

EMPRESA JÚNIOR, SEUS DESAFIOS E CONTRIBUIÇÕES PARA A FORMAÇÃO PROFISSIONAL: AUTONARRATIVA DE UMA GRADUANDA DE PSICOLOGIA

LA JUNIOR EMPRESA, SUS DESAFÍOS Y APORTES A LA FORMACIÓN PROFESIONAL: AUTORRELATO DE UNA ESTUDIANTE DE LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

JUNIOR ENTERPRISE, ITS CHALLENGES AND CONTRIBUTIONS TO VOCATIONAL TRAINING: SELF-NARRATIVE OF A PSYCHOLOGY UNDERGRADUATE STUDENT

Juliana Ribeiro de Lima*
julianarblima@hotmail.com

Valéria Marques de Oliveira*
valeriamarques@ufrj.br

Yldry Souza Ramos Queiroz Pessoa**
yldry.pessoa@ufma.br

* Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica/RJ, Brasil

** Universidade Federal do Maranhão, São Luís/MA, Brasil

Resumo

Este artigo tem como objetivo refletir sobre o impacto da vivência em uma Empresa Júnior na formação do psicólogo a partir da autonarrativa de uma graduanda de Psicologia. O Movimento Empresa Júnior (MEJ) no Brasil tem crescido, isto se observa também no campo da formação do psicólogo. Contudo, são poucos os estudos e relatos que tratam desta experiência. Para este estudo, optou-se por uma pesquisa descritiva, de cunho qualitativo utilizando a Análise Narrativa Dialógica Emancipatória (ANDE) para a coleta e análise de dados. Como fonte básica de dados, utilizou-se a autonarrativa da pesquisadora retratando sua experiência em uma Empresa Júnior de Psicologia em uma Universidade Pública. Os dados foram organizados em duas categorias, uma voltada para a Empresa Júnior, que se subdivide em aspectos internos e externos, e outra direcionada para os aspectos intrapessoais do empresário júnior de Psicologia. A análise dos resultados aponta para um impacto positivo na formação do psicólogo, com destaque para as habilidades em ambientes corporativos e no cenário empreendedor.

PALAVRAS CHAVE: Empresa Júnior. Formação do psicólogo. Análise Narrativa Dialógica Emancipatória.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo reflexionar sobre el impacto de la experiencia en una Empresa Junior en la formación del psicólogo a partir de la autonarrativa de un estudiante de posgrado en Psicología. El Movimiento de la Empresa Junior en Brasil ha crecido, esto también se observa en el campo de la formación de psicólogos. Sin embargo, existen pocos estudios e informes que aborden esta experiencia. Para este estudio, optamos por una investigación cualitativa descriptiva utilizando el Análisis Narrativo Emancipador Dialógico para la recolección y análisis de datos. Como fuente básica de datos, se utilizó la autonarrativa de la investigadora, que retrata su experiencia en una Compañía de Psicología junior en

una universidad pública. Los datos fueron organizados en dos categorías, una enfocada en la Junior Empresa, que se subdivide en aspectos internos y externos, y otra enfocada en los aspectos intrapersonales de la psicología junior emprendedora. El análisis de los resultados apunta a un impacto positivo en la formación de psicólogos, con énfasis en las competencias en ambientes corporativos y en el escenario emprendedor.

PALABRAS CLAVE: Empresa Junior. Formación de psicólogos. Análisis narrativo dialógico emancipatorio.

Abstract

This article aims to reflect on the impact of the experience in a Junior Company on the formation of the psychologist from the self-narrative of a Psychology graduate student. The Junior Enterprise Movement in Brazil has grown, this is also observed in the field of psychologist training. However, there are few studies and reports dealing with this experience. For this study, we opted for a descriptive, qualitative research using the Dialogical Emancipatory Narrative Analysis for data collection and analysis. As a basic source of data, the researcher's self-narrative was used, portraying her experience in a junior Psychology Company at a public university. The data were organized into two categories, one focused on the junior company, which is subdivided into internal and external aspects, and another focused on the intrapersonal aspects of the junior psychology entrepreneur. The analysis of the results points to a positive impact on the training of psychologists, with emphasis on skills in corporate environments and in the entrepreneurial scenario.

KEYWORDS: Junior Enterprise. Psychologist training. Emancipatory Dialogical Narrative Analysis

1. Introdução

A formação profissional dentro de instituições de nível superior traz aos estudantes os questionamentos e desafios de como conduzir a preparação para ingressar nas carreiras de modo mais efetivo, com compromisso ético e com vias de desenvolver as competências teórico-metodológicas necessárias ao mercado de trabalho, as quais, por vezes, pelos próprios estudantes, são percebidas como insuficientes e inadequadas (GONDIM, 2002).

Em revisão de literatura, compreende-se que a formação do psicólogo também não foge à regra, sendo apontada por formandos e egressos como insuficiente no que se refere à articulação entre teoria e prática no desenvolvimento tardio de início dos estágios, os quais, geralmente, se dão ao final do curso e não abrangem todos os campos do conhecimento psicológico, centralizando-se na clínica, em detrimento de outras áreas, como a organizacional, por exemplo (BOBATO; STOCK; PINOTTI, 2016). Este cenário sinaliza, ainda, a falta de experiência dos psicólogos recém-formados, o que se torna empecilho na inserção

profissional, e nos faz refletir de forma crítica sobre a distância existente entre educação e a prática profissional. No mesmo estudo, os autores apontaram a importância do desenvolvimento da autonomia profissional, com destaque para habilidade empreendedora e mais pragmática, visto que, por vezes, o profissional sai da graduação como psicólogo, mas sem as competências necessárias para gerir ou promover seu próprio produto.

A vivência oportunizada pelo Movimento Empresa Júnior (MEJ) vem ao encontro desta demanda observada. Os objetivos do MEJ voltam-se para o aperfeiçoamento do processo de formação dos profissionais em nível superior, o estímulo ao espírito empreendedor e a promoção do desenvolvimento técnico, acadêmico, pessoal e profissional de seus membros (BRASIL, 2016).

Os pontos supracitados justificam a existência desse estudo, visto que pouco tem se falado sobre a experiência em Empresa Júnior (EJ) com acadêmicos de Psicologia no Brasil. A questão investigativa que se apresenta é: Qual impacto a vivência em uma Empresa Júnior provoca na formação do psicólogo? Para responder esta pergunta, partiremos da reflexão aplicada na autonarrativa de uma graduanda de Psicologia sobre sua experiência neste contexto. Destaca-se que as bases de dados SciELO, Google Acadêmico e CAFe, nos últimos anos, no que diz respeito às EJ no curso de Psicologia, apresentam uma escassez significativa de material bibliográfico, o que aponta a relevância desta temática na formação do acadêmico em Psicologia.

2. Formação do psicólogo no Brasil

A graduação em Psicologia no Brasil foi regularizada com a promulgação da Lei Federal nº 4119, de 27 de agosto de 1962 (BRASIL, 1962), mas o primeiro curso de graduação aconteceu antes mesmo deste marco. Em 1953, é criado o curso de formação de psicólogos, e em 1954 é criada a graduação em psicologia (AUTUORI, 2014). Desde então, essa área de formação foi sendo estruturada ao longo dos anos de acordo com as demandas de mercado de atuação e dos profissionais. Devido a isso, atualmente as graduações em Psicologia no país se organizam em disciplinas teóricas e estágios obrigatórios, os quais procuram fornecer aos estagiários experiências práticas do cotidiano dos profissionais da área, com o objetivo de desenvolver competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, como preparo para a vida cidadã e para o mercado de trabalho (BRASIL, 2008). Tal cenário apresenta uma predominância de profissionais psicólogos atuando no contexto clínico (35,3%), seguida diretamente pelo contexto organizacional (18,1%) como primeiras experiências profissionais aos recém formados (CRUZ, 2016), o que traz a necessidade de olhar para a Psicologia Organizacional e suas possibilidades como campo de estágio.

A Psicologia Organizacional e do Trabalho surge como área no fim do século XIX e início do século XX (ZANELLI; BASTOS, 2004). Segundo os autores, o que possibilitou o início da área foi a demanda de seleção de trabalhadores, tendo em mente avaliações de desempenho e habilidades. Para tais fins, utiliza-se os conhecimentos e técnicas da Psicologia. Nesse contexto, torna-se uma possibilidade de experimentação ao estudante de Psicologia que almeja um estágio, podendo ser realizado junto a empresas que tenham profissionais de Psicologia que possam receber esses alunos em suas atividades pedagógicas.

As empresas podem se organizar em sênior e júnior, sendo uma empresa sênior a que tem como objetivo gerar lucro, enquanto a Empresa Júnior tem como objetivo o aprendizado pessoal e intelectual dos membros, a fim de gerar impacto positivo na sociedade e na comunidade universitária (CAMPANA, 2019), a esta será dada maior atenção conceitual na produção deste artigo. Em ambos os ambientes, os estagiários poderão colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos nas disciplinas de graduação, além de poderem desenvolver habilidades e competências necessárias ao mercado de trabalho. No entanto, devido aos aspectos anteriormente citados, pode-se concluir que a experiência em uma Empresa Júnior para a formação do profissional de Psicologia tem potencial de transformar o indivíduo não só como estudante e profissional, mas também como sujeito diante da possibilidade de adquirir autonomia, treinar tomada de decisão e de convivência com os pares ainda na formação, antes dessas habilidades serem não um aprendizado, mas um requisito (CRUZ, 2016).

Pode-se enxergar como uma possibilidade de aprender em um lugar seguro, onde seus erros serão potências para o crescimento e não de represálias, como poderia ser no ambiente corporativo.

3. Empresa Júnior: o contexto e a realidade

Dejours, Abdoucheli e Jayet (2004, p.143) afirmam que “o trabalho não é apenas ‘um teatro aberto ao investimento subjetivo’, ele é também um espaço de construção do sentido, portanto, da conquista da identidade, continuidade e da historicização do sujeito”. Na mesma perspectiva, Castel (1998) ressalta que o trabalho permanece sendo apontado não só com foco econômico, mas também psicológico, cultural e simbolicamente dominante para a reflexão acerca dos processos de elo entre a sociedade e os trabalhadores. Além disso, a compreensão das relações entre as condições de trabalho, qualidade de vida no trabalho e a saúde dos trabalhadores, deve partir do ponto de vista da atividade, do saber-fazer e dos modos operatórios que compõem o ambiente laborativo.

Nesse contexto, a Psicologia do Trabalho lança seu olhar para juntamente se debruçar sobre as transformações ocorridas no capitalismo, e conseqüentemente na sociedade onde ocorrem mudanças nos modos de trabalhar. A automação e as mudanças organizacionais invadiram os modos de produção do

trabalho, tendo atingido fortemente o universo da consciência, da subjetividade dos trabalhadores, das suas formas de representação (ANTUNES, 1999).

A subjetividade humana se exprime no objeto produzido por ela e a objetividade do produto é a materialização externa da subjetividade. Pelo trabalho, os seres humanos estendem sua humanidade à Natureza. É nesse sentido que o trabalho é práxis: ação em que o agente e o produto de sua ação são idênticos, pois o agente se exterioriza na ação produtora e no produto, ao mesmo tempo em que este interioriza uma capacidade criadora humana, ou a subjetividade (CHAUÍ, 2000, p.543).

Nesta seara, percebemos que o mercado de trabalho exige por profissionais que demonstrem de maneira preliminar comportamentos, habilidades e atitudes (CHA) que contribuam com os padrões de cada organização e trabalho. Sob esse cenário, cabe aos jovens estudantes ficarem atentos às demandas organizacionais e serem proativos e motivados ao processo de aprendizagem. Nas Universidades, os jovens têm a possibilidade de vivenciarem experiências em estágios e atividades durante o período de formação. Destaca-se que neste percurso de formação o aluno pode experimentar uma atividade de importância significativa para o desenvolvimento pessoal, bem como profissional, entendida como a inserção em uma Empresa Júnior (EJ). No Brasil existe o Movimento das EJ's e possui a missão de formar, mediante experiências no âmbito empresarial, empreendedores comprometidos e capazes de transformar o Brasil.

O Movimento Empresa Júnior (MEJ) surgiu na França em 1967, com estudantes do curso de administração da *L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales* que criaram a JR ESSEC e no Brasil em 1988, através da câmara de comércio Brasil-França, nasce a Empresa Júnior da Fundação Getúlio Vargas (FGV), caracterizando a primeira no país (BETTONI; SILVEIRA; SILVA, 2011).

O movimento cresceu tanto que o Brasil se tornou o país com o maior número de EJ's no mundo, com aproximadamente 1,2 mil empresas. Para representar esse número tão expressivo, foi fundada em 2003, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, designada por Brasil Júnior. Ela é a instância máxima representativa do MEJ no país (ROCHA *et al.*, 2020, p.04).

No Brasil, o Movimento Empresa Júnior (MEJ), é organizado pela Lei Nº 13.267, de 6 de abril de 2016, a qual predispõe sobre a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior (BRASIL, 2016). Tal movimento, cuja finalidade é educativa, tem como objetivos específicos proporcionar aos membros condições para a prática dos conhecimentos teóricos adquiridos na formação profissional, vivenciando o mercado de trabalho ainda durante a graduação; aperfeiçoar o processo de formação dos profissionais, estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento técnico, acadêmico, pessoal e profissional através das atividades desenvolvidas e melhorar as condições de aprendizado em nível superior tendo como base essa atividade de extensão.

Para Oliveira e Ribeiro (2013), a EJ é uma estrutura disponibilizada aos acadêmicos em uma Instituição de Ensino Superior (IES) pública ou privada, que proporciona um maior contato com a realidade social e de mercado. Segundo Ziliotto e Berti (2012), a EJ tem características de uma empresa real, com instâncias responsáveis desde contactar clientes até selecionar membros para a sua composição. Precisamos destacar que possui estatuto e regimentos próprios desenvolvidos pelos membros, bem como apresenta uma gestão independente no que concerne à IES que está vinculada.

Entendemos que a EJ seja um *locus* de trabalho, onde graduandos assumem responsabilidade na prestação de serviços de consultoria para micro e pequenas empresas (MACHADO; VERDE, 2015), o que possibilita espaço para criatividade, aprendizagem e responsabilidade configurando-se em vivência empresarial na formação do empresário júnior, somada pelo aprendizado nos focos de gestão, projetos e cultura empreendedora.

Em 2015, o Movimento era composto por 20 federações e 256 EJs, alcançando a realização de 2.354 projetos e R\$ 6,7 milhões de faturamento. Como resultado dos novos direcionamentos, o Movimento finalizou o ano de 2018 com 805 empresas juniores e 27 federações, ganhando representatividade em todo o Brasil. No que diz respeito a projetos e faturamento, foi atingida a marca de 18 mil serviços realizados que geraram um faturamento de R\$ 29 milhões. Por si só, esses números já seriam importantes por representar o poder do MEJ de realizar, em 3 anos, mais do que havia realizado em 27 anos de história (VEIGA, 2019, p.01).

Reforçamos que as EJ agregam valor à IES em que está inserida, à comunidade ao seu redor e aos alunos membros, visto que o foco é o desenvolvimento de um empreendedorismo cidadão implicado com o meio em que está alocada, o que por consequência, alcança, objetiva e subjetivamente, o desenvolvimento de indivíduos mais familiarizados com o mundo empresarial, mais autônomos sobre tomadas de decisão profissional e pessoal, mais seguros diante da competitividade do mercado de trabalho, tendo em mente a autoeficácia e a autoconfiança adquiridos a partir das vivências (CRUZ, 2016).

Devido a este fato, torna-se objeto deste estudo o relato de experiência de uma empresária júnior de psicologia com vistas a explorar este material dialogicamente a fim de refletir sobre o impacto da vivência em uma Empresa Júnior na formação do psicólogo.

4. A Empresa Júnior de Psicologia: Experiência valiosa na formação do aluno

Os cursos de graduação em nível superior têm a possibilidade de trazer, encorajar e incentivar seus alunos a construírem e participarem de Empresas Juniores. E isto não é diferente na graduação em Psicologia. As primeiras EJs de Psicologia no Brasil contam com mais de 25 anos de história (PERES et al, 2004) e contribuíram para o cenário atual, visto que hoje há uma crescente de EJs ligadas ao curso. É importante compreender que as empresas podem ser mistas e unir mais de um curso de atuação (Psicologia, Administração, Relações Internacionais podem coexistir na mesma EJ, por exemplo). Inclusive, em 2012,

42% das EJs no país estavam vinculadas a mais de um curso simultaneamente (BRASIL JUNIOR, 2012 apud PEIXOTO, 2014). Devido a isso, e somado ao fato de que muitas empresas não são federadas e não constam na base de dados da Brasil Jr, não conseguimos quantificar exatamente quantas EJs de Psicologia existem, mas existe crescimento significativo, principalmente em instituições públicas. Peixoto (2014) traz o dado de que 87,4% das EJs federadas em 2012 eram vinculadas a instituições públicas, o que remete ao fato de que o ambiente público, diverso e democrático possibilita a tomada de iniciativa relacionada à construção da EJ.

Ao tratar das EJs de Psicologia, Peixoto (2014) traz a relação direta estabelecida com a Psicologia Organizacional e do Trabalho (POT) e, em seu ponto de vista, tal direcionamento estreita a possibilidade da atuação dos empresários juniores, visto que não existem barreiras para a atuação em outras áreas da Psicologia na vivência empresarial júnior, e mesmo nas construções em que houvessem outras áreas de conhecimento, seria esta uma possibilidade de crescimento pessoal e profissional pelo diálogo e efetiva ação interdisciplinar já na graduação.

O autor também expõe a dificuldade encontrada pelas EJs de Psicologia em firmarem campo e se fortalecerem enquanto instituição - entendendo a forte relação com a Psicologia Organizacional e do Trabalho (POT) - visto que é uma área a qual muitos profissionais resistem por associarem a defesa unicamente mercadológica em detrimento do recurso humano, como no exposto:

[...] considero que, para compreensão adequada dos problemas enfrentados pelas EJs, precisamos abordar essa questão na perspectiva de um movimento mais amplo de resistência à nossa subárea, que tem longas raízes históricas (p. ex. Codo, 1984). Essa resistência às vezes se manifesta em nome de uma suposta atuação crítica do profissional de psicologia ou, ainda, em nome da realização de um *projeto ético-político* (CFP, 2013, p.15) que seria incompatível com a atuação em POT. Nesses casos, ela (a POT) tem sido tradicionalmente associada à defesa dos interesses do capital em detrimento de abordagens que teriam seu foco no bem-estar e na saúde mental do trabalhador (Mehry-Silva, 2008). (PEIXOTO, 2014, p. 468)

A dificuldade relatada pelo autor é também cenário da autora do presente artigo e o exposto se relaciona com o encontrado no objeto de pesquisa deste estudo - o relato de caso - não fugindo à mesma resistência relacionada ao campo de estudo da POT.

5. Metodologia

Para responder a questão investigativa, optou-se por uma pesquisa descritiva de cunho qualitativo, desenvolvida no contexto de uma Empresa Júnior implementada em Universidade Pública, tendo em vista a possibilidade de captar e valorizar a subjetividade dos participantes nesta experiência. Neste sentido, optamos pela Análise Narrativa Dialógica Emancipatória (ANDE) na pesquisa, visto que favorece a coleta

de dados factuais e simbólicos que retratam aspectos ambientais e pessoais no movimento interacional (MARQUES, SATRIANO, SILVA, 2020).

A pesquisa autonarrativa, segundo a Análise Narrativa Dialógica Emancipatória (ANDE) (MARQUES, SATRIANO, SILVA, 2017, 2020), propicia uma aproximação hermenêutica que explicita não apenas um modo de leitura da realidade, mas a própria observação de segunda ordem alimentada pela autorreflexão, desencadeada pelas narrativas de si, neste caso, do próprio pesquisador. Prepondera a possibilidade da percepção-ação de si como operador metodológico, no caso do próprio pesquisador, voltado para sua produção narrativa em seu caráter dialógico que pode contribuir para sua emancipação alcançada pela tomada de consciência. A justificativa pela escolha desta metodologia se dá pela coleta de dados a partir da autonarrativa da pesquisadora, sendo esta uma das autoras deste artigo, e da análise em debate junto às duas professoras pesquisadoras como interlocutoras e co-autoras.

5.1. Participante da pesquisa

Graduanda de Psicologia em uma Universidade Federal, que vivenciou a Empresa Júnior (EJ) de Psicologia no período entre setembro de 2017 e dezembro de 2020, correspondendo a: terceiro, quarto, quinto, sexto e sétimo períodos de formação profissional. Nela, assumiu as funções de: consultora de gestão de pessoas, diretora de gestão de pessoas e presidente.

A autora-pesquisadora-participante da pesquisa, em sua graduação, optou por concorrer a uma vaga na Empresa Júnior de uma Universidade Pública no Estado do Rio de Janeiro. Neste contexto, participou da etapa de seleção quando aberta e vivenciou as seletivas de forma sem comparativos em sua vida, visto que era seu primeiro processo seletivo a uma vaga numa empresa. Ao iniciar seus trabalhos, encontrou a realidade de uma Empresa Júnior que completava menos de dois anos de existência e estava em processo de conquistar um CNPJ. Nesse contexto, discente experienciou os diversos fluxos de trabalho típicos de uma EJ em consolidação, além de executar e vender projetos e lidar com questões burocráticas ligadas à organização empresarial.

5.2. Coleta de dados

O trabalho da ANDE iniciou com a coleta, organização, e depois sistematização dos dados a serem trabalhados. As narrativas foram reunidas em textos deflagrados a partir da comanda de registrar, na forma de um autorrelato, a experiência na Empresa Júnior e sua aprendizagem experienciada, assim como demais memórias desencadeadas pelo tema.

A escrita, embora temática, foi livre, segundo o estilo da própria autora. A recomendação foi que expusesse pensamentos e sentimentos, e não um relatório frio e distanciado, composto apenas de sequência

de fatos e datas. Recomendou-se também que a linguagem fosse coloquial, para garantir a espontaneidade, sem as formalizações exigidas na escrita científica ou acadêmica.

5.3. Contexto da investigação

Vivência na Empresa Júnior de Psicologia em uma universidade federal, que teve duração de 3 anos. O material se refere à narrativa sobre o período entre 2017 e 2020.

6. Resultado

A autonarrativa, como fonte de dados, resultou na produção escrita de um texto dividido em seis subtemas na seguinte ordem: a) Primeiro ano na empresa; b) O departamento de Psicologia e a questão da sala; c) O CNPJ; d) Processo seletivo; e) Convite para realização de evento e f) Último ano de gestão. O Quadro 1- Temas na autonarrativa, tem a descrição de cada subtema.

Quadro 1. Temas na autonarrativa

Tema	Descrição
a) Primeiro ano na empresa	Descreve o início da experiência na Empresa Júnior, desde o desejo de participar até a consolidação no cargo de gestão
b) O departamento de Psicologia e a questão da sala	Fala sobre o apoio institucional e a relação burocrática a fim de conquistar um espaço físico para a organização da empresa
c) O CNPJ	Discorre sobre a experiência da conquista do cadastro nacional de pessoa jurídica, seus processos, os imprevistos, frustrações e realizações
d) Processo seletivo	Relata o primeiro processo de seleção para novos membros da empresa naquela gestão.
e) Convite para realização de evento	Trata da recepção da equipe quando convidada a realizar um evento de grande porte, a preparação, a efetivação do projeto e sua finalização.
f) Último ano de gestão	Retrata os momentos de decisão quanto a finalizações dentro da Empresa Júnior.

6.1. Categorização dos dados

A seguir, para o início da categorização dos dados foram feitas leituras da produção escrita. A primeira leitura geral, panorâmica, observou o ritmo da narrativa, suas direções, suas reflexões e tensões, os temas emergentes, através da aplicação do olhar fluido (MARQUES, 2005), isto é, buscando ancoragens entre os pontos de referência e os pontos cegos de modo mais amplo e livre.

A segunda leitura serviu para destacar trechos considerados relevantes pela autora principal. Na ANDE, um texto pode ser relevante dada a sua intensidade temática (conceitual e/ou vivencial), frequência ou inovação/ruptura de narrativa (estranheza ou mudança de ritmo ou direção da narrativa) e duração (tema tratado por longo período). É válido destacar que nesta categorização, a ausência de um tema suposto

inicialmente também é pertinente, e pode-se até dizer relevante. Este comportamento é mais claro na coleta de dados que envolva áudio e/ou vídeo. No entanto, no caso ora exposto, isto não aconteceu.

A terceira leitura sistematiza a categorização primária (macrocategoria), secundária (categoria) e terciária (subcategoria), isto é, o tema central e os demais relacionados. Uma mesma categoria pode ter ou não subcategorias. As subcategorias buscam detalhar mais os aspectos a serem debatidos. Utilizou-se numeração e cor para distinguir as categorias. Estas informações foram dispostas em uma tabela adicionando uma coluna com o recorte do trecho em foco, e a última coluna para anotações sobre a análise, como pode ser observada no Quadro 2: Exemplo de categorização para análise.

Quadro 2. Exemplo de categorização para análise

Cod	Primeiro ano na empresa			
	Categoria	Subcategoria	Trecho retirado	Análise
1	Característica do empreendedor da EJ - (características importantes para o candidato ter e/ou desenvolver)	Interesse e identificação Proatividade	Eu tive interesse em fazer parte da Empresa Júnior de psicologia	A motivação inicial aponta a proatividade e movimento da aprendizagem importantes para o empreendedor.

Foram formadas duas macrocategorias: a) Empresa Júnior, e b) Empresário Júnior. A primeira macrocategoria referiu-se aos aspectos singulares da Empresa Júnior, compreendendo aspectos internos e externos, e totalizou cinco subcategorias. A segunda macrocategoria referiu-se aos aspectos singulares da pesquisadora e de outros empresários juniores e totalizou uma categoria, conforme pode ser observado no Quadro 3: Frequência de categorias encontradas.

Quadro 3. Frequência de categorias encontradas

Macro categoria	Cod	Categoria	Subcategorias	a	b	c	d	e	f	Total
Empresa Júnior - aspectos internos e aspectos externos	1	Característica do empreendedor da EJ - (características importantes para o candidato ter e/ou desenvolver)	Interesse e identificação	3			1			4
			Proatividade							
			Recrutamento, troca de experiências, incentivo							
	2	Vantagens da EJ (os ganhos de se fazer parte de uma EJ)	Possibilidade de aprendizagem nos primeiros períodos	5						5
			Aproximação ao mercado de trabalho ainda na graduação							
	3	Entraves relacionados ao departamento ou à universidade, o que possa ter	Dificuldades institucionais		8					8

		ocasionado a precarização do trabalho	Apoio interdepartamental Precarização do trabalho Diálogo entre instituição e EJ								
	4	Efetividade da experiência	Importância da experiência Reconhecimento externo Reconhecimento e apoio institucional Efetividade do produto				2	2			4
	5	Vivência pragmática da EJ	Atributos de gestão de pessoas Cotidiano da empresa Legado Desafios enfrentados	12		2	6	2	6		28
Empresário Júnior - aspectos internos	6	Características pessoais - Mundo Interno	Objetivo consciente para a tomada de decisão Responsabilidade Ansiedade Motivação Superação de barreiras Aprimoramento profissional Autoconhecimento	10							10
			TOTAL DE RECORTES								59

7. Análise e discussão dos dados

Foram estabelecidas duas macrocategorias de análise: a) Empresa Júnior e b) Empresário Júnior de Psicologia, as quais partiram da análise do relato de experiência da pesquisadora que foram destacados com o uso do itálico.

7.1. Empresa Júnior

Esta macrocategoria se subdivide em aspectos internos e externos da Empresa Júnior (subcategorias: 1 - Características do empreendedor da EJ, 2 - Vantagens da EJ, 3 - Entraves, 4 - Efetividade da experiência e 5 - Vivência pragmática da EJ).

7.1.1 Características do empreendedor da EJ

A Empresa Júnior tem uma característica singular das empresas comuns, elas são formadas por estudantes, ou seja, profissionais em formação. A proatividade é uma habilidade destacada como importante para o sucesso da Empresa Júnior (FERNANDES; SILVA, 2017). Este aspecto pode ser encontrado na autonarrativa quando foi descrito o processo seletivo vivenciado para ingressar na Empresa Júnior de Psicologia: *“Eu tive interesse em fazer parte da Empresa Júnior de psicologia”*, este trecho nos remete a iniciativa que mobiliza à ação, por exemplo. As habilidades procuradas na seleção de novos membros para a equipe valorizavam o interesse, a identificação com a proposta e a proatividade. Estas características são observadas não apenas no comportamento verbal, mas também nas atitudes como podemos observar no trecho a seguir: *“Quando vi a o processo seletivo da Empresa Júnior, conversei sobre a experiência de fazer parte do projeto com colegas da minha turma que atuavam neste espaço e com ex-membros já formados e fui bastante encorajada”*. A busca pela interlocução com os pares favoreceu a tomada de decisão e propiciou a experiência, o que foi porta aberta para a vivência que possibilitou outras das mais diversas ordens, favorecendo crescimento profissional e pessoal.

7.1.2 Vantagens da EJ

Como já exposto anteriormente, a participação numa empresa Júnior traz contribuições ímpares para a formação de um profissional de nível superior tanto nos quesitos profissionais quanto pessoais. Este fato é observado no relato de experiência e encontra correspondência na literatura (PERES et al., 2004, PEIXOTO, 2014; CRUZ, 2016). A narradora enfoca, para além das habilidades práticas adquiridas relacionadas ao contexto de trabalho da psicologia organizacional, a evolução pessoal diante de atividades do cotidiano, como falar em público. Em seu relato, a exposição necessária para divulgar a empresa Júnior possibilitou tornar menos ansiogênico o momento de comunicar, como exemplifica o trecho: *“Exatamente um ano antes eu, que sempre fui muito tímida para falar em público, estava desesperada para apresentar um trabalho em sala de aula, e naquele dia, um ano depois, o mesmo professor que havia solicitado o trabalho e me tranquilizado antes da apresentação, estava na plateia ouvindo meu relato de experiência e conferindo a minha evolução pessoal.”*

7.1.3 Entraves

Peixoto (2014) expõe em sua produção alguns dos entraves enfrentados pelas EJs de psicologia em relação ao mercado a partir da compreensão de um objetivo mais mercadológico que social, o que na realidade não condiz de todo com a experiência dos empresários juniores. Neste tópico, pode-se ainda fazer essa reflexão atrelando ao fato do crescente sucateamento da ciência e tecnologia na esfera pública de ensino superior. O trecho: *“No início, havia uma sala destinada a isso (a empresa),[...] porém a universidade como um todo vivia uma crise em questão de espaço, então perdemos a sede.”* compõe uma interlocução com a realidade enfrentada pelas universidades públicas do Brasil com crescentes cortes de verbas que seriam destinadas à Ciência e Tecnologia (ADUNICAMP, 2017), principalmente em relação a bolsas para iniciações científicas, mestrados e doutorados e manutenção da estrutura dos *campi* universitários. Atrelado a isso, vemos também a precarização do trabalho como reflexo, visto que a ausência de espaço para o desenvolvimento das atividades coletivas da empresa desmotiva os alunos envolvidos e aumenta as barreiras para a efetividade da prática.

7.1.4 Efetividade da experiência

Essa categoria trata do conteúdo observado pela autora como sinalizador da eficácia da experiência na empresa júnior, tanto para o próprio empresário como para a empresa, seja pelo retorno financeiro ou pelo feedback dos clientes.

Com a possibilidade de colocar as habilidades adquiridas à prova no momento de venda dos produtos da empresa para clientes, todo o corpo de membros da EJ se vê mobilizado a utilizar conhecimentos de marketing a fim de garantir a melhor comunicação possível com os interlocutores. Além disso, a execução dos projetos também aciona as habilidades como trabalho em equipe, tomada de decisão e delegação de tarefas, por exemplo. Após esses momentos, finalizadas as tarefas, os próprios empresários juniores experimentam a sensação de dever cumprido e, por vezes, recebem feedback positivo de clientes, como mostra o trecho: *“foi um projeto muito prazeroso de se realizar pois também pudemos consumir aquele produto, visto que era um simpósio de psicologia social. Os elogios da contratante sobre a organização fizeram valer o esforço.”* Essas experiências são encontradas na literatura como momentos de fortalecimento da autoeficácia (CRUZ, 2016), o que traz segurança aos membros da EJ em relação a fazer parte do movimento.

7.1.5 Vivência pragmática da EJ

Essa categoria trata das vivências próprias de uma empresa júnior em seus diferentes espaços e momentos, desde elementos ligados a documentação até momentos ritualísticos de passagem, como cerimônias de efetivação de novos membros. São encontradas nessa categoria: etapas de recrutamento, seleção e recepção de novos membros, planejamento estratégico da empresa, plano de carreira, metas de gestão, cotidiano de vendas dos serviços, capacitação, documentação anual da empresa, fluxo de pessoas,

campanha de processo seletivo, gestão multitarefas e desafios advindos de fatores externos (COVID-19). Esses elementos ligados ao cotidiano de uma EJ fazem parte do que constitui a experiência, e conta com particularidades somente encontradas na EJ em que a vivência acontece e generalidades, atividades comuns tanto para outras EJs quanto para empresas *sênior*. É aqui que reside parte robusta da experiência pragmática, a que de fato contribui para a inserção no mercado de trabalho pela aproximação com o cotidiano mais burocrático do ramo empresarial, e que, junto a isso, contribui para a criação da identidade profissional. Nesse aspecto, os significados e valores pessoais de trabalho, associados a crenças sobre metas ou recompensas desejáveis a serem alcançadas por seu intermédio ganham papel de destaque (PORTO & TAMAYO, 2003 apud CRUZ, 2016).

7.2. Empresário Júnior de Psicologia

Esta macrocategoria volta-se aos aspectos intrapessoais do empresário júnior de Psicologia, relacionados à própria pesquisadora e aos outros empresários juniores (subcategoria: 1 - Características pessoais (consciência e responsabilidade) Mundo Interno - São as características específicas da participante que afloraram ou intensificaram no processo)

7.2.1 Características pessoais - Mundo Interno

Nessa subcategoria, será falado sobre as características do empresário júnior que foram encontradas no relato de experiência. Aqui, muito se associa a características pessoais da empresária em questão, as quais encontram interlocução com a literatura. São as características: Objetivo consciente para a tomada de decisão, Responsabilidade, Ansiedade frente ao desafio, Motivação, Superação de barreiras e Autoconhecimento.

As características como objetivo consciente para tomada de decisão e responsabilidade falam do interesse individual do empresário júnior em fazer parte de uma equipe e dar conta das atribuições diante do grupo, como execução ou delegação de tarefas. São atribuições que se relacionam também com a macrocategoria Empresa Júnior - características do candidato da EJ, pois são as qualidades que as empresas buscam para seus membros.

A ansiedade frente ao desafio também é encontrada como presente no empresário júnior diante das situações que, para muitos, são inéditas, visto que a empresa júnior se constitui como primeira experiência de trabalho (GONDIM, 2002; BARDAGI et al, 2006 apud CRUZ, 2016). No entanto, o mesmo desafio se torna elemento motivador, apontando para as características encontradas Superação de barreiras e Autoconhecimento, expressas nos trechos a seguir: *“A prova e a entrevista não me causavam tanto incômodo quanto a atividade grupal, pois sempre tive mais facilidade com propostas em que eu não tivesse de me dirigir a uma plateia. Porém, me surpreendi com meu desempenho nessa etapa. [...] A prova foi*

um momento tranquilo, que demandou de mim uma escrita um pouco mais ágil, mas a dinâmica me possibilitou demonstrar habilidades que antes eu não expunha por não saber da minha capacidade, como comunicação de ideias, criatividade e proatividade.” Nesse sentido, a ampliação do autoconhecimento aparece junto a uma construção de segurança e clareza em relação ao futuro, mostrando as potencialidades, o que também se relaciona com a noção de autoconceito, ou seja, a imagem que uma pessoa tem de si mesma em seus diversos papéis. A experimentação do novo possibilitada pela empresa júnior - sobre lugares, interesses, preferências, potencialidades e limitações - encaminha para o conhecimento de si (SILVA; TEIXEIRA, 2013 apud CRUZ, 2016).

8. Considerações Finais

A formação em Psicologia ainda é apontada como insuficiente em relação a experiências para além da clínica, o que foi possível verificar neste estudo. No entanto, a experiência na Empresa Júnior foi apresentada como positiva no sentido de suprir as necessidades de experiência prévia do mercado de trabalho por possibilitar o desenvolvimento das habilidades ligadas ao empreendedorismo. Porém, percebeu-se ainda a resistência existente em alguns cursos de graduação quanto a implementação e continuação da proposta, o que pode ser elemento desmotivador e complicador da prática de Empresa Júnior para os graduandos.

A aplicação do olhar fluido permitiu ampliar os pontos de referências conceituais articulando-os com a vivência prática, permitiu também diminuir o ponto cego, ao tomar consciência da dificuldade em assumir um posicionamento crítico quando voltado para a organização do curso de Psicologia com o qual se tem grande admiração. O novo traz incômodo a todos, e demanda proatividade não apenas do universitário, mas do corpo docente como apoio.

Nesse contexto, faz-se importante a reflexão crítica quanto a organização dos programas de graduação diante da necessidade percebida pelos alunos de experiências práticas com as diferentes áreas da Psicologia - neste caso, a organizacional - a fim de viabilizar a identificação ou não do estudante com os diferentes contextos laborais. O desconhecimento torna-se peça chave para o estranhamento e, por consequência, rejeição do campo, o qual não foi experimentado em condições de aprendizado.

A Empresa Júnior traz consigo também a relação com um Movimento novo que, por vezes, pode trazer recusa por parte das instituições de ensino superior, o que aponta para a necessidade da abertura para novas práticas ligadas ao empreendedorismo mesmo na universidade, visando possibilitar aos estudantes subsídios para o desenvolvimento das habilidades ligadas a este campo.

É importante fazer menção ao processo criativo desta pesquisa, visto que a utilização da Análise Narrativa Dialógica Emancipatória (ANDE) como metodologia foi observada como desafio para a

narradora-pesquisadora, por ser uma prática recente no campo de pesquisa e para a autora, principalmente. Olhar para a própria história acadêmica por si só é um desafio, e na construção clássica de pesquisa, o pesquisador, por vezes habituado a um olhar que busca imparcialidade, perde categoricamente a subjetividade do produto de sua vivência, o que não deveria ocorrer, tendo em mente que a subjetividade é produto também das relações estabelecidas e tem potencial de trazer ricas contribuições para o estudo do tempo e espaço onde a pesquisa ocorre.

Referências

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 1999.

AUTUORI, Marina. **Uma história do Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro**. *Bol. - Acad. Paul. Psicol.* [online]. 2014, vol.34, n.86, pp. 7-23. ISSN 1415-711X.

BETTONI, E. M.; SILVEIRA, E. X; SILVA, H. F. N. Práticas gerenciais em gestão do conhecimento: um estudo da aplicação em empresas juniores. **Informação & Informação**, v. 16, n.1, p. 72-87, jan./jun. Londrina, 2011. Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/5231/8479>>. Acesso em 16 de agosto de 2021.

BOBATO, S. T.; STOCK, C. M.; PINOTTI, L. K. Formação, Inserção e Atuação Profissional na Perspectiva dos Egressos de um Curso de Psicologia. **Psicologia Ensino & Formação**. Associação Brasileira de Ensino de Psicologia. vol 7, n.2, ago-dez, 2016, p.18-33. DOI: 10.21826/2179-58002016721833. Disponível em <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pef/v7n2/v7n2a03.pdf>>. Acesso em 12 de julho de 2021.

BRASIL. Dispõe sobre os cursos de formação em psicologia e regulamenta a profissão de psicólogo. **Lei Nº 4.119** de 27 de agosto de 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/14119.htm> Acesso em: 07 de abril de 2022

BRASIL. Dispõe sobre o estágio de estudantes; altera a redação do art. 428 da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. **Lei Nº 11.788**, de 25 de setembro DE 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/11788.htm> Acesso em: 07 de abril de 2022

BRASIL. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior. **Lei nº 13.267**, de 6 de abril de 2016. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113267.htm>. Acesso em 19 de agosto de 2021.

CAMPANA, A. Empresa Júnior e Empresa Sênior: Entenda as diferenças. **CPEJR**. 2019. Disponível em: <<https://cpejr.com.br/empresa-junior-empresa-senior-entenda-as-diferencas/>>. Acesso em: 05 de maio de 2022

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAUÍ, M. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

CRUZ, K. C. **Estágio em Empresa Júnior e carreiras de estudantes de Psicologia: das práticas do psicólogo às expectativas para o futuro profissional**. 2016. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/168027/340710.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 25 de setembro de 2021.

DEJOURS, C.; ABDOUCHELI, E.; JAYET, C. **Psicodinâmica do trabalho**: uma contribuição da escola dejouriana à análise da relação prazer, sofrimento e trabalho. São Paulo: Atlas, 1994.

FERNANDES, N. P; SILVA, F. M. O papel da empresa Jr no desenvolvimento de competências de seus integrantes: um estudo com ex-membros da EMAD Jr. Relatos de Pesquisa. **Perspectiva em Gestão & Conhecimento**. v. 7, n. 1, 2017. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.21714/2236-417X2017v7n1p48>>. Acesso em 22 de março de 2021.

GODIM, S. M. G. Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. **Estudos de Psicologia** 2002, 7(2), 299-309, 2002. Disponível em <<https://doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200011>>. Acesso em 22 de abril de 2021

MACHADO, R.; VERDE, P. R. **DNA Júnior**. Brasil Júnior. Confederação Brasileira de Empresas Juniores, 2015. Disponível em <<https://wp.ufpel.edu.br/crej/files/2012/09/DNAJu%CC%81nior-Livro-I-Conhecendo-o-MEJ.pdf>>. Acesso em 12 de março de 2021.

MARQUES, V. **Ruptura Epistemológica e Psicologia**: A importância do olhar fluido. Tese. Psicologia. Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. DOI: 10.13140/RG.2.2.35872.99841. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/315805535_Ruptura_epistemologica_e_psicologia_a_importancia_do_olhar_fluido> . Acesso em 09 de maio de 2021.

MARQUES, V.; SATRIANO, C.; SILVA, E. L. Narrativa autobiográfica do próprio pesquisador como fonte e ferramenta de pesquisa. **Linhas Críticas**. v.23, p. 369-386, 2017. Disponível em <<http://ojs.bce.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/28457/0>>. acesso em 15 de março de 2021.

MARQUES, V.; SATRIANO, C.; SILVA, E. L. Análise Narrativa Dialógica Emancipatória em diálogo com Análise narrativa, de conteúdo e de discurso. **Revista Valore**. v.5, p. 5-21, 2020. Disponível em <<https://revistavalore.emnuvens.com.br/valore/article/view/398/302>>. Acesso em 26 de setembro de 2021.

OLIVEIRA, J. M.; RIBEIRO, F. S. A empresa júnior e a formação de empreendedores. In: **Anais APROTEC 2013**, Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, 23, Recife. Brasília: ANPROTEC, 2013.

PEIXOTO, A. L. A. Empresas juniores de psicologia: capacitar, desenvolver e transformar. **Rev. Psicol., Organ. Trab.**, Florianópolis , v. 14, n. 4, p. 464-474, dez. 2014 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572014000400012&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 11 maio 2022.

PERES, R. S; CARVALHO, A. M. R; HASHIMOTO, F. Empresa Júnior: integrando teorias e práticas em Psicologia. **Rev. Psicol., Organ. Trab.**, Florianópolis , v. 4, n. 2, p. 11-29, dez. 2004 . Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572004000200002&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 11 maio 2022.

ROCHA, L. F.; ROCHA, L. M. O.; SANTOS, M. A. S.; BRABO, M. F.; REBELLO, F. K.; MARTINS, C. M. Empreendedorismo universitário: Avaliação do perfil do Movimento Empresa Júnior em uma Instituição Federal de Ensino Superior na Amazônia. **Research, Society and Development**, v. 9, n.8, e57984787, 2020, DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i8.4787>. Disponível em <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/4787>>. Acesso em 17 de abril de 2021.

VEIGA, L. **Líderes que fazem**: O espírito empreendedor do Movimento Empresa Júnior. Entrevistas. Perfis. Empresa Júnior. MEJ. Salvador, 2019

ZANELLI, J. C., & BASTOS, A. V. B. (2004). Inserção profissional do psicólogo em organizações e no trabalho. In J. C. Zanelli, J. E. Borges-Andrade & A. V. B. Bastos (Eds.), **Psicologia, organizações e trabalho** (p. 466-491). Porto Alegre, RS: Artes Médicas

ZILIOOTTO, D. M.; BERTI, A. R. A aprendizagem do aluno inserido em empresa júnior. **Revista Conexão UEPG**. Ponta Grossa, v.8, n.2, p. 210-217, Jul./Dez. 2012.

Recebido em: 31/01/2022

Aceito em: 28/05/2022

Endereço para correspondência:

Nome: Juliana Ribeiro de Lima

Email: julianarblima@hotmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)