

**ATRIBUTOS SIMBÓLICOS E INSTRUMENTAIS DE ATRATIVIDADE DE EMPRESAS  
EMPREGADORAS EM INDÚSTRIAS NASCENTES: O CASO DA INDÚSTRIA DE CARNE  
CULTIVADA**

**PAULO FERNANDO CHMIK**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

Agradecimento à órgão de fomento:

Não há.

## **ATRIBUTOS SIMBÓLICOS E INSTRUMENTAIS DE ATRATIVIDADE DE EMPRESAS EMPREGADORAS EM INDÚSTRIAS NASCENTES: O CASO DA INDÚSTRIA DE CARNE CULTIVADA**

### **Introdução**

Alinhar estrategicamente os talentos humanos é um desafio imposto pelas novas realidades, principalmente a adequação de interesses individuais e grupais ao atingimento de objetivos e metas (PRIMO et al., 2014). Atrair, selecionar e reter talentos adequados são diferenciais importantes para um melhor alinhamento entre as partes interessadas (HIGHHOUSE et al., 2003). Neste estudo, é tratada a AE no contexto da inovação. A inovação é característica simbólica importante mencionadas por Lievens e Highhouse (2003), e nesta pesquisa, é representada pela carne cultivada.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Quais atributos da atratividade de empresas empregadoras (instrumentais - materiais, como carreira e salários - e simbólicos, não monetários, como prestígio, visibilidade e valores) as organizações que comercializam e produzem proteínas cultivadas utilizam para tornar seus postos de trabalho mais atrativos? Desta forma, tendo em vista a questão que orienta esta pesquisa, este trabalho tem por objetivo principal explorar a atratividade de empresas empregadoras para potenciais candidatos no contexto da indústria nascente, que no caso serão representadas pelas startups de carne cultivada.

### **Fundamentação Teórica**

Berthon et al. (2005) definem a atratividade do empregador como os possíveis benefícios que um potencial colaborador enxerga ao fazer parte de uma organização específica. Lievens e Highhouse (2003) categorizam os atributos da atratividade do empregador em instrumentais (o que a organização oferece em termos objetivos e factuais, como remuneração e oportunidades de promoção) e simbólicos (aspectos intangíveis, como prestígio). Em startups, Moser et al. (2017) sugerem o fortalecimento de atributos relacionais e flexibilidade. As startups de carne cultivada surgiram recentemente.

### **Metodologia**

Para esta pesquisa, foram selecionadas empresas de carne cultivada com mais de 5 anos e com alto nível de investimentos. No período de 12/06/2023 a 12/07/2023 foram levantadas vagas destas startups. Os dados foram submetidos a uma análise de conteúdo (BARDIN, 2000) onde foram estabelecidas categorias que correspondem ao objetivo da pesquisa, selecionando-se os principais termos relacionados aos atributos instrumentais e simbólicos da atratividade do empregador com base na literatura (LIEVENS; HIGHHOUSE, 2003). A abordagem é qualitativa e a estratégia é estudo de casos múltiplos.

### **Análise dos Resultados**

As empresas de carne cultivada estudadas exigem candidatos qualificados, algumas vezes com doutorado, e que sejam fluentes em duas línguas. Dentre os principais atributos instrumentais identificados, ressaltam-se os benefícios, como planos de saúde, odontológico e até mesmo para pets. Destacam-se também questões como participação nos lucros e direito a ações da empresa. Os atributos simbólicos estão intimamente vinculados ao aspecto sustentável do produto. Todas as páginas e anúncios trazem estas questões e sublinham a importância do trabalho para com a sociedade.

## **Conclusão**

Por meio da pesquisa, pôde-se concluir que as empresas de carne cultivada, que buscam legitimidade (HÜBEL; SCHALTEGGER, 2022), investem bastante em suas páginas virtuais, focando em especial em seu layout, bem como em fotos que favoreçam a aceitação pela “nova alimentação”. Nos anúncios de emprego, é ressaltada a marca empregadora destas organizações. , trazendo principalmente alinhamento a valores de sustentabilidade, e buscando pessoas “apaixonadas pela causa”, como no caso da Meatable, sendo o direcionamento dado aos atributos simbólicos, considerando o aspecto de identificação (RAY, 2006).

## **Referências Bibliográficas**

STEPHENS, N. Join our team, change the world: edibility, producibility and food futures in cultured meat company recruitment videos. *Food, Culture ; Society*, [S.L.], v. 25, n. 1, p. 32-48, 31 mar. 2021. Informa UK Limited. LIEVENS, F.; HIGHHOUSE, S. The relation of instrumental and symbolic attributes to a company's attractiveness as an employer. *Personnel psychology*, v. 56, n. 1, p. 75-102, 2003. MOSER, K.; TUMASJAN, A.; WELPE, I. M. What is the right mix? Toward a compensatory theory of employer attractiveness. *Toward a Compensatory Theory of Employer Attractiveness* (April 4, 2021), 2021