MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ITUIUTABA/MG E O CONTEXTO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS PARA A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Isabela Mendes de Oliveira[1], Mara Kessler Ustra[1], Sandro Rogério Vargas Ustra[2]

[1]Universidade do Estado de Minas Gerais, Ituiutaba/MG, Brasil
(isabela.1538062@discente.uemg.br)
[2]Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba/MG, Brasil

Resumo: São apresentados resultados de um estudo exploratório quanto às representações sociais sobre tecnologias digitais de informação e comunicação de gestores, funcionários e clientes de micro e pequenas empresas da cidade de Ituiutaba/MG. A partir das respostas a um questionário sobre a temática e utilizando-se a técnica de associação livre de palavras, foram definidos os elementos centrais e periféricos das representações, considerando-se a frequência e o grau de relevância das evocações dos participantes. As análises permitem apoiar atividades de apoio à transformação digital de empresas locais.

Palavras-chave: Tecnologias digitais; Micro e pequenas empresas; Transformação digital; Representações sociais; Marketing digital.

INTRODUÇÃO

O marketing digital tornou-se uma necessidade vital para empresas, instituições educacionais e de formação profissional. Para micro e pequenas empresas (MPEs), o uso das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) é fundamental para sua sobrevivência em um mercado competitivo (Rubal; Ornelas, 2021).

Apesar de representarem mais de 90% dos empreendimentos e responderem por 30% do PIB e mais de 50% dos postos de trabalho no Brasil, muitas MPEs ainda estão nos estágios iniciais de transformação digital. O setor de serviços está mais avançado na digitalização, enquanto o comércio está mais atrasado (ADBI, 2022).

A ampliação do uso das TDIC nas MPEs é essencial para sua manutenção no mercado. No entanto, custos elevados e riscos associados, especialmente para empresas familiares, são barreiras significativas (Lavelli *et al.*, 2021). A digitalização dessas empresas requer um entendimento profundo de suas especificidades e contextos.

Para identificar as características das micro e pequenas empresas (MPEs) de Ituiutaba/MG e compreender os limites e possibilidades do uso das TDIC, foi realizado um estudo exploratório com fontes secundárias de dados. Também Foram consultadas análises da realidade local e informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Segundo o censo de 2022 do IBGE, Ituiutaba tem 102.217 habitantes, com densidade demográfica de 39,34 habitantes/km² e uma população ocupada de 25,73%. O salário médio mensal é de 1,9 salários-mínimos, ocupando a 4ª posição na região. A população tem crescido lentamente, exigindo análise das repercussões econômicas e sociais.

A estrutura etária afeta o crescimento econômico, sendo maior entre adultos em idade ativa. A idade mediana da população é de 38 anos, com 19% abaixo de 14 anos e 19% acima de 60 anos. A inclusão digital dos idosos é um tema relevante, com benefícios e preocupações.

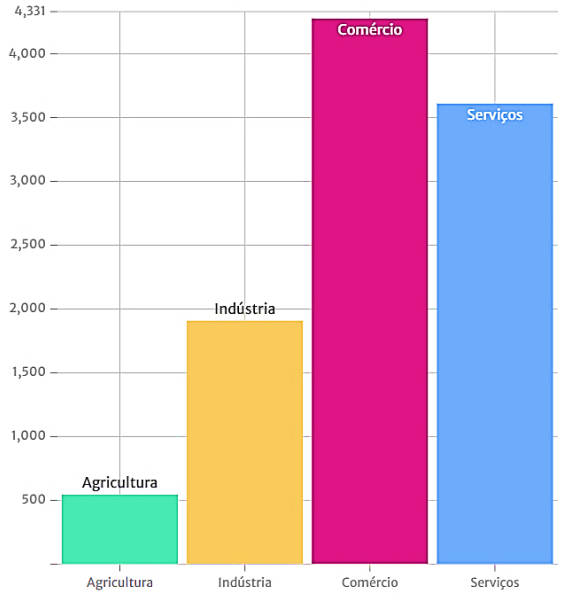
As MPEs representam mais de 90% dos empreendimentos locais, mas a maturidade digital é baixa. A educação superior local, com 4 instituições, oferece cursos que podem fomentar o desenvolvimento regional. Dados do Sebrae de 2024 mostram a distribuição das empresas por porte e setor, destacando a prevalência de MPEs no comércio e serviços (Sebrae, 2024).

O Gráfico 1 apresenta a distribuição das principais ocupações (quantidade de funcionários) por setor econômico, indicando a prevalência dos setores de comércio e de serviços, ambos totalizando mais de 76% dos empregos.

Estudos identificaram fatores de sucesso e desafios para as MPEs locais, destacando a importância das TDIC para gestão e inteligência de mercado (Lösch; Rambo; Ferreira, 2023). A transformação digital depende de fatores externos e internos, e requer

investimentos substanciais e tempo para resultados adequados.

Gráfico 1. Distribuição das empresas conforme as principais ocupações e quantidade de funcionários (Fonte: Sebrae, 2024).



Com base na análise dos dados das MPEs de Ituiutaba, várias tecnologias digitais seriam recomendáveis para melhorar a gestão e a competitividade dessas empresas (Schur; Sabiá; Trabasso, 2025). Dentre elas, podem ser indicadas:

- Sistemas de Gestão Empresarial (ERP) - Para integrar diferentes processos de negócios, como finanças, recursos humanos e logística, aumentando a eficiência e reduzindo custos operacionais.
- Plataformas de *E-commerce* - Facilitam a venda online, permitindo que as MPEs alcancem um mercado mais amplo e diversificado, especialmente importante em um contexto de baixo crescimento demográfico.
- Ferramentas de Marketing Digital - Utilização de SEO, redes sociais, e-mail marketing e publicidade online para melhorar a visibilidade e atração de clientes, essencial para enfrentar a concorrência e aumentar a base de clientes.
- CRM (*Customer Relationship Management*) - Para gerenciar e analisar as interações com clientes, melhorar o atendimento e fidelizar consumidores, o que é vital dado o perfil etário diversificado da população.
- Análise de Dados (*Big Data*) - Para entender melhor as tendências do mercado, comportamentos dos consumidores e otimizar as estratégias de negócio com base em dados reais.
- Soluções de Cibersegurança - Protegem os dados e as operações online, crucial para garantir a confiança dos clientes e a integridade das informações empresariais.
- Formação e Treinamento em TDIC - Promover a inclusão digital e o uso eficaz das tecnologias entre os funcionários, especialmente para a população idosa e menos familiarizada com TDIC.
- Infraestrutura de *Cloud Computing* - Oferece escalabilidade, redução de custos com TI e flexibilidade para as operações diárias das empresas.

Implementando essas tecnologias, as MPEs poderiam melhorar suas operações, aumentar sua competitividade e se adaptar melhor às demandas do mercado atual.

Para além dos custos, trata-se de reconhecer que um elemento fundamental para a transformação digital das MPEs consiste nas representações que seus gestores, funcionários e clientes mantém sobre o uso das TDIC no contexto do setor econômico de atuação.

As representações sociais sustentam as decisões e suas implementações concretas, pois "são menos criações mentais que têm efeitos sociais do que criações sociais que são fundamentais através da via mental e, portanto, se tornam reais" (Moscovici, 1990, p. 259).

As representações sociais intervêm diretamente na participação e interpretação das interações e comunicações sociais. A combinação entre imagens e linguagem cria um sistema de símbolos, permitindo às pessoas interpretar e compreender o mundo ao seu redor, transformando experiências individuais e coletivas em algo comum e compartilhado. Assim, por meio dessas representações, eventos e ações são estruturados e dotados de significados específicos, facilitando a comunicação e a interação social, ao proporcionar uma base comum de entendimento (Moscovici, 1976 apud Lahlou, 2019).

Para Moscovici (2011), as representações sociais não são criadas de forma original, por cada pessoa; ao contrário, elas são repensadas, significando que as pessoas não desenvolvem essas representações do zero, mas as recebem, assimilam e depois adaptam ou modificam, com base em suas próprias experiências e contextos.

Para se compreender as características destas representações, é necessário "recorrer aos sistemas de significação socialmente enraizados e partilhados que as orientam e justificam" (Alves-Mazzotti, 1994, p. 60). Considerando os significados socialmente compartilhados, a Teoria das Representações Sociais (Moscovici, 2003) fornece uma sustentação teórica consistente para a compreensão dessas estruturas.

Neste trabalho, apresentamos resultados de um estudo sobre as representações sociais relativas às TDIC de gestores, funcionários e clientes de MPEs da cidade de Ituiutaba/MG com vistas a apoiar uma próxima etapa de pesquisa e de extensão, onde empresas representativas de cada segmento de atuação serão diretamente envolvidas.

MATERIAL E MÉTODOS

No âmbito de um estudo exploratório de natureza qualitativa (Trivinõs, 1987), foram envolvidas MPES locais, no segundo semestre de 2024, sendo 10 ligadas ao comércio e 10 ao setor de serviços.

Gestores e funcionários responderam a um questionário com cinco questões relacionadas ao tema das TDIC. O questionário dos clientes continha quatro questões. Para fins de análise, separamos os participantes em dois grupos: gestores e funcionários, com 20 respondentes; e clientes, com 19 respondentes.

No presente recorte, enfatizamos as respostas à questão voltada especialmente para a caracterização das representações das TDIC e suas implicações para a transformação digital.

A questão proposta foi: "Quando penso em tecnologias digitais de informação e comunicação, penso em...". Os respondentes deveriam completar a afirmação com cinco palavras, ordenando do maior para o menor grau de relevância e justificando a primeira indicação. as respostas mais diretamente relacionadas.

As respostas foram analisadas por meio da técnica de associação livre de palavras (TALP), considerando-se a frequência e o grau de relevância das evocações pelos participantes.

Essa metodologia para caracterizar as representações sociais, utilizando a TALP, permite extrair as unidades de sentido que sustentam os elementos centrais e periféricos das representações (Araújo; Magalhães Júnior, 2018; Faria; Almeida, 2020).

A análise da ordem média de evocação (OME) empregou uma fórmula padronizada que considera a hierarquização das palavras evocadas (Sá, 1998). Cada palavra foi avaliada com base na sua frequência em cada posição (FA, FB, FC, FD e FE) nas evocações, sendo atribuídos pesos (1, 2, 3, 4 e 5), ou graus, às posições de relevância correspondentes.

Para garantir maior consistência à análise, as palavras foram agrupadas em grupos semânticos, ou seja, palavras de mesmo sentido ou semelhantes foram alocadas em um mesmo grupo.

O cálculo da OME de cada grupo semântico está indicado na Equação 1:

$$\text{OME} = \frac{\text{FA.1+FB.2+FC.3+FD.4+FE.5}}{\text{Frequência total}} \qquad (1)$$

Dessa forma, foram obtidos os valores de OME para cada grupo semântico, indicando a sua importância nas representações dos estudantes. Pelo cálculo da média das frequências (MF) e da média das OMEs (MOME), forem definidos os elementos centrais e periféricos das representações sociais de TDIC dos participantes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Relativamente aos gestores e funcionários, foram obtidas 52 palavras evocadas, agrupadas em grupos semânticos conforme a Tabela 1, considerando as OMEs dos grupos, sua média MOME = 3,16 e a média das frequências MF = 3,74.

Tabela 1. Representações sociais das TDIC - gestores e funcionários

Elementos Centrais (1º quadrante)		
F > 3,74 e OME < 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Redes Sociais	14,0	1,86
Celular	6,0	1,83
Marketing	6,0	2,83
Anúncios	5,0	2,60
Internet	5,0	2,80
Comunicação	5,0	3,00
Whatsapp	4,0	2,75
Elementos Intermediários (2º quadrante)		
F > 3,74 e OME > 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Vendas	8,0	3,38
Televisão	7,0	4,00
Rádio	6,0	3,83
Elementos Intermediários (3º quadrante)		
F< 3,74 e OME < 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Inteligência artificial	3,0	2,33
Atualidade	3,0	2,00
Engajamento	3,0	3,00
Entretenimento	3,0	2,00
Acessibilidade	2,0	2,50
Desenvolvimento	2,0	2,50
Networking	1,0	1,00
Utilidade pública	1,0	3,00
Elementos Periféricos (4º quadrante)		
F < 3,74e OME > 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Computador	3,0	3,67
Sites	3,0	4,00
E-mail	2,0	5,00
Jornal	2,0	4,00
Navegadores	2,0	4,00
Liberdade	2,0	4,50
Conteúdo humanizado	1,0	4,00
Sistema de gestão	1,0	4,00
Máquina de cartão	1,0	5,00

Fonte: dados da pesquisa.

As evocações dos clientes estão organizadas na Tabela 2, para as quais MOME = 3,15 e MF= 5,61. Em ambas as tabelas, os grupos semânticos estão separados por

quadrantes, conforme os critérios de frequência (F) e OME.

Tabela 2. Representações sociais das TDIC - Clientes

Elementos Centrais (1º quadrante)		
F > 5,61 e OME < 3,15		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Redes sociais	13,0	2,46
Celular	10,0	2,40
Internet	10,0	2,70
Televisão	7,0	3,14
Whatsapp	6,0	2,50
Computador	6,0	3,00
Praticidade	8,0	2,38
Elementos Intermediários (2º quadrante)		
F > 3,74 e OME > 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Aplicativos	9,0	4,11
Eficiência	6,0	3,17
Elementos Intermediários (3º quadrante)		
F< 3,74 e OME < 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Inovação	5,0	2,40
Conectividade	4,0	2,75
Visibilidade	2,0	2,50
Inteligência artificial	2,0	3,00
Pix	1,0	2,00
Elementos Periféricos (4º quadrante)		
F < 3,74e OME > 3,16		
Grupo semântico	**F**	**OME**
Jornal	2,0	5,00
Desenvolvimento	3,0	4,33
Utilidade	2,0	4,55

Fonte: dados da pesquisa.

As duas tabelas permitem configurar as representações sociais dos participantes, considerando seus elementos centrais e periféricos.

Os grupos semânticos com alta frequência (F) e baixa OME são considerados centrais nas representações, ao passo que aqueles com alta frequência e alta OME são menos centrais, mas também relevantes. Por outro lado, os grupos com baixa frequência e baixa OME são de importância intermediária, e os grupos com baixa frequência e alta OME são periféricos.

No primeiro quadrante das representações sociais de TDIC de gestores e funcionários, os elementos que compõem o núcleo central estão relacionados majoritariamente à necessária comunicação com seus clientes, considerando recursos e estratégias correlatos.

Já no segundo quadrante, destacadamente pelas suas altas frequências, os elementos Vendas, Televisão e Rádio estão fortemente ligados ao núcleo, sendo considerados intermediários. Vendas representa o principal objetivo da comunicação com seus clientes.

No terceiro e no quarto quadrantes, estão agrupados elementos considerados respectivamente intermediários e periféricos, constituídos de palavras de frequência abaixo da média, ou seja, palavras que não foram tão prontamente lembradas quanto aquelas dos dois primeiros quadrantes. São elementos que não incidem diretamente na estrutura do núcleo central, mas que não deixam de ser importantes na composição das representações.

Nestes dois últimos quadrantes, constam principalmente elementos associados a juízos e valores relacionados à utilização das TDIC. Com baixa frequência ou evocação em posições menos importantes, constam elementos de infraestrutura e de gestão, dos quais destacamos *Networking* e Sistema de gestão.

Relativamente, aos clientes, o núcleo das representações sociais também remete a uma ênfase na comunicação com as empresas, com elementos ligados a recursos e estratégias, ou seja, como terão acesso a informações de produtos e serviços oferecidos pelas empresas, o que parece ser bastante razoável num primeiro momento.

Esta perspectiva de satisfação de suas necessidades junto às empresas é reforçada nos demais quadrantes. No segundo, de forma bastante evidente, com os elementos Aplicativos e Eficiência. Nos terceiro e quarto quadrantes, os elementos estão relacionados principalmente a expectativas quanto aos produtos e serviços adquiridos/contratados.

De modo geral, os grupos semânticos do núcleo das representações, tanto de gestores e funcionários quanto de clientes, estão associados principalmente às formas de utilização das TDIC, focadas na comunicação. De um lado, uma boa comunicação para vender, de outro lado para comprar produtos e serviços.

Elementos que poderiam apoiar a gestão e a organização das empresas ou, por exemplo, planejar a compra/contratação de produtos e serviços ou, ainda, otimizar o consumo, ficaram ausentes do núcleo. Esta ausência reforça a perspectiva de um estágio ainda inicial do "consumo da tecnologia", bastante marcado por uma perspectiva acrítica ou de subaproveitamento do potencial tecnológico (Oliveira *et al.*, 2019).

Elementos como inteligência artificial, atualidade, desenvolvimento, inovação remetem a uma perspectiva futura, uma projeção que ainda não destacaria o uso das TDIC nas atividades cotidianas. Os sentidos manifestados através destes elementos

indicam visões deterministas, instrumentalistas e mesmo de deslumbramento ingênuo (apologia), associadas às tecnologias e características do senso comum (Ustra; Loiola; Ustra, 2025).

O conhecimento da estrutura das RS, considerando seu núcleo central e sistema periférico, remete ao planejamento de estratégias empresariais e de consumo consciente que utilizem as tecnologias digitais para compreender, identificar e resolver problemas vivenciados em situações cotidianas e diretamente relacionadas à área de atuação das PME. Esta estratégia envolve o questionamento direto (a problematização) da perspectiva de "consumo" mecânico (acrítico) de informações acessíveis no meio digital.

Uma possibilidade para avançar no processo de transformação digital das empresas e ajudar a construir um panorama mais detalhado seria considerar três áreas principais: liderança e estratégia, cultura e pessoas e estrutura e processos (Jacobi e Brenner, 2018). Isso permitiria a elaboração de propostas mais adequadas à realidade local.

Desta forma, investe-se diretamente contra o núcleo central das RS, evitando uma mera reorganização do sistema periférico. O conhecimento objetivo da estrutura das RS é fundamental, pois "o questionamento ("ataque") do núcleo central é necessário para a transformação de uma representação" (Abric, 2000, p. 37).

Nesse sentido, certamente o desenvolvimento de atividades extensionistas que valorizem ações e conhecimentos produzidos na Universidade e nas empresas, teria forte contribuição para a necessária transformação digital das MPEs.

Destaca-se a ideia de extensão enquanto uma "via de mão-dupla", onde os conhecimentos a serem valorizados tanto são encontrados no ambiente universitário quanto no espaço das MPEs, sem priorizar um em detrimento do outro.

Em um estudo recente, que buscou compor um panorama sobre as ações extensionistas na área de Computação, sugere-se "trabalhar com as demandas da sociedade, respeitando-se a dialogicidade entre universidade e público externo" (Miranda; Amaral, 2023, p. 21).

Assume-se, pois que tanto participantes quando equipe executora aprenderão uns com os outros, construindo um conhecimento autêntico no processo. Aos participantes "se lhes problematiza sua situação concreta, objetiva, real, para que, captando-a criticamente, atuem também criticamente, sobre ela" (Freire, 1983, p. 14). Desta forma, os aprendizados produzidos poderão também contribuir para a formação profissional na universidade.

CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo conhecer as representações sociais relativas às TDIC de gestores, funcionários e clientes de MPEs da cidade de Ituiutaba/MG. O conhecimento da realidade local foi fundamental. Para isso, foram consideradas informações das micro e pequenas empresas (MPEs) do município, obtidas em diversas fontes, as quais permitiram uma compreensão detalhada, levando em conta aspectos cruciais para a utilização das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC). Destacaram-se fatores como o baixo crescimento demográfico, a estrutura etária da população, a distribuição de renda, a atuação de instituições de educação superior, o setor econômico, as atividades desenvolvidas e os postos de trabalho.

A compreensão da estrutura das representações sociais de TDIC dos gestores, funcionários e clientes no contexto das PMEs permitiu destacar elementos centrais que contribuem para configurar desafios e possibilidades na almejada transformação digital.

Considerar esses desafios e possibilidades requerem o conhecimento das representações sociais envolvidas e uma atuação criteriosa na sua transformação, tarefa que é árdua e morosa, mas imprescindível, especialmente para as empresas locais e sua interação com os clientes.

A expectativa é que os resultados contribuam para a criação de um espaço de diálogo entre a Universidade e as MPEs, resultando na caracterização das principais TDIC utilizadas e na ampliação dos processos de digitalização. Essa articulação promete boas perspectivas de continuidade e expansão dessas atividades junto às empresas interessadas.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem a bolsa de extensão e o apoio recebidos da Pró-reitoria de Extensão da UEMG.

REFERÊNCIAS

ABRIC, Jean-Claude. A abordagem estrutural das representações sociais. In: Moreira, A.S.P.; Oliveira, D.C. (Org.). Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, p. 27-38, 2000.

ADBI. Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial. Maturidade Digital das MPEs Brasileiras. Brasília: ADBI, 2022. Disponível em: https://api.abdi.com.br/file-manager/upload/files/Mapa_da_Digitaliza%C3%A7%C3%A3o_das_MPEs_Brasileiras__1___1_.pdf. Acesso em 17 mar. 24.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Panorama – Brasil/Minas Gerais/Ituiutaba. Rio de

Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/ituiutaba/panorama. Acesso em: 29 jun. 2024.

IDE, Andrey; MATTEI, Lauro F. Análise dos impactos da Covid-19 sobre os setores de serviços no Brasil e em Santa Catarina. Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense, v. 10, p. 43-68, 2021.

JACOBI, Robert; BRENNER, Ellena. How large corporations survive digitalization. In: Digital Marketplaces Unleashed. Springer, Berlin, Heidelberg, p. 83-97, 2018.

LAHLOU, Saadi. Difusão das Representações e Inteligência Coletiva Distribuída. In: ALMEIDA, Angela M.O.; SANTOS, Maria F.S.; TRINDADE, Zeidi A. (orgs.) Teoria das Representações Sociais - 50 Anos. 2a. Edição. Brasília: TechnoPolitik Editora, 2019, p. 59-99.

LAVELLI, Alexander F.; LIMA, Paulo F.; PIRATELLI, Claudio L.; ESCRIVÃO FILHO, Edmundo; MAZZALI, Leonel; COSTA, Vera M. H. M. Utilização de Tecnologia da Informação por Micro e Pequenas Empresas: Estudo do Setor de Cerâmica Artística e de Decoração de Município do Estado de São Paulo. Revista de Administração, Sociedade e Inovação, v. 7, p. 104-122, 2021.

LÖSCH, Silmara; RAMBO, Carlos A.; FERREIRA, Jaques L. A pesquisa exploratória na abordagem qualitativa em educação. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, Araraquara/SP, v. 18, e023141, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.21723/riaee.v18i00.17958. Acesso em 22 jun 2024.

MIRANDA, Frederico S.; AMARAL, Marília A. Um panorama das ações extensionistas desenvolvidas em cursos superiores de Computação. Educação em Revista, v. 39, p. e38875, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0102-469838875. Acesso em 29 mai. 2026.

MOSCOVICI, Serge. A máquina de fazer deuses. Rio de Janeiro, Imago, 1990.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. Rio de Janeiro, Vozes, 2003.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

OLIVEIRA, Alex J.; RIBEIRO, Edwirgem; BADKE, Wanessa. Como futuros professores de matemática entendem o uso das tecnologias digitais na educação matemática. Revista Eletrônica Debates em Educação Científica e Tecnológica, v. 7, n. 01, p. 53-68, 2019. Disponível em: https://ojs.ifes.edu.br/index.php/dect/article/view/187. Acesso em: 5 nov. 2023.

PINTO, Danieli; MOLINA, Letícia G.; PALETTA, Francisco C. Uso das tecnologias da informação e comunicação na gestão da informação e do conhecimento nas organizações. Perspectivas em Gestão & Conhecimento, v. 12, n. 1, p. 80–96, 2022.

RUBAL, Sara M.; ORNELAS, Maricela L. Marketing digital y posicionamiento web en comunicación científica: a propósito de un caso en el área de Comunicación. Texto Livre, v. 14, n. 1, p. e26251, 2021.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. DataMPE – Ituiutaba. 2024. Disponível em: https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/ituiutaba. Acesso em: 15 jun. 2024.

SCHUR, Rafael D.; SABIÁ, Rodrigo; TRABASSO, Rafael. Modelos de plataforma em pequenos negócios: Um desafio para as empresas maduras. REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal, v. 14, p. e2482, jan. 2025. Disponível em: https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2482. Acesso em 20 de mai. 2026.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

USTRA, Mara K.; LOIOLA, Jorge L.; USTRA, Sandro R.V. Representações de tecnologias digitais em disciplinas de Cálculo: implicações na formação em Ciência da Computação. Revista Eletrônica Debates em Educação Científica e Tecnológica, v. 15, n. 1, 2026. Disponível em: https://revistas.ifes.edu.br/index.php/dect/article/view/2853. Acesso em: 29 mai. 2026.