



CENTRO UNIVERSITÁRIO DR. LEÃO SAMPAIO – UNILEÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

RENATA NAYARA GOMES DA SILVA

**IMPACTO DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA CONSTRUÇÃO DA
IDENTIDADE DO TRABALHADOR**

Juazeiro do Norte
2019

RENATA NAYARA GOMES DA SILVA

**IMPACTO DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA CONSTRUÇÃO DA
IDENTIDADE DO TRABALHADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso de
Graduação em Psicologia do Centro
Universitário Dr. Leão Sampaio, como
requisito para a obtenção do grau de
bacharelado em Psicologia.

Orientador: Silvia Moraes de Santana
Ferreira

Juazeiro do Norte
2019

IMPACTO DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO TRABALHADOR

Renata Nayara Gomes da Silva¹
Silvia de Moraes de Santana Ferreira²

RESUMO

O estudo tem como objetivo analisar o impacto da cultura organizacional na construção da identidade do trabalhador. Partindo da definição de autores como Schein (2009), Macêdo e Pires (2006), Fleury e Fischer (1996), Tolfo, Silva, Zanelli (2014) sobre o conceito de cultura organizacional e de autores como Hall (2006), Vieira (2004) e Ciampa (2012), sobre identidade, discutindo a importância da cultura no contexto organizacional para uma análise da influência da cultura organizacional na identidade do trabalhador. Trata-se de uma pesquisa de método descritivo e de abordagem qualitativa, realizada em uma empresa de serviços, localizada na cidade de Juazeiro do Norte no Ceará. Participaram da pesquisa quatro colaboradores que atendiam aos critérios de inclusão como, trabalhar na empresa em um período de no mínimo um ano, ter idade entre 18 e 50 anos. Para coleta de dados, foi utilizada uma entrevista semiestruturada, gravada e transcrita. Ao realizar a análise do conteúdo das entrevistas percebeu-se que, ao ingressar no contexto organizacional, a identidade do trabalhador sofre transformações que se estendem do ambiente de trabalho ao ambiente fora deste provocando mudanças que vão desde pensamentos, comportamentos a perspectivas de vida, impactando a identidade dos trabalhadores nas suas formas de agir, pensar e sentir. A individualidade dos colaboradores é preservada por existir uma identificação com a empresa em certos aspectos, mas não há uma incorporação completa da cultura, sendo a essência de suas identidades preservadas.

Palavras-chave: Identidade. Cultura Organizacional. Psicologia Organizacional e do Trabalho.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of organizational culture on the construction of worker identity. Based on the definition of authors such as Schein (2009), Macêdo and Pires (2006), Fleury and Fischer (1996), Tolfo, Silva, Zanelli (2014) on the concept of organizational culture and authors such as Hall (2006), Vieira (2004) and Ciampa (2012), about identity, discussing the importance of culture in the organizational context for an analysis of the influence of organizational culture on worker identity. This is a research of descriptive method and qualitative approach, conducted in a service company, located in the city of Juazeiro do Norte in Ceará. Four employees who met the inclusion criteria, such as working at the company for a period of at least one year, aged between 18 and 50 years, participated in

¹Discente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: renatanayarags@gmail.com

²Docente do curso de psicologia da UNILEÃO. Email: silviamorais@leaosampaio.edu.br

the research. For data collection, a semi-structured, recorded and transcribed interview was used. When analyzing the content of the interviews, it was noticed that when entering the organizational context, the identity of the worker undergoes transformations that extend from the work environment to the environment outside of it causing changes ranging from thoughts, behaviors to life perspectives, impacting the identity of workers in their ways of acting, thinking and feeling. The individuality of the employees is preserved because there is an identification with the company in certain aspects, but there is no complete incorporation of the culture, being the essence of their identities preserved.

Key words: Identity. Organizational culture. Organizational and Work Psychology

1 INTRODUÇÃO

O interesse pelo tema surgiu a partir das supervisões do estágio em ênfase em processos de gestão I, em que, dentre os relatos das colegas de supervisão, um chamou a atenção, no qual, a estagiária relatou que observou a existência de rituais característicos da empresa. A partir disso, surgiram questionamentos sobre quais seriam os impactos desses rituais e comportamentos adquiridos nas organizações na identidade do trabalhador. Surgindo a problemática da pesquisa: quais os impactos da cultura organizacional na identidade do trabalhador? Gerando um interesse em saber mais sobre cultura organizacional, identidade e a relação entre ambas.

Partindo da problemática, definiu-se os objetivos do estudo que tem como objetivo geral analisar o impacto da cultura organizacional na construção da identidade do trabalhador. Os objetivos específicos são definir os conceitos de cultura organizacional e identidade, discutir a importância da cultura no contexto organizacional e analisar a influência da cultura organizacional na identidade do trabalhador.

Cultura organizacional é um tema bastante discutido por diversos autores sendo atribuído vários conceitos de acordo com a visão de cada autor. Para Schein (2009), criador do termo, cultura é um fenômeno dinâmico sendo criada e determinada pelas relações e interações com os outros que orienta e restringe comportamentos através de regras, normas e um conjunto de estruturas.

Nesse sentido, cultura organizacional é definida pelo autor como sendo o conjunto de pressupostos criados por um grupo de acordo com a forma como aprenderam a lidar com problemas relacionados a adaptação, que por terem funcionado, foram considerados válidos e passados para novos membros como sendo a maneira correta de sentir, perceber e pensar (SCHEIN, 2009).

O termo cultura está inter-relacionado com identidade, pois a identidade de um indivíduo é construída a partir da cultura a qual está inserido (LORENTZ, 2014). A identidade é definida por Vieira (2004) como sendo os aspectos característicos de cada pessoa pelos quais esta se reconhece. Segundo a autora, todo indivíduo possui um “eu” próprio que o diferencia e ao mesmo tempo o aproxima dos demais. Esse “eu”, ou seja, a identidade de um indivíduo depende do grupo a qual pertence, pois ao fazer parte adquire as características do determinado grupo (VIEIRA, 2004, grifo do autor).

Dessa forma, o presente estudo foi desenvolvido com funcionários de uma empresa de serviços localizada na região metropolitana do cariri cearense que está há 15 anos no

mercado, possuindo uma cultura organizacional concreta e bem definida. A amostra foi composta por quatro pessoas que trabalham na instituição em um período de um ano ou mais.

Foi exigido, na coleta de dados, como critérios de inclusão, funcionários da instituição em um período de no mínimo um ano, ter idade entre 18 e 50 anos, aceitar participar voluntariamente da pesquisa e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foram realizadas entrevistas semiestruturadas, sendo utilizado um gravador para armazenar as respostas que, posteriormente, foram transcritas e analisadas.

Os dados foram analisados através de uma análise de conteúdo com base no autor Laurence Bardin que consiste em uma técnica metodológica de análise de diversos discursos e formas de comunicação utilizando procedimentos sistemáticos para compreender o sentido do conteúdo das mensagens buscando uma outra significação com um olhar para além do conteúdo em si que é emitido (BARDIN, 2011).

Dessa forma, a partir do primeiro contato com as entrevistas após a transcrição, foi levantada a hipótese de que a cultura organizacional provoca um impacto na identidade dos trabalhadores, mas sendo sentido e percebido de formas diferentes pelos sujeitos.

2 IDENTIDADE

2.1 DEFINIÇÃO E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

A identidade são os aspectos característicos que cada pessoa possui, pelos quais esta se reconhece. Segundo a autora, toda pessoa possui um “eu” próprio que o diferencia e o aproxima das outras pessoas. Esse “eu”, ou seja, a identidade de uma pessoa depende do grupo a qual pertence, pois ao fazer parte adquire as características do determinado grupo. Todo sujeito possui o seu eu pessoal e o conceito que tem de si mesmo a partir do outro (VIEIRA, 2004, grifo do autor).

As concepções sobre identidade sofreram modificações ao longo das transformações sociais conforme a própria concepção de sujeito se modificava. Segundo Hall (2006), o sujeito do iluminismo era descrito em uma concepção individualista, centrado em si mesmo, dotado de consciência e que possui uma essência pessoal e única desenvolvida conforme sua constituição. Tal essência seria o centro, a identidade do sujeito.

Em contraponto a essa concepção, o sujeito sociológico é compreendido como um indivíduo formado por suas relações sociais, seu eu sendo formado na interação com outras pessoas, através da internalização de valores e sentidos. Sua essência única se modifica

conforme as suas interações com o mundo externo e sua identidade é construída nessas relações. Esse contato com as diferentes culturas externas provocam uma fragmentação desse sujeito que passa de uma identidade unificada a uma pluralidade de identidades, caracterizando assim, o sujeito pós-moderno possuinte de diversas identidades diferentes conforme o contexto vivenciado (HALL, 2006).

Nesse sentido, o autor afirma que se trata de uma fantasia conceber a identidade como algo completo, unificado e seguro tendo em vista que, quem somos, está entrelaçado com as relações sociais que construímos cercadas de significados e representações produzidas culturalmente que promovem uma multiplicidade de identidades em cada pessoa que juntas constituem os sujeitos e que são assumidas temporariamente conforme o contexto (HALL, 2006).

As constantes mudanças na sociedade provocaram modificações na construção identitária dos sujeitos tornando-os seres plurais, multifacetados. Os valores, crenças, signos e significados pertencentes aos diversos grupos em que o sujeito faz parte são internalizados e, dependendo de cada pessoa, são refletidos ou apenas internalizados e apropriados como pertencentes a si mesmo. Dessa forma, as pessoas estão em um constante movimento de construção, desconstrução e reconstrução de si. O sujeito da pós-modernidade é um sujeito fragmentado e suas fragmentações formam quem o indivíduo é (HALL, 2006; VIEIRA, 2004).

Não há como falar de identidade sem discutir sobre as transformações da sociedade. A modernidade foi um movimento de ruptura de ideias, concepções e culturas tradicionais para a criação de novos conceitos, novas formas de pensar, ver o mundo e o homem. Seu intuito foi romper com o tradicionalismo existente colocando o racionalismo (razão e ciência) como a verdadeira forma de conhecer o mundo (OLIVEIRA, 2019).

A modernidade provocou um rompimento de ideias, costumes e crenças existentes. De um lado, o pensamento tradicional teológico e religioso, de outro, o pensamento estritamente racional e científico. O homem se distancia do pensamento tradicional, dos ensinamentos e verdades que o saber teológico lhe transmitia e passa a buscar a verdade no pensamento racional ligado a ciência (LUVIZOTTO, 2010).

Contudo, esse rompimento com o saber inicial, gerou questionamentos no homem que passou a buscar respostas em outras fontes de conhecimento, passando a existir várias formas de ver e compreender o mundo. Como afirma Luvizotto (2010), a modernidade pode ser interpretada como uma autonomia e liberdade da razão para construir novas vias de

pensamento que possam dar conta dos diversos questionamentos que surgem, surgindo formas diversas de ver o mundo externo.

Com a racionalização e o distanciamento das instituições que asseguravam uma segurança para os sujeitos como, por exemplo, a família que também sofre transformações, o homem passa a se tornar cada vez mais individualista, a ter vários questionamentos, passando a tomar suas próprias decisões, ter suas próprias ideias e opiniões. A verdade passa a ser relativa e subjetiva a cada pessoa (LUVIZOTTO, 2010).

Nesse sentido, em um mundo globalizado, pluralizado, onde tudo se modifica de forma rápida, as relações passam a serem fluídas. O homem torna-se um ser plural que muda constantemente, fragmentado em diversas identidades de acordo com os grupos a que pertence em dado momento. Passa a se relacionar e se comunicar cada vez mais de forma artificial, por meio de redes sociais. Esse, como aponta o autor Stuart Hall em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade*, é o sujeito da pós-modernidade (HALL, 2006).

Os seres humanos sentem uma necessidade de saber quem é, pois tal definição não envolve somente ele, não é uma necessidade apenas individual, mas também em relação aos outros, precisamos saber quem somos para conseguir dizer aos outros. A identidade é construída nas relações sociais, refletindo no outro assim como a deste outro reflete no sujeito inicial em um constante processo de construção e reconstrução que se inicia desde a infância, nos primeiros vínculos iniciados. Inicialmente, o outro nos define e a partir da perspectiva do outro e de minha percepção de mim mesmo me defino e devolvo tal definição para o outro (CIAMPA, 2012).

O autor afirmar que nossa identidade é como a descrição de um personagem em uma história da qual somos os autores. Nessa construção a identidade de um personagem constrói a dos outros, a do autor é construída pela dos personagens e a identidade de um personagem é constituída pela dos outros (CIAMPA, 2012).

Nesse sentido, Silva (2009), afirma que ao longo do processo de construção da identidade cada indivíduo assume papéis sociais a partir de uma identidade idealizada, construída, pelo sujeito ou pelos outros, sendo posta as mudanças de acordo com as vivências e com os diferentes papéis assumidos ao longo da vida.

Segundo Ciampa (2012), alguns papeis podem ser contraditórios em alguns momentos, mas juntos formam a totalidade do sujeito, uma totalidade única, mutável e múltipla, e, portanto, inacabada. Além disso, a identidade não é apenas um fenômeno social, tal construção sofre outras influências como ambiente, aspectos psicológicos, biológicos, experiências e vivências do sujeito.

No contexto organizacional, ao adentrar em uma organização, os sujeitos ingressam em uma nova cultura cercada de significados e significações próprias que passam a orientá-los nas formas de pensar, sentir e agir dentro do contexto organizacional, determinando suas identidades organizacionais (FERNANDES; ZANELLI, 2006).

Nesse sentido, ao se inserir na estrutura de uma organização, cada pessoa passa a construir sua identidade a partir das relações com a equipe de trabalho e organização, reconhecendo-se nas identidades que são formadas (CARRIERI; DAVEL; PAULA, 2008).

A ação humana na esfera individual e grupal ocorre mediante o ambiente ao qual o sujeito está inserido juntamente com os processos cognitivos envolvidos e as características da organização cercada de significados. Constrói-se assim, o que os autores chamam de “universo simbólico”, que promove aos seus membros uma forma em conjunto de perceber e compreender a realidade incorporando seus significados possibilitando a comunicação (FERNANDES; ZANELLI, 2006, grifo do autor).

Dessa forma, segundo Fernandes e Zanelli (2006), a realidade é compartilhada por todos na medida em que se percebe uma relação de proximidade entre os significados que o sujeito e os outros atribuem ao objeto. É nessa realidade compartilhada que os sujeitos constroem suas identidades organizacionais permeadas pelos valores, crenças e normas compreendidas como corretas dentro da organização.

2.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura é um fenômeno característico do ser humano, sendo criada e representada por este constantemente, de forma dinâmica, por meio de suas inter-relações que orientam e restringem o comportamento através de regras, normas e um conjunto de estruturas existentes no grupo. O sujeito é moldado e construído de acordo com as crenças e valores dos grupos a que pertence, sendo seu comportamento intimamente relacionado com tais fatores (SCHEIN, 2009).

A cultura surge a partir da união de um grupo para o desenvolvimento de algo. Nesse processo, os membros criam hábitos e uma linguagem repleta de símbolos e significados expressos em rituais, mitos que expressam as crenças e os valores do grupo e que os orienta na sua forma de agir, pensar e sentir (MACÊDO; PIRES, 2006).

Quando a cultura é considerada a nível organizacional ou grupal na organização, tornam-se perceptíveis os processos de criação, incorporação, evolução e manipulação da cultura; a estrutura e significados que os pressupostos culturais geram e inclusive os impactos

causados como a restrição e estabilização aos participantes do grupo (SCHEIN, 2009). Tal estabilidade ocorre no sentido de que a cultura promove um consenso e padronização de seus membros (MACÊDO; PIRES, 2006).

Segundo Macêdo e Pires (2006), a cultura estabelece um elo de junção dos membros do grupo, repleto de significados e sentidos que foi construído, aprendido e compartilhado pelos seus membros sendo transmitido como a sua maneira de agir e pensar.

Nessa perspectiva, as organizações por se tratarem de organismos vivos compostas por pessoas que estão em conjunto compartilhando os mesmos objetivos, possuem uma cultura própria chamada de cultura organizacional, sendo definida por Schein (2009), como o conjunto de pressupostos criados por um grupo de acordo com a forma como aprenderam a lidar com problemas relacionados a adaptação, que por terem funcionado, foram considerados válidos e passados para novos membros como sendo a maneira correta de sentir, perceber e pensar.

A cultura organizacional é um conjunto de requisitos básicos e valores fundamentais para a organização que são expressados, transmitidos e compartilhados em um universo simbólico repleto de elementos que tanto ordenam e constroem a identidade organizacional de seus membros como serve para a comunicação, além de servir de instrumento para as relações de poder da organização (FLEURY; FISCHER, 1996; OLIVEIRA, 2005).

Tal concepção vai de encontro com a de Macêdo e Pires (2006), que definem o termo como sendo o conjunto de pressupostos que uma organização cria como sendo a base para construção de toda a estrutura da organização e que a torna única e diferente das demais.

De acordo com os autores, além de base, a cultura proporciona uma legitimação dos valores organizacionais transmitidos e reafirmados em seus elementos simbólicos por meio de seus rituais, crenças e hábitos produzindo modos de comportamentos aceitos e reproduzidos por todos (MACÊDO; PIRES, 2006).

Segundo Schein (2009), pode-se analisar a cultura de uma organização em diferentes níveis de profundidade. A nível superficial observa-se os artefatos, os produtos visíveis da organização que consistem nos eventos facilmente percebidos como o ambiente organizacional, linguagem e os comportamentos dos membros que, conforme Tolfo, Silva e Zanelli (2014), compõem a dimensão objetiva da cultura.

Em um segundo nível, encontram-se os valores e as crenças expostas que consistem nas filosofias, estratégias e aos motivos pelos quais as pessoas se comportam de determinada forma dentro da organização, sendo difíceis de serem observados de forma direta. No nível mais profundo identificam-se as suposições básicas que correspondem aos pressupostos

básicos definidos como verdadeiros, que determinam a forma de pensar, sentir e agir dos integrantes, sendo a nível inconsciente (SCHEIN, 2009) que, conforme a percepção de Tolfo, Silva e Zanelli (2014), constituem a dimensão subjetiva da organização.

Os comportamentos governados pelos padrões culturais do grupo promovem um sentido aos pensamentos provocando e direcionando emoções. Os aspectos da cultura tais como as crenças, valores, conferem significados a realidade compartilhada composta pelas dimensões mencionadas (TOLFO; SILVA; ZANELLI, 2014).

Sendo assim, Tolfo, Silva e Zanelli (2014), concebem a cultura como um sistema constituído por significados compartilhados e aceitos de forma coletiva pelo grupo e que ao serem compartilhados impõem padrões que ditam o modo de sentir, pensar e agir de todos que compõem o grupo específico. Para que o objetivo seja alcançado, o autor ressalta que a cultura deve ser transmitida a todos através de elementos como, por exemplo, os rituais e ritos, fundamentais por se configurarem como atividades através das quais se propagam diversas formas de expressão da cultura.

Entretanto, em algumas organizações ocorre um movimento chamado de contracultura, quando ocorre um desalinhamento entre os valores de alguns setores e os valores organizacionais podendo ocasionar conflitos dentro da organização devido uma competição entre os valores criando outras realidades culturais. Portanto, a medida que tal movimento ganha membros que questionam e desafiam os padrões estabelecidos são criadas as condições necessárias para que haja uma reconstrução da cultura organizacional (FREITAS, 2007; ZANELLI, 2014).

Fleury e Fischer (1996) ressaltam que, o fundador da organização tem papel fundamental por ser aquele que irá moldar seus padrões de cultura no contexto organizacional. O líder é aquele que estrutura, desenvolve e constrói a identidade da organização conforme sua própria visão, valores, crenças e comportamentos que, ao serem compartilhados por todos os membros, passam a ser apreendidos por estes e a orientar suas ações dentro da organização. Seu poder vai desde a criação da organização até o processo de seleção de seus membros.

2.3 INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA IDENTIDADE DO TRABALHADOR

Ao ingressar em uma organização, o sujeito se depara com uma série de valores, crenças e significados característicos, disseminados por aquele grupo que compartilham dos

mesmos pressupostos definidos como sua maneira de agir e pensar, como forma de garantir e manter a estabilidade grupal e que irão moldar a identidade do indivíduo dentro do novo grupo (FERNANDES; ZANELLI, 2006).

Nas organizações ocorre um processo de identificação organizacional, no qual, as pessoas agregam na definição que constroem de si mesmas a identidade da organização através da percepção da semelhança entre seus valores e os da organização ou da mudança de seus valores pessoais para serem semelhantes aos de sua organização de trabalho (CARRIERI, FERNANDES; MARQUES, 2009).

De acordo com a teoria da identificação social cada pessoa se constitui tendo como base características essenciais, as quais utiliza para definir o seu autoconceito, sua identidade pessoal e buscam interpretações e ações que promovam uma continuidade de seu autoconceito (OLIVEIRA, 2008).

Tal teoria possui três aspectos: 1) a identificação com o grupo ocorre quando cada pessoa si percebe como membro daquele determinado grupo; 2) o membro do grupo tende a agir e perceber em conformidade com as normas de seu grupo quando a identidade social, ou seja, a forma como é visto pelo grupo, é notória; 3) os membros promovem uma distinção de forma positiva em comparação de seu grupo com outros e para preservar essa imagem, o grupo busca várias estratégias (OLIVEIRA, 2008).

Pratt (1998 apud OLIVEIRA, 2008), em sua teoria da autocategorização busca compreender de que forma as pessoas de um determinado grupo classificam a si mesmas estabelecendo uma ligação entre identidade grupal e identidade pessoal, tendo como percepção central as crenças que as pessoas possuem em relação a um objeto podendo ser um grupo ou outro indivíduo.

Nesse sentido, o autor afirma que existem dois modos de identificação: quando esta ocorre por afinidade ou reconhecimento, no qual a pessoa se identifica quanto a uma organização por crer que esta possui crenças, ideias e valores semelhantes aos seus, não envolvendo uma mudança de identidade do indivíduo; e quando a identificação ocorre por imitação, na qual há uma incorporação de forma gradual pelo indivíduo dos valores e crenças organizacionais em sua própria identidade (PRATT, 1998 apud OLIVEIRA, 2008).

Os indivíduos acabam se identificando com a organização e as crenças que possuem desta, tornando-as parte da sua própria identidade de acordo como suas necessidades como, por exemplo, de segurança (OLIVEIRA, 2008).

Contudo, Fernandes e Zanelli (2006), ressaltam que ao internalizar os pressupostos culturais e reproduzir os comportamentos padrões coletivos tomando-os como verdades

incontestáveis dentro do contexto organizacional, o trabalhador pode perder sua própria percepção da realidade por tais aspectos tenderem a colocá-lo em um lugar de passividade, onde passa a apenas internalizar sem refletir tornando-o alienado.

3 METODOLOGIA

O estudo trata-se de uma pesquisa de método descritivo e abordagem qualitativa por permitir compreender de forma detalhada valores, crenças, atitudes e comportamentos das pessoas em seus contextos sociais, buscando compreender o fenômeno estudado segundo a perspectiva dos participantes do estudo (GASKELL, 2002).

A pesquisa foi realizada com colaboradores de uma empresa de serviços localizada na região metropolitana do Cariri cearense. Sendo a empresa escolhida por já existir há 15 anos no mercado, por possuir uma cultura organizacional concreta e bem definida e por aceitar a realização da pesquisa.

A amostra foi composta por quatro colaboradores que atenderam aos critérios exigidos: ser colaborador da empresa em um período de no mínimo um ano, ter idade entre 18 e 50 anos, aceitar participar voluntariamente da pesquisa e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), tendo este, o intuito de assegurar os participantes e promover uma maior segurança e anonimato das informações. Os colaboradores que não se adequaram aos critérios expressos anteriormente não participaram da pesquisa. A escolha dos participantes deu-se de forma aleatória de acordo com a disponibilidade e interesse em fazer parte da pesquisa.

Foram utilizadas entrevistas semiestruturadas pela possibilidade de adaptação proporcionada ao entrevistador em conduzir a entrevista enfatizando aspectos qualitativos dos relatos subjetivos dos participantes, sendo utilizado um gravador para armazenar as respostas que foram posteriormente transcritas e analisadas. Por uma questão de sigilo, os nomes dos participantes e pessoas citadas foram trocados por siglas e abreviação respectivamente.

Os dados foram analisados através de uma análise de conteúdo com base no autor Laurence Bardin que consiste em uma técnica metodológica de análise de diversos discursos e formas de comunicação utilizando procedimentos sistemáticos para compreender o sentido do conteúdo das mensagens buscando uma outra significação com um olhar para além do conteúdo em si que é emitido (BARDIN, 2011).

Sendo realizada em três fases: (1) pré-análise, sendo a fase inicial de organização e preparação, na qual se tem um contato com o material que será analisado, levantando hipótese

e objetivos; (2) exploração do material, na qual o pesquisador escolhe as unidades de codificação, classificação e categorização do material; (3) tratamento dos resultados – a inferência e a interpretação, nessa fase, o pesquisador procura tornar os resultados válidos e significativos (BARDIN, 2011).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a realização das entrevistas, iniciou-se a primeira fase da análise de conteúdo a pré-análise, sendo a transcrição e organização das entrevistas para análise. Posteriormente, foi realizada a segunda fase, a exploração do material, na qual ao analisar os conteúdos de cada entrevista, estes foram classificados em três categorias: sentir, pensar e agir.

Tais categorias foram definidas a partir das pesquisas e do conteúdo das entrevistas. Por fim, foi realizada a terceira fase, em que os resultados foram analisados, interpretados com base nas pesquisas realizadas e validados. Com base na leitura dos materiais coletados, na primeira fase foi levantada a hipótese de que a cultura organizacional provoca um impacto na identidade dos trabalhadores, mas sendo sentido e percebido de formas diferentes pelos sujeitos.

A empresa possui uma cultura organizacional concreta e bem definida tendo como valores a honestidade, respeito, qualidade, compromisso, desenvolvimento, segurança, valorização do ser humano, inovação, superar as expectativas e amor pelo que faz.

4.1 SENTIR

Segundo Carrieri, Fernandes e Marques (2009), ocorre nas organizações um processo de identificação organizacional, no qual as pessoas agregam em si mesmas a identidade da organização por haver uma semelhança entre suas crenças e valores pessoais com os da organização ou incorpora em si as crenças e valores organizacionais.

Nessa perspectiva, a categoria sentir possibilita a percepção de como os colaboradores se sentem em relação a organização e sua cultura, sendo as formas de sentir entrelaçadas com as questões de identidade e identificação dos colaboradores.

Nessa categoria, percebe-se que existe uma identificação de todos os colaboradores para com a organização de forma parcial por existir uma afinidade pelo fato da empresa possuir uma cultura bem definida com valores semelhantes aos dos participantes. Corroborando com o segundo modo de identificação descrito por Pratt (1998 apud OLIVEIRA, 2008), de que pode-se ocorrer uma identificação por afinidade ou

reconhecimento, na qual a identificação ocorre por acreditar que a empresa possui valores, crenças e ideias semelhantes aos seus.

“Sim, por que tem crenças e valores consolidados e semelhantes aos meus.” (P1 – 2 anos e 8 meses na empresa)

“Sim, vejo a empresa como uma família, [...]. E um ponto que somos muito em comum é a sinceridade, procuro sempre ser sincero [...].” (P2 – 6 anos na empresa)

“Sim, me identifico bastante. São pessoas agradáveis, com uma missão bem concreta e valores reais.” (P3 – 6 anos na empresa)

“Sim, eu me identifico, pois aqui temos um ambiente bem familiar, onde as pessoas são tratadas com respeito, [...].” (P4 – 10 anos na empresa)

Além disso, também existe um sentimento de que a empresa é como uma família o que consequentemente faz os membros se sentirem bem por fazerem parte da empresa e se sentem pertencentes a esta.

“Essa semana mesmo, eles estava demitindo um funcionário que tinha 13 anos de empresa [...], pra eles pesa, [...]. Eles levam muito no conceito de família mesmo.” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“Assim, como é uma empresa familiar os donos estão bem próximos da gente, então tem muitos colaboradores que são amigos dos donos, gestores, [...].” (P2 - 6 anos na empresa)

4.2 PENSAR

Conforme afirma Toldo, Silva e Zanelli (2014), a cultura é um sistema composto por diversos significados partilhados e aceitos pelo grupo de forma coletiva impondo padrões que ditam os modos de agir, pensar e sentir. Nessa perspectiva, a categoria pensar possibilita uma percepção dos fatores cognitivos envolvidos nos processos de apreensão e compartilhamento das formas de pensar da organização e de seus membros.

Ao analisar o conteúdo das entrevistas percebe-se que a identidade é algo mutável e inacabada influenciada pela relação com os outros e que os valores e crenças da organização são refletidos corroborando com Hall (2006) e Vieira (2004). Sendo os valores internalizados, apropriados pelos colaboradores e repassados constantemente pelos donos e gestores o que provoca um reforço para que sejam internalizados e seguidos por todos.

De acordo com os participantes, a cultura organizacional foi criada pelos donos da organização sendo construída baseada em suas próprias crenças e valores pessoais. As formas de agir e pensar organizacionais são as formas de agir e pensar que os criadores consideram

como certas e que possivelmente por terem funcionado de forma positiva para eles, as transmitiram para a empresa e conseqüentemente seus colaboradores.

“Isso, é muito os valores e crenças deles.” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“A cultura daqui demonstra muito a crença dos donos no geral dos diretores e é bem forte em relação a isso, [...] a cultura dela no todo é voltada pra eles os donos.” (P2 - 6 anos na empresa)

Percebe-se a importância dos proprietários da organização corroborando com Freury e Fischer (1996), ao afirmarem sobre o papel fundamental exercido pelo fundador da organização por ser o responsável por criar e moldar a cultura da organização e por transmiti-la para que seja compartilhada por todos.

Percebe-se que, em relação as crenças, existe uma discordância entre a empresa e os colaboradores, pois segundo alguns participantes uma das crenças da empresa é baseada na religião de seus proprietários e que não é compartilhada pelos colaboradores, somente é seguida quando estão na empresa, não havendo uma incorporação dessa crença na identidade dos participantes.

“[...] , porque eles não aceitam fazer dia dos pais, dia das mães, aniversário, essa coisas eles não permitem.” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“Isso deles, porque eles não permite que a gente faça nada de ação com essas datas, [...].” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“A religião deles influência na cultura, eles são evangélicos, [...]. Então, a cultura é de uma forma, eu penso de outra forma e a gente consegue equilibrar os pensamentos de um e de outro e não chega a atrapalhar isso. [...].” (P2 - 6 anos na empresa)

Percebe-se dessa forma que os trabalhadores lidam com a discordância em relação a essa crença em específico de forma resistente sem ferir a cultura, mantendo suas próprias crenças pessoais e tendo uma visão crítica de ante desse aspecto da cultura.

Tal resistência pode ser percebida como um movimento de contracultura ressaltado por Freitas (2007) e Zanelli (2014), compreendido como um desalinhamento entre os valores de alguns setores e os da organização. Sendo percebido pelo fato da empresa possuir uma crença em específico relacionada a religiosidade dos donos da empresa, na qual, nesta não se comemora datas festivas como dia das mães, pães e aniversário, não sendo tal crença compartilhada por todos os colaboradores.

Percebeu-se, que houveram tentativas de modificar esse aspecto da cultura organizacional, porém não obtendo sucesso. Contudo, essa discordância não ocasiona

conflitos dentro da organização, pois tendo como um dos valores o respeito, os colaboradores mesmo não concordando seguem conforme tal valor e respeitam.

“E eu até comentei com *E. mas CNPJ não tem nada haver [...], se a gente dissesse assim, vamo fazer o aniversário do mês, talvez por lei a gente até conseguia, mas a gente prefere não bater de frente por bobagem [...]” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

É perceptível pelos relatos que existe um pensamento crítico e uma percepção e compreensão da realidade organizacional por parte dos participantes em relação a aspectos da empresa e que não há uma incorporação totalmente da cultura de forma alienada como ressaltaram Fernandes e Zanelli (2006), que afirmaram que na internalização dos pressupostos e reprodução dos comportamentos pode ocorrer uma perda da percepção da realidade pelo trabalhador passando a apenas internalizar o que é passado ser refletir se tornando alienado.

Em relação as crenças pessoais, todos os participantes relataram que houve uma mudança em relação a algumas destas desde que passaram a trabalhar na empresa.

“[...] eu já conhecia eles e já conhecia a religião e eu tinha um preconceito [...], mas eu fui desconstruindo um pouco o preconceito que eu tinha da religião, da cultura tudo. [...]” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“Sim, [...] quando eu entrei aqui eu tinha um propósito de vida e agora tenho outro, antes daqui, eu não conseguia trabalhar com pessoas [...], isso foi desenvolvido em mim e hoje o que eu quero pra minha vida é trabalhar com pessoas, [...]” (P2 - 6 anos na empresa)

“[...] eu achava que a postura da gente tinha que ser mais séria, [...], depois que entrei aqui eu mudei isso, [...] e também eu dou uma ideia se for besta tá bom foi dada.” (P3 - 6 anos na empresa)

“Quando eu comecei a trabalhar aqui [...] eu achava que a área era limitada, mas quando fui pra técnico ai a visão começou a mudar mais, hoje eu vejo que posso melhorar e a amplitude da minha função.” (P4 - 10 anos na empresa)

Percebe-se que antes de serem contratados pela empresa cada um tinha uma visão diferente sobre o mundo do trabalho, a empresa e até mesmo sobre si que se modificaram ao longo de sua vivencia dentro da organização. A mudança de visão proporcionou desde uma mudança de postura até mesmo uma mudança de objetivos de vida sendo percebida pelos participantes como algo positivo.

4.3 AGIR

Segundo Macêdo e Pires (2006), a cultura proporciona a legitimação dos valores organizacionais transmitidos e reafirmados por meio de rituais, crenças e hábitos que

determinam os modos de comportamentos aceitos e reproduzidos na organização. Nessa perspectiva, a categoria agir demonstra os elementos culturais organizacionais, seus processos de controle e alienação, e os comportamentos dos colaboradores.

Nessa categoria, é notório nos relatos, que comportamentos estabelecidos pela empresa são incorporados pelos colaboradores e apreendidos dos estes como algo positivo. Como afirmam Schein (2009), Tolfo, Silva e Zanelli (2014), por constituírem a dimensão objetiva da organização estando a nível superficial são facilmente percebidos por serem pautáveis de observação direta.

“[...] é, coisas básicas né, ai respeito, não desrespeitar o próximo [...]” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“[...] eles montaram um padrão de fardamento da empresa e agora todos tem que seguir, [...], eu acredito que organizou muito o ambiente [...], atribuiu mais a identidade da empresa.” (P3 - 6 anos na empresa)

“Um comportamento que a gente tem é de em 15 em 15 dias a gente se reunir pra cantar o nosso grito de guerra já estimulando todo mundo e unindo todos. [...]. Isso dá uma força, integra o pessoal, anima e motiva.” (P4 - 10 anos na empresa)

O participante 4 relatou sobre o comportamento de todos se reunirem em um espaço na empresa para cantarem o grito de guerra da organização. Tal comportamento seria um ritual criado pela empresa com o objetivo de reforçar a sua cultura para os colaboradores.

Tal como foi afirmado por Macêdo e Pires (2006), percebe-se que esse ritual é uma forma de reafirmar e legitimar os valores organizacionais que assim como a visão da empresa, norteiam a postura que todos os colaboradores devem ter em sua prática profissional.

Sendo fundamental por ser uma atividade que propaga as diversas formas de expressão da cultura da organização fornecendo fortemente um direcionamento para todos os membros introjetando a postura desejável pela organização orientando as ações dos trabalhadores (FERNANDES; ZANELLI, 2006, 2014).

Observa-se pelos relatos, corroborando com Fernandes e Zanelli (2006), que esse ritual é uma forma da empresa motivar os colaboradores para que se identifiquem como membros do grupo, promovendo um sentimento de unificação e união.

“[...] quando todo mundo canta, a gente se sente todo mundo unificado e isso motiva no decorrer da semana [...]” (P4 - 10 anos na empresa)

Em contraponto, o ritual também se configura como uma forma de controle social do trabalhador, pois na realização de suas atividades, os colaboradores estão constantemente se

auto monitorando se estão agindo conforme a missão e visão da empresa. Tal controle ocorre para além do trabalho, sendo relatado por um colaborador que mesmo fora da empresa, se não agir conforme os valores organizacionais se sente culpado.

“Até mesmo fora da empresa, eu sinto uma culpa se eu não agir conforme os valores da empresa.” (P4 - 10 anos na empresa)

Rodrigues (2019), define controle social como um conjunto de mecanismos que os grupos ou sociedades utilizam como uma forma de garantir que os indivíduos tenham os comportamentos esperados. Nesse sentido, o autor ressalta que normas e valores são introduzidos na construção identitária dos sujeitos por meio de elementos como os rituais, passando os sujeitos a delimitar as suas formas de agir e pensar conforme o que é determinado.

Uma das características percebidas como forte da organização é a preocupação com os trabalhadores, pois segundo estes, a empresa se preocupa com a segurança e a qualidade de vida dos colaboradores.

“Com certeza, [...] se o colaborador chegar para o seu supervisor e informar qualquer problema imediatamente já procura saber o que aconteceu, [...]” (P2 - 6 anos na empresa)

“Sim, *S. que é minha gerente ela sempre busca saber se a gente tá bem, [...] então ela se preocupa, quer ajudar, [...] meu coordenador também é da mesma forma, [...]” (P3 - 6 anos na empresa)

“Sim, é tanto que ultimamente o pessoal de campo fez um curso de segurança do trabalho [...]. A questão de segurança a empresa pega muito no pé [...]” (P4 - 10 anos na empresa)

Tal preocupação é percebida como uma forma de alienação, pois não existe apenas uma preocupação da empresa em garantir o bem-estar de seus colaboradores. Mas sim uma preocupação no sentido de preservar, promover saúde e segurança para que os trabalhadores continuem sendo produtivos e que gerem uma produtividade em um nível esperado pela organização.

Segundo Carrieri, Davel e Paula (2008), ao ser inserido em uma organização a identidade dos sujeitos passa a ser construída a partir das relações no trabalho, corroborando com Fernandes e Zanelli (2006), ao afirmarem que mediante o ambiente, os processos cognitivos e as características da organização a ação humana será realizada.

Nesse sentido, dentro de um ambiente onde há uma preocupação com a segurança e qualidade de vida, tal comportamento foi internalizado por alguns colaboradores que

passaram a se preocupar com sua segurança e saúde dentro e fora do contexto do trabalho, sendo, portanto, uma influência da cultura em sua própria identidade.

“Eles que me incentivaram a cuidar da minha saúde que eu não me importava muito,” (P2 - 6 anos na empresa)

“Depois que fiz o curso de segurança no trabalho passei a ter mais cuidado ao subir em uma escada que antes não tinha muito.” (P4 - 10 anos na empresa)

De acordo com Vieira (2004), a identidade é composta por aspectos característicos que todo indivíduo possui e pelos quais se reconhece. É influenciada pelo grupo ao qual a pessoa pertence através da incorporação de características dos participantes do grupo. Sendo tal afirmação percebida nos relatos dos trabalhadores por todos apresentarem mudanças em sua identidade que foram influenciadas pela cultura da organização mediante as relações interpessoais e a comunicação.

“Sim, [...] eu tinha um grande problema com meu marido [...] e depois que eu vim trabalhar aqui [...] foi um despertar [...]. Então me ajudou muito nesse amadurecimento de relacionamento, então eu evolui muito como esposa, [...]” (P1 - 2 anos e 8 meses na empresa)

“Sim, uma mudança de amadurecimento profissional eu mudei meu pensamento de vida que hoje é mais maduro. [...], eu era muito brincalhão e explosivo, [...]. Hoje consigo me controlar mais.” (P2 - 6 anos na empresa)

“Eu acho que meu crescimento, [...]. Um hábito que eu melhorei aqui foi o meu foco [...] ai depois dos treinamentos de coaching, da convivência eu fui melhorando, [...]” (P4 - 10 anos na empresa)

Tais relatos corroboram com Hall (2006) e Vieira (2004) ao afirmarem que a identidade apresenta-se como algo inacabado, mutável incompleto estando constantemente em um processo de construção, desconstrução e reconstrução mediante as influências sofridas, estando entrelaçada com as relações sociais cercadas de representações e significados construídos culturalmente promovendo a multiplicidade de identidades nos sujeitos.

Percebe-se nos relatos o quanto a experiência profissional promove mudanças nos sujeitos, pois por passar grande parte do tempo no trabalho, o trabalhador acaba incorporando características da identidade da organização moldando-se a esta para que consiga se adaptar ao meio (FERNANDES; ZANELLI, 2006; SCHEIN 2009).

Além disso, observou-se que assim como afirmam Macêdo e Pires (2006) e Fleury e Fischer (1996), a cultura é o elo de junção dos membros da empresa e proporciona através das

formas de transmissão da mesma uma legitimação dos valores da organização que são constantemente reafirmados e compartilhados criando um universo simbólico forte.

Dessa forma, percebe-se que ao ingressar no contexto organizacional, a identidade do trabalhador sofre transformações que se estendem do ambiente de trabalho ao ambiente fora deste impactando na identidade, percepções e comportamentos dos trabalhadores, sendo tal impacto percebido de forma positiva na organização onde realizou-se a pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, percebe-se as diversas concepções de identidade compreendida como algo incompleto, múltavel e multifacetado tal como o homem é, e como as transformações da sociedade, principalmente a modernidade, impactaram nas concepções de sujeito e identidade da contemporaneidade (HALL, 2006).

Compreende-se, portanto, que a identidade é formada em um contínuo processo de construção, desconstrução e reconstrução durante toda a existência do indivíduo e que sofre diversas influências do meio, principalmente das relações sociais mediante os valores e crenças pertencentes aos grupos aos quais o sujeito pertence. Sendo tais elementos incorporados pelos sujeitos por meio de elementos como rituais, onde a cultura é transmitida e reafirmada pelos membros (VIEIRA, 2004; FREURY; FISCHER, 1996).

Dentro do contexto organizacional percebe-se como a identidade é algo maleável e como a cultura organizacional, sendo os pressupostos criados pelo grupo como sendo a forma correta de agir, pensar e sentir orientam as ações dos membros da organização.

O ritual realizado na empresa é uma forma de lembrar aos colaboradores e reafirmar os valores da empresa que também são reforçados pelos meios de comunicação da empresa, as redes sociais, sendo algo positivo. Em contraponto, tal elemento promove um controle sobre as ações dos colaboradores que passam a se monitorar na rotina de trabalho, se estão agindo conforme a visão e os valores da empresa, tal comportamento se estende para a vida pessoal, pois um trabalhador relatou que se sente mal se não agir com forme os valores da instituição fora desta.

A preocupação com a saúde dos trabalhadores se configura como uma forma de alienação, pois os cuidados com a saúde e segurança dos trabalhadores tem por finalidade garantir sua produtividade para a organização.

Em alguns momentos houveram discordância entre os participantes nas respostas a algumas perguntas como o ritual e a forma como as normas são passadas, em que alguns

afirmaram que não eram passadas e outros que eram passadas por uma cartilha, sendo percebido que existe uma falha na comunicação de informações entre os colaboradores mesmo sendo afirmado que existe boa comunicação.

Contudo, foi perceptível um movimento de contracultura por alguns trabalhadores demonstrando que, apesar da cultura ser forte por ser a identidade da empresa, que perpassa os trabalhadores e provoca mudanças que vão desde pensamentos, comportamentos a perspectivas de vida impactando a identidade dos trabalhadores nas suas formas de agir, pensar e sentir, a individualidade dos colaboradores é preservada por existir uma identificação com a empresa em certos aspectos, mas não há uma incorporação completa da cultura, sendo a essência de suas identidades preservadas.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1ª ed. São Pulo: Edições 70, 2011.
- CIAMPA, A da C. Identidade. In: ANDREY, A. A. *et al* (Org.). **Psicologia Social: o homem em movimento**. 14 ed. São Pulo: Brasiliense, 2012. p. 58-77.
- CARRIERI, A. de P.; DAVEL, E.; PAULA, A. P. P. de. Identidade nas organizações: Múltipla? Fluida? Autônoma?. **O&S**, v. 15, n. 45, 2008. p. 127-144. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302008000200010>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2019.
- CARRIERI, A. de P.; FERNANDES, M. E. R.; MARQUES, A. L. Identidade organizacional e os componentes do processo de identificação: uma proposta de integração. **CADERNOS EBAPE. BR**, v. 7, n. 4, 2009. p. 1-17. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v7n4/11.pdf>>. Acesso em: 28 de outubro de 2019.
- FERNANDES, K. R.; ZANELLI, J. C. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **RAC**, v. 10, n. 1, 2006. p. 55-72. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552006000100004>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2019.
- FLEURY, M.T. L. Simbólico nas relações de trabalho. In: FLEURY, M. T. L.; FISCHER, R. M. (Org.). **Cultura e Poder nas organizações**. 2 ed. Rio de Janeiro: Atlas, 1996.
- FREITAS, M. E. **Cultura organizacional: evolução e crítica**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: M. W. Bauer, & G. Gaskell (Orgs.), **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 64-89.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. DP&A, 2006.
- LORENTZ, C. N. *et al*. Subjetividade e Identidade dos Gerentes Frente aos Novos Papéis Exigidos no Atual Contexto Organizacional. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 14, n. 3, 2014. p. 219-243.
- LUVIZOTTO, C. K. Modernidade e modernidade tardia. In: LUVIZOTTO, C. K. (Org.). **As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia**. São Paulo: Editora UNESP, 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/cq8kr/pdf/luvizotto-9788579830884-05.pdf>>. Acesso em: 7 de Setembro de 2019.
- MACÊDO, K. B.; PIRES, J. C. de S. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **RAP**, v. 40, n. 1, 2006. p. 81-104.
- OLIVEIRA, J. R. de. Cultura e poder nas organizações: o papel da comunicação na socialização e controle dos indivíduos dentro do ambiente organizacional. **Revista eletrônica TEMÁTICA**, 2005. p. 1-9.

OLIVEIRA, L. O que é modernidade? **Brasil escola**. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/o-que-modernidade.htm>>. Acesso em 7 de Setembro de 2019.

RODRIGUES, Lucas de Oliveira. **Controle social**. 2019. Disponível em: <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/sociologia/control-social.htm>>. Acesso em: 4 de dezembro de 2019.

SCHEIN, E. H. Definição de cultura organizacional e de liderança. In: SCHEIN, E. H. (Org.). **Cultura organizacional e liderança**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-78.

TOLFO, S. da R.; ZANELLI, J. C.; SILVA, N. Cultura Organizacional. In: ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (Org.). **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

VIEIRA, A. Cultura, poder e identidade nas organizações. **Revista da FEADMinas**, v. 1, n. 1, 2004. p. 61-75. Disponível em: <<http://revista.fead.br/index.php/adm/article/view/33/40>>. Acesso em: 9 de fevereiro de 2019.