

Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.



Inserção profissional, trabalho *freelancer* e microempreendedorismo: percepções sobre carreira e formação do produtor multimídia

Professional insertion, freelance work and micro-entrepreneurship: insights into the career and training of multimedia producers

Recebido: 10/08/2022 – Aprovado: 20/09/2023 – Publicado: 01/10/2023

Processo de Avaliação: Double Blind Review

Lucas de Oliveira Delpino

job.lucasdelpino@gmail.com

Instituto Federal de Santa Catarina

<http://orcid.org/0000-0002-5758-6087>

Ana Paula Kieling

anakieling@gmail.com

Instituto Federal de Santa Catarina

<https://orcid.org/0000-0001-8513-8903>

RESUMO

Com as reformas trabalhistas e a globalização, o modelo de trabalho *freelancer* despontou no mercado. No contexto do profissional de Produção Multimídia, consolidou-se como uma forma de inserção no trabalho, direcionando para uma gestão de carreira autônoma. Este artigo tem por objetivo principal identificar as influências e motivações de profissionais de Produção Multimídia ao optar pelo trabalho *freelancer* como forma de carreira, bem como suas percepções quanto à modalidade de microempreendedor individual (MEI) e sua formação acadêmica. Para a obtenção desses resultados, realizou-se pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, mediante a realização de entrevistas semiestruturadas on-line, com 12 discentes e egressos do Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia do Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Palhoça Bilíngue. Com a análise dos dados, identificou-se que o *freelancer* de Produção Multimídia se motiva pela flexibilidade e remuneração proporcionada por este tipo de contratação.

Palavras-chave: *freelancer*, microempreendedor individual, produção multimídia, inserção no trabalho, gestão de carreira

ABSTRACT

With labor reforms and globalization, the freelance work model emerged in the market. In the context of Multimedia Production, it is seen as a form of professional placement, for directed work management. This article aims to identify the influences and objectives of workers in the field when choosing the freelancer work model, as well as their decisions regarding individual microentrepreneur (MEI) model, and academic background. The research method is a qualitative exploratory study with 12 semi-structured online interviews applied to graduates of the Produção Multimídia technological course of Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Palhoça Bilíngue. By analyzing the data, we identified that the Multimedia Productor freelancer is motivated by the flexibility and remuneration provided by this type of job.

Keywords: *freelancer, individual micro entrepreneur, multimedia production, work placement, career management*

1. INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho para produtores multimídia já não consiste mais nas escassas e concorridas vagas de carteira assinada para áreas correlatas. Enquanto as atuais tendências do mercado laboral exigem uma resposta das empresas tradicionais por um modelo organizacional adaptado às novas formas de fazer negócio, a globalização abre espaço para jornadas flexíveis, terceirização e intermitência que são respaldadas por recentes reformas trabalhistas (Veliz, 2018; Machado, 2021).

Neste cenário encontra-se o *freelancer*, que presta serviços de forma autônoma às empresas em períodos pré-determinados para execução do seu trabalho (Pinheiro, 2018). Essa é uma das formas de autoemprego na sociedade ocidental que pode ser chamada “trabalhador contratado, de conta própria ou contingente”, e que permite ao indivíduo trabalhar para vários clientes simultaneamente (Zadik *et al.*, 2019). Explorar essa modalidade também traz à luz a questão da desregulamentação que, segundo Comassetto, Pereira e Rhoden (2019), estimula o estabelecimento do trabalho autônomo ou terceirizado, o que contribui para a abertura de novas e pequenas empresas prestadoras de serviço.

No Brasil, somente no ano de 2021, as microempresas individuais (MEI) representaram 57,2 % das empresas ativas, sendo responsáveis por 77,8% das empresas abertas durante o ano

(Brasil, 2021). A internet está entre as formas de atuação de um MEI, que corresponde por 17,1% das atuações legalizadas no Brasil neste segmento, ocupando o terceiro lugar entre as 7 possibilidades listadas pelo Portal do Empreendedor (2022). Componente básico do marketing digital, a internet reforça uma tendência mercadológica.

Em adaptação a esta realidade por serem formadoras de novos profissionais, as universidades passaram a ensinar habilidades que contemplem a produção multimídia, com o objetivo de despertar os estudantes a novos modelos de negócio (Comassetto; Pereira; Rhoden, 2019). Assim, o acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia (CSTPM) do Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Palhoça Bilíngue (IFSC-PHB), obtém uma formação multidisciplinar ao aprender sobre áreas de desenvolvimento *web*, audiovisual, *design*, comunicação e bilinguismo, e recebe certificações intermediárias ao longo da conclusão de cada módulo para ampliar sua participação em processos seletivos para empregos e estágios (Scandolara, 2018).

Esta pesquisa pretende identificar as influências e motivações de discentes e egressos do curso de Produção Multimídia ao optar pelo trabalho *freelancer* como forma de carreira, suas percepções quanto ao modelo de trabalho de microempreendedor individual (MEI) e à formação profissional em Produção Multimídia. Como objeto desse estudo, foram entrevistados 12 discentes e egressos de Produção Multimídia do IFSC-PHB, a partir de uma abordagem qualitativa e de natureza exploratória.

Ainda que a modalidade *freelancer* seja comum em diversas profissões, são escassos os estudos no Brasil que incluem o produtor multimídia, o que evidencia a necessidade deste artigo. Esta pesquisa está dividida em introdução, uma fundamentação teórica, que compreende os temas de Gestão de Carreira e Inserção Profissional, Prestação de Serviços como *Freelancer*, Microempreendedor Individual (MEI) e Produção Multimídia, a metodologia, a análise dos dados, seus resultados e considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção teórica aborda os tópicos de Gestão de Carreira e Inserção Profissional, Prestação de Serviços como *Freelancer*, Microempreendedor Individual (MEI) e Produção Multimídia. Cada tópico traz explicações a respeito dos temas e contextualiza o leitor nestes temas, apoiando a metodologia do estudo.

2.1. Gestão de carreira e inserção profissional

O ingresso no mercado de trabalho, segundo Rocha (2008, p. 534), “tornou-se etapa desejável, inescapável e definitiva”, pois “a participação no mercado de trabalho é vista como uma condição para a realização plena dos indivíduos”. Esta perspectiva define claramente as diretrizes capitalistas, em que o indivíduo pode transformar seu entorno a partir da função ontológica do trabalho (Franco; Magalhães; Paiva, 2017). Portanto, além da análise filosófica, Oliveira e Piccinini (2012, p. 67) afirmam que “o desenvolvimento do conceito de inserção profissional não pode ser analisado sem levar em consideração os aspectos históricos, econômicos e culturais que marcam cada sociedade”.

Desse modo, Ribeiro (2012) sustenta que mesmo com os patamares elevados da desigualdade social no Brasil, a expansão do sistema educacional nos anos 1980 tornou-se responsável pela diminuição da desigualdade de oportunidades.

Para Marques e Cepêda (2012), especialmente o ensino superior assumiu o papel de principal instrumento de transformação social entre os brasileiros, e consolidou-se como importante ativo de discernimento e pensamento crítico, com sua cadeia de inovação e desenvolvimento tecnológico. A expansão mais recente da educação superior ganhou forma a partir da Lei Federal nº 9.934/96, que proporcionou aumento considerável da oferta de cursos de graduação nas modalidades presenciais e à distância na rede privada (Martins; Oliveira, 2017; Heringer, 2018),

No entanto, Valore e Selig (2010, p. 392) destacam que “apesar dos esforços governamentais em ampliar o acesso ao ensino médio e superior, a oferta de postos de trabalho não tem acompanhado a crescente demanda”, o que também é uma realidade no que diz respeito à qualidade destes postos, que não evoluíram como em outros países (Martins; Scherdien; Oliveira, 2019). De fato, as transformações no mundo do trabalho a partir da década de 1990, em paralelo ao que vinha ocorrendo com a educação, trouxeram a integração de tecnologias e a reestruturação das organizações profissionais, mas o Brasil, novamente, ao contrário de outros países, não se beneficiou como poderia dessas evoluções, assistindo à estagnação das taxas de desemprego e, de forma sistemática, à complementação pela informalidade (Dedecca, 2005; Martins; Oliveira, 2017).

Somente no último trimestre de 2020, o IBGE registrou que o desemprego atingiu 13,9% da população brasileira, e um estudo realizado entre 2019 e 2020 com jovens de 18 a 24

anos de idade aponta que a fatia de desempregados chegou a 29,8% no período (Lima, 2021). A corporação privada NUBE, que realizou este estudo, também registrou que a ocupação nas áreas de formação de jovens nessa mesma faixa etária caiu de 27,2% em 2019 - baseado em egressos formados entre 2014 e 2018 - para 14,87% em 2021 - com base em pessoas formadas entre 2019 e 2020 (Lima, 2021).

Além disso, percebe-se uma crescente na busca por profissionais cada vez mais qualificados e preparados para o contexto tecnológico. Conforme Silva *et al.* (2021), existe uma falta de qualificação dos brasileiros para as exigências da Indústria 4.0, em parte por conta de uma barreira no ensino, que ainda utiliza métodos e tecnologias antiquados, com reduzida articulação prática.

Desenha-se, então, um mercado de trabalho mais complexo e com desafios de inserção, inclusive para diplomados (Gamboa; Paixão; Palma, 2014). Este contexto contemporâneo reserva uma dinâmica que conta com a terceirização de serviços e do próprio trabalho informal (Valore; Selig, 2010), como no caso do profissional *freelancer*, que será explorado no tópico seguinte.

2.2. Prestação de serviços como freelancer

A modalidade *freelancer* é bastante popular nos dias de hoje e consiste na prestação autônoma de serviços para empresas em períodos de tempo determinados para sua realização (Pinheiro, 2018). A organização do trabalho *freelancer*, a exemplo da disposição de dias e horários para desenvolvimento das prestações de serviço, varia de cliente para cliente, sendo a remuneração estipulada de acordo com as esporádicas ou ocasionais colaborações, já que não há vínculo permanente ou temporário com a empresa contratante (Veliz, 2018).

Ao delimitar o exercício de um *freelancer* especificamente para o campo da comunicação, percebe-se forte atuação autônoma e atitude empreendedora (Comassetto; Pereira; Rhoden, 2019). Seus profissionais encontraram nesta modalidade uma alternativa às bem remuneradas e cada vez mais escassas vagas em grandes e estruturadas empresas ou repartições públicas (Dornelas, 2016), que hoje em dia pouco conversam com a realidade da maioria das oportunidades de emprego.

O estímulo ao trabalho autônomo e a flexibilização da jornada de trabalho vieram, também, com as desregulamentações, a instabilidade econômica e com as mudanças tecnológicas ocorridas nas mídias digitais (Machado, 2021; Salamon, 2019). A pesquisa

Mercado *Freelancer* de 2020 corrobora com essas afirmações ao apresentar números precisos sobre alguns aspectos desta modalidade no Brasil. Desenvolvida em período pandêmico da Covid-19, a pesquisa mostra que 31,2% dos participantes dizem ter optado pelo *freelance* por não encontrarem emprego em sua área, ao passo que 31,8% dos profissionais entrevistados deixaram de exercer sua profissão como *freelancer* por terem conseguido um emprego de carteira assinada (Fontoura, 2021).

Percebe-se, portanto, que o empreendedorismo no contexto *freelancer*, opcional ou não, tornou-se peça chave quando se fala em gestão de carreira dos novos profissionais. As faculdades de administração dos Estados Unidos foram as primeiras a ensinar o empreendedorismo, inicialmente focado na gestão de pequenas empresas, mas que hoje, em constante evolução, se divide em diversas metodologias, propostas e ambientes (Lavieri, 2010). Comassetto, Pereira e Rhoden (2019) apontam que, no Brasil, o ensino do empreendedorismo foi uma reação das universidades quando os recém-formados já não conseguiam emprego imediatamente e perdiam postos de trabalho frente às automações e implementações tecnológicas. Para entender a prática do empreendedorismo no Brasil vinculado ao contexto acadêmico, será explorada a figura do microempreendedor individual.

2.3. O microempreendedor individual (MEI)

Para falar sobre o microempreendedor individual (MEI), é necessário entender o que se define por empreendedorismo. Embora seja um conceito amplo, que muda consideravelmente de acordo com as épocas e autores de cada estudo, o empreendedorismo é o ato de fazer algo novo e diferente, de entregar um produto ou serviço para a sociedade, de modo a sair do campo das ideias e torná-las reais (Santos; Leite; Fonseca, 2014). Para estes autores, está fixado no imaginário coletivo que o empreendedor é o indivíduo que possui uma empresa, quando, na verdade, muito mais tem a ver com a mente e a atitude empreendedora.

Tradicionalmente, o empreendedorismo é explorado a partir de duas motivações: de necessidade - caracterizado pelas consequências sociais e de instabilidade econômica, como o desemprego - e de oportunidade - em que o indivíduo encontra uma oportunidade de negócio e então inicia seu empreendimento (Barros; Pereira, 2008; Nassif; Gohbril; Amaral, 2009; Colbari, 2015). No entanto, a pesquisa Empreendedorismo no Brasil (GEM, 2020) aponta que essa dicotomia já não traduz com fidelidade a realidade do empreendedorismo brasileiro, que

avança conceito de sonho pessoal e provimento de renda, por buscarem atuar como agentes de transformação e riqueza para a sociedade como um todo.

O Mapa das Empresas (Brasil, 2022) mostra um Brasil com números expressivos em relação ao empreendedorismo formal: 18.440.986 empresas ativas; destas, 57,4%, ou seja, 12.947.753, se encaixam na categoria de Microempreendedor Individual, conhecido como MEI. A figura do MEI, que contempla as profissões não regulamentadas, foi criada pela Lei Complementar nº 128/2008 para combater a informalidade, legalizar pequenos negócios informais e potencializar a motivação empreendedora (Brasil, 2008; Nascimento *Et al.*, 2019).

Para se enquadrar como MEI, é necessário seguir algumas diretrizes, como rendimento máximo anual de até R\$ 81.000,00 e a contratação de, no máximo, um empregado (SEBRAE, 2022). O microempreendedor individual precisa pagar uma mensalidade ao governo, e recebe em troca benefícios como “baixo custo mensal de tributos (INSS, ISS e ICMS) em valores fixos e direitos e benefícios previdenciários: aposentadoria por idade; aposentadoria por invalidez, auxílio-doença, salário-maternidade, pensão por morte (para família)” (Portal do Empreendedor, 2022).

Por outro lado, Machado (2021) acredita que o MEI é uma política de “pejotização” de trabalhadores no Brasil, já que se viu nele a opção jurídica para milhões de pessoas afetadas pela instabilidade econômica e também as flexibilizações da legislação trabalhista. Paralelamente, cresce a responsabilidade das universidades quanto ao ensino do empreendedorismo, especialmente para resolver questões de empregabilidade no intervalo entre o ingresso nas atividades acadêmicas e a inserção no mercado de trabalho (Gamboa; Paixão; Palma, 2014). Considerando as dinâmicas de inserção no mercado de trabalho, *freelance* e MEI, faz-se necessário delimitar o contexto do profissional de Produção Multimídia, objeto de estudo deste trabalho.

2.4. Produção Multimídia

Enquanto curso no Brasil, a Produção Multimídia refere-se ao ensino superior tecnológico, tanto na rede pública quanto privada. A graduação por meio do ensino tecnológico como graduação, previsto na Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional, é explicada pelo 1º Anuário Estatístico da Educação Profissional e Tecnológica (2021) como uma demanda de um mercado de trabalho cada vez mais ávido por profissionais qualificados e

sintonizados com as tecnologias e seu dinamismo.

Este ensino é considerado como parte das atividades científicas e tecnológicas chamadas de STEM, acrônimo em inglês das palavras *Science, Technology, Engineering and Mathematics* (em português, Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática), que são atividades com alto poder de impulsionar o crescimento econômico (Custodio; Bonini, 2018). Neste sentido, Custódio e Bonini (2018) colocam a região de Florianópolis, onde está inserido o CSTPM do IFSC-PHB, como polo tecnológico consolidado de Santa Catarina, com expressiva concentração de empresas de pequeno e médio porte de produção de *software* e serviços tecnológicos.

O Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia (CSTPM) possui características específicas a depender da instituição em que é oferecido. Neste artigo, o enfoque será no estudante de CSTPM do Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Palhoça Bilíngue (IFSC-PHB). Ofertado desde 2015, o CSTPM possui uma proposta de ensino bilíngue (Português/Libras), visando as necessidades não apenas da região em que se insere o curso, mas também do Brasil, e concede, ao fim de cada módulo, certificações parciais ao discente para que seja facilitado seu acesso ao mercado de trabalho (Scandolaro, 2018). Em geral, o discente de Produção Multimídia projeta, elabora, implanta e avalia conteúdos nas mídias digitais, com produções sonoras, textuais, imagéticas e interativas, além de mensuração de dados gerados a partir de interações para análises qualitativas e quantitativas (MEC, 2016).

A interdisciplinaridade é apresentada no Projeto Pedagógico do Curso (IFSC, 2016) especialmente pelas unidades curriculares de Produção Multimídia I a V, em que dois professores ministram as aulas e, nos trabalhos propostos, reúnem-se necessidades de aplicação dos conhecimentos adquiridos nas demais unidades curriculares do módulo correspondente, o que atesta a habilidade do discente e gera a certificação intermediária. Tais certificações são, do primeiro ao quinto módulo: Produtor de Conteúdo Digital, Produtor de Mídia Gráfica Digital, Produtor de Mídia Interativa Digital, Produtor de Mídia Audiovisual Digital, Produtor de Multimídia Digital (IFSC, 2016). Após a aprovação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), é concedido ao futuro profissional o diploma de Tecnólogo em Produção Multimídia (IFSC, 2016).

Para Scandolaro (2018), o acadêmico se vê forçado a conhecer mais de outras áreas à medida que crescem as necessidades das produções multimídias, daí a ideia de interdisciplinaridade no CSTPM do IFSC-PHB. Desse modo, o perfil do Produtor Multimídia

possibilita o desenvolvimento de produtos e produções multimídias em diferentes fases de atuação, estando apto a trabalhar, segundo o Projeto Pedagógico do Curso (2016, p. 12), “em empresas de comunicação e propaganda, em produtoras e estúdios de animação, em produtoras de audiovisuais, em produtoras de cinema e TV, em provedores de acesso e portais de informação”, entre outros relacionados.

Sendo assim, competências específicas e avançadas precisam ser assimiladas rapidamente para exercer a profissão que é fortalecida a partir de tecnologia (Giordano; Fernandez; Souza, 2021). Tendo em vista a presente fundamentação teórica, o trabalho em questão analisa as motivações e percepções de discentes e egressos de CSTPM do IFSC-PHB no que diz respeito à inserção no mercado de trabalho da área de Produção Multimídia.

3. METODOLOGIA

A pesquisa proposta é de natureza exploratória, que tem como característica a busca por maior conhecimento do problema e de levantamento de soluções (Martelli *et al.*, 2020). Assim, o problema da pesquisa se torna mais familiarizado ao pesquisador, que passa a conhecer mais sobre estes fatos, analisando-os e interpretando-os a partir de suas descrições e classificações (Fernandes *et al.*, 2018).

Ainda, o estudo foi realizado dentro da abordagem qualitativa, em que, segundo Creswell (2010, p. 209), “os pesquisadores fazem uma interpretação do que enxergam, ouvem e entendem”, sendo o resultado dessa experiência responsável por gerar novas interpretações, tanto de participantes da pesquisa quanto de seus leitores. Tal método foi escolhido porque, segundo Minayo (2014, p. 23), “as metodologias de pesquisas qualitativas são capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações, e às estruturas sociais”, o que sustenta o objetivo que esta pesquisa se propôs a documentar, considerando o tema abordado.

Para tal, optou-se pela aplicação de entrevistas em profundidade semiestruturadas. As entrevistas qualitativas são um meio de extrair dados do entrevistado que não podem ser observados por nós mesmos, como suas perspectivas e experiências a partir de uma realidade particular, normalmente com o objetivo de detalhar um meio social ou provocar sua transformação (Patton, 2002; Rocha, 2021). A abordagem semi estruturada consiste em perguntas-chave feitas pelo entrevistador e algumas sondagens com o intuito de extrair mais informações, conforme Legard, Keegan e Ward (2003).

A coleta de dados contou com as percepções de 12 discentes e egressos do Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia, ministrado no Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Palhoça Bilíngue, durante os meses de maio e junho de 2022. Onze entrevistas foram realizadas on-line em videoconferências, por meio da ferramenta *Google Meet*, e uma entrevista foi feita pelo aplicativo *WhatsApp*, mediante relatos escritos. A duração média das entrevistas foi de 30 minutos.

Após as entrevistas, os dados foram transcritos no editor de texto *Microsoft Word* e analisados manualmente com a técnica de análise de conteúdo. Segundo Bardin (2011, p. 47), trata-se de “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens”. Tal procedimento possibilitou a criação de categorias e os achados deste estudo.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A coleta de dados trouxe diversos aportes para a pesquisa. Com o conteúdo obtido das 12 entrevistas realizadas, tornou-se possível compreender motivações e percepções abrangentes sobre tópicos como trabalho *freelancer*, gestão de carreira, inserção profissional e empreendedorismo.

A premissa inicial para as entrevistas foi de que os participantes, profissionais da área de Produção Multimídia, já tivessem prestado (ou ainda prestem) serviços profissionais na modalidade *freelancer*, de forma autônoma. Dentre os entrevistados, participaram cinco discentes do quinto e sexto módulo de Produção Multimídia e sete egressos do curso, formados entre os anos de 2019 e 2022, com idades entre 21 e 44 anos, atuantes na área.

O roteiro de entrevista teve como base as informações apresentadas por autores na etapa de fundamentação teórica deste trabalho. As perguntas possuíam dois objetivos: o primeiro deles pretendia identificar o perfil pessoal e profissional de cada entrevistado, com questionamentos referentes às suas características, e o segundo entender as tomadas de decisão e suas motivações quanto a carreira de cada um, com perguntas sobre as vivências profissionais atuais e anteriores ao ingresso no curso de Produção Multimídia, além de projeções futuras.

No contexto da modalidade *freelancer*, os respondentes pontuam que a maior motivação relacionada a prestação de serviço autônoma e *freelancer* é a flexibilidade. A Entrevistada 9,

que já trabalhou informalmente como autônoma em Produção Multimídia e hoje se encaminha para outra área profissional, afirmou que:

A liberdade que o autônomo te dá, de trabalhar pra algo que é teu, e às vezes tu trabalha muito mais de 12 horas por dia, mas eu posso trabalhar do meio-dia à meia-noite. Sou muito mais produtiva à noite, então posso dormir até mais tarde, posso fazer uma academia no meio de duas diárias, então a flexibilidade que dá na vida, hoje eu não abro mão. (Entrevistada 9, discente do curso)

A opinião dos entrevistados contrasta com a fala de Dornelas (2016), que afirma que a escolha pelo trabalho *freelancer* acontece como alternativa à escassez de vagas bem remuneradas em grandes empresas, quando, na verdade, os respondentes preferem o trabalho autônomo à carteira assinada. A fala da Entrevistada 6, que é autônoma formal na área de *Design* de Interface e Experiência do Usuário, colabora para essa percepção:

Tem essas questões de a empresa ser mais flexível, a gente também consegue ganhar, bem mais do que CLT [...] Flexibilidade de horário, flexibilidade de trabalho também. Por exemplo: eu PJ como prestadora de serviços, se quiser trabalhar em 3 empresas, eu tenho essa possibilidade. (Entrevistada 6, discente do curso)

O conteúdo das entrevistas foi classificado em três categorias: Benefícios e Desafios do Trabalho Autônomo e *Freelancer*, Percepções sobre a Formação em Produção Multimídia e Desafios na Inserção Profissional, como apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Categorias da pesquisa

| Categoria | Descrição |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Benefícios e Desafios do Trabalho Autônomo e <i>Freelancer</i> | Nesta categoria, são abordados pontos que foram destaques nas entrevistas que remetem a benefícios identificados pelos entrevistados no contexto de trabalho autônomo e <i>freelancer</i> , bem como os desafios enfrentados neste cenário. |
| Percepções sobre a Formação em Produção Multimídia | Esta categoria explora as percepções de discentes e egressos no que diz respeito ao papel do curso de Produção Multimídia em sua inserção profissional e ensino sobre empreendedorismo. |
| Desafios na Inserção Profissional | Nesta categoria, são exploradas as tomadas de decisão para a inserção profissional do discente ou egresso de Produção Multimídia e suas motivações antes de entrar no curso, durante e posteriores. |

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Na sequência, tais categorias são detalhadas, com apoio das entrevistas e do referencial teórico desta pesquisa. Os achados do estudo estão divididos em três tópicos.

4.1. Benefícios e desafios do trabalho autônomo e freelancer

Quanto às percepções sobre os benefícios na execução de trabalhos *freelancer*, os respondentes disseram que esta atividade permite ao profissional da área a criação de um portfólio mais completo, a chance de ganhar dinheiro de forma independente e a prática das suas atividades em horários flexíveis. Conforme Veliz (2018), não é mais necessário que o profissional permaneça atrás de uma mesa de escritório durante oito horas para executar suas atividades, especialmente na área de tecnologia, o que permite ao autônomo e *freelancer* ser seu próprio chefe em questões de organização. Outra motivação citada foi a renda que esta função permite. A Entrevistada 3, que trabalha de carteira assinada e mantém alguns trabalhos *freelancers* informais de edição de vídeos, afirmou que:

As pessoas iam me chamando pra fazer freela e eu fui aceitando, tipo: 'ah, tô aqui tranquila, já tô formada, vamos aí, vamos ganhar dinheiro agora'. Aí acabou que fui pra essa área pra receber dinheiro, e o que me motivou foi essa coisa de estar em qualquer lugar, eu que estou sempre pra lá e pra cá, viajando e tal, gosto de viajar, não parar em um lugar, aí acabei gostando da ideia porque foi conveniente. Na verdade, minha experiência com freela, agora estou num emprego fixo, mas o freela é pra ganhar um dinheiro a mais. (Entrevistada 3, egressa do curso)

Quantos aos desafios da prestação de serviço *freelancer*, os entrevistados, em sua maioria, destacaram a dificuldade de conseguir clientes como autônomo, e citaram a necessidade de trabalhar com projetos maiores e mais duradouros para manter uma renda recorrente. Outro destaque nessa categoria é a necessidade de disciplina financeira, especialmente quando se está formalizado como MEI. O alto índice de mortalidade de microempresas é motivado pela falta de capacitação e aprimoramento da gestão do negócio, em que gerenciamento e técnica podem ser decisivos para a subsistência das empresas (Canton; Barichello, 2019; Guerras, 2021).

4.2. Percepções sobre a formação em Produção Multimídia

Os entrevistados foram questionados quanto à preparação à inserção profissional que o curso de Produção Multimídia proporciona ao discente, especialmente quanto a prática empreendedora, apresentada como alternativa ao emprego de carteira assinada no mercado de trabalho tradicional. O resultado foi dicotômico: participantes que responderam sim, justificaram dizendo que as várias áreas apresentadas durante o curso desempenham, quando integradas, uma preparação necessária para os desafios da profissão, além de citarem espontaneamente a disciplina de “Empreendedorismo” como fundamental nesse processo; entrevistados que responderam não, justificaram dizendo que a disciplina de Empreendedorismo poderia se atentar aos aspectos mais práticos e da vivência diária, além explorar mais a prática empreendedora como *freelancer* ou autônomo.

Para Comassetto, Pereira e Rhoden (2019), o ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras começou a partir das dificuldades dos egressos com os baixos salários e inserção no mercado de trabalho, e da evidência de que empreender havia se tornado um importante propulsor da economia. O curso de Produção Multimídia, conforme Scandolara (2018), é desenvolvido de acordo com as necessidades da região em que o campus é inserido (Grande Florianópolis) e busca facilitar o acesso do estudante ao mercado de trabalho com a certificação parcial concedida ao final de cada módulo. O Entrevistado 8, que é autônomo formal na área de *design* gráfico, afirmou que:

Eu acho que ele ajuda bastante, até porque ele é bem voltado pro mercado, muito prático. Até pelos contatos que tu faz aqui, outros estudantes que também querem entrar no mercado e que vão se conversar, mas ele não pode ficar satisfeito com o que ele vê só aqui no curso, ele tem que ir atrás de mais informação por fora, e buscar praticar também por fora. Se ele ficar confortável com o que vê aqui, pode encontrar

dificuldades. (Entrevistado 8, estudante do curso)

Já o Entrevistado 10, que é estagiário e presta serviços informais como *freelancer* na área de Produção Multimídia, afirmou:

Acho que nessa parte ele é bem vago. A gente tem uma matéria de empreendedorismo, inclusive, é no próximo semestre, mas eu já fiz que era na pandemia, bem teórico. Mas eu acredito que não (era) suficiente. E eu acho que também não é a proposta do curso. Acho que isso a gente teria que buscar por fora, porque o, teoricamente, é... isso é uma coisa que a pessoa dá pra optar em qualquer área. (Entrevistado 10, estudante do curso)

Quanto às certificações parciais oferecidas pelo curso, elas não foram citadas espontaneamente pelos entrevistados. Com base no Projeto Pedagógico do Curso (2016) e de Scandolaro (2018), os respondentes foram questionados sobre o uso dessas certificações. A maior parte dos entrevistados afirmou que sequer retirou seus certificados, dispensando seu papel auxiliar na busca por colocação profissional na área; e quem retirou, o fez apenas uma vez no início do curso, mas disse ainda utilizar para agregar em seu currículo na busca por empregos de carteira assinada.

4.3. Desafios na inserção profissional

Ao serem questionados sobre a oferta de vagas para o Produtor Multimídia, a maioria dos respondentes classificou as vagas como de perfil generalista e especialista. O perfil generalista, em que o profissional entende teoria e prática de várias áreas e que é análogo ao perfil de ensino do curso de Produção Multimídia, tem menor oferta; o perfil especialista, em que habilidades específicas são requeridas ao candidato, possui o maior número das ofertas de emprego em várias modalidades, seja carteira assinada, estágio ou *freelance*.

Segundo o Índice de Cidades Empreendedoras (Endeavor, 2014), Florianópolis é uma referência nacional de ambiente de negócios, predisposta a atrair cada vez mais empresas de alto crescimento no futuro, o que revela um ambiente favorável ao produtor multimídia do IFSC-PHB, cujo campus está situado na região da Grande Florianópolis. Neste sentido, o Entrevistado 11, que trabalha de carteira assinada, já fez *freelances* e planeja abrir uma pequena empresa, afirmou que:

Hoje em dia tem bastante coisa, né, principalmente nas capitais. Hoje em dia, tudo é internet, a maioria das coisas é internet, então multimídia tem uma grande fatia para ele trabalhar. (Entrevistado 11, egresso do curso)

Os entrevistados também foram questionados sobre o que consideram mais relevante na hora da contratação de estudantes e profissionais de Produção Multimídia: habilidade ou experiência comprovada? A resposta foi unânime: habilidade. Alguns respondentes destacaram que a experiência comprovada também pode ter influência na decisão de uma empresa ao contratar um empregado ou os serviços de um profissional parceiro, e que as vivências e práticas ao longo da faculdade colaboram para formar suas habilidades. Essas experiências acadêmicas, que fazem parte da formação profissional, quando aliadas à adaptabilidade do estudante, oportunizam um maior desenvolvimento de carreira (Ambiel; Hernández; Martins, 2016).

O Entrevistado 1, que é autônomo e nunca teve carteira assinada, afirmou:

Experiência comprovada é muito importante, porque tu tá mostrando. Pode ser um diploma de um curso que tu fez, ou um portfólio bem-criado, tu vai ter essa segurança que tem mais chances que outras pessoas pra conseguir esse trabalho. (Entrevistado 1, egresso do curso)

Embora alguns entrevistados tenham evidenciado a importância das atividades práticas ao longo da faculdade, outros consideraram fundamental a busca por conhecimento e desenvolvimento de habilidades extraclasse. Segundo eles, este processo inclui a modalidade *freelancer*, que possibilita a criação de portfólio, a prática com o mercado e as técnicas utilizadas em seus respectivos trabalhos. Tais resultados contribuem para a compreensão da área de Produção Multimídia e da formação profissional em áreas convergentes à comunicação e mídia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender as possibilidades de trabalho no mercado, bem como a percepção dos profissionais quanto a tal temática é essencial para o desenvolvimento e consolidação profissional exitosa. O objetivo deste estudo foi identificar as influências e motivações de discentes e egressos do curso de Produção Multimídia ao optar pelo trabalho *freelancer* como forma de carreira, suas percepções quanto ao modelo de trabalho de microempreendedor individual (MEI) e à formação profissional em Produção Multimídia.

Tendo como objeto de pesquisa uma amostra de discentes e egressos do curso de Produção Multimídia do Instituto Federal de Santa Catarina, a pesquisa em questão levantou algumas descobertas. Em contraponto com a teoria na área, que apresenta o trabalho autônomo e *freelancer* como um empreendimento por necessidade, esta pesquisa revela uma preferência por tais modalidades: entrevistados que trabalham formal ou informalmente como *freelancer* para criação de portfólio e geração de renda, também buscam estágios para obtenção de experiência de trabalho em equipe e visão empresarial; autônomos que trabalham exclusivamente com prestação formal de serviço, visualizam mais os benefícios, e classificam os desafios como contornáveis; entrevistados que possuem carteira assinada e continuam prestando serviços *freelancers* de modo informal não buscam se desvincular dessa prestação de serviço, especialmente por questão financeira.

A motivação empreendedora foi citada pelos entrevistados apenas quando questionados se esta era uma das razões para o desempenho autônomo de serviços. A maioria dos respondentes afirmou que a modalidade se desenvolveu em sua vida acadêmica e profissional ao longo do curso, ou seja, sem que houvesse intenção de empreender. A principal motivação citada foi flexibilidade, seguida de geração da renda.

Sobre o MEI, parte dos entrevistados mostrou interesse na formalização, mas encara como um passo que necessita de cuidado e estudo antes de ser realizado; a maioria destes respondentes trabalham de carteira assinada ou fazem estágio, e consideram o *freelance* uma obtenção extra de renda. Alguns manifestaram desejo de criar sua própria marca ou de criar um CNPJ para prestação de serviços, projetando uma possibilidade futura. Aos que criaram empresas, a principal motivação foi a exigência das empresas contratantes para elaboração de contrato e a emissão de notas fiscais, sendo a renda autônoma a fonte principal. Achados como esse direcionam os interesses dos profissionais no campo multimídia, apoiando também a percepção das universidades com relação às demandas acadêmicas.

Por fim, como sugestão de pesquisas futuras, indica-se a realização de pesquisas como a presente com a abordagem quantitativa. Além disso, como ficou evidente a percepção dos entrevistados com relação à oferta de vagas buscando por profissionais e estudantes de habilidades específicas, sugere-se que seja realizada pesquisa com enfoque na inserção profissional direcionada para áreas específicas do curso de Produção Multimídia, uma vez que as competências e habilidades técnicas podem mudar conforme o segmento escolhido.

REFERÊNCIAS

AMBIEL, Rodolfo A. M; HERNANDEZ, Débora N; MARTINS, Gustavo H. Relações entre adaptabilidade de carreira e vivências acadêmicas no ensino superior. *Psicol. caribe*, Barranquilla , v. 33, n. 2, p. 158-168, Aug. 2016 . Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-417X2016000200158&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 02 jul 2022.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/FVt5FgZfKy9xjjQr9TytyZM/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL, Ministério da Educação. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2016. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/catalogo-nacional-dos-cursos-superiores-de-tecnologia->. Acesso em: 01 jul 2022.

BRASIL. Portal do Empreendedor. **Direitos e Obrigações** [S. l.]: Gov.br, [2022?]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/direitos-e-obrigacoes>. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. Portal do Empreendedor. **Forma de Atuação/Brasil/UF/Município - Inscritos Total** [S. l.]: Gov.br, [2022]. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioFormaAtuacao.jsf>. Acesso em 31 jul 2022.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128, de 19 de novembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidente da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. **Lei Federal nº 9.934, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Mapa das Empresas 2021**: Boletim do 3º Quadrimestre. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/>. Acesso em: 22 abr 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Mapa das Empresas 2021**: boletim do 2º quadrimestre. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/>. Acesso em: 22 abr 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Anuário Estatístico da Educação Profissional e Tecnológica**: ano base 2019. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2021. Disponível em: https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/anuario_es

AMBIEL, Rodolfo A. M; HERNANDEZ, Débora N; MARTINS, Gustavo H. Relações entre adaptabilidade de carreira e vivências acadêmicas no ensino superior. *Psicol. caribe*, Barranquilla , v. 33, n. 2, p. 158-168, Aug. 2016 . Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-417X2016000200158&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 02 jul 2022.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 4, p. 975-993, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/FVt5FgZfKy9xjjQr9TytyZM/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL, Ministério da Educação. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2016. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/catalogo-nacional-dos-cursos-superiores-de-tecnologia->. Acesso em: 01 jul 2022.

BRASIL. Portal do Empreendedor. **Direitos e Obrigações** [S. l.]: Gov.br, [2022?]. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/direitos-e-obrigacoes>. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. Portal do Empreendedor. **Forma de Atuação/Brasil/UF/Município - Inscritos Total** [S. l.]: Gov.br, [2022]. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMunicipioFormaAtuacao.jsf>. Acesso em 31 jul 2022.

BRASIL. **Lei Complementar nº 128, de 19 de novembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidente da República, 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. **Lei Federal nº 9.934, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm. Acesso em: 02 jul 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Mapa das Empresas 2021**: Boletim do 3º Quadrimestre. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/>. Acesso em: 22 abr 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Mapa das Empresas 2021**: boletim do 2º quadrimestre. Brasília, DF: Ministério da Economia, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/>. Acesso em: 22 abr 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Anuário Estatístico da Educação Profissional e Tecnológica**: ano base 2019. Brasília, DF: Ministério da Educação, 2021. Disponível em: https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/anuario_estatistico_educacao_profissional_tecnologica_2019.pdf. Acesso em: 02 jul 2022.

CANTON, Vanessa Isabel de Marco; BARICHELLO, Rodrigo. Nível de Alfabetização Financeira de Empreendedores Incubados. **Revista de Administração IMED**, v. 9, n. 1, p. 28-49, 2019. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/raimed/article/view/3250> Acesso em: 02 jul 2022.

COLBARI, Antonia de Lourdes. Do autoemprego ao microempreendedorismo individual: desafios conceituais e empíricos. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 4, n. 1, p. 169-193, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/10909>. Acesso em: 02 jul 2022.

COMASSETTO, Leandro Ramires; PEREIRA; João Antonio Gomes; RHODEN, Valmor. Empreender para empregar: o ensino de empreendedorismo nos cursos de comunicação da Universidade Federal do Pampa. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 9, n. 25, p. 146-159, 2019. Disponível em: <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/361>. Acesso em: 02 jul 2022.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUSTODIO, Carolina; BONINI, Patricia. Educação Superior e Trabalho em Santa Catarina: um enfoque nas carreiras de aplicação direta de ciência e tecnologia -STEM. **Revista Textos de Economia**, v. 22, n. 1, p. 82-112, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/view/2175-8085.2019v22n1p82> . Acesso em: 02 jul 2022.

DEDECCA, Cláudio Salvadori. Notas sobre a Evolução do Mercado de Trabalho no Brasil. **Revista de Economia Política**, v. 25, n. 1, p. 113-130, 2005. Disponível em: <https://scite.ai/reports/notas-sobre-a-evolucao-do-ZGIJp0r>. Acesso em: 02 jul 2022.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2016.

ENDEAVOR Brasil. **Índices de Cidades Empreendedoras: Brasil 2014**. [S.I.], c2021. Disponível em: <https://endeavor.org.br/ambiente/indice-de-cidades-empreendedoras-2014/>. Acesso em: 02 jul 2022.

FERNANDES, Aline Munz.; BRUCHÊZ, Adriane.; D'ÁVILA, Alfonso Augusto Fróes; CASTILHOS, Nádia Cristina; OLEA, Pelayo Munhos. Metodologia de Pesquisa de Dissertações Sobre Inovação: Análise Bibliométrica. **Desafio Online**, v. 6, n. 1, p. 141-159, 2018. Disponível em: <https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/view/3539/4259> Acesso em: 03 jul 2022

FONTOURA, J. Mercado Freelancer 2020: o cenário completo do trabalho autônomo no Brasil. In Rock Content. **Mercado Freelancer 2020**. 2021. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/mercado-freelancer-2020/> Acesso em: 03 jul 2022.

FRANCO, David Silva; MAGALHÃES, Alex Fernandes; PAIVA, Kely. Ações do imaginário organizacional moderno na subjetividade de jovens aprendizes do setor bancário. **Competência**, v.10, n.1, p. 11-30, 2017.

GAMBOA, Vítor; PAIXÃO, Olímpio; PALMA, Ana Isabel. Adaptabilidade de Carreira e Autoeficácia na Transição para o Trabalho: O papel da Empregabilidade Percebida – Estudo com Estudantes do Ensino Superior. **Revista Portuguesa de Pedagogia**, v. 2, n. 1, p. 133-156, 2014. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/rppedagogia/article/view/1647-8614_48-2_7. Acesso em: 03 jul 2022.

GIORDANO, Carlos Vital; FERNANDEZ, Senira Anie Ferraz; SOUZA, Cristina Aparecida de. A inclusão do egresso de cursos de educação profissional e tecnológica no mercado de trabalho. **Revista Cocar**, v. 15. n. 32, p. 1-22, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uepa.br/index.php/cocar/article/view/3992> Acesso em: 03 jul 2022.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo 2019. Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 01 jul 2022.

GUERRAS, Antônio Claret. Sebrae: pequenos negócios têm maior taxa de mortalidade. In: AGÊNCIA Brasil. Belo Horizonte, 27 jun 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/sebrae-pequenos-negocios-tem-maior-taxa-de-mortalidade#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20pesquisa,pequeno%20porte%2C%20de%2017%25>. Acesso em: 02 jul 2022.

HERINGER, Rosana. Democratização da educação superior no Brasil: das metas de inclusão ao sucesso acadêmico. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v.19 n.1, p.7-17, 2018. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902018000100003. Acesso em: 02 jul 2022.

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Projeto Pedagógico do Curso**: Produção Multimídia. Palhoça, SC: IFSC, 2016. Disponível em: http://www.palhoca.ifsc.edu.br/images/artigos/anexos/pdf/cst_producao_multimidia_ppc_11_82.pdf . Acesso em: 02 jul 2022.

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Regulamento Geral do Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia (TCC- CSTPM)**. Palhoça, SC: IFSC, [2016?]. Disponível em: http://www.palhoca.ifsc.edu.br/images/artigos/anexos/pdf/producao_multimidia/Regulamento_TCC_Superior%20Multim%C3%ADia.pdf . Acesso em: 02 jul 2022.

LAVIERI, Carlos. Educação... empreendedora? In: LOPES, Rose Mary Almeida (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

LEGARD, Robin; KEEGAN, Jill; WARD, Kit. In-depth interview. *In: RITCHIE, Jane; LEWIS, Jane (ed). **Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers.** London: Sage Publications, 2003.*

LIMA, Vinicius. O drama do mercado de trabalho para recém-formados. *In: NUBE. [S. l.], 14 abr 2021. Disponível em: <https://www.nube.com.br/blog/2021/04/14/o-drama-do-mercado-de-trabalho-para-recem-formados>. Acesso em: 02 jul 2022.*

MACHADO, Gustavo Portella. Entre desemprego e freelance: a atual configuração do mundo do trabalho na cultura a partir da ocupação de produtores culturais como microempreendedores individuais. **Revista Cantareira**, n. 34, p. 432-449, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cantareira/article/view/44513>. Acesso em: 02 jul 2022.

MARQUES, Antonio Carlos Henriques; CEPÊDA, Vera Alves. Um perfil sobre a expansão do ensino superior recente no Brasil: aspectos democráticos e inclusivos. **Perspectivas**, v. 42, p. 161-192, 2012. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/perspectivas/article/view/5944>. Acesso em: 02 jul 2022.

MARTELLI, Anderson; OLIVEIRA FILHO, Alexandre José; GUILHERME, Carolina Doricci; DOURADO, Fabio Francisco Mazzocca; SAMUDIO, Edgar Manuel Miranda. Análise de Metodologias para Execução de Pesquisas Tecnológicas. **Brazilian Applied Science Review**, v. 4, n. 2, p. 468-477, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BASR/article/view/7974>. Acesso em: 02 jul 2022.

MARTINS, Bibiana Volkmer; OLIVEIRA, Sidinei R.. Expansão e diversificação do ensino superior, impactos no mercado de trabalho e inserção profissional no Brasil: reflexões iniciais e proposta de agenda de pesquisa. **Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 6, n. 2, p. 53-70, 2017.

MARTINS, Bibiana Volkmer; SCHERDIEN, Camila; OLIVEIRA, Sidinei R.. Estrutura de classe e mobilidade social no processo de inserção profissional de jovens no Brasil: reflexões e agenda de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 17, n. 3, p. 564-576, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/TjzbTBgkxkxDLcyJDcZ4Gvfr/>. Acesso em: 02 jul 2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

NASCIMENTO, Larissa Souza; FONSECA, Paulo Roberto Campelo Fonseca e; COSTA, Mauro Leray; NUNES, Jaylson Franklin Mendonça; FERREIRA, Thiago Cardoso. Microempreendedor Individual e as Vantagens da Formalização. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v.7, n. 2, p. 15-29, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/27646>. Acesso em: 23 jan. 2022.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; GOHBRIL, Alexandre Nabil; AMARAL, Derly Jardim do. Empreendedorismo por Necessidade: O Desemprego como Impulsionador da Criação de Novos Negócios no Brasil. **Pensamento e Realidade**, v. 24, n. 1, p. 143-168, 2009. Disponível

em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/7075> Acesso em: 23 jan. 2022.

OLIVEIRA, Sidinei R.; PICCININI, Valmiria Carolina. Contribuições das abordagens francesas para o estudo da inserção profissional. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 13, n. 1, p. 63-73, 2012. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902012000100008. Acesso em: 23 jan. 2022.

PATTON, Michael Quinn. **Qualitative Research & Evaluation Methods**. 3. ed. London: Sage Publications, 2002.

PINHEIRO, Paula. O que é Freelancer? Guia completo para trabalhar na modalidade. *In*: Rock Content. {S. l.}, 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/o-que-e-freelancer/>. Acesso em: 02 jul 2022.

RIBEIRO, Carlos Antonio Costa. Quatro décadas de mobilidade social no Brasil. **Revista de Ciências Sociais**, v. 55, n. 3, p. 641-679, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/218/21825128003.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2022.

ROCHA, Sonia. A inserção dos jovens no mercado de trabalho. **Caderno CRH**, v. 21, n. 54, p. 533-550, 2008. Disponível em: <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/educacao/a-insercao-jovem-no-mercado-trabalho.htm>. Acesso em: 23 jan. 2022.

ROCHA, Virginia. Da teoria à análise: uma introdução ao uso de entrevistas individuais semiestruturadas na ciência política. **Revista Política Hoje**, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/247229/37064>. Acesso em: 23 jan. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/view/247229> Acesso em: 23 jan. 2022.

SALAMON, Errol. Digitizing freelance media labor: A class of workers negotiates entrepreneurialism and activism. **New Media & Society Journal**, v. 22, p. 105 –122, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819861958>. Acesso em: 23 jan. 2022.

SANTOS, Daniel de Cerqueira Lima e Penalva; LEITE, Emanuel Ferreira; FONSECA, Stêvenis Moacir Moura. Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo no Estado de Pernambuco. **Desenvolvimento em Questão**, 12, n. 28, p. 144–169, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/2570>. Acesso em: 23 jan. 2022.

SCANDOLARA, Daniel Henrique. Gestão curricular do curso superior de Tecnologia em Produção Multimídia - educação, tecnologia e inclusão de pessoas surdas. **Revista Portuguesa de Investigação Educacional**, n. 18, p. 237-253, 2018. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/investigacaoeducacional/article/view/3461> Acesso em: 02 jul 2022.

SEBRAE-SC. Tudo sobre MEI. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/tudo-sobre-mei/quero-ser-mei/>. Acesso em: 03 jul 2022.

SILVA, Sabrina Luisa Santos da.; LEOCÁDIO, Ana Paula Rangel; Venanzi, Délvio. A transformação da educação como exigência para a mão de obra na indústria 4.0. **REMIPE - Revista De Micro E Pequenas Empresas E Empreendedorismo Da Fatec Osasco**, v.7, n.1, p.46-62, 2021.

VALORE, Luciana Albanese; SELIG; Gabrielle Ana. Inserção profissional de recém-graduados em tempos de inseguranças e incertezas. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 10, n. 2, p. 390-404, 2010. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/investigacaoeducacional/article/view/3461> Acesso em: 02 jul 2022.

VELIZ, Marjorie Marcela Acosta. Marketing Digital como herramienta para el Freelance del Siglo XXI. **Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación**, v. 2, n. 15, p. 42-61, 2018. Disponível em: <https://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/212>. Acesso em: 02 jul 2022.

ZADIK, Yair; BAREKET-BOJMEI, Liad; TZINER, Aharon; SHLOKER, Or. Freelancers: A Manager's Perspective on the Phenomenon. **Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 35, n. 1, p. 39-48, 2019. Disponível em: <https://journals.copmadrid.org/jwop/art/jwop2019a5>. Acesso em: 02 jul 2022.