que constituem aquele grupo ou organização (SOUZA, 2010).

Souza (2010) afirma que o processo de construção da identidade se dá através da identificação do sujeito com outros indivíduos pertencentes aos grupos que este se insere, as organizações em que atua e a sociedade. Para que a identificação com um grupo ocorra não é necessário que o indivíduo realize um movimento de esforços em direção aos objetivos do grupo, é necessário apenas que ele se perceba alinhado psicologicamente com o grupo. A identificação também provoca a experiência pessoal com os sucessos e fracassos do grupo, ela também envolve a internalização dos princípios e valores do grupo. A identificação com um grupo é similar e complementar a identificação com uma pessoa, ambas surgem a partir da necessidade de autodefinição (ASHFORTH; MAEL, 1989, APUD, SOUZA, 2010).

¹ POLLETTA, F.; JASPER, J. M. Collective identity and social movements. **Annual Review of Sociology**, v.27, 2001.

Os autores Caldas e Wood JR (1997) afirmam que, a partir dos estudos pioneiros propostos por Albert e Whetten² (1985), pode-se afirmar que as organizações também possuem uma identidade e que esta poderia ser definida por três critérios “a identidade organizacional compreenderia as crenças partilhadas pelos membros sobre o que é (a) central, (b) distintivo, e (c) duradouro na organização” (CALDAS; WOOD JR, 1997, p.12). A centralidade aponta para as características entendidas como essência da organização, a distintividade mostra os fatores que diferem a organização das demais e a continuidade salienta as características estáveis ao longo do tempo. Estes fatores seriam então necessários para a definição de identidade organizacional (CALDAS; WOOD JR, 1997).

Sendo a identidade um fenômeno social proveniente das interações de um indivíduo em sua vida coletiva, através do processo de identificação a identidade do indivíduo estaria associada a identidade dos grupos e das organizações que este se relaciona. A identidade organizacional seria deste modo um meio que possibilitaria o comportamento grupal. Turner³ (1986, APUD, MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001) defende que o indivíduo mantém aspectos do seu próprio auto conceito ao se associar a um grupo e, portanto, a identidade organizacional pode afetar a percepção do sujeito sobre a identidade individual. Devido a esta relação, as pessoas podem desenvolver uma tendência em buscar ter identidades mais positivas e aceitas através da associação com organizações que possuam identidades positivas (MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001).

Desse modo, a identidade organizacional pode ser compreendida como resultante dos esquemas cognitivos ou percepção a respeito dos atributos diferenciadores e essenciais da organização, incluindo o seu posicionamento no contexto (status) e as comparações relevantes com outros grupos ou organizações (MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001, p.44).

2.2 Identificação nas Organizações

Segundo Dubar (1998), para os que compreendem a identidade como algo associado a uma essência particular, a identificação é o processo que antecede e orienta as categorizações sociais interiorizadas no decorrer do ciclo de vida (infância, profissão, etc.). Tais categorizações são o material a partir do qual os indivíduos constroem suas identidades singulares e unificam suas existências.

² ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: CUMMINGS, L. L.; STAW, B. M. (Eds.). **Research in organizational behavior**. Greenwich: Jay Press, 1985. p. 263-295.

³ TURNER, B. A. Sociological aspects of organizational symbolism. **Organizational Studies**, v. 7, n. 12, p. 101-115, 1986

As primeiras formas identitárias que se tem notícia eram comunitárias e existentes baseadas na formação de grupos “considerados como sistemas de lugares e de nomes predeterminados aos indivíduos que se reproduzem de forma idêntica através das gerações” (DUBAR, 2005, p.10). Nestas comunidades cada indivíduo possuía uma posição entendida como relevante para a vida comunitária e um status de pertencimento essencial enquanto membro da organização. Seja em uma cultura, nação ou empresa, um grupo de pertença é uma fonte primordial de identidade (DUBAR, 2005).

Para Fernandes, Marques e Carrieri (2009) o processo de identificação pode ser definido como uma contínua construção. De acordo com a Teoria da Identidade Social do psicólogo social Henri Tajfel, além de serem afetados por sua identidade individual, os indivíduos também são influenciados pela percepção social e sua interação com outros indivíduos e grupos (MEDEIROS, 2013). Desta forma, parte da autopercepção de um sujeito vem da sua identificação, sua noção de pertencimento a determinados grupos.

Em organizações, muitas vezes, busca-se criar em seus trabalhadores o sentimento de pertencimento a organização, para que eles colaborem com a construção do negócio, abracem a cultura e até mesmo substituam seus valores próprios ideais pelos valores comuns definidos pela organização (ENRIQUEZ, 1997). Tal identificação total com a organização, no entanto, pode ter um caráter ilusório, pois segundo Dubar (2005), carrega uma fantasia de fusão total dos pensamentos e valores da organização consigo mesmo, fazendo com que o sujeito se esqueça de que "foram outros que disseram quem ele é".

Apesar de tal ressalva de Dubar (2005), a identificação organizacional pode auxiliar na eficiência e no desempenho da organização (CAVAZOTTE; ARAÚJO; ABREU, 2017). A percepção das pessoas sobre a identidade da organização, é esboçada pelos significados de expressões culturais (símbolos, rituais, cerimônias, etc.) que são compartilhadas no espaço organizacional (FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009). Tais expressões podem ainda ser reforçadas ou reconhecidas pelos membros da organização quando estes se deparam com situações que ameaçam ou questionam a imagem ou identidade da organização (ALBERT; WHETTEN, 1985, APUD MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001).

No ambiente organizacional, o trabalho é marcado pelas relações inseridas naquele contexto, relações as quais o indivíduo estabelece com seus pares e parceiros, isto é, colegas de equipe, clientes, gerentes, etc. A socialização profissional se manifesta assim como um processo de conexão contínua entre situações, tarefas, relações individuais e com terceiros (DUBAR,

2012). Com as constantes mudanças no mundo e nas formas habituais de identificação as organizações se tornam palco de vislumbre para os indivíduos que não se interessam mais por outros pólos de identificação (ENRIQUEZ, 1997). Tal processo de identificação surge devido a necessidade do indivíduo de pertencimento relacional e comparativo a um grupo, sendo a identificação organizacional, uma das mais importantes conexões do sujeito a organização (CAVAZOTTE; ARAÚJO; ABREU, 2017).

Dutton, Dukerich e Harquail⁴ (1994, APUD, FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009) afirmam que a identificação organizacional é um processo dado pelo vínculo psicológico do indivíduo com a organização, onde este reconhece em sua identidade pessoal a identidade organizacional. Este processo pode ocorrer tanto pela identificação de valores semelhantes ao indivíduo e a organização, quanto pela mudança nos valores do sujeito para se tornarem semelhantes aos da organização. Ainda segundo Fernandes, Marques e Carrieri (2009), a análise dos estudos relacionais entre “identidade” e “identificação” permite-nos compreender os significados atribuídos pelo indivíduo à organização, seus valores e do impacto de tais fatores em sua própria categorização e estima.

Tajfel e Turner apontam três componentes inter-relacionados no processo de identificação do sujeito, são eles: cognitivo, afetivo e valorativo. O componente cognitivo envolve a autodefinição do sujeito. Este ao se estabelecer como pertencente a um grupo pode assumir crenças, atitudes, sentimentos que caracterizam o grupo. O componente afetivo diz respeito aos sentimentos do indivíduo em relação ao status de pertencimento ao grupo. Por fim, o componente valorativo trata sobre a percepção do sujeito sobre a valorização externa do seu grupo (FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009).

Ao sentir-se membro da organização, membro de determinados grupos nela inseridos, a pessoa pode se identificar cognitivamente com os respectivos protótipos e estereótipos. Pelo vínculo emocional, pode absorver para si os sentimentos relativos ao grupo ou à organização da qual se sinta membro. Sua autoestima pode ser afetada pela forma como acredita que a organização é percebida pelos ‘de fora’ (FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009, p.5).

Dubar (2005) fala de duas formas de identificação, as identificações requeridas por si mesmo e as atribuídas por terceiros, em uma identificação atribuída sempre há o poder de aceitá-la ou recusá-la, preferindo identificar-se de uma maneira que não a imposta por outrem. A ligação destes processos de identificação requerida ou atribuída se encontra nos primórdios

⁴ DUTTON, J. E.; DUKERICH, J. M. Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, v.34, n.3, p.517-554, 1991. HARQUAIL. Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, v.39, n.2, p.239- 263, 1994

das formas identitárias. Uma das formas identitárias mais primitivas é a chamada por Dubar (2000) de comunitária, que consiste na formação de comunidades. Estes grupos de pertencimento podem ser etnias, culturas, nações ou corporações e são considerados como fontes essenciais de identidade. Outra forma de identificação são as societárias, que possuem um carácter variável, ocorrendo através de coletivos múltiplos em que os seres se afiliam por tempo limitado e são nutridos de identificação.

Dias e Freitas (2010) afirmam que progressivamente a identidade profissional determina quem é o indivíduo para si e para os demais. Ao aumentar sua identificação com um grupo ao qual está inserido, segundo Turner et al (1994), o indivíduo propende a anular sua individualidade, devido a assimilação de características do grupo com a perda de características pessoais, estabelecendo uma relação parasitária entre a identidade individual e em grupo.

A identificação organizacional é entendida como um estado cognitivo e ocorre de maneira pessoal para cada indivíduo, permitindo afirmar que quanto maior a identificação organizacional maior o impacto de perda ao deixar a organização (LACOMBE, 2002). Ashforth e Mael (1989) afirmam ser frequente a classificação dos indivíduos com base nas organizações às quais estes são membros. Lacombe (2002) afirma, com base em Rousseau (1998), que a identificação organizacional se constitui no momento em que o indivíduo se compreende como parte do grupo e proporciona apoio e comprometimento com a organização.

As teorias de Rousseau⁵ (1998, APUD, LACOMBE, 2002) apontam para dois tipos de identificação organizacional: a situacional e a de estrutura profunda. A identificação situacional ocorre quando o indivíduo e a organização ao qual ele está inserido possuem objetivos em comum e tais objetivos possuem maior relevância que as diferenças existentes entre eles. A identificação profunda ocorre a partir da criação de percepções estáveis sobre a organização baseadas em interpretações do indivíduo sobre as experiências vividas relacionadas à instituição. Essa identificação reduz a fronteira entre o interesse individual e organizacional, isto é, ao se identificar profundamente o indivíduo tende a mesclar seus interesses com os da instituição.

Além da identificação organizacional, o sujeito inserido nas organizações ao ser exposto ao contato com outros grupos de pessoas está suscetível a diversas outras identificações a subgrupos, como aos seus colegas de setor, a equipe do projeto que está atuando, entre outros

⁵ ROUSSEAU, D. M., Why workers still identify with organizations, **Journal of Organizational Behavior**, vol. 19, p. 217-223, 1998.

(DIAS; FREITAS, 2010). A Teoria da Identidade Social de Tajfel e Turner⁶ (1970, APUD, MACHADO; KOPITTKKE, 2002) afirma que os indivíduos tendenciam a sempre tentar manter uma identidade social positiva, tendo tal visão baseada na comparação positiva com os grupos que este se associa, desta forma um indivíduo poderia abandonar seu grupo e buscar outro, quando a identidade social positiva não for satisfeita. A identificação promove a lealdade e pode produzir a sensação de orgulho no indivíduo. Para que ela ocorra é necessário apenas que o indivíduo admita os atributos em comum entre ele e a organização ou entre ele e os membros da organização (LACOMBE, 2002).

Dessa forma, um único elo forte se torna o suficiente para que o indivíduo seja identificado com a organização em que atua. Dias e Freitas (2010) afirmam que diversos fatores, como os objetivos e valores organizacionais, as inovações ágeis, entre outros, contribuem para que seja formado um ideal perfeito associado a um sentimento de orgulho de pertencimento àquela organização. Sentimentos estes de tamanha intensidade, que chegam a apaziguar ideais perdidos na infância e demonstram até mesmo insinuações familiares ao se deparar com afirmações de que o chefe bom é “como um pai” e a empresa humana é “como uma mãe” (DIAS; FREITAS, 2010).

2.3 Identificação dos Profissionais de TIC

Um estudo realizado por Mossi (2013) constatou que os profissionais de TIC vivenciam uma gestão de carreira individualizada, tornando o próprio sujeito como o centro de sua vida e único responsável pela construção e condução de sua trajetória. Portanto, seria o próprio profissional responsável por seu fracasso ou sucesso. Tal ideia emerge com uma forma de identificação individualista e com fortalecimento de uma identidade baseada no “eu”, no sujeito como centro para tais profissionais.

O processo biográfico da configuração da identidade profissional consiste na gestão individualizada do percurso profissional, em que cada trajetória pertence e é responsabilidade de cada sujeito. No entanto, a gestão da empregabilidade e da mobilidade é vivida como caminho para a ascensão profissional, que os sujeitos constroem para si, por si mesmos, e nenhum suporte externo teria a mesma dinamicidade que eles têm ao fazê-lo (MOSSI, 2013, p.105).

Já por meio das pesquisas de Moreno Jr., Cavazotte e Farias (2009), constatou-se a existência de alguns fatores que estimulam a identificação dos profissionais de TIC com a

6 TAJFEL, H. & TURNER, J.C The Social Identity Theory of Intergroup Behavior in Worchel, S. and Austin, W.G. **Psychology of Intergroup relations**. Second Chicago: Edition nelsonHale Publishers, 1986.

profissão, como a necessidade de atualização constante e fatores que contribuem para a criação de um vínculo do profissional com a empresa em que este atua, como a participação em projetos diversificados de desenvolvimento e implementação de novas tecnologias. Neste estudo, notou-se que o interesse do profissional por manter uma relação de longo prazo com a empresa poderia estar mais relacionado a razões utilitárias, devido a possibilidade de desenvolvimento de novas competências para o profissional, do que por razões afetivas. O estudo revelou também uma fragilidade na relação entre empresa e colaboradores de TIC, devido a um inadequado modelo de gestão de pessoas que prioriza a entrega de resultados em curto prazo em detrimento da qualidade da relação com os profissionais de TIC, impactando de forma negativa no vínculo de tais profissionais com a organização (MORENO JR; CAVAZOTTE; FARIAS, 2009).

Os autores Moura Júnior e Helal (2014) concluíram por meio de suas discussões sobre a literatura em TIC que os profissionais da área vivem conflitos intra e extra profissionais. Alguns dos conflitos elencados pelos autores é relacionado ao equilíbrio na relação trabalho-família, eles afirmam haver uma relação direta entre a segurança, satisfação no trabalho e o equilíbrio saudável entre vida profissional e pessoal. A requisição de se possuir uma diversidade de habilidades técnicas e a falta de treinamento interno nas empresas também foram apontados por Moura Júnior e Helal (2014) como contribuintes para a segregação de gênero existente na área de Tecnologia da Informação e Comunicação.

Lopes e Silva (2009) afirmam que apesar dos conflitos vivenciados na área, os profissionais se adaptam às demandas e a pressão do setor. Os autores também realizaram pesquisas na área de Tecnologia da Informação e Comunicação e em seus estudos identificaram a existência de quatro perfis distintos de profissionais em termos de como estes descreviam suas respectivas trajetórias profissionais: os desiludidos, os ambivalentes, os céticos e os crédulos. Os desiludidos são caracterizados pelos profissionais que experienciaram o modelo antigo de contrato de trabalho, onde as relações de parceria e o sentimento de lealdade com organização em troca da segurança da empregabilidade eram notórios e posteriormente viveram uma reestruturação da relação de trabalho (CAPPELLI, 1999), deixando de acreditar na viabilidade do antigo padrão estabelecido. Os ambivalentes são os profissionais que desejam estabelecer relações de trabalho de longo prazo com a organização, mas não creem que isto seja possível por estarem inseridos em um mercado transacional. Os céticos, classificados como os profissionais que não acreditam e não anseiam por uma relação sólida com a organização e os crédulos, que embora tenham ou não vivenciado uma relação de longo prazo com uma

organização, acreditam que tal feito seja possível e se dedicam em obter tal relação (LOPES; SILVA, 2009).

Lopes e Silva (2009) concluem em suas análises que em situações de incertezas tais sujeitos tendem a reforçar sua identidade enquanto profissionais de TIC, bem como suas respectivas carreiras e interesses pessoais em detrimento da sua identidade como membros de uma organização específica, tal análise vai de encontro com a afirmação de Lacombe (2002) de que é um desafio incentivar a identificação organizacional em uma geração que vivenciou um processo de identificação à profissão em detrimento da identificação à organização em que atua.

Souza (2021) realizou uma pesquisa a respeito da construção da carreira dos profissionais de Tecnologia da Informação e a partir dos dados levantados propôs um modelo de análise para carreiras em TI a partir de três dimensões: individual, onde se contemplou a escolha profissional, formação, a postura profissional e as condições da profissão; a dimensão organizacional, com as temáticas de políticas de RH e ações voltadas, exclusivamente, para a gestão de carreiras; e por fim, a dimensão contextual, que abordou variáveis, políticas, econômicas, sociais e culturais.

A autora também registrou fatos relacionados a formação identitária dos profissionais de tecnologia, onde se constatou que a escolha profissional dos trabalhadores do setor de TIC advém de um gosto pessoal, influenciado pelos familiares que já atuam ou admiram a área. Por fim, quanto à formação destes profissionais constatou-se que esta se dá por meios formais e informais e não há uma grande valorização de certificações por parte dos atuantes em TIC (SOUZA, 2021).

A identidade de um sujeito começa a ser formada desde sua infância pelas experiências que este vive ao longo de sua trajetória em conjunto com a identificação deste com os grupos que o cercam. Na formação da identidade, o campo do trabalho geralmente tem uma participação central ao permitir que o indivíduo se identifique com um grupo de pessoas e com os valores organizacionais. A identificação organizacional pode ser um estratégico fator competitivo para uma organização, uma vez que o funcionário identificado tende a assumir como seus os valores da organização e a se apegar emocionalmente a instituição, dificultando assim que este se desligue da empresa. Em contrapartida a identificação organizacional pode impactar o indivíduo de tal modo a conduzir este a anular sua individualidade em favorecimento às características do grupo, assumindo assim uma relação parasitária da organização em relação ao indivíduo. Nota-se que o cenário do setor de tecnologia da informação e comunicação possui

características particulares. Seus profissionais vivem uma carreira individualizada e seu padrão de identificação se dá mais com a própria carreira do que com a organização em que atuam. O profissional de TIC entende que é o próprio responsável por sua empregabilidade, assim sua permanência por um longo prazo em uma organização está mais ligada a razões utilitárias, como a possibilidade de aperfeiçoamento do que a razões afetivas emocionais.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho se dá como uma pesquisa descritiva, que adotará uma abordagem qualitativa. Creswell (2007) afirma que a pesquisa qualitativa se utiliza de métodos interativos e humanísticos e pode explicar comportamentos e atitudes. Ainda segundo Creswell (2007), na pesquisa qualitativa o pesquisador faz afirmações de conhecimento baseado em interpretações de experiências individuais ou significações sociais legitimadas objetivando identificar um padrão ou manifestar uma teoria. Na técnica de pesquisa qualitativa ainda é comum que o investigador busque definir o significado de um fenômeno de acordo com a visão dos participantes da pesquisa ou de um determinado grupo pesquisado (CRESWELL, 2007).

Esta pesquisa foi realizada em uma empresa de digital business com sede principal localizada em Belo Horizonte/MG que, em julho de 2020 no momento de realização deste trabalho, conta em seu quadro de colaboradores com 200 profissionais, sendo deste total, 170 profissionais voltados para a atuação em Tecnologia da Informação e Comunicação. A empresa conta com colaboradores alocados em três bases de atuação: Belo Horizonte/MG, Lavras/MG e Aracaju/SE, sendo 128 profissionais de TIC atuando em BH, 21 em Lavras e 21 em Aracaju. Para a realização deste estudo foi tomado como base a mesma definição da pesquisa de Moura Júnior e Helal (2014) para “Profissional de TIC”, sendo este o indivíduo que trabalha de forma remunerada na área de tecnologia da informação e comunicação em postos de análise de sistemas, programação de computadores, gerência de projetos ou recursos.

A pesquisa contou com a participação de 15 profissionais de TIC atuantes em diferentes áreas, sendo elas: desenvolvimento Mobile iOS, Android⁷ e React Native⁸, desenvolvimento Front-end, Back-end e Full-Stack⁹, Arquitetura de Software¹⁰ e UX/UI Design¹¹. A seleção dos

⁷ IOS e Android: termos referentes a sistemas operacionais móveis;

⁸ React Native: biblioteca utilizada para o desenvolvimento de aplicações móveis;

⁹ Front-end e Back-end: se referem a interface e a parte oculta dos dados em uma aplicação para a web, enquanto full-stack se refere a ambas as formas de programação;

¹⁰ Arquitetura de Software: Documentação e definição dos componentes de um software;

¹¹ UX/UI Design: se refere ao design de interfaces e experiências de usuário;

participantes se deu baseada no critério de acessibilidade. A pesquisadora trabalhou por aproximadamente 4 anos no setor de Recursos Humanos da empresa em questão, onde teve a oportunidade de lidar socialmente com os entrevistados em seu ambiente de trabalho. A empresa será mantida em anonimato sendo referenciada neste trabalho como “Wonder”. Os participantes da pesquisa também foram mantidos em anonimato, sendo identificados pela sigla “E” complementado pela numeração de ordem da entrevista, todos os nomes pessoais mencionados no decorrer do trabalho são fictícios, mantidos para facilitar o entendimento do diálogo.

O método de coleta de dados utilizado foi a entrevista semiestruturada, conduzida de forma presencial e online através da plataforma Google Meet, com os participantes pesquisados, com uma duração média de 22 minutos cada. Segundo Godoi e Mattos (2006), a entrevista qualitativa possui três modalidades sendo elas a convencional, a padronizada e a baseada em roteiro. A entrevista semiestruturada se caracteriza nos moldes da entrevista baseada em roteiro, uma vez que esta modalidade se dá pela formulação de um roteiro de entrevistas, mas possibilitando ao pesquisador uma flexibilidade de ordenar e formular perguntas durante a entrevista. Apesar da condução da entrevista pelo pesquisador, esta não configura em uma previsibilidade do diálogo, uma vez que o conteúdo da conversação é imprevisível (GODOI; MATTOS, 2006). O roteiro de entrevistas utilizado nesta pesquisa encontra-se ao final do trabalho em apêndices.

O método de análise de dados utilizado foi a de análise de conteúdo. A análise de conteúdo é muito usada em pesquisas de cunho qualitativo e suas aplicações são diversas. Com o passar dos anos, a aplicação da análise foi sendo difundida em outros meios e alcançado as áreas da linguística, psiquiatria, entre outros. Diferente das pesquisas de cunho quantitativo, a pesquisa qualitativa está focada em temáticas relacionadas à subjetividade dos indivíduos (SILVA; FOSSÁ, 2015).

Silva e Fossá (2015, p.2) definem a análise de conteúdo como “[...] uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador”. Uma coletividade de instrumentos metodológicos, que buscam analisar conteúdos verbais e não verbais e que estão em constante aperfeiçoamento, podendo ter uma interpretação objetiva e subjetiva (FREITAS; CUNHA; MOSCAROLA, 1997).

Bardin (2002) afirma que a análise de conteúdo é formada por técnicas de análise de mensagens por meio de procedimentos qualitativos ou quantitativos, que percebem indução a

respeito do conteúdo da mensagem, existindo ainda diferentes registros que podem ser usados na análise de conteúdo, como a palavra, o objeto, o personagem, o documento. As fontes de coleta de dados para a análise de conteúdo podem ser diversas, como jornais, cartas, publicidades, entrevistas, vídeos, discursos. Objetiva-se analisar os dados coletados e ordená-los de maneira que se compreenda as insinuações implícitas do conteúdo. Com o embasamento de diversos autores, os estudos de Silva e Fossá (2015) afirmam que apesar do notório caráter social deste método, os conceitos da análise podem ser promovidos de maneiras distintas de acordo com o viés do pesquisador.

O processo de condução de uma análise de conteúdo abrange para Silva e Fossá (2015) três fases conforme determinado por Bardin (2002), sendo elas: a fase de pré-análise, a fase de exploração do material e a fase de tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A fase de pré-análise é a primeira e se dá pela organização e planejamento do material a ser investigado. Nela se sistematiza os pensamentos introdutórios dados pelas referências teóricas e se determina os indicadores utilizados na análise dos dados coletados. Esta fase engloba quatro processos de forma geral: 1) a primeira leitura dos dados coletados; 2) a escolha de quais serão analisados, tendo estes que obedecer às regras de exaustividade (abrangendo todos os elementos da pesquisa), representatividade (amostragem em caso de dados extensivos), homogeneidade dos documentos e pertinência da fonte; 3) a formulação de hipóteses a partir da primeira leitura dos dados e 4) a interpretação dos materiais por meio dos indicadores escolhidos.

4 ANÁLISE DE DADOS

Neste tópico serão apresentados os dados sociodemográficos dos sujeitos pesquisados, relacionando e comparando com outras pesquisas feitas na área de Tecnologia da Informação e Comunicação. Posteriormente serão apresentadas e discutidas as categorias e subcategorias de análise deste estudo.

Conforme exposto pelo quadro, 80% dos sujeitos entrevistados foram do sexo masculino, fato que não será aprofundado no devido trabalho pois seu objetivo vai além das questões de gênero, se tornando tal questão uma possibilidade de pesquisa e aprofundamento futuro. Nota-se também que a faixa etária dos entrevistados variou entre 23 a 35 anos de idade e a média de anos trabalhados do grupo em questão na empresa é de aproximadamente 3 anos. A base de atuação dos pesquisados variou entre as três cidades com maior número de

colaboradores da empresa: Belo Horizonte/MG, Lavras/MG e Aracaju/SE, sendo 86,6% dos pesquisados alocados na sede de BH, 6,6% na sede de Lavras e 6,6% atuando de forma remota em Aracaju.

Os dados sociodemográficos obtidos na pesquisa vão de encontro a outras pesquisas realizadas na área. Na pesquisa realizada por Mangia e Joia (2015) com 323 profissionais da área de TIC constatou-se também que 82% dos indivíduos pesquisados eram do sexo masculino, segundo os autores tal porcentagem era esperada pois a área de Tecnologia da Informação é dominada por indivíduos do sexo masculino (TRAUTH et al., 2012, APUD, MANGIA; JOIA, 2015¹²). Já nos dados da pesquisa realizada por Geremia, Kanan e Marcon (2018), a população estudada variou em termos de faixa etária dos 20 aos 34 anos, também sendo convergente com os dados mapeados neste estudo. Iannini (2010), afirma que tais números são esperados, uma vez que 63,3% da participação no mercado é formada por profissionais entre 21 e 29 anos de idade.

Quadro 1: Perfil Sociodemográfico dos participantes

ENTREVISTADO	SEXO	IDADE	ÁREA DE ATUAÇÃO	ESCOLARIDADE	CURSO	BASE DE ATUAÇÃO	TEMPO DE EMPRESA
E1	Masculino	30 anos	Full-stack	Superior Completo	Engenharia da Computação	Belo Horizonte	5 anos
E2	Feminino	28 anos	Ios	Superior Completo	Engenharia da Computação	Belo Horizonte	7 anos
E3	Feminino	25 anos	Front-end	Superior Completo	Ciências da Computação	Aracaju	1 ano
E4	Masculino	24 anos	Android	Superior Completo	Ciências da Computação	Belo Horizonte	4 anos
E5	Masculino	35 anos	Arquitetura de TI	Superior Completo	Redes de Computadores	Belo Horizonte	3 anos
E6	Masculino	24 anos	Full-stack	Superior Completo	Ciências da Computação	Belo Horizonte	3 anos

¹² Trauth, E., Cain, C., Joshl, K., Kvasny, L., & Booth, K. (2012). Embracing intersectionality in gender and IT career choice research. SIGMIS-CPR '12 **Proceedings of the Annual Conference on Computers and People Research**, Milwaukee, WI, USA, 50.

E7	Masculino	28 anos	Back-end	Superior Incompleto	Ciências da Computação	Belo Horizonte	3 anos
E8	Masculino	23 anos	Back-end	Superior Completo	Engenharia da Computação	Belo Horizonte	3 anos
E9	Masculino	23 anos	Ios	Superior Completo	Ciências da Computação	Lavras	2 anos
E10	Masculino	24 anos	UX/UI	Superior Completo	Ciências da Computação	Belo Horizonte	3 anos
E11	Feminino	27 anos	Front-end	Superior Completo	Sistemas de Informação	Belo Horizonte	1 ano
E12	Masculino	23 anos	React Native	Superior Incompleto	Ciências da Computação	Belo Horizonte	1 ano
E13	Masculino	26 anos	Back-end	Superior Incompleto	Sistemas de Informação	Belo Horizonte	1 ano
E14	Masculino	25 anos	Full-stack	Superior Completo	Ciências da Computação	Belo Horizonte	4 anos
E15	Masculino	28 anos	Back-end	Superior Completo	Ciências da Computação	Belo Horizonte	1 ano

Fonte: Dados da Pesquisa / Elaborado pela autora.

Nesta pesquisa não focamos na nomenclatura dos cargos assumidos pelos entrevistados, mas sim em suas áreas de atuação dentro do universo de tecnologia, pois os títulos dos postos de trabalho podem ter significados e descrições variadas em cada organização do setor de TIC (MOURA JÚNIOR; HELAL, 2014). Nem todos os pesquisados possuem Ensino Superior completo, 20% dos entrevistados chegaram a iniciar um curso na área de TIC, mas não finalizaram a graduação. Entre os cursos realizados, o que apareceu com maior recorrência foi o curso de Ciências da Computação, seguido pelo curso de Engenharia da Computação, Sistemas de Informação e Redes de Computadores.

Os dados desta pesquisa serão analisados em quatro blocos principais e suas subcategorias. Os temas selecionados foram baseados na recorrência de seu aparecimento durante as entrevistas com os profissionais pesquisados, sendo eles: 1) A Construção da Trajetória do profissional de TI; 2) O perfil do profissional de TI; 3) As estratégias da empresa de TI e a percepção dos colaboradores; 4) A Identidade coletiva do profissional de TI. A partir destas principais categorias outros temas serão discutidos conforme o quadro abaixo:

Quadro 2: Categorias da análise de dados

CATEGORIA	SUBCATEGORIAS
4.1) A Construção da Trajetória do profissional de TI	4.1.1 Incentivo Familiar 4.1.2 O Computador na Infância 4.1.3 Curso Técnico 4.1.4 Carreira em Suporte
4.2) O perfil do profissional de TI	4.2.1 Estereótipo <i>Nerd</i> 4.2.2 Perfil Resolutor 4.2.3 Familiaridade com Exatas 4.2.4 O aperfeiçoamento constante
4.3) As estratégias da empresa de TI e a percepção dos colaboradores	
4.4) A pertencimento do profissional de TI	

Fonte: Dados da Pesquisa / Elaborado pela autora.

4.1 A Construção da Trajetória do profissional de TI

Neste tópico foi possível mapear e analisar aspectos em comum na trajetória dos profissionais pesquisados. Os pontos mencionados foram selecionados por terem convergido e se destacado na trajetória dos entrevistados. Apesar de nem todos os pesquisados terem passado pelos quatro momentos que serão discutidos a seguir, no mínimo um deles foi citado por todos os 15 participantes.

4.1.1 Incentivo Familiar

Um aspecto relevante descrito pelos participantes da pesquisa foi a influência de familiares na tomada de decisão por seguir carreira em TIC, fato que também se mostrou presente nos resultados da pesquisa de Souza (2021). Berger, Luckmann (1966) e Dubar (1998), afirmam se dar na família os primeiros processos de socialização e constituição da identidade do indivíduo, portanto a referência deste grupo na infância do sujeito possui um importante papel de influência. Os entrevistados 2, 3 e 5 ilustram esta influência em suas falas ao serem questionados em qual momento da vida decidiram seguir carreira em TIC:

Aí, eu acho que isso foi/ é uma/ uma decisão mais antiga na minha vida porque meu pai era programador, então... na minha casa sempre teve computador, eu sempre tive muito próxima de tecnologia e eu era uma criança super sozinha, eu não tinha primo, meus primos, minhas primas começaram a nascer quando eu já tinha 7 anos então eu sempre tive companhia do computador [...]. (E2)

Foi meio que sem querer. Meu pai é eletrônico, então desde pequena ele dizia que eu sentava do lado dele e ficava dizendo que eu ia ficar olhando ele fazendo as coisas porque não queria que ninguém me enganasse quando eu fosse consertar as minhas ou quando fosse mandar alguém consertar. (E3)

Começa com o meu pai. Meu pai ele é formado em engenharia elétrica só que ele foi analista de sistemas durante muito tempo na “EMPRESAY”, inclusive. Então eu tive computador antes com uns... lá atrás. (E5)

É possível notar através das falas dos entrevistados que ainda na infância iniciou o interesse pela área de tecnologia, a curiosidade a respeito do funcionamento do computador e o contato com a área de TI através de um familiar ou tutor próximo.

4.1.2 O Computador na Infância

Outro aspecto relevante convergente na trajetória dos entrevistados foi o contato com um computador desde a infância. Todos os 15 entrevistados contaram em seus relatos ter familiaridade e interesse pela área de tecnologia desde a infância. Tal fato convergiu com os dados obtidos na pesquisa de Souza (2021), onde constatou-se que o contato com a tecnologia da informação foi um hobby desenvolvido ainda na infância. Os relatos mostraram que ainda nas primeiras etapas da juventude, os pesquisados tiveram experiências marcantes com um computador. Para os entrevistados 5 e 6 a aquisição de um computador foi um evento marcante.

Então, tanto que o computador foi um foi um acontecimento na minha casa. Porque foi um presente, um mix de presente dinheiro meu, dinheiro do meu pai, dinheiro da minha vó e dinheiro do meu tio. Todo mundo juntou pra fazer uma vaquinha pra poder comprar o computador pra mim. Você pensa que isso foi 1997 para 1998, 1998 pra ser mais exato, era muito caro. (E5)

No dia que o computador chegou, meu pai trabalhava a noite e ele que ia montar o computador, então eu tive que/ eu já tava explodindo de ansiedade nesses 3 meses esperando o computador e ainda ia ter que esperar meu pai acordar pra conseguir montar. Eu abri a caixa e eu montei por conta própria antes do meu pai acordar, aí eu falei “Putz” e na hora que ele ligou eu falei “Putz, é isso”. (E6)

Outros entrevistados contam ainda que suas primeiras experiências na área de TIC foram montando e desmontando seus próprios computadores ou de pessoas próximas, como relatado pelos entrevistados 1 e 12:

Eu tive computador muito cedo né, tinha uns 7 anos na época meu pai comprou um computador e eu gostava mesmo, ficava aí na internet de madrugada na época que era discada e ficava só lendo as coisas e falei, ah gostei dessa area vou seguir, e nem tava com essa visão de seguir carreira na area de programador, era uma coisa que eu já mexia com essa parte de desmontar porque eu fazia muito serviço de montar e desmontar computador, formatar essas coisas, e aí acabou indo pra essa area mesmo. (E1)

Nossa... eu era bem novinho, eu sempre gostava de jogar uns joguinho no computador, sempre gostava de fuçar ver o que acontecia e aí sei lá com 11 anos, eu já montava computador, já pedia meu pai para comprar peça, já ia lá começava a fuçar e o trem não funcionava aí eu tentava entender, aí eu fui aprendendo e quebrei muito computado nesse meio tempo mas acho que foi isso, foi quando eu tinha uns 11, 12 anos eu falei “não, quero mexer com isso”. (E12)

Para os entrevistados, tal experiência tendo contato com o equipamento foi importante para a escolha por atuar profissionamente na área. Em seus discursos é possível notar uma valorização da experiência, sendo esta marcante para sua trajetória.

4.1.3 Curso Técnico

De acordo com o portal do Ministério da Educação (MEC), cursos técnicos são “programas de nível médio com o propósito de capacitar o aluno proporcionando conhecimentos teóricos e práticos nas diversas atividades do setor produtivo”. Do total de entrevistados, 8 informaram ter realizado um curso técnico na área de informática antes de iniciar a carreira em TIC. Os pesquisados de modo geral, veem o curso técnico como uma experiência positiva para conhecer a área de TI e para ingressar no mercado de trabalho, ao possibilitar um contato prático com a área, permitindo assim explorar a afinidade e gosto pessoal pela área e adquirir experiências, se destacando em relação a outros profissionais. Os entrevistados 12 e 8 ilustram essa visão em sua fala:

Bom eu tive um preparo que eu considero um pouco melhor porque eu fiz o técnico em informática, então mais cedo antes da faculdade eu já fui introduzido né nessa parte de programação e tudo mais. Já entendia alguma coisa e na hora que eu cheguei na faculdade acho que isso facilitou um pouco, tipo assim, as matérias de programação no início lá eram bem tranquilas, bem fáceis e eu consegui aprender mais coisa, aprofundar de uma maneira relativamente mais fácil, acredito eu. E eu não sei se isso fez tanto impacto, mas na hora que eu consegui estágio... tipo foi meio que do primeiro período para o segundo, então foi bem rápido, eu não vi ninguém da minha sala com estágio na área fazendo tipo já, então que essa questão do técnico ajudou e isso na parte acadêmica, né?! (E12)

Humm, eu sempre tive esse lado mais de/ de gostar um pouco mais de tecnologia, eu sempre gostei de computador e aí quando eu comecei a partir pro... pro curso técnico, pra ver se era aquilo realmente o que eu queria, tive o primeiro impacto ali com questão de programação e tudo mais, aí eu/ eu gostei e decidi seguir nessa área. Então, eu já tive antes de entrar pra graduação eu já tive uma experiência com a área pra saber se é aquilo mesmo que eu queria e aí com o passar do tempo eu vi que era aquilo, aí então eu decidi seguir na área mesmo. (E8)

Apesar da valorização do curso técnico, também foi relatado uma desvalorização do ensino superior devido ao forte ensino teórico e a dificuldade em implementar nas salas de aulas o estudo de novas tecnologias na mesma velocidade das organizações:

Eu tranquei a faculdade no 4º período... não tava vendo motivo pra continuar não tava sendo útil pra nada. É... e eu percebi que eu podia investir meu tempo trabalhando, onde eu tava na faculdade, trabalhando. Podia ser mais... é, proveitoso para meu nível de evolução trabalhando. (E7)

Ah, tipo a Universidade me deu a base, tipo eu aprendi lógica, eu aprendi um tanto de coisa, mas eu não a vejo ser 100% útil, entendeu? (E9)

Moura Júnior e Helal (2014) também citam tal fato em seus estudos ao afirmarem, baseados nas ideias de Freidson (1984)¹³, Ilavarasan e Malish (2008)¹⁴, que no setor de tecnologia os conhecimentos demandados para o trabalho não necessitam de meios credenciados e formais para serem adquiridos.

4.1.4 Carreira em Suporte

O curso técnico para os profissionais de TIC foi uma porta de entrada para o mercado de trabalho em Suporte e Manutenção de Equipamentos de Informática. De acordo com o Guia de Funções de Tecnologia da Informação e Comunicação no Brasil, publicado pela BRASSCOM (2017), faz parte das funções de um Técnico em Suporte a configuração, manutenção e recolhimento de equipamentos, entre outras atividades.

Os pesquisados demonstraram de forma geral uma desvalorização da carreira em Suporte, tendo esta apenas como ponte para a carreira de Desenvolvedor de Software que compreende as atividades de desenvolvimento de sistemas e aplicações, utilizando linguagem de programação (BRASSCOM, 2017).

Tipo, ah, na Wonder foi um divisor de águas muito grande pra mim como um todo, sabe? Porque eu trabalhava com suporte, fazia ciência da computação e trabalhava num cartório. Então, eu ficava o dia inteiro trocando um toner de impressora... (risos) e reconectando cabo de mouse que soltou. (E6)

Na faculdade eu acabei conhecendo uma galera e uma pessoa que eu conheci me indicou para uma vaga na “EMPRESAX”, aí para trabalhar mais com BI, com sharepoint que é uma plataforma da Microsoft, e aí eu falei “cara eu quero programar, eu não quero ficar consertando computador o resto da minha vida porque isso não vai levar a nada, então vou correr atrás e vou aceitar essa vaga”, e aí eu fui. Eu já tava contratado pela outra empresa, não tava mais como estagiário mais, e aí eu fui como estagiário. (E13)

¹³ FREIDSON, E. The changing nature of professional control. **Annual Review of Sociology**, v. 10, p. 1-20, 1984.

¹⁴ ILAVARASAN, P. V.; MALISH, C. M. Computing professionals in e-governance: policy implications. in: 2nd international conference on theory and practice of electronic governance, icegov'08, Cairo, Egypt, acm New York, ny, Usa, 2008. **Proceedings...** 239-244 p

Além da desvalorização das atividades em Suporte e Infraestrutura, os entrevistados ainda relataram uma percepção de defasagem das oportunidades de carreira na área em relação a área de programação:

E eu entrei na faculdade então por 5 anos, 4 anos né? de faculdade e trabalho e quando chegou no fim desses 4 anos eu senti a necessidade de mudar, de dar uma guinada na carreira, de tentar coisas novas, é, não queria continuar na área de infra senti que o mercado tava muito mais voltado pra área de programação que as oportunidades são muito mais voltadas pra essa área. (E11)

O entrevistado 11 afirma em seu discurso que um dos fatores que o motivou a focar sua carreira na área de programação, migrando da área de suporte e infraestrutura foi a onda de valorização dos programadores de sistemas. É possível notar que os profissionais da área tendem a observar os mercados com maior demanda de mão de obra e se inclinar para tal.

4.2 O perfil do profissional de TIC

Neste tópico foi possível traçar as características predominantes no perfil do profissional de TIC a partir dos atributos mencionados pelos pesquisados. Foi um consenso entre os profissionais da área que há um estigma social em relação ao perfil do profissional de tecnologia, porém, os profissionais entrevistados não se identificam com o estereótipo criado pela sociedade, mas sim com outros atributos que para eles compõem a identidade do profissional de TIC, sendo eles: o perfil resolutor, o contato com a tecnologia na juventude, a facilidade com a área de exatas e a busca por aperfeiçoamento constante.

4.2.1 O Estereótipo *Nerd*

De acordo com o dicionário online Cambridge, *nerd* “é uma pessoa, especialmente um homem, que não é atraente e é estranho/desajeitado ou socialmente vergonhoso” ou ainda “uma pessoa extremamente interessada em um assunto, especialmente computadores, e que sabe muitos fatos sobre ele”. Os entrevistados afirmaram acreditar que perante a sociedade o perfil mais comum de um profissional de tecnologia é um estereótipo pejorativo *nerd*, o definindo como um sujeito antissocial e especialista em determinado assunto.

Tem muitos estereótipos, eu não vejo como... tipo tem um perfil definido. Claro que quando eu falo de TI com alguém tipo a galera pensa aquele cara que senta na frente, que sabe de tudo, de óculos redondo gigante... (risos) com problema de vista, cheio de espinha na cara e que não sai nem nada. (E8)

É muito engraçado isso porque todo mundo quando pensa em TI, pensa em um cara *nerd*, aquele cara que fica no porão da casa da mãe, de óculos e tal, vendo aquelas

letrinhas subindo e eu não sou nada disso! Eu não sou *nerd*, eu sei fazer um negócio ali e outro aqui e é isso mesmo. Então a galera vê muito esse perfil, mas eu mesmo não sou esse perfil. (E14)

Os profissionais pesquisados não se identificam com tal estereótipo e apresentam um contra ponto crítico, afirmando que apesar deste ser o senso comum, o estereótipo não é fiel à realidade, devido ao fato de a área abranger uma maior diversidade de pessoas. Tal visão está em concordância com Shapiro¹⁵ (1994, APUD, MOURA JÚNIOR; HELAL, 2014) que afirma que por se tratar de uma área interdisciplinar, seu campo de possíveis membros é praticamente ilimitado

Ou, se fosse não sei há uns 4 anos atrás quando eu comecei a faculdade, eu ia te responder que era um cara cabeção, nerdão... (Risos) que só vive a base disso e mais nada, mas... é, hoje eu tenho uma percepção completamente diferente. Eu acho que... é... o estereótipo de programador hoje em dia ele não existe. Porque tem gente de qualquer jeito. (E7)

Baseado nos dados da pesquisa, podemos entender a definição de *nerd* que mais se aproxima com a realidade da área de TIC é dada pela segunda interpretação do dicionário de Cambridge, sendo este como a pessoa capaz de resolver problemas, conforme descrito pela entrevistada 3:

Ah pra mim é uma pessoa que tipo, eu não me considerava né, os outros que me consideram mais. Mas tipo é uma pessoa que pega uns problemas cabulosos (risos) vamos dizer assim, mas tipo que você olha e você diz “Como é que isso vai resolver?” e vai lá e responde seja com matemática, seja com qualquer coisa assim independente de matemática ou não, mas uma coisa, é... um estudo sobre aquilo, sabe? Então tipo é *nerd* na sua área, sabe?! (E3)

Apesar de não concordarem com o estereótipo social do profissional de TIC, os pesquisados concordaram que uma das características deste perfil é o conhecimento e o perfil resolutor.

4.2.2 Perfil Resolutor

A metodologia DISC é uma técnica de análise comportamental criada pelo psicólogo William Moulton Marston em 1928. A sigla DISC vem da combinação das palavras Dominância, Influência, Estabilidade e Conformidade. Marston buscou explicar as respostas

¹⁵ SHAPIRO, S. Boundaries and quandaries: establishing a professional context for IT. **Information Technology and People**, v. 7, n. 1, p. 48-68, 1994.

emocionais dos indivíduos criando conceitos que buscassem entender de forma sistêmica o modelo de interação entre sujeitos e ambiente, “na terminologia DISC, o comportamento é identificado pela conjugação dos diversos estilos de respostas de uma pessoa a estímulos variados” (MATOS, 2008). A partir dos estudos de Marston, diversas outras terminologias foram criadas baseadas na metodologia DISC.

Na definição da metodologia DISC, o perfil Dominância é marcado como um indivíduo voltado a resultados, direto, competitivo, objetivo e que possui iniciativa própria (MATOS, 2008), tal definição converge com a descrição do profissional de TIC identificado pelos pesquisados:

É um perfil que tipo assim quando um mega problema aparece você joga na mesa dessa pessoa, tem gente que é assim independente, dessa pessoa resolver o problema ou não, ela vai [...] falar e vai expressar mais. E eu vejo que o profissional, pelo menos de T.I, tem a tendência mais de dizer “Não, beleza, vou esfriar a cabeça aqui, entendeu? Porque é problema né? Tipo assim eu estou acostumado a lidar com isso e querendo ou não a profissão é resolver problemas, entendeu?” É... então ele tem, digamos assim, uma abordagem mais fria na hora de se expressar quando se trata de um problema ou uma situação de pressão, sabe? (E4)

Tal característica também apresenta um ônus, como explicitado pelo entrevistado 15. Devido à forte presença das ações voltadas ao resultado, por vezes perde-se no quesito qualidade da entrega.

Então eu falo que elas são desorganizadas, por que? Preciso de um código. O cara vai lá pegou, o primeiro código que vem na frente no *Stack Overflow*, coloca no código dele “Ah, tá funcionando”. Ele nem leu se tá certo, se tá errado se é a melhor forma “Ah não, tá funcionando e é isso aí.” (E15)

Nota-se que o entrevistado 15 entende que o profissional de TI precisa ser resolutor e propor soluções para os desafios do dia a dia, porém considerando as melhores práticas para alcançar a solução.

4.2.3 Familiaridade com Exatas

De acordo com o CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e com o MEC (Ministério da Educação), estão dentro da grande área Ciências Exatas e da Terra as seguintes subáreas: Matemática, Probabilidade e estatística, Informática, Astronomia, Física, Química, Geociências e Oceanografia. Os profissionais pesquisados afirmam ser parte da identidade do profissional de TIC a facilidade com exatas, salientando principalmente a subárea de lógica e matemática.

Todo mundo olha pro povo de computação e já vê “nossa é *nerd*”. Não, não é não. Não somos tão *nerds* assim. Mas tipo, são pessoas que... tem essa facilidade de entender como é que aquele aplicativo, aquele site, aquele programa tão funcionando por trás. São pessoas que são muito boas em lógica, são tipo pessoas que tem lógica, que a gente trabalha muito com essa coisa de lógica matemática, então pessoas que se dão bem em matemática, pessoas que se dão bem em física, acabam tendo essa curiosidade eu acredito. (E3)

Eu acho que é um cara que tem que ser bastante analítico porque querendo ou não a gente tá resolvendo problema praticamente o dia inteiro, você trabalha resolvendo problema, então acho que o perfil tem que ser muito analista de analisar mesmo a situação. Acho que tem que gostar um pouco de matemática porque tem muito a ver a matemática com o que a gente faz na área de TI, a matemática te ajuda a desenvolver a lógica, acho super importante. (E1)

Os entrevistado se consideram bons em lógica e matemática e acreditam a habilidade em tais áreas auxilia nas rotinas do dia a dia em TIC.

4.2.4 O aperfeiçoamento constante

Uma importante característica do profissional de TIC, segundo os dados da pesquisa, é o aperfeiçoamento constante. Lopes e Silva (2009) também apontaram para tal característica em suas pesquisas e afirmam que um dos fatores que leva os profissionais a tal prática é garantir a empregabilidade caso o vínculo com a organização seja desfeito. Devido a rápida evolução da tecnologia e surgimento de novas práticas, é necessário que o profissional desta área esteja sempre buscando novos conhecimentos para não se tornar obsoleto e perder sua relevância no mercado. A busca por conhecimentos, é ainda apontada pelos entrevistados como um diferencial do profissional perante ao mercado, tornando seus códigos diferenciados em termos de qualidade.

Mas de forma geral o profissional de TI hoje ele tem que quer ser um cara que tem que tá buscando conhecimento o tempo todo, porque você acorda e de repente tem mil coisas novas, e você não consegue acompanhar tudo isso então você tem que saber, você não consegue acompanhar pra você não se sentir frustrado, mas ao mesmo tempo sempre buscar o máximo de conteúdo possível, de conhecimento possível. (E11)

É... é uma pessoa que se ela parar no tempo, ela vai se perder. Então geralmente é alguém que tá correndo atrás de aprender coisa nova, de tentar coisa nova. (E2)

Eu vejo bastante gente que assim... tá na área, mas às vezes não entende tanto assim, tá fazendo porque acha legal, mas não é uma coisa que realmente gosta e às vezes eu vejo impacto nisso em como a pessoa programa, em como ela desenvolve, as vezes ela não tem curiosidade, de tipo assim querer melhorar, de deixar aquilo, bem lapidado, eu vejo muita gente nesse sentido e também vejo gente que gosta muito de aprender, que gosta da área, que quer aprender, quer melhorar e eu vejo essas pessoas como normalmente tem tipo, um código muito bom, desenvolve melhor, tem uma curiosidade então eu vejo assim esses dois opostos. (E12)

A partir do discurso dos entrevistados é possível observar uma noção de responsabilidade por sua própria empregabilidade através do aprimoramento de seus conhecimentos e habilidades, tal fato também foi observado nos trabalhos de Lopes e Silva (2009).

Outro ponto relevante dos dados coletados é a exclusão de outras funções da TIC quando se pensa em “profissional de tecnologia”. Para o entrevistado 10, há uma distinção no perfil de desenvolvedores/programadores e outros cargos em TIC, como Scrum Master (líder servidor responsável por disponibilizar todos os meios necessários para a conclusão do projeto) ou UX/UI Designer (responsável pelo design do projeto).

Acho que a primeira coisa que vem na minha cabeça é desenvolvedor. Então tipo assim a gente corta todo pessoal que trabalha com design ou pessoas que trabalham com por exemplo Scrum Master ou uma Gerência de TI, ou/ ou redes por exemplo. A gente corta todo esse pessoal que trabalha com tecnologia e a gente pensa no desenvolvedor, acho que é o estereótipo que a gente tem. É... quando eu penso nesse tipo de pessoas eu geralmente já penso pessoas com a cabeça um pouco menos criativa. (E10)

A questão do aperfeiçoamento constante também converge com os dados obtidos na pesquisa de Moreno Jr., Cavazotte e Farias (2009), onde os autores observaram nos profissionais de Tecnologia da Informação e Comunicação pesquisados uma elevada preocupação quanto à atualização profissional. Além da percepção quanto a necessidade de aperfeiçoamento para não se tornar obsoleto na profissão, os profissionais da área encontram neste fator também uma forma de satisfazer seus interesses pelo novo (MORENO JR; CAVAZOTTE; FARIAS, 2009). Cappelli (1999) afirma que tal preocupação dos colaboradores em atualizar continuamente seus conhecimentos é compreensível pois as organizações dispensam trabalhadores com conhecimentos obsoletos e admite novos profissionais com habilidades atualizadas.

4.3 As estratégias da empresa de TI e a percepção dos colaboradores

A palavra estratégia tem origem no grego *strategos* e está ligada com a questão militar, conceito que apenas entrou no contexto empresarial pela literatura a partir de 1940 (OLIVEIRA; KUYVEN, 2004). Existem diferentes concepções de estratégia a variar pela linha de pesquisa do autor, para os fins deste trabalho, tomaremos por definição a concepção de

Mintzberg e McHugh¹⁶ (1985, APUD, OLIVEIRA; KUYVEN, 2004), que diferenciam a estratégia desejada da estratégia realizada, sendo a estratégia desejada um plano de ação conscientemente traçado com o objetivo de se alcançar determinado fim, enquanto a estratégia realizada faz referência a um padrão em ação.

As estratégias adotadas pela empresa vão de encontro à concepção de Mintzberg e McHugh de estratégia realizada, onde a partir de um padrão em ação surge uma estratégia organizacional. Foi possível constatar a partir das entrevistas dos colaboradores da Wonder um padrão de informalidade no primeiro contato com a empresa que traduziu aos profissionais uma cultura de horizontalidade, causando um primeiro impacto positivo e acolhedor. Também se constatou que 12 dos 15 entrevistados conheceram a empresa por meio da indicação de um contato direto que já atuava na empresa e a maioria das entrevistas de recrutamento e seleção foram realizadas diretamente com o Israel, um dos Co-Founders da empresa:

Eu estudei junto com o Israel né, fiz duas matérias com ele e ele foi e me chamou, falou “a gente está abrindo uma area de desenvolvimento aqui na Wonder, se você topa fazer um teste aí, você vem cá” até trabalhei nas minhas férias aí né, eu tava de férias do meu emprego. Eu trabalhei aí 10 dias, o Israel me pagou as horas e depois me perguntou “você quer vir?” aí eu falei assim, “ah vou né”. Na época eu tava precisando de uma oportunidade porque eu trabalhava só com *freelancer* de front-end. Aí eu fui praticamente o primeiro front-end da Wonder. (E1)

Foi até muito engraçado a entrevista porque foi no horário do almoço porque eu estudava de manhã, o escritório da rua do ouro era bem apertado e a entrevista foi feita no refeitório mesmo, então tinha gente comendo do meu lado e foi aquele negócio aquele ‘olho no olho’ ali e conversa mesmo direto com o Israel. (E14)

Outro ponto muito mencionado pelos colaboradores foi o impacto causado pela diferença entre o ambiente de empresa tradicional em comparação a um ambiente mais dinâmico e descontraído. Faria et al (2021) afirma haver uma divisão entre a empresa tradicional e a *startup*, onde cada um é caracterizado pelas práticas de recursos humanos adotadas. Os profissionais que vieram de um histórico atuando em empresas do mercado tradicional, com regras e padrões de conduta rígidos foram impactados positivamente logo no primeiro contato com a Wonder ao constatar um ambiente mais flexível, dinâmico e informal.

Foi bem diferente do que eu trabalhava lá né porque Universidade é um trem que não existe mesmo porque como era uma Fundação, era muito rígido la, muito ‘cacique’ vamos dizer assim, e aqui não, porque na época que eu entrei era uma empresa bem

¹⁶ MINTZBERG, H.; McHUGH, (1985) - A. Strategy formation in a adhocracy. **Administrative Science Quarterly**, v. 30, n. 1, p. 160-197.

horizontal era o Israel, era os 'devs' e o Israel, então era bem esquisito mesmo para mim, bem diferente. (E14)

Era um clima diferente porque eu já conhecia a empresa que meu pai trabalhava, e o tanto que eles eram formais lá pra tudo e aí ver o contraste como que era na Wonder pra mim foi tipo “Nossa, nem sabia que era possível ter uma empresa desse jeito”. (E2)

A primeira percepção foi totalmente diferente do que eu vi na vida, eu trabalhava de terno e gravata pra trocar cabo, e ver tipo o primeiro contato que eu tive foi com o Abel e ele tava de cueca... (risos) era um short extremamente curto, eu não tenho coragem de chamar aquilo de short. E o Israel desceu de escorregador, e entrou pra sala pra fazer entrevista. Aí eu tô assim “Tá, é diferente, mas isso é o visual, eu quero entender como é a Wonder em si”. (E6)

O espaço físico também favoreceu a percepção dos profissionais do dinamismo e flexibilidade da Wonder. Faria et al (2021), afirma que ao mesmo tempo que a empresa oferece um modelo flexível ao colaborador, tal flexibilidade também é cobrada pela empresa para que o mesmo de disponha às necessidades da organização. Na sede principal da empresa, em Belo Horizonte, as mesas se dispõem em forma de baias abertas, sem divisórias, possibilitando a interação de toda a equipe, no escritório se encontram também espaços compartilhados como puffs, mesas e sofás que permitem ao trabalhador atuar em outros espaços além de sua baia, o espaço também conta com escorregadores para facilitar a locomoção entre andares. O entrevistado 12 ilustra sua primeira impressão do local:

Eu vi que era um lugar bem... como eu falo... era um lugar bem... não sei, não é bem solto assim, era um lugar bem... tranquilo de trabalhar... pelo menos pelo que eu percebi, você tem vários locais para trabalhar, você pode trabalhar na mesa, você pode sentar num puff, você pode ir lá em cima, você pode reservar uma salinha, então assim, te dá várias dinâmicas para você trabalhar e eu achei isso bem legal. E eu acho que assim, pelo menos em comparação com o que eu tinha antes, foi tipo, questão de estrutura, de computador, de mesa, de cadeira, de tudo, questão de infraestrutura mesmo, era muito melhor do que eu tinha antes, muito melhor. Então eu gostei bastante. (E12)

Não obstante do impacto do ambiente físico, os rituais da empresa também transmitiram uma primeira impressão positiva aos pesquisados. Morgan (1996) afirma que assim como os indivíduos numa cultura tem seus próprios ritos e padrões, assim também ocorre nas organizações. A cultura se refere ao padrão desenvolvido de ideologias, valores, rituais cotidianos, etc. O cerne de uma cultura é encontrado nos padrões de comportamentos e costumes que a organização adota (MORGAN, 1996).

Bom, acho que quando eu fui fazer entrevista lá na sede e tava tendo *pet day* aí, eu vi a estrutura de como que era a empresa lá, as mesas e falei “nossa que lugar da hora”

era totalmente diferente do que eu tinha antes no estágio atual e ver aquilo ali eu fiquei meio que surpreso eu fiquei “mano que da hora, eu quero muito trabalhar aqui”. (E12)

Ah... Assim... Era um, um lugar mais descontraído, né? No início, é... como não tinha tanta gente igual hoje, igual tá crescendo né? O número de funcionários era um pouco menor. Era um lugar mais descontraído quando a gente tinha um ritual né? De quando as pessoas entravam aqui a gente tinha pessoas, preparadas pra pegar aquela pessoa e apresentar pra todo mundo da empresa e mostrar a empresa, só que hoje tipo com o número de funcionários que a gente tem e a correria não dá mais pra fazer isso. (E8)

A empresa demonstrou ao longo do tempo se comunicar bem com seu público alvo e se adaptar em termos de eventos e estrutura para melhor se comunicar com o público que gostaria de atingir. O entrevistado 9 conta como foi sua primeira impressão da empresa no momento em que ela chegou a sua cidade:

Minha primeira percepção? Que era uma empresa da hora pra caramba. Porque tipo assim na época a gente gostava desse perfil de Empresa Júnior, né? A gente gosta desse perfil mais solto, com mais liberdade, de deixar a gente quase livre assim, não tinha nada que amarrasse a gente de querer, de tá sempre na unidade, de ter de mudar de cidade pra poder trabalhar e desse só/ a galera mais nova, né? [...] E... acho que o evento *dev & beer* assim foi um feito do car****, tipo a gente adora beber, né? (risos). (E9)

O fator potencial de crescimento também foi apontado, a empresa em questão tem passado por um período de intenso crescimento nos últimos anos e tal fator tem sido sentido pela equipe. Ao mesmo tempo em que todos os colaboradores pesquisados afirmaram manter uma visão positiva da empresa após o primeiro contato e ter um posicionamento otimista e positivo em relação ao crescimento da empresa também foram citados ônus deste crescimento, como a diminuição da flexibilidade, a dificuldade em ganhar visibilidade e perda de contato com algumas pessoas da equipe. Anell e Wilson¹⁷ (2000, APUD, LOPES; SILVA, 2009) afirmam que mesmo o indivíduo com perfil flexível necessita de algum tipo de estabilidade para saciar suas necessidades psicológicas, podendo tal estabilidade ser o vínculo com um projeto, equipe ou domínio de um conhecimento.

Os projetos ficando maiores acaba que você fica mais tempo neles, mas é uma coisa mais pessoal, que você sempre quer mexer com outras coisas, quer mudar, eu sou uma pessoa que sempre quer mexer com coisa nova então acaba que ficar no mesmo projeto por muito tempo você fica meio gastado. (E14)

Se eu tivesse entrado na Wonder há sei lá 4 meses atrás talvez eu teria alguns pontos negativos, mas eu acho que hoje com o tempo que eu tenho de casa não. Porque eu

¹⁷ ANELL, B. I; WILSON, T. L. The flexible firm and the flexible coworker. **Journal of Workplace Learning: Employee Counselling Today**, v. 12, n. 4, 2000.

teria uma percepção diferente, a empresa já é muito grande então seria mais difícil conquistar meu espaço, ter condições de na hora que eu ver uma coisa errada eu ir lá e bater o pé e falar, é... o respeito que eu que eu tenho do time porque já tô aqui a mais tempo. (E7)

Assim, elas trazem alguns efeitos colaterais, né? Tipo assim, mas que são naturais, sabe? Do processo, entendeu? Por exemplo, com a empresa crescendo é a questão do distanciamento entre as pessoas, sabe? Porque tipo assim aquela coisa de você conhecer todo mundo da empresa, acho que é uma coisa que perde, entendeu? Tipo não tem, hoje dificilmente tem isso mais. Porque tem gente eu acho que eu nunca troquei uma palavra (risos). (E4)

Todos os colaboradores pesquisados afirmaram se identificar fortemente com a empresa, sendo explícito um forte caráter afetivo e valorativo em seus discursos. Cavazotte, Araújo e Abreu (2017) afirmam que o processo de identificação surge a partir da necessidade de pertencimento do indivíduo, sendo esta uma das mais importantes ligações do sujeito com a organização. Tajfel e Turner¹⁸ (1970, APUD, FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009) descrevem a respeito de três componentes no processo de identificação: cognitivo, afetivo e valorativo, sendo o componente afetivo o que relaciona os sentimentos do sujeito ao seu pertencimento a organização e o valorativo o que diz respeito à percepção do sujeito em relação a valorização externa da organização.

Pq: E você se identifica com a empresa?

Demais! Tipo é porque eu não tenho sentimento com a Wonder só de trabalho eu não tô aí só para trabalhar só para mover *card*, só para fazer hora e só para receber meu salário, eu tenho sentimento de carinho mesmo, sabe porque foi a empresa que me abraçou, me mostrou que eu sou importante para ela, entendeu? E nisso aí ela já me conquistou é um lugar que eu falo eu só saio daqui se for uma proposta irrecusável. Tem que ser muito irrecusável pra eu sair daqui. Eu diria que é um carinho bem forte que eu tenho pela empresa. (E13)

Hoje eu acho que a Wonder prega pela qualidade. Acho que isso foi uma briga muito grande que eu tive durante muito tempo com várias pessoas, inclusive com o Israel e com o José (*Co-Founders*). Eu quero entregar a maior qualidade possível, eu quero que a gente seja referência. E hoje você pode ver que as pessoas de fora olham com desejo. Porque sabem que ali ela vai tá entrando num padrão e num nível muito alto. (E5)

Em todos os relatos os pesquisados transmitiram um forte senso de união, afirmando ter boas relações com a equipe em que atuam e não possuir nenhum tipo de desentendimento na empresa. Em mais de um momento os pesquisados se referiram aos colegas de trabalho através

¹⁸ TAJFEL, Henri (Ed.). **Differentiation between social groups**: studies in the social psychology of intergroup relations. London: Academic Press, 1970. p.61-76.

de adjetivos como “filhos” ao se referirem a um mentorado e utilizaram o substantivo “família” ao descrever a relação com a equipe.

Eu acho que o principal fator, uma das coisas que a Wonder mais tem, acho que... pra maioria das pessoas é essa sensação de família. Muita gente ali brinca que pro Ezequiel, eu sou pai do Ezequiel (colega de trabalho). Então... eu tento, eu tento não ser paizão, mas tento ser aquele amigo [...]. **(E5)**

Pq: E quem você diria que são as pessoas mais próximas a você? Aí incluiria os meus os meus filhos né? Porque eu sou mentora de dois, que seria Pedro que é daqui de Aracaju, e André que é de... Pernambuco, eu acho que é Recife, eu não tenho certeza se ele é de Recife. **(E3)**

[...] Eu acho que eu conquistei esse espaço dentro da empresa para poder fazer as coisas também, então eu falo muito com as pessoas que estão entrando, principalmente as que estou mentorado. Essa semana eu ganhei um filho novo, o João [...]. **(E13)**

Ao serem questionados sobre o que mais se identificam em relação a empresa, os pesquisados responderam que os fatores de maior identificação são a flexibilidade e liberdade oferecidas pela empresa, a cultura acolhedora e a ambição de estar em constante crescimento. A questão da flexibilidade como fator importante e positivo para os profissionais da área também foi mencionada nas pesquisas de Geremia, Kanan e Marcon (2018), onde os autores afirmam que a flexibilidade e as oportunidades de crescimento são fatores atrativos para os profissionais de TIC. Apesar de reconhecerem alguns ônus do crescimento, os pesquisados demonstraram se sentir abraçados pela empresa em suas fases de alavancagem e sentem que cresceram de forma conjunta. Tal questão também foi observada nos estudos de Lopes e Silva (2009), onde os relatos registrados pelos autores demonstram que os profissionais entendem as mudanças nas relações de trabalho e lidam bem com a fluidez exigida.

Tipo eu adoro essa cultura da Wonder, e a liberdade que a gente tem pra trabalhar, de poder falar de igual para igual com todo mundo assim tranquilo, acho muito da hora tipo... zero desconforto. Isso é o que mais me identifico. A galera até brinca tipo ah o que eu procuro hoje não é dinheiro ou tanto salário assim, eu adoro a cultura da Wonder. **(E9)**

A cultura da Wonder é uma cultura que eu me identifico, eu gosto do ambiente, gosto do jeito que tratam as pessoas aqui dentro, então eu gosto daqui. Gosto da convivência mesmo porque acaba que a gente passa mais tempo na empresa do que com a própria família, então você estar num ambiente que as pessoas te acolhem e compartilham da mesma ideia que você é muito gratificante. **(E14)**

Eu gosto... eu gosto da vibe, sabe? Eu gosto desse negócio de sonhar alto e meter a cara e vão ver onde é que isso vai dar? Eu acho que bem dizer um lugar... eu sinto coragem na Wonder, sabe? Eu acho que se fosse em outro lugar que não a Wonder eu

não teria conseguido fazer as coisas que eu fiz. Porque eu acho que é um lugar que te permite sonhar um pouco mais do que as coisas que parecem impossíveis ou não. (E2)

Outro ponto característico da empresa Wonder é o uso de frases em suas campanhas institucionais. No início de cada ano, uma nova campanha é lançada e junto com ela uma frase de efeito que traduz os objetivos do posicionamento para o ano, como por exemplo: “Go Big or Go Home”, “We are app makers”, “De Pessoas para Pessoas”, “Become Tomorrow”, entre outros. Ao solicitar aos colaboradores que descrevessem a empresa por meio de uma imagem, muitos utilizaram das frases institucionais para descrever aquilo que eles entendem melhor representar a empresa.

Nossa... Bom, assim né usando da nossa própria cultura eu acho que o Go big or Go home é muito real. (E2)

Eu acho que principalmente esse ano a Wonder veio com frases muito boas, “De pessoas para Pessoas”, essa aqui na camisa “Nós somos pensadores, não, nós somos realizadores”, eu acho que... traduzem bem o que a gente tem feito hoje. (E7)

Acho que a Become Tomorrow eu gostei mais, porque é tipo assim, muito o que a gente vive o desconhecido, de tornar o amanhã, sempre buscar a inovação, sempre melhorar a vida das pessoas, acho bacana demais. (E1)

Os colaboradores da Wonder absorveram a cultura organizacional de modo a utilizar as definições dadas pela própria empresa para descreve-la. É possível notar por meio destes relatos que a organização tem realizado uma comunicação assertiva e efetiva com os colaboradores.

4.4 O pertencimento do profissional de TI na Wonder

Souza (2010) afirma que a identidade coletiva é dada por aspectos identificatórios entre indivíduos de um determinado grupo, sendo ela dinâmica, pode ser modificada por membros novos ou antigos da organização. Carrieri, De Paula e Davel (2008) afirmam que na interação do trabalho, a identidade coletiva é expressa essencialmente através da fala.

Os pesquisados foram convidados a descrever o grupo pessoas que atuam na Wonder e as características que sobressaíram foram traduzidas por: um grupo de pessoas diversas, curiosas, acolhedoras, altamente capacitados, que se destacam tecnicamente como referência em relação a outros grupos, que fazem questão de estar na empresa e abraçar os desafios para entregar bons resultados.

Só tem nego brabo, é tipo... é, muito legal você trabalhar com pessoas que você acredita no seu trabalho e tornam o seu trabalho melhor, sabe? Então por exemplo, é muito bom você ter uma discussão com no grupo de PR e a galera tipo dando ‘n’

soluções de como fazer melhor, de como melhorar, e tudo em prol de entregar melhor, sabe? (E6)

Humm. Eu diria que é um grupo diverso, né? É um grupo de gente muito talentosa, entendeu? Tipo assim, com bastante vontade e que realmente faz acontecer, né? (E4)

São excepcionais, são pessoas que tipo é... um dos motivos também que eu/ eu gosto de trabalhar na Wonder é que eu sei que ao meu lado sempre vai ter uma pessoa que é muito foda, que sabe fazer coisas ou passou por experiências diferentes das minhas e que eu posso aprender muito com ela. Então assim, a Wonder é repleta de casos assim, sabe? São pessoas totalmente diferentes umas das outras, mas que se completam. (E11)

Os aspectos mais salientados na descrição da identidade coletiva do grupo, convergiu com os fatores que os colaboradores indicaram se identificar mais na organização. É possível notar no discurso dos entrevistado um sentimento de orgulho no pertencimento a organização relacionado as pessoas com que atuam nos demais times da empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após verificar um crescente aumento na demanda do mercado por profissionais de tecnologia e um alto índice de rotatividade na área, a autora deste trabalho se interessou por estudar a fundo a identificação profissional em TIC. O objetivo principal desta pesquisa foi descrever como ocorre a identificação dos profissionais do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação em uma empresa de tecnologia especializada em digital business. O método de pesquisa utilizado foi a entrevista semiestruturada e foram entrevistados quinze profissionais de TIC que atuavam na empresa denominada nesta pesquisa por Wonder. Para a interpretação e análise dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo que permitiu a transição entre a objetividade e subjetividade.

Notou-se que o processo de identificação com a empresa se inicia desde o primeiro contato do profissional com a organização e se dá através da influência da indicação direta de colaboradores da empresa a terceiros, através do espaço físico e do comportamento cultural daqueles que já fazem parte da organização. Em relação aos objetivos específicos procurou-se descrever a trajetória e o perfil dos profissionais de T.I.C., identificar quais estratégias são utilizadas pela empresa estudada para estimular a identificação organizacional dos profissionais, descrever a percepção dos profissionais a respeito de tais estratégias e analisar quais as instâncias identificatórias mais preponderantes no processo de construção da identidade dos profissionais de T.I.C. estudados.

Em relação ao sentimento de pertencimento dos profissionais de TIC foi possível compreender sua construção ao observar pontos convergentes na construção da trajetória profissional dos pesquisados, que desde a infância se interessam pela área de tecnologia e demonstram curiosidade sobre seu funcionamento. A partir dos relatos dos pesquisados foi possível descrever sua identidade coletiva como um grupo de pessoas diversas, curiosas, acolhedoras, altamente capacitados, que se destacam tecnicamente como referência em relação a outros grupos, que fazem questão de estar na empresa e abraçar os desafios para entregar bons resultados.

A partir dos relatos dos pesquisados foi possível traçar o perfil do profissional de TI, sendo este perfil definido como um indivíduo com perfil resolutor, voltado a resolução de problemas, com facilidade na área de exatas, em especial com matemática e lógica, especialista em determinado assunto e que está em busca de um aperfeiçoamento constante. Constatamos também que apesar de haver um estigma social em relação a um estereótipo *nerd* pejorativo, a maioria dos profissionais de TIC não se identificam com tal estereótipo.

Em relação às estratégias utilizadas pela empresa para estimular a identificação organizacional dos profissionais, identificou-se que as ações adotadas pela empresa estão mais relacionadas com um padrão em ação do que com um plano consciente para estimular a identificação, contudo, desde o primeiro contato com a empresa os colaboradores iniciam seu processo de identificação ao notar elementos que convergem com seus valores pessoais na cultura e comportamento dos demais colaboradores que já fazem parte da organização. Alguns pontos que se destacaram neste momento inicial foram a informalidade e horizontalidade da empresa e o ambiente físico dinâmico. Todos os pesquisados informaram se identificar com a organização e terem uma visão positiva a respeito dos fatores que incentivaram a identificação no primeiro contato.

Os fatores com maior identificação de acordo com os colaboradores pesquisados foram a liberdade e flexibilidade oferecidas pela empresa, o ambiente e a cultura acolhedora e a ambição e potencial de crescimento da organização. Todos os entrevistados afirmaram notar que a empresa se encontra em um momento de crescimento exponencial e apesar de constatarem os ônus decorridos deste crescimento, como a diminuição da flexibilidade, a dificuldade em ganhar visibilidade e perda de contato com algumas pessoas da equipe, os colaboradores de forma geral se sentem abraçados neste momento de crescimento e acreditam que evoluíram juntamente com a organização.

Em relação às instâncias identificatórias mais preponderantes no processo de construção da identidade dos profissionais de T.I.C. pesquisados identificou-se o incentivo familiar que permeia a infância dos profissionais, convergindo com as teorias de Berger, Luckmann (1966) e Dubar (1997), de que a família constitui o primeiro grupo responsável pela socialização do indivíduo e influencia na formação de sua identidade; a experiência marcante com um computador ainda na infância; a experiência e valorização do curso técnico e o início da carreira em infraestrutura e suporte como ponte para o início da carreira em desenvolvimento de sistemas.

Mesmo apresentando um índice onde 100% dos trabalhadores pesquisados afirmam serem identificados com a empresa, a gerência ainda sofre os impactos da alta rotatividade existente no mercado de TIC, portanto é possível observar que o turnover neste contexto não está relacionado à falta de identificação por parte dos profissionais. Nota-se também que apesar de se sentirem emocionalmente ligados a Wonder e pertencentes ao grupo de colaboradores da empresa, ela não constitui uma instância identificatória preponderante no processo de construção da identidade de tais profissionais, e os fatores mais citados pelos pesquisados neste processo foram de cunho pessoal.

Tais observações convergem com as ideias de Mossi (2013), de que os profissionais de TIC experienciam uma forma de carreira individualizada, onde o sujeito se encontra no centro de sua vida e também vão ao encontro das ideias de Lacombe (2002) que afirma que as gerações atuais vivenciaram um processo onde a identificação com a própria carreira é maior do que a identificação com a organização, fato também apoiado por Cappelli (1999), que afirma que a lealdade a organização foi substituída pelo apego a evolução individual.

Entendendo o fato de que os colaboradores da Wonder afirmam gostar e se identificar com empresa, porém tal fator não é o suficiente para diminuir a rotativa, a partir das exposições teóricas analisadas em conjunto com os dados obtidos na pesquisa pode se supor que o perfil dos colaboradores da Wonder converge com o perfil de profissional ambivalente descrito por Lopes e Silva (2009), sendo estes profissionais caracterizados por pessoas que desejam estabelecer relações de longo prazo com a organização, mas devido inserção em um mercado transacional, já não acreditam ser possível tal feito.

Em relação às limitações deste estudo ressalta-se o tempo de duração das entrevistas realizadas que girou em torno de 22 minutos, acontecimento que possivelmente pode ser explicado pelo perfil resolutor e objetivo dos entrevistados e aponta-se também o fato da

pesquisadora ser parte integrante do setor de Recursos Humanos da empresa pesquisada, o que pode em determinados momentos ter filtrado a forma de comunicação dos pesquisados durante as entrevistas. É perceptível a vasta gama de assuntos que ainda podem ser explorados nestes temas, como as discussões a respeito das questões de gênero e a predominância masculina na área, e as estratégias de retenção específicas voltadas aos profissionais deste setor. É possível considerar este trabalho um tema inicial que colabora com outros estudos da área por trazer uma discussão atual sobre a área de TIC que possui poucas discussões em comparação a velocidade das transformações do setor e amplia o leque de questões a serem levantadas. Investigações mais aprofundadas sobre o tema podem gerar grandes contribuições para a área de gestão de pessoas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHFORTH, B.; MAEL, F. Social identity theory and the organization, **Academy of Management Review**, v. 14, n.1, p. 20-39, 1989.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO - BRASSCOM (Brasil). Relatório Setorial de TIC 2019. **Relatório Setorial**, 01 de maio, 2019. Disponível em: <<https://brasscom.org.br/relatorio-setorial-de-tic-2019/>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO - BRASSCOM (Brasil). Guia de Funções de Tecnologia da Informação e Comunicação no Brasil. **Guia de Funções**, 2017. Disponível em: <https://brasscom.org.br/wp-content/uploads/2017/08/brasscom-guia_de_funcoes_de_tic_2a_edicao-2017.pdf> . Acesso em: 15 fev. 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2002.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade**: Tratado de Sociologia do Conhecimento. 24. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

BORZEIX, A.; LINHART, D. Identidades e práticas linguísticas na empresa. In: CHANLAT, J.-F. (Org.). **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1996.

CALDAS, M. P.; WOOD JR., T. IDENTIDADE ORGANIZACIONAL. **RAE - Revista de Administração de Empresas**: Organização, Recursos Humanos e Planejamento, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 6-17, 1997.

CAPPELLI, P. **The New Deal at Work**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

CARRIERI, A. de P.; DE PAULA, A. P. P.; DAVEL, E. Identidade nas organizações: múltipla? fluida? autônoma?. **Organizações & Sociedade**, v. 15, n. 45, 2008.

CAVAZOTTE, F. S. C. N.; ARAUJO, F. F.; ABREU, A. L. Identificação Organizacional entre Funcionários Públicos Brasileiros: Um Estudo no Setor Cultural. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 19, n. 64, p. 289-306, 2017.

CIAMPA, A. C. Identidade. In: Lane, S. T. M. & Codo, W. (Orgs.) **Psicologia Social: o homem em movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DIAS, P. A. de S.; FREITAS, J. A. de S. B. e. O que Querem os Analistas de Sistemas? Expectativas, Identificações e Vínculos com o Trabalho e com as Organizações. **Revista ADM.MADE**, v. 14, n. 1, p. 22-36, 2010.

DUBAR, C. **A socialização: Construção das Identidades Sociais e Profissionais**. 1. ed. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 2005.

DUBAR, C. A construção de si pela atividade do trabalho: A socialização profissional. Traduzido por Fernanda Machado, **Caderno de Pesquisa**, v.42, n.146, p.351-367, 2012.

DUBAR, C. Trajetórias sociais e formas identitárias: alguns esclarecimentos conceituais e metodológicos. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 19, n. 62, p. 13-30, Apr. 1998

ENRIQUEZ, E. Os desafios éticos nas organizações modernas. **Revista de Administração de Empresas**, v. 37, n. 2, p. 6-17, 1997.

ERA DIGITAL: entenda o que é e quais seus impactos na sociedade. NEILPATEL, 2019. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/era-digital/>>. Acesso em: 2 nov. 2019.

FERNANDES, M. E. R; MARQUES, A.L.; CARRIERI, A.de P... Identidade organizacional e os componentes do processo de identificação: uma proposta de integração. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, p. 687-703, Dec. 2009

FOSSÁ, M. I. T., RAMOS, M.S., SILVA, A.H. Rituais organizacionais no fortalecimento dos valores de uma empresa familiar. **XXX encontro nacional de engenharia de produção**. São Carlos, 2010.

FREITAS, H. M. R.; CUNHA, M. V. M., JR.; MOSCAROLA, J. Aplicação de sistemas de software para auxílio na análise de conteúdo. **Revista de Administração da USP**, v.32, n.3, p. 97- 109, 1997.

GEREMIA, H. C.; KANAN, L. A.; MARCON, S. R. A. Justiça organizacional, rotatividade & profissionais de tecnologia da informação. **Psicología desde el caribe**, [s. l.], v. 35, n. 3, Set/Dez 2018.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. de. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; MELO, R. B. de; SILVA, A. B. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais - Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

GUIA SALARIAL 2020. Remuneração e Tendências de Recrutamento. **RH ROBERT HALF**, 2019. Disponível em: <<https://www.roberthalf.com.br/guia-salarial>>. Acesso em: 2 nov. 2019.

IANINNI. T. O. **Pesquisa do Perfil dos Profissionais de Tecnologia da Informação**. Assespro, Minas Gerais, 2010.

JUCIUS, M. J., **Personnel Management**, 06. Ed. Homewood: Richard D. Irwin, 1955.

LACOMBE, B. B. A Relação Indivíduo-Organização: É Possível não se identificar com a Organização? In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. **Anais**. Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002.

LOPES, A. L. S. V.; SILVA, J. R. G. da. Expectativas profissionais no discurso de terceirizados em TI. **RAE electron.**, São Paulo, v. 8, n. 2, Dec. 2009.

MACHADO, H. V.; KOPITTKKE, B.; A Identidade no Contexto Organizacional: Perspectivas Múltiplas de Estudo. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 2., 2002, Recife. **Anais**. Recife: Observatório da Realidade Organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. da S. Identidade organizacional: um caso de manutenção, outro de mudança. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 5, n. spe, p. 35-58, 2001.

MANGIA, U. B.; JOIA, L. A. Antecedentes à transição de carreira dos profissionais de Tecnologia da Informação. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 50, n. 4, p. 541-560, 2015.

MARRA, A. V., FONSECA, J. A, e MARQUES, A. L. O processo de identificação organizacional ante a reforma administrativa: um estudo exploratório. **Revista de Administração Mackenzie**, 15(1), 49-72. ISSN: 1678-6971. 2014.

MATOS, J.F. **Análise dos Aspectos Comportamentais Através da Ferramenta DISC**. Tese (Mestrado em Gestão de Empresas) - Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, ISCTE Business School, Lisboa - 2008

MEDEIROS, C. M. F. B. **Identidade de lugar e relações intergrupais: Estudo da ecologia das freguesias urbanas e suburbanas de ponta delgada**: A importância da entitatividade para a identidade de lugar. 2013. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Faculdade de Psicologia, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2013.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES. Brasil Mais TI. **GOVERNO FEDERAL**. 2019. Disponível em: <http://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/tecnologia/brasil_mais_ti.html>. Acesso em: 12 ago. 2019.

MORENO JR, V. de A.; CAVAZOTTE, F. de S. C. N.; FARIAS, E. de. Carreira e relações de trabalho na prestação de serviços de tecnologia da informação: a visão dos profissionais de TI e seus gerentes. **JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag. (Online)**, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 437-462, 2009.

MORGAN, G. **Imagens da Organização**. Capítulo 5: A criação da Realidade Social. 1996.

MOSSI, T.W. Fortalecimento do “eu” e instrumentalização das aspirações individuais: identidade profissional dos quadros superiores de TI. PLURAL, **Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP**, São Paulo, v.20.2, 2013, pp.87-108.

MOURA JUNIOR, P. J. de; HELAL, D. H. IT professionals and professionalization: controversial and conflictual occurrences in the field. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 321-338, June 2014.

NIELSEN IBOPE. BRASILEIROS COM INTERNET NO SMARTPHONE JÁ SÃO MAIS DE 70 MILHÕES. **NIELSEN IBOPE**, 4 set. 2015. Disponível em:

<<https://www.nielsen.com/br/pt/press-releases/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes/>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

OLIVEIRA, L. C. P., KUYVEN, A. Formação de estratégias em pequenas empresas: um estudo de caso. **XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção** - Florianópolis, 2004.

PETERS, T. J., WATERMAN JR., R. H., **In Search of Excellence – lessons from America’s best-run companies**, New York: Warner Books, 1982.

RAMOS, P. E., Vivendo uma nova era: a tecnologia e o homem, ambos integrantes de uma sociedade que progride rumo ao desenvolvimento. **SEDUC (Secretaria de Estado de Educação)**, 2009. Disponível em: <<http://www2.seduc.mt.gov.br/-/vivendo-uma-nova-era-a-tecnologia-e-o-homem-ambos-integrantes-de-uma-sociedade-que-progride-rumo-ao-desenvolvimen-1>>. Acesso em: 25 out. 2020.

SEBRAE. Era digital exige investimento na experiência do usuário. **SEBRAE**, 1 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/era-digital-exige-investimento-na-experiencia-do-usuario,3d8160df0f451510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 2 ago. 2019.

SILVA, T.T. A produção social da identidade e da diferença. **Identidade e diferença**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000 p. 73-102.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade**, v. 1, n. 1, p. 23-42, 2017.

SOUZA, M. M. P. DE. **O teatro como forma de se colocar no mundo: a formação de identidades nos grupos galpões**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

TURNER, J. C. et al. Self and collective: cognition and social context. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 20, p. 454-463, 1994.

WOODWARD, K. Identidade e Diferença: uma construção teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (org.) **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-72.

APÊNDICE A: INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Quadro 3: Roteiro de Entrevistas

1	Idade?
2	Sexo?
3	Com qual tecnologia você trabalha?
4	Há quanto tempo você está na empresa?
5	Conte-me sobre sua trajetória acadêmica/profissional até aqui.
6	Em que momento você decidiu seguir carreira em TCI?
7	Quais fatores contribuíram para sua decisão?
8	Como é o perfil mais comum do profissional de TCI? Você se identifica com ele?
9	Você já havia tido experiências com o setor de TCI antes de entrar na empresa?
10	Como você conheceu a empresa?
11	Como se iniciou o contato com a empresa?
12	Qual foi a sua primeira percepção sobre a empresa?
13	Sua visão sobre ela mudou ao longo do tempo?
14	O que mudou? Você considera estes pontos positivos ou negativos?
15	Como é a sua rotina de trabalho?
16	Como é o seu relacionamento com os demais membros da empresa? (Da sua equipe atual de projeto e demais).
17	Quem você diria que são as pessoas mais próximas a você? (São da empresa? São da área

	de TCI?)
18	Como é a sua relação com essas pessoas? Já se conheciam antes? Se sim, de onde?
19	Você se identifica com a empresa?
20	Com que você mais se identifica ou porque não se identifica?
21	Como você descreveria o grupo de pessoas que aqui trabalham?
22	Qual imagem/metáfora você acha que melhor representa a empresa?

Elaborado pela própria autora.

APÊNDICE B: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

O Sr.(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **A IDENTIFICAÇÃO ORGANIZACIONAL DOS PROFISSIONAIS DE TI: Um estudo de caso em uma empresa mineira de TI**. Nesta pesquisa pretendemos identificar como ocorre a identificação organizacional dos profissionais do setor de Tecnologia da Informação e Comunicação de uma empresa de tecnologia especializada em digital business. O motivo que nos leva a estudar este tema é que poderá auxiliar os demais estudos existentes no desenvolvimento de estratégias para se aumentar a satisfação, desempenho, competitividade e se reduzir os índices de rotatividade nas empresas de TI. O estudo pode gerar uma aplicabilidade conveniente aos gestores da empresa em questão ao identificar a percepção dos profissionais a respeito das estratégias utilizadas pelas empresas para estimular a identificação organizacional dos mesmos.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos de coleta de dados: análise de documentos, observação livre e entrevistas, com perguntas abertas e duração aproximada de 60 minutos. As entrevistas serão gravadas digitalmente, mediante sua concordância, e posteriormente transcritas para a análise.

Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em se você se sentir constrangido (a) em algum momento ou com alguma pergunta feita pode se recusar a responder.

Para participar deste estudo, o Sr.(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. O seu nome será mantido em sigilo, a fim de se evitar qualquer retaliação decorrente da sua participação. Mas, se eventualmente, acontecer algum problema como consequência desta pesquisa, os pesquisadores se colocam à disposição para esclarecimentos e apoio. O Sr.(a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr.(a) é atendido(a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) Sr.(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na Universidade Federal de Viçosa/Campus de Florestal e a outra será fornecida ao Sr.(a).

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos após o término da pesquisa, e depois desse tempo serão destruídos. Os pesquisadores irão tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu, _____
contato _____ fui informado(a) dos objetivos da
pesquisa A IDENTIFICAÇÃO ORGANIZACIONAL DOS PROFISSIONAIS DE TI: Um
estudo de caso em uma empresa mineira de TI de maneira clara e detalhada, e esclareci minhas
dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha
decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via

original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Belo Horizonte, _____ de _____ de 2019.

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador

Nome do Pesquisador Responsável: LUANA RIBEIRO MELO SANTOS

Endereço: Rua João de Melo Matos, 15 – Brasiléia/Betim

CEP: 32600-278 Telefone: (31) 97163-1557

E-mail: luana.melo@ufv.br

Em caso de discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP/UFV – Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos Universidade Federal de Viçosa

Edifício Arthur Bernardes, piso inferior Av. PH Rolfs, s/n – Campus Universitário

Cep. 36570-900 Viçosa/MG

Telefone: (31)3899-2492

E-mail: cep@ufv.br/Site: www.cep.ufv.br