

FACULDADE NOVOS HORIZONTES

Programa de Pós-graduação em Administração
Mestrado

**IDENTIDADE DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS:
estudo em uma organização no segmento da mídia nacional**

Carlito Aparecido Lopes

Belo Horizonte

2013

Carlito Aparecido Lopes

IDENTIDADE DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS:
estudo em uma organização no segmento da mídia nacional

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos Horizontes, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Zille Pereira

Linha de Pesquisa: Organização e Estratégia

Área de Concentração: Relações de poder e dinâmica das organizações.

Belo Horizonte

2013



Faculdade Novos Horizontes
Mestrado Acadêmico em Administração

**MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO
DA FACULDADE NOVOS HORIZONTES**

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Organização e Estratégia

MESTRANDO(A): **CARLITO APARECIDO LOPES**

Matrícula: 770436

LINHA DE PESQUISA: RELAÇÕES DE PODER E DINÂMICA DAS ORGANIZAÇÕES

ORIENTADOR(A): Prof. Dr. Luciano Zille Pereira

TÍTULO: **IDENTIDADE DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS: ESTUDO DE CASO EM
UMA ORGANIZAÇÃO NO SEGMENTO DA MÍDIA NACIONAL.**

DATA: 14/03/2013

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Luciano Zille Pereira
ORIENTADOR
Faculdade Novos Horizontes

Prof. Dr. Wendel Alex Castro Silva
Faculdade Novos Horizontes

Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto
FUMEC


DECLARAÇÃO DE REVISÃO DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Declaro ter procedido à revisão da dissertação de mestrado, área de concentração "Relações de poder e dinâmica das organizações", de autoria de Carlito Aparecido Lopes, sob a orientação do Professor Doutor Luciano Ziller Pereira, apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos Horizontes, intitulada: "IDENTIDADE DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS: Estudo de caso em uma organização do segmento da mídia nacional".

Dados da revisão:

- Correção gramatical
- Adequação do vocabulário
- Inteligibilidade do texto

Belo Horizonte, 26 de fevereiro de 2013.


Afonso Celso Gomes
Revisor

Registro LP9602853/DEMEC/MG
Universidade Federal de Minas Gerais

À minha mãe (*in memoriam*); ao meu pai
(*in memoriam*); aos meus familiares; aos
meus amigos; e ao amor da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Em especial e em primeiro lugar a Deus, por todas as dádivas recebidas, pela saúde e pela sabedoria em cada etapa da trajetória do mestrado.

Ao meu orientador, professor e doutor Luciano Zille, que, com muita dedicação, paciência, presteza e sabedoria pautada em sua ética e responsabilidade, concedeu-me, não obstante seu precioso tempo, as diretrizes exatas para a evolução desta pesquisa. Obrigado por acreditar que eu seria capaz de desenvolver esta pesquisa.

Ao professor e doutor Luiz Carlos Honório, por dividir um pouco de sua sabedoria comigo nas disciplinas por ele ministradas e pela tutoria na *Vivência de Pesquisa* durante o curso. É um professor exemplar.

Aos demais membros da banca, por disponibilizarem um pouco de seu tempo para apreciar este trabalho e pelas discussões e sugestões, favorecendo as minhas reflexões.

Aos professores e funcionários da Faculdade Novos Horizontes, pela convivência, apoio e disponibilidade.

Aos meus amigos, que, com muita paciência, entendimento e consciência, entenderam que a minha ausência não foi por acaso nos momentos de aconchegos, festividades, reuniões e comemorações diversas. Eu tinha um grande projeto de vida pela frente e minha dedicação seria essencial para concluí-lo com êxito.

Ao meu pai Cosme Nazário Lopes (*in memoriam*), minha mãe, Maria do Espírito Santo Lopes (*in memoriam*), e, com carinho especial, à minha querida avó materna, Virgínia Ferreira de Matos (*in memoriam*) que, se estivessem ao meu lado, com certeza, a torcida seria implacável por minha prosperidade no trabalho.

À minha família (irmãos, primos, tios e sobrinhos), que, mesmo não vivenciando o meu dia a dia, de longe, torceu, e torce sempre, pelo meu sucesso, que, com muita dificuldade, tenho conseguido conquistar.

Ao Marcelo Sena, meu amigo de todas as horas e momentos. Obrigado por ser meu amigo e por estar sempre me apoiando. Obrigado por estar sempre disponível para me ouvir, para conversar e para me dar forças nas horas mais difíceis.

Ao meu gerente, Francisco Bernardes, que contribuiu a seu jeito para a realização do meu curso de mestrado, apoiando-me e dando-me forças.

Ao gestor de contrato Valdecir Ruberti Rezende, pelo apoio. Você entendeu minha necessidade de me qualificar um pouco mais e disponibilizou parte do tempo do meu trabalho dedicado à empresa para que eu frequentasse as aulas durante os últimos dois anos.

A todos os amigos de trabalho, tanto da unidade de Belo Horizonte quanto da unidade do Rio de Janeiro, que fizeram parte da minha pesquisa respondendo aos questionários e às entrevistas.

Aos amigos do mestrado, todos, sem exceção, com os quais pude compartilhar uma forma tão intensa de anseios, preocupações e expectativas.

*"Comece fazendo o que é necessário, depois o que é possível e de repente você
estará fazendo o impossível."*

São Francisco de Assis

RESUMO

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a configuração da identidade organizacional de empregados terceirizados que prestam serviços em uma organização contratante com atuação nas cidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro, tendo como referência a Escala de Identificação Organizacional – EIO (1998). A argumentação teórica referente à identificação organizacional foi desenvolvida com base em Erikson (1968), Goffman (1987), Sainsauleiu (1995), Caldas e Wood Jr. (1997), Machado (2003), Bauman (2005), Dubar (2005), Hall (2006) e Castells (2008). No que se refere à identificação organizacional, buscou-se compreender o processo de identificação dos indivíduos com a organização, utilizando os dois modos de identificação propostos por Pratt (1998): identificação por afinidade e identificação por imitação. A unidade de análise da pesquisa contemplou a organização contratante de serviços envolvendo as filiais de Belo Horizonte e Rio de Janeiro. Quanto aos aspectos metodológicos, a pesquisa foi de natureza descritiva e a abordagem foi quantitativa e qualitativa. Em relação aos meios adotou-se o *Survey*. Os dados foram obtidos de forma censitária, por meio de questionário e entrevista, envolvendo os 141 sujeitos pesquisados. A análise dos dados demográficos e funcionais foi realizada com base na distribuição de frequência. Quanto à análise da identidade organizacional, foi utilizada a estatística descritiva. Utilizou-se o teste não paramétrico de *Wilcoxon* para avaliar as diferenças entre os escores referentes aos fatores de identidade organizacional. Para avaliar as diferenças entre as características demográficas e funcionais e fatores relativos à identidade organizacional, foram utilizados os testes não paramétricos *Mann-Whitney* e *Kruskal-Wallis*. Os resultados apontaram para uma identificação moderada em relação à identificação por imitação e identificação por afinidade, com uma pequena preponderância em relação à primeira.

Palavras chave: Terceirização. Identidade pessoal. Identidade social. Identidade do trabalho. Identidade organizacional. Identificação por afinidade. Identificação por imitação.

ABSTRACT

The overall objective of this research was to analyze the organizational identity of outsourced employees who provide services in a contracting organisation operating in the cities of Belo Horizonte and Rio de Janeiro, having as reference the scale of Organizational Identification-EIO (1998). The theoretical arguments pertaining to organizational identification was developed based on Erikson (1968), Goffman (1987), Sainsauleiu (1995), Caldas and Wood Jr. (1997), Machado (2003), Bauman (2005), Dubar (2005), Hall (2006) and Castells (2008). With regard to organizational identification, sought to understand the process of identification of individuals with the Organization, using the two modes of identification proposed by Pratt (1998): identification by affinity and identification by imitation. The research analysis organization contemplated the contractor involving affiliates of Belo Horizonte and Rio de Janeiro. As regards the methodological aspects, the research was descriptive in nature and was a quantitative and qualitative approach. In relation to the means it took the Survey. The data were obtained from census form, through a questionnaire and interview, involving 141 subject researched. The analysis of demographic data and functional was held based on the frequency distribution. As for the analysis of organizational identity, was used the descriptive statistics. We used the non-parametric test of Wilcoxon test to evaluate the differences between scores on factors of organizational identity. To evaluate the differences between the demographic characteristics and functional and organizational identity-related factors, we used nonparametric tests Mann-Whitney and Kruskal-Wallis. The results pointed to a moderate in relation to identification identification by imitation and identification by affinity, with a small preponderance in relation to the first.

Key Words: Outsourcing. personal identity. Social identity. Identity of the Work. Organizational identity. Identification by affinity. Identification by imitation.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o gênero	53
GRÁFICO 2 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o estado civil	54
GRÁFICO 3 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a escolaridade	55
GRÁFICO 4 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o tempo de serviço .	56
GRÁFICO 5 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo as horas de trabalho por semana.....	58

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Denominações, definições, itens integrantes e índices de precisão da Escala de Identificação Organizacional (EIO)	37
TABELA 2 - Quadro funcional de empregados terceirizados que prestam serviço na contratante e pesquisada de Belo Horizonte – MG	51
TABELA 3 - Quadro funcional de empregados terceirizados que prestam serviços na contratante e pesquisada do Rio de Janeiro – RJ	52
TABELA 4 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a faixa etária.....	54
TABELA 5 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a faixa de renda familiar	55
TABELA 6 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a área de trabalho	57
TABELA 7 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a ocorrência de outro emprego	58
TABELA 8 - Caracterização dos sujeitos pesquisados, segundo os fatores da identificação organizacional	60
TABELA 9 - Avaliação dos escores referentes às dimensões de identificação organizacional	61
TABELA 10 - Caracterização dos sujeitos pesquisados, segundo a dimensão identificação por afinidade	63
TABELA 11 - Caracterização dos sujeitos pesquisados, segundo a dimensão identificação por imitação	65
TABELA 12 - Avaliação dos escores referentes às dimensões da identificação organizacional, por sexo.....	68
TABELA 13 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por faixa etária	69
TABELA 14 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por estado civil.....	69
TABELA 15 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por escolaridade	70
TABELA 16 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por renda familiar.....	71
TABELA 17 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por tempo de serviço	72
TABELA 18 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, segundo a ocorrência de outro emprego	72

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EIO - Escala de identificação organizacional

EUA - Estados Unidos da América

ISO - *International Organization for Standardization*

PASW - *Predictive Analytics Software*

TST - Tribunal Superior do Trabalho

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Objetivos	17
1.1.1 Objetivo geral	17
1.1.2 Objetivos específicos.....	17
1.2 Justificativa	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 Identidade	20
2.1.1 Níveis de identidade.....	25
2.1.1.1 Identidade organizacional	26
2.1.1.2 Identidade social	29
2.1.1.3 Identidade profissional	31
2.1.1.4 Identidade pessoal	32
2.1.2 Identificação por afinidade e identificação por imitação	35
2.2 Terceirização e seu processo	37
2.2.1 Vantagens e desvantagens da terceirização	41
3 METODOLOGIA DO ESTUDO EMPÍRICO	44
3.1 Abordagem de pesquisa.....	44
3.2 Tipo de pesquisa	44
3.3 Unidade de análise e sujeitos	45
3.4 Técnicas de coleta de dados.	46
3.5 Técnicas de análise de dados	47
4 AMBIÊNCIA DA PESQUISA	49
4.1 A organização: contratante	49
4.2 A organização: contratada	50
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	53
5.1 Caracterização dos sujeitos investigados	53
5.2 Análise descritiva da identificação organizacional	59
5.3 Análise da relação entre identificação organizacional e as variáveis demográficas e funcionais do estudo	68
5.4 Aspectos e características entre identidade e terceirização.....	73
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	83
ANEXOS	87
APÊNDICES	92

1 INTRODUÇÃO

No mundo do trabalho, de modo geral, muitas mudanças e transformações decorrentes tanto da globalização quanto dos avanços tecnológicos aconteceram nas últimas décadas, a partir do surgimento de novas tecnologias e formas de gestão. Tais mudanças estão presentes nos modos de gerir, nos processos de produção nas transformações que passaram a ocorrer na comercialização de bens e serviços. A busca constante pela competitividade e a conquista de novos mercados aparecem como motivos relevantes para as organizações fomentarem seus processos operacionais e suas relações trabalhistas. Nesse contexto, elas passaram a adotar diversas estratégias voltadas para aumentar sua produtividade, com a maximização de lucros e a minimização de custos (PESSAMILO, 2007).

A busca pela flexibilização da produção e do trabalho levou à descentralização das empresas, por meio da externalização de algumas atividades, assumindo diversas formas de trabalho, como a terceirização de serviços, que acabou por desenvolver uma nova categoria de trabalhadores nas organizações: a dos prestadores de serviços (DRUCK, 2000).

As organizações se viram compelidas, então, a rever seus processos internos de organização e gestão. Nesse cenário é que surge a terceirização de serviços, da qual trabalhadores fazem parte, prestando serviços dos mais diversos tipos.

Diante desse contexto de mudanças e de alternativas organizacionais a respeito da terceirização de serviços, cabe destacar que

[...] a formação de arranjos empresariais ou parcerias estratégicas entre organizações vem ganhando destaque justamente por proporcionar resultados sinérgicos baseados na complementaridade, compartilhamento, colaboração e conectividade de recursos e capacidades (VINHAS; BECKER, 2000, p. 168).

Na visão de Vinhas e Becker (2006), a terceirização pode ser um desses arranjos empresariais e dessas parcerias estratégicas estabelecidas entre as organizações em sua busca de competitividade. Na abordagem sobre terceirização Brito, Marra e Carrieri (2012) explicam que a prática da terceirização não é novidade no mundo dos

negócios, estando relacionada com a qualidade, a competitividade e a produtividade. Pode trazer consequências para os empregados terceirizados, criando neles certa confusão de identidade entre a organização contratante e a contratada, o que geraria dúvida sobre "à qual organização eles pertencem". Segundo esses autores, além do tratamento distinto dado aos empregados efetivos e aos terceirizados e da dificuldade de relacionamento entre essas duas categorias, existem a diferença salarial e a de qualificação. Nesse sentido, este estudo se propõe a investigar a respeito da identidade dos empregados terceirizados.

Diante do interesse do estudo sobre identidade dos empregados terceirizados, vale ressaltar que a terceirização tem sido uma das estratégias mais eficientes de competitividade empregadas em algumas atividades das empresas brasileiras e estrangeiras como procedimento eficaz para obter o bom funcionamento de outras atividades e, com isso, reduzir seus custos operacionais (BRITO; MARRA e CARRIERI, 2012). No entanto, nas palavras de Enriquez (1997), muitas empresas planejam e buscam seus objetivos sem dedicar um olhar adequado às necessidades dos indivíduos e ao papel do trabalho na vida humana, apoiando-se em um modelo de organização incompatível com a função de agentes formadores da sociedade.

Considerando a nova ambiência, dotada de novas estratégias de organização e de gestão nas organizações, que acabou desenvolvendo uma categoria de trabalhadores que se situa na periferia do sistema produtivo (BRITO; MARRA; CARRIERI, 2012), faz-se necessário entender as complexidades inerentes às organizações que utilizam a terceirização de serviços em suas atividades, nas mais diversas modalidades. Brito Marra e Carrieri (2012) argumentam que o trabalho terceirizado apresenta especificidades que permitem uma análise qualificada sob os pontos de vista teórico e empírico entre a identidade e o trabalho.

Para entender a construção da identidade dos empregados, busca-se apoio em Machado (2003), para quem o indivíduo manifesta sempre a vontade de pertencer a um grupo específico, atribuindo-se uma autopercepção e vendo o outro como referência. Com isso, assimila uma lógica de ação em comum com os demais membros. Na visão da autora, subentende-se que o indivíduo, com o passar do

tempo, vai se identificando com determinado grupo de seu convívio social, criando, assim, sua identidade.

Arendt (2000), ao conjugar trabalho e identidade, propõe que o trabalho deve ser visto como o elemento central da construção da autoimagem e da imagem social (identidade para si e identidade para os outros) dos sujeitos trabalhadores. Na visão do autor, o trabalho é visto como um papel importante para o empregado na construção da identidade social e da identidade organizacional.

Machado-da-Silva e Nogueira (2003) esclarecem que os grupos e as organizações são dotados de identidade, adquirida por meio do processo de identificação. Os indivíduos são influenciados pela identidade destes grupos e também pela identidade organizacional. Nesse sentido, à medida que os indivíduos vão se identificando, eles passam a absorver uma nova identidade.

Machado (2003) considera que a identidade assume quatro perspectivas de análise: a) identidade pessoal - é a percepção de si ou sua autopercepção; b) identidade social - é a construção realizada por meio da interação com grupos sociais diversos; c) identidade organizacional - é a construção do conceito de si, relacionada à organização na qual atua; e d) identidade profissional - refere-se à construção do conceito do "eu" em razão da atividade que realiza e do ambiente produtivo. Ressalta-se, ainda, que uma forte identificação dos indivíduos com a organização aumenta a cooperação entre seus membros (MACHADO, 2003).

A identidade pessoal, para Machado (2003), traz para o indivíduo o conceito de si mesmo e orienta sua ação individual; a identidade social, configura-se como a percepção dos indivíduos dentro de vários grupos; a identidade no trabalho é constituída na organização em que o indivíduo trabalha. No âmbito organizacional, o processo compreende as crenças e os valores que os membros da organização compartilham entre si.

Portanto, no processo de terceirização podem existir elementos que podem causar confusão na mente dos empregados terceirizados, como sobre à qual organização

pertencem e qual é o seu grupo social na organização, que acabam influenciando a formação da identidade do empregado.

Diante das reflexões apresentadas até então, tem-se como pergunta direcionadora deste estudo: *Qual a configuração da identidade de empregados terceirizados que prestam serviços numa organização no segmento da mídia nacional?*

Adotou-se como instrumento de pesquisa a Escala de Identificação Organizacional (EIO), que se trata de uma medida multidimensional construída e validada com o objetivo de verificar como o empregado se identifica com a organização. Trata-se de um modelo proposto por Oliveira (2008) a partir dos modos de identificação por afinidade e de identificação por imitação, que são embasados em Pratt (1998). Pratt (1998) argumenta que a identificação por afinidade é vista como aquela com a qual o indivíduo se identifica em uma organização que ele acredita ter valores e crenças similares aos seus. Já a identificação por imitação é aquela na qual o indivíduo incorpora crenças e valores da organização, gradualmente ou até mais rapidamente, para construir sua identidade. Conforme Machado (2003), uma identificação forte com a organização aumenta a cooperação entre seus integrantes. Portanto, torna-se relevante, estudar a identificação organizacional dos empregados terceirizados.

1.1 Objetivos

Neste item do trabalho será abordado o objetivo geral e os objetivos específicos nos quais serão investigados na pesquisa.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a configuração da identidade organizacional de empregados terceirizados de uma organização do segmento da mídia nacional com atuação nas cidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro, tendo como referência a Escala de Identificação Organizacional – EIO (1998).

1.1.2 Objetivos Específicos

- . Identificar e descrever a identidade por imitação dos empregados terceirizados alocados nas unidades pesquisadas da empresa contratante;

- . Identificar e descrever a identidade por afinidade dos empregados terceirizados alocados nas unidades pesquisadas da empresa contratante;
- . Analisar a relação identidade por afinidade e identidade por imitação, à luz dos dados demográficos e funcionais dos empregados terceirizados.

1.2 Justificativa

Justifica-se o desenvolvimento deste trabalho de pesquisa com base nas óticas acadêmica, organizacional, social e do autor.

Diante da necessidade de aumentar a competitividade, de otimizar custos e de melhorar a qualidade de seus bens e serviços, cada vez mais as empresas estão incorporando empregados terceirizados em seu processo produtivo. Dessa forma, descrever e analisar como funciona e como se dá a identidade dos empregados terceirizados contribuirá para a elaboração de um estudo significativo sob o ponto de vista acadêmico, na medida em que abordará questões acerca do comportamento humano. Assim, a pesquisa poderá oferecer contribuições teóricas aos estudos acadêmicos sobre identidade e terceirização no contexto das organizações.

Pesquisas sobre identidade já foram abordadas por pesquisadores tanto nacionais quanto internacionais, mas estudos voltados para o mundo da terceirização - ou seja, especificamente estudos sobre a identidade de empregados terceirizados - ainda são menos investigados. Alguns bancos de dados foram consultados com a intenção de encontrar estudos relacionados à identidade, como Biblioteca digital Brasileira de Teses e Dissertações, e base de dados de universidades, como UFMG, UERJ, USP e PUC Minas. Outras consultas foram realizadas nos bancos de dados da CAPES, ANPAD, SCIELO e EBSCO.

Para a organização, a pesquisa será importante, já que poderá contribuir para a administração das empresas contratantes e contratadas a conhecer e para identificar a percepção dos empregados a respeito da identidade organizacional, podendo, futuramente, implantar estratégias administrativas eficientes de gestão dos empregados terceirizados, com o objetivo de fomentar a identificação organizacional.

Para a sociedade, esta pesquisa será relevante devido à amplitude da mão de obra terceirizada absorvida pelas organizações atualmente nos mais variados ramos de atividade, como também por acreditar que, com base na abordagem exposta, poderá melhorar o entendimento de sua importância no contexto social. Considerando que os indivíduos necessitam de emprego para prover sua família, entender como cada indivíduo terceirizado se sente dentro de uma organização é de extrema importância, já que esta modalidade de trabalho, já há algumas décadas, faz parte da vida de muitos trabalhadores, que a têm como forma de sobrevivência no mundo do trabalho.

Esta dissertação compõe-se de seis capítulos, incluindo esta Introdução, em que constam o objetivo geral e os objetivos específicos, o problema de pesquisa e a justificativa. No segundo capítulo, aborda-se a fundamentação teórica, traçando os conceitos sobre identidade e sobre terceirização e seu processo. No terceiro capítulo, apresenta-se a metodologia adotada para a realização da pesquisa. No quarto capítulo, apresenta-se a ambiência do estudo. No quinto capítulo, procede-se à apresentação e análise dos resultados. No sexto capítulo, formulam-se as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste referencial teórico, apresenta-se a revisão da literatura, abordando os conceitos e perspectivas do construto central proposto na pesquisa, que é identidade organizacional. Está estruturado da seguinte forma: identidade (níveis de identidade e identificação por afinidade e por imitação) e terceirização e seu processo (vantagens e desvantagens da terceirização).

2.1 Identidade

Estudos sobre a identidade ao longo de anos vêm interessando a pesquisadores de diferentes linhas epistemológicas. Tais adeptos investigam a identidade em diversos níveis, perspectivas e objetivos (CALDAS;E WOOD JR, 1997).

Caldas e Wood Jr. (1997) argumentam que a palavra *identidade* foi originada da lógica, da álgebra e da filosofia clássica. Depois de atravessar diferentes estudos científicos e de escolas de pensamento, foi ganhando novas conceituações, obtendo, assim, novos significados. Segundo esses autores, a palavra *identidade* é derivada dos vocábulos latinos *idem* e *identitas*, que significam "o mesmo", e *entitas*, que significa "entidade".

Lasch (1990) argumenta que a utilização da palavra *identidade* demonstra sentido de permanência, uniformidade e continuidade. O indivíduo identifica quando se acha parecido ou igual.

Na visão de Erikson (1976, p. 21), a formação da identidade é inseparável da evolução sociogenética, uma vez que somente dentro de um grupo definido ela pode existir. Ressalta, ainda, que o indivíduo pode transcender sua identidade e tornar-se verdadeiramente individual e, ao mesmo tempo, situar-se além da individualidade. O autor reforça este conceito argumentando que "a identidade é formada em um processo interno do indivíduo, fortemente influenciado por seu meio e por sua cultura".

Sobre a formação da identidade, o autor argumenta da seguinte forma:

A formação da identidade emprega um processo de reflexão e observação simultâneas, um processo que ocorre em todos os níveis do funcionamento mental, pelo qual o indivíduo se julga a si próprio à luz daquilo que percebe ser a maneira como outros o julgam, em comparação com eles próprios e com a tipologia que é significativa para eles; enquanto que ele julga a maneira pela qual eles o julgam, à luz do modo como se percebe a si próprio em comparação com os demais e com os tipos que se tornaram importantes para ele. Este processo é, ... em sua maior parte inconsciente. (Erikson, 1976, p. 21).

Este autor descreve o processo da formação da identidade no qual o indivíduo se vê refletido naquilo que ele percebe ser e na forma como os outros o julgam ser em comparação a si mesmo.

Mead (1934) ensina que o indivíduo se transforma por meio da linguagem com a sociedade e pressupõe sua existência. Para o autor, o *self*, a mente, a "consciência de" e o símbolo significante são constituídos juntos e inter-relacionados por meio da interação social. O *self* tem a característica de ser um objeto para si, e essa característica o distingue de outros objetos e corrobora o conceito de que o indivíduo é diferente do outro. O *self* - a pessoa, *persona* - é, essencialmente, uma estrutura social e surge da experiência social. A comunicação tem uma importância crítica nesse particular, pois se trata de um tipo de conduta por meio do qual o indivíduo é um objeto para si, ensejando, assim, ser uma *persona* no sentido reflexivo, ao modo como o indivíduo se vê e se autoconceitua. A identidade do indivíduo estaria relacionada a um grupo social ao qual ele pertence e convive com a organização na qual ele está inserido. Neste sentido, um indivíduo somente se tornaria completo a partir da adoção de atitudes e costumes do grupo social no qual ele se relaciona e quando incorporar-se às instituições na comunidade.

Sob outra ótica conceitual, Dubar (2005), afirma que a identidade reúne uma dupla operação de linguagem: generalização e diferenciação. A primeira refere-se à busca por pontos comuns em uma classe de elementos. Já a segunda refere-se à singularidade de alguém ou de coisas, tornando, assim, a identidade única e compartilhada.

A respeito da construção da identidade, vale mencionar:

A Identidade só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, um objetivo; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deve ser, e tende a ser, suprimida e laboriosamente oculta (BAUMAN, 2005, p. 21).

Ainda conforme Bauman (2005, p. 17), a identidade só emerge com a exposição à comunidade de ideias ou princípios, devido à existência de mais de uma ideia para manter-se unida. Para o autor, a identidade e o sentimento de pertencimento são frágeis, revogáveis e negociáveis, já que a maneira como o indivíduo age, toma decisões e escolhe seus caminhos é crucial tanto para o pertencimento quanto para a identidade. Ainda de acordo com Bauman (2005, p. 31), são fundamentais para a construção da identidade do indivíduo: os elementos da família, Estado e Igreja. Mas nos dias atuais as relações tendem a ser frágeis e a ser facilmente abandonadas, devido ao estabelecimento de relações eletronicamente medidas. O autor refere-se às relações de rede, utilizando para tal o termo *surfando na rede*, alegando que elas contribuem para o fracasso das relações tangíveis entre os indivíduos.

Lugares em que o sentimento de pertencimento era tradicionalmente investido (trabalho, família, vizinhança) são indisponíveis ou indignos de confiança, de modo que é improvável que façam calar a sede por convívio ou aplaquem o medo da solidão e do abandono (BAUMAN, 2005, p. 37).

Relata também que anteriormente o sentimento de pertencimento existente nos lugares era tradicionalmente bem investido em trabalho, família e vizinhos. Atualmente, não fazem mais parte do contexto de confiança. Ainda assim, o indivíduo sente necessidade de conviver ou então de aplacar o medo da solidão.

Dubar (2005) explica sobre a identidade:

A identidade nada mais é que o resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definam as instituições (DUBAR, 2005, p. 136).

Com esse argumento, o autor ilustra que a construção da identidade se dá a partir do processo de socialização sob diferentes formas e que o indivíduo se identifica a partir de suas relações. Dubar (2005) define a identidade do indivíduo como forma

de socialização, a partir do seu nascimento, passando pelo ciclo familiar e pelo ambiente escolar dentre outros, chamado de sociedade organizada (inacabada) a forma objetiva na qual ele é compulsoriamente obrigado a conviver com os mais variados grupos, organizações e instituições.

Em contrapartida, para Erikson (1987, p. 21), “a identidade possui duas dimensões centrais que são: trata-se de um processo localizado no âmago do indivíduo e, entretanto, no núcleo central da sua cultura coletiva”. Explicando melhor, o autor faz menção à identidade da seguinte forma:

[...] a formação da identidade emprega um processo de reflexão e observação simultâneas, um processo que ocorre em todos os níveis de funcionamento mental, pelo qual o indivíduo se julga a si próprio à luz daquilo que percebe ser a maneira como os outros o julgam, em comparação com eles próprios e com uma tipologia que é significativa para eles; enquanto que ele julga a maneira com eles o julgam, à luz do modo como se percebe a si próprio em comparação com os demais e com os tipos que se tornaram importantes para ele (ERIKSON, 1987, p. 21).

Na visão de Castells (2008, p. 21), a multiplicidade das identidades do indivíduo ou de um ator coletivo é a “fonte de tensão e contradição tanto na autorrepresentação quanto na ação social”. Para o autor, a construção das identidades se dá a partir de diferentes origens, como história, instituições, memória coletiva e fantasias pessoais, em contextos marcados por relações de poder. Com isso, as identidades são constituídas a partir de três propósitos: identidade legitimadora, que dá origem à sociedade civil, com o intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais; identidade de resistência, que origina a formação de comunas ou comunidades; e identidade de projeto, como o tipo mais importante de construção de identidade na sociedade, dando origem aos sujeitos e a formas de resistência coletiva diante de uma opressão.

Ainda, para Castells (2008), a identidade

[...] constitui fontes de significado para os próprios atores, por eles originadas, e construídas por meio de um processo de individuação. As identidades passam a ser formadas a partir de instituições dominantes, somente assumem tal condição quando e se os atores sociais as internalizam, construindo seu significado com base nessa internalização (CASTELLS, 2008, p. 23).

O autor aborda a importância das instituições para a formação da identidade dos indivíduos, à medida em que estes conseguem internalizá-la a partir do seu significado.

Por outro prisma, Hall (2006) explora questões pertinentes à identidade com base em três concepções bem diferentes: do sujeito do iluminismo, do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. O autor define o sujeito do Iluminismo como “um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado de capacidades de razão, de consciência e de ação”. Um sujeito centrado no seu “eu”, que nasce, cresce e continua o mesmo, “idêntico” ao longo de sua existência. Esta é o tipo de “concepção individualista do sujeito e de sua identidade” (HALL, 2006, p. 11).

A concepção do sujeito sociológico reflete a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que o sujeito não é autossuficiente, mas formado na relação com os outros que são importantes para ele, por meio de outros significados e que mediam valores, sentidos, cultura e símbolos do mundo que ele habita. De acordo com esta abordagem, a identidade se forma por meio da interação do “eu” com a sociedade, o qual pode ser formado e modificado continuamente, preenchendo espaço entre o "interior" e o "exterior", de acordo com os mundos culturais e as identidades oferecidas no decorrer da vida. A identidade unificada e estável está sendo fragmentada tornando-se composta de várias identidades. Neste sentido, “o próprio processo de identificação, por meio do qual é projetada a identidade cultural, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (HALL, 2006, p. 12).

Ainda, de acordo com Hall (2006), o sujeito pós-moderno não é dotado de uma identidade fixa, essencial ou permanente. Sua identidade se forma continuamente em relação às formas culturais nas quais os indivíduos vivenciam - ou seja, as várias e diferentes identidades que não são unificadas do eu coerente. Desse modo, Hall (2006, p. 13) adverte que, “se sentimos que uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora narrativa do eu”. Portanto, pode-se dizer que “a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”. Dessa forma, considerando a argumentação do autor é possível afirmar que não

existe identidade imutável. O indivíduo, a partir de sua socialização com o meio em que vive, adquire ao longo do tempo várias identidades.

Os níveis de identidade serão abordados na sequência.

2.1.1 Níveis de Identidade

A seguir, abordam-se os níveis de identidade, que são: organizacional, pessoal, social e a profissional.

Machado (2003) apresenta de forma sistemática o estudo da identidade sob quatro perspectivas para análise: identidade pessoal, identidade social, identidade no trabalho e identidade organizacional.

A identidade pessoal diz respeito à construção do autoconceito ao longo da vida de um indivíduo, por meio de relacionamentos sociais em todas as fases da vida, que o leva à conformação do eu, de sua individualização.

A identidade social, diz respeito à construção do autoconceito pela vinculação a grupos sociais, por meio de interação dos indivíduos. Ocorre com frequência na vida do indivíduo, com a finalidade de orientar e legitimar a ação, mediante o reconhecimento da vinculação social.

A identidade no trabalho está relacionada à construção do eu pela atividade que o indivíduo realiza e pelas pessoas com as quais mantém contato, mediante a interação com a atividade e com as pessoas no trabalho. Ocorre na juventude e na idade adulta, até a aposentadoria. Contribui para a formação da identidade pessoal, atuando como um fator motivacional.

E quanto à identidade organizacional, Machado (2003) argumenta que, refere-se à construção do conceito de si vinculado à organização na qual trabalha, mediante a interação com a instituição, ocorrendo a partir da juventude, com a finalidade de incorporar as instituições no imaginário, de forma a orientar a ação nessas organizações.

Em relação a este estudo, foi enfatizada a questão da identidade pessoal dos empregados terceirizados na organização contratante.

Para Machado (2003), apesar da diferenciação nos conceitos de cada tipo de identidade, uma complementaridade, ou ligação, está presente entre elas, pois estão embasadas na dialética dos indivíduos. É possível dizer, então, que um tipo de identidade está ligado a outro, já que todas as identidades estão inter-relacionadas subjetivamente no âmago dos indivíduos.

Nos itens seguintes, essas tipologias de identidade são aprofundadas.

2.1.1.1 Identidade Organizacional

Conforme Caldas e Wood Jr (1997), o conceito de identidade organizacional surgiu com base nos estudos de Albert e Whetten (1985), para quem esta é compreendida com base no que é central, distintivo e duradouro na organização. Com base no que é central, refere-se a algo essencial, segundo um ponto de vista específico, legítimo, em termos organizacionais, que confere importância a algumas características em detrimento de outras. Não há, assim, qualquer tipo de lista universal de aspectos centrais da organização, uma vez que isso depende do que é importante para aquele contexto organizacional.

Com base no que é distintivo, diz respeito a elementos que tornam a organização única, como os objetivos organizacionais estratégicos, as missões, os valores, as proposições ideológicas e a cultura. Ou seja, a organização possui elementos que a distinguiriam das outras com as quais poderá ser comparada (CALDAS; WOOD JR, 1997, p. 12). Por fim, quanto ao que é duradouro, ou à continuidade temporal, que se circunscreve aos aspectos temporais relacionados à perpetuidade tanto dos traços centrais quanto dos distintivos da identidade organizacional, a estabilidade, implícita no que é duradouro, cria nos indivíduos um nível de certeza sobre as práticas da organização, que confere horizontes historicamente definidos para as suas ações.

Para Bauman (2005), a construção da identidade deixaria de ser uma condição natural. Seria uma busca sem fim de novas identificações em comunidades cheias de ideias e princípios. Explica o autor:

A identificação tornará cada vez mais relevante porque, diante da falta de âncoras sociais que tornassem natural o processo de construção de identidades, os indivíduos ansiariam por novas identificações que permitissem desenvolver 'um nós a que possam pedir acesso (BAUMAN, 2005, p. 30).

A organização, então, passa a ser um espaço significativo, para a identificação dos indivíduos e a formação de suas identidades, considerando que no indivíduo está presente o senso de pertencimento.

Bauman (2005) explica que o contexto de intensas mudanças seria o deflagrador da destruição das identidades sociais, o que explicaria o anseio das pessoas por novas identificações e pela construção de redes e de novas conexões que suprissem a falta dos relacionamentos seguros, só possíveis em ambientes mais estáveis. Neste sentido, as organizações, que são importantes socialmente e economicamente, assumiriam um ponto crucial na oferta de condições mais significativas para a construção das identidades dos indivíduos. A busca de novos grupos, fatalmente, levaria o indivíduo a encontrar subsídios que o ajudariam a esclarecer o questionamento "quem sou eu". Dentro das organizações, com certeza, os subsídios encontrados causarão impactos na construção de sua identidade.

Para Machado (2003, p. 63), "a identidade organizacional orienta a ação dos indivíduos e é dinamicamente construída por meio de intenções sociais, identificações e afiliações".

Ainda segundo Machado (2003), uma identificação forte com a organização aumenta a cooperação entre os membros e a competição com os não membros. Sendo assim, é cabível dizer que a identificação com a organização resulta no comprometimento dos indivíduos com as atividades e com a própria organização.

O comportamento e as atitudes do indivíduo são afetados pelo processo de identificação, quando ele se percebe membro de um grupo ou de uma categoria

social, absorvendo para si próprio características do coletivo. Para tanto, “a identidade organizacional, tal como outros tipos de identidade, remete ao vivido e à subjetividade” (MACHADO, 2003, p. 63). Nesse sentido, tudo que é vivido pelo indivíduo ao longo de sua existência é imprescindível para a formação da identidade organizacional, que orienta a ação dos indivíduos e é dinamicamente construída por meio de interações sociais, de identificações e de afiliações. Conseqüentemente, a identidade no meio organizacional é constituída pelo indivíduo, pelo grupo e pela organização.

Em termos complementares, na percepção de Silva e Vergara, (2002):

[...] a cultura organizacional estabelece uma identidade organizacional, pois o processo de identificação que leva a formação da identidade é um processo construído ao longo de uma trajetória de carreira da qual o indivíduo vai aprendendo e incorporando informações, gestos, linguagens, ritos, narrativas, mitos, norma e conhecimento tácito (SILVA; VERGARA, 2002, p. 19).

Caldas e Wood Jr (1997) salientam que a identidade organizacional pode aparecer sob a ótica de diversas dimensões. A primeira dimensão pode surgir a partir da forma como a organização é percebida. Enfim, trata-se de a sua imagem externa para os *stakeholders*, que são os clientes, fornecedores, comunidade e acionistas. A segunda dimensão, a interna, apresenta-se na forma como seus membros internos, especialmente seus dirigentes, compartilhadamente a percebem, correspondendo a uma percepção de si mesma, ou autopercepção, ou autoimagem.

Para Carrieri *et al.* (2010), expressões culturais, como símbolos, rituais, cerimônias, histórias, sinais e mitos, que codificariam os padrões compartilhados na organização, delineariam a sua identidade; ou seja, sua singularidade, percebida tanto pelos seus membros quanto pelos públicos externos.

A identidade organizacional, portanto, deve ser analisada de forma vinculada ao contexto ambiental, que possui os conteúdos simbólicos compartilhados na sociedade. Machado-da-Silva e Nogueira (2003) ilustram que os valores e os significados compartilhados são importantes para se compreender e lidar com os processos de renovação da identidade, sendo estes imprescindíveis à organização.

É importante salientar que os indivíduos têm suas necessidades sociais de criar um vínculo com algum grupo, caracterizando a afiliação. Dutton, Dukerich e Harquail¹, (1994) citado por Oliveira (2008), salientam que a identificação organizacional tem sido ligada, teórica ou empiricamente, a uma variedade de atitudes no trabalho, no comportamento e nos resultados, como motivação, satisfação no trabalho, desempenho, orientação de papel e conflito, interação entre empregados e realização do serviço. Conforme Oliveira (2008), o estudo de identificação organizacional pode contribuir para a explicação de políticas e atividades organizacionais, incluindo socialização, seleção de pessoal, treinamento, promoção e transferência, auxiliando também na compreensão das bases do "poder de referência" no contexto organizacional.

2.1.1.2 Identidade Social

Considerando que o indivíduo é ao mesmo tempo individual e coletivo, a identidade social, segundo Machado (2003), pode ser definida como

[...] é a representação que um indivíduo dá a si mesmo por pertencer a um grupo, ela é fruto da interação dos mecanismos psicológicos e de fatores sociais. É um processo social dinâmico, em contínua evolução e que se constrói por semelhança e oposição (MACHADO, 2003, p. 52).

Isso significa que o indivíduo busca constantemente uma identidade baseada na comparação entre os membros de um grupo social pela convivência evolutiva e comparativa com este grupo, que poderá ser continuada ou, até, interrompida quando necessário.

Machado (2003) argumenta que a identidade social tem seus fundamentos fincados em algumas categorias, como: etnia, identidade sexual, classe social, portadores de deficiência e idade. Os indivíduos buscam fortalecer suas identidades procurando sua contextualização no tempo e no espaço, nos quais manifestações de nacionalismo e movimentos sociais são processadas em face da construção social das identidades. Tais identidades são, durante todo o tempo, construídas e desconstruídas, buscando um novo contexto.

¹ DUTTON, J. E.; DUKERICK, J. M.; HARQUAIL, C. V. Organizational images and member identification. **Administrative Science Quarterly**, v. 39, n. 2, p. 239-263, Ithaca, Jun., 1994.

Dubar (2005, p. 115) afirma que Mead (1934) foi o “primeiro autor a descrever com coerência e argumentação a socialização como construção da identidade social pela interação ou comunicação com os outros”. Conforme (Dubar, 1997, p. 94), “ao socializarem-se, os indivíduos criam a sociedade da mesma forma que reproduzem a comunidade”. Neste ensejo, o autor explica que socialização é um processo biográfico de incorporação do *habitus* não apenas da família e da classe de origem, mas também de todo o conjunto de sistemas de ação com os quais o indivíduo se defrontou ao longo de sua vida. Para o autor, “a identidade é um produto de sucessivas socializações” (DUBAR, 1997, p. 13). A identidade social, então, é o resultado da história de um indivíduo, ao passo que a identidade é também produtora da história no futuro.

A sociedade cobra do indivíduo sua inserção, impondo-lhe limites, crenças e valores, que deverão ser respeitados e seguidos a partir de sua interação com o meio. O indivíduo é moldado ao grupo a que ele pertence, por meio de comportamentos, gestos, ritos e signos que, para serem aceitos é preciso que ele os absorva. Contudo, sua identidade é desenvolvida com referência nos grupos e no meio organizacional. Machado (2003) enfatiza que os indivíduos sempre tentam manter uma identidade social positiva quando fazem comparação com a coletividade a que pertencem. Ao perceber que a identidade social não está ocorrendo, acontece o abandono por parte do grupo atual, seguindo-se a busca de novas relações com outros grupos.

Ainda segundo Dubar (2005, p. 129), “é exatamente na compreensão interna das representações cognitivas e afetivas, perceptivas e operacionais, estratégias e identitárias que reside a chave da construção operacional das identidades”. A identidade, segundo o autor, é construída a partir das relações que os indivíduos estabelecem com o meio à sua volta e da necessidade de pertencer a grupos sociais que se renovam continuamente.

Complementando a argumentação sobre a identidade social, Carrieri (2001) afirma que:

[...] na busca por sua identidade, na interação com o ambiente, os indivíduos, grupos e organizações são induzidos a introjetarem símbolos, valores, signos, mitos e histórias que vão confirmando ou reforçando uma

cultura e uma identidade que, muitas vezes, não lhes pertence (CARRIERI, 2001, p. 35).

Nesse sentido, a identidade organizacional e coletiva é construída a partir da interação dos indivíduos. Tal construção é baseada no processo dialético de interpretação e reconhecimento com referência nos indivíduos e organizações.

2.1.1.3 Identidade Profissional

O trabalho, na visão de Braverman (1987), é definido como uma atividade exercida sobre os materiais da natureza, de forma a melhorar a sua utilidade. Homens e animais, dessa forma, atuam sobre a natureza “de modo a transformá-la para melhor satisfazer as suas necessidades” (BRAVERMAN, 1987, p. 49). Neste sentido, tanto o homem quanto o animal precisam da natureza para sobreviver. A diferença é que o homem age com o desejo biológico e o animal age integrando-se a ela, de forma a facilitar sua sobrevivência.

Para Lacombe (2002), a vivência em grupo impõe a organização e a institucionalização do trabalho, o que cria papéis e padrões esperados de desempenho e comportamentos, estabelecendo-se uma teia de relações que podem ser de mando, de lealdade, de confiança, de cooperação e de servidão, posicionando as pessoas em relação a si próprias e aos outros. Assim, o exercício da atividade profissional expressa a singularidade do indivíduo o resultado das suas escolhas, como também o posiciona no grupo social.

A identidade profissional adquirida pelos empregados dentro das organizações é definida por Sainsaulieu (1995) como a maneira como os diferentes grupos no trabalho se identificam com seus pares, seus superiores e outros grupos. O autor explica que a identidade do trabalho tem seu fundamento apoiado nas representações coletivas distintas, construindo atores do sistema empresarial. Ele considera que as identidades profissionais seriam resultados de processos sociais decorrentes dos grupos e das relações de trabalho que acontecem dentro das organizações.

Ainda com base nesse autor, a organização em que os indivíduos trabalham constitui um lugar de socialização que é considerado relevante para sua estrutura

identitária. “Ela é uma verdadeira instituição secundária de socialização, a qual, após a escola e a família, modela atitudes, comportamentos, a ponto de produzir uma identidade profissional” (Sainsaulieu, 1995, p. 219). O autor deixa claro que logo depois de passar por processos de identidade, os indivíduos, ao se inserirem em uma organização, passam a adquirir uma identidade profissional. A construção da identidade no trabalho pode ser interpretada como “a maneira de elaborar um sentido para si na multiplicidade de papéis sociais, e de fazê-la ser reconhecida por seus companheiros de trabalho” (SAINSAULIEU, 1995, p. 217).

As identificações decorrentes dos indivíduos estão baseadas, primeiramente, no trabalho que eles realizam. Quanto mais intenso, maior a chance de obtenção do progresso profissional. Em seguida, podem estar vinculadas à organização, local em que eles adquirem o sentimento de proteção. Por último, estão pautadas na trajetória dos indivíduos, que passam a adquirir uma identidade com base em um projeto social e que imaginam para si no trabalho. Neste sentido, são importantes para a construção da identidade no trabalho, os relacionamentos com grupos dentro da organização e a convivência com as pessoas (SAINSAULIEU, 1995).

Ainda na visão de Sainsaulieu (1995), a identidade no trabalho também se processa nos planos afetivo e cognitivo. Os indivíduos, quando sujeitos ao trabalho em uma organização, instituem uma mentalidade coletiva e estão propícios a normas e regras, estabelecendo vínculos com o grupo deste ambiente organizacional. O autor complementa argumentando que tanto a identidade pessoal quanto a identidade social podem ser construídas no local de trabalho de acordo com as experiências que os indivíduos vivenciam. A partir dos processos de socialização e da solidez da identidade no trabalho, os indivíduos passam a ter um sentimento de pertencimento ao espaço na organização, ocorrendo, portanto, a identidade organizacional.

2.1.1.4 Identidade Pessoal

Para este tipo de identidade, é importante salientar que, de fato, é pessoal e própria do indivíduo, tendo em mente a construção de conceito do eu, que é uma construção psicológica. “É uma construção do autoconhecimento inseparável do outro” (MACHADO, 2003, p. 54). A origem da identidade individual está na

comunidade, nos artefatos culturais e nas instituições que a comunidade propicia - ou seja, no processo de socialização. Dessa forma, durante a existência de um indivíduo a identidade pode ser adquirida, perdida, construída e reconstruída, passando por períodos de autenticidade e falsidade, dependendo de cada momento da vida (CALDAS; WOOD JR., 1997).

Segundo Caldas e Wood Jr. (1997, p. 8), “o emprego original do termo *identidade* como uma propriedade é tão antigo quanto a lógica, a álgebra e a filosofia”. Os autores propõem um quadro conceitual baseado em duas dimensões: a dimensão do objeto focal e a da observação. Quanto à primeira dimensão, que é o objeto focal, Caldas e Wood Jr. (1997) mencionam:

Distingue as perspectivas existentes sobre identidade através da diferenciação do objeto sobre identidade sobre o qual o conceito é muito utilizado. Além do objeto indivíduo (o foco mais popular), outras entidades também podem “possuir identidade”. Esta primeira dimensão diferencia as abordagens que enfocam a identidade do indivíduo, do grupo, da organização, da humanidade, etc. (CALDAS; WOOD JR, 1997, p. 10).

Quanto à segunda dimensão, que é a observação numa abordagem conceitual, os autores elucidam:

Distingue conceitos de identidade formulados a partir de diferentes pontos de observação. Qualquer que seja o objeto analisado sua identidade pode ser observada interna e externamente. Tomemos como exemplo a identidade individual: em um extremo poderíamos referir-nos a esse objeto focal a partir de algo que apontaria para aquilo que, na pessoa, define a linha divisória entre o eu e o não eu: seu *self*. No outro extremo estaria a noção que os outros tem do que a pessoa é: sua imagem. Entre esses dois extremos estaria a expressão exterior da pessoa: seu comportamento e a percepção da pessoa sobre si mesma – sua auto-percepção (CALDAS; WOOD JR, 1997, p. 10).

Percebe-se, que a dimensão de observação pode ser feita tanto interna (existência de uma divisão do “eu” e do “não eu”: *self*) quanto externa (demonstra a noção do que os outros têm do que a pessoa é - ou seja, sua imagem).

Em outra perspectiva conceitual, Goffman (1987) define identidade pessoal e identidade do eu quando menciona que a identidade pessoal implica a consideração de três idéias fundamentais relacionadas à noção de "unicidade" de um indivíduo; ou seja, a ideia de que uma pessoa seja conhecida pelos outros como sendo "único".

Estas ideias são mencionadas pelos autores quando primeiramente, implicam a noção de uma marca positiva, ou o apoio de identidade. A marca positiva ou o apoio de identidade, é aquilo que faz com que o indivíduo se encaixe em determinada imagem ou posição, e este indivíduo que preencheu tais requisitos no passado é o mesmo que preenche no presente e os preencherá no futuro. A segunda ideia, a noção de que, embora vários fatos particulares sobre determinado indivíduo sejam verdadeiros também para outras pessoas, o conjunto completo desses fatos sobre uma pessoa íntima não se encontra combinado em mais nenhuma pessoa no mundo, o que a diferencia positivamente de qualquer outra pessoa. Normalmente, tais informações dizem respeito tanto ao nome do indivíduo quanto ao corpo. Por fim, a unicidade “diferencia um indivíduo de todos os outros na essência do seu ser, um aspecto geral e central dele, que o torna bem diferente, não só no que se refere à sua identificação, daqueles que são muito parecidos com ele” (GOFFMAN, 1987, p. 67).

Com base na primeira e na segunda noção mencionada pelo autor, tem-se que a identidade pessoal

[...] está relacionada com a pressuposição de que ele pode ser diferenciado de todos os outros e que, em torno desses meios de diferenciação, podem-se apegar e entrelaçar, como açúcar cristalizado, criando uma história contínua e única de fatos sociais que se torna, então, a substância pegajosa à qual se vêm agregar outros fatos biográficos. O que é difícil de perceber é que a identidade pessoal pode desempenhar, e desempenha um papel estruturado, rotineiro e padronizado na organização social justamente devido à sua unicidade (GOFFMAN, 1987, p. 67).

Dubar (1996), define a identidade pessoal como um processo em construção, algo definido por intermédio das identidades assumidas e das identidades visadas. Subjetivamente, cada indivíduo adota padrões de comportamentos para preencher suas expectativas com base no outro. Portanto, construir sua própria identidade parece ser um desafio constante de um indivíduo em busca de um equilíbrio entre o que ele é e o que os outros esperam que ele seja. Apesar do senso de individualidade que cada indivíduo configura, ainda assim a construção do autoconceito é inseparável do outro, que serve de espelho social. Machado (2003) esclarece que as experiências de socialização constituem o principal referencial para

a formação de identidades e que, ao viver estas experiências, o indivíduo busca a noção de si, da presença subjetiva, tentando definir seus limites e preservá-los.

Machado (2003) enfatiza que o conceito de si é, portanto, uma construção um tanto complicada, que é fruto de uma relação dialética que considera o indivíduo igual a seus pares, mas reconhece que na sua vivência pessoal ele é único. A igualdade e a diferença sempre vão existir. Por fim, a identidade considerada bem construída delinea os limites entre a individualidade e o grupo social ao qual o indivíduo está vinculado.

Oliveira (2008) cita dois modos de identificação propostos por Pratt (1998): a Identificação por afinidade; e a identificação por imitação. Tais modos de identificação constituem a base teórica para este estudo e serão abordados no próximo item.

2.1.2 Identificação por afinidade e identificação por imitação

A identificação por afinidade é “aquela que o indivíduo identifica-se com uma organização que ele acredita ter valores e crenças similares aos seus” (OLIVEIRA, 2008, p. 182). Oliveira (2008, p. 185) explica que “o indivíduo percebe que parte da sua identidade é formada por valores e crenças que são compartilhadas por algumas organizações das quais ele não participa”. Pratt (1998, p. 174) considera que “usamos organizações que nós vemos como similar a nós mesmos para nos referirmos a nós mesmos”. É um processo em que "igual procura igual". Nesse sentido, não envolve mudança de identidade, mas é um meio de compreender o relacionamento do indivíduo com a organização, pois há uma espécie de parentesco entre ambos.

Interpretando o conceito de Pratt, Oliveira (2008) argumenta que o autor propõe que o indivíduo não precisa tornar-se um membro da organização para identificar-se com ela e que a ideia exposta traz o conceito ampliado de membro organizacional, em que os limites entre o público interno e o público externo são mais difusos. Neste sentido, o indivíduo não precisa estar em contato direto com organização para se sentir parecido com ela. Por vários meios, o indivíduo pode buscar informações sobre a organização à qual pertence.

Diferenciando os conceitos a respeito dos modos de identificação, Oliveira (2008) afirma que na identificação por afinidade o indivíduo percebe que parte da sua identidade é formada por valores e crenças, que são compartilhados por algumas organizações das quais ele não participa ou não faz parte. Na identificação por imitação, “o indivíduo, por meio de processo de internalização, assimila valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização em que trabalha como parte de sua identidade” (OLIVEIRA, 2008, p. 185).

Segundo Oliveira (2008), esse processo de identificação pressupõe a consciência do indivíduo. Reforça que esse modo de identificação encontra um paralelo na teoria da identidade social, que estabelece um processo no qual o indivíduo poderá mudar a visão do "eu" por meio da incorporação das crenças que ele possui a respeito do grupo social - nesse caso, sua organização de trabalho. Oliveira (2008) aponta como núcleo básico das definições da identidade organizacional a ideia de que a identificação ocorre quando as crenças do indivíduo acerca da sua organização tornam-se autorreferenciais ou autodefinidoras.

Em síntese, na

[...] identificação por imitação o indivíduo percebe os valores, as metas, os interesses de outros colaboradores e as características da própria organização internalizando-os em sua identidade (similaridade e lealdade). A inclusão na organização, por sua vez, já pode ser considerada um indicador de que o autoconceito do indivíduo de alguma forma possui afinidade com determinado organização (OLIVEIRA, 2008, p. 184).

A seguir, apresenta-se a Escala de Identificação Organizacional (EIO), proposta por Oliveira (2008), tendo com referência os estudos de Pratt (1998), a qual será utilizada nesta pesquisa.

A EIO é uma medida multidimensional construída e validada com o objetivo de verificar como o empregado se identifica com a organização em que trabalha. Compõe-se de um conjunto de itens com opção de resposta em uma escala *Likert* de 4 pontos: "discordo totalmente", "discordo em parte", "concordo em parte" e "concordo totalmente". É proposta por Oliveira (2008) a partir dos modos de

identificação por afinidade e de identificação por imitação, com referência nos estudos de Pratt (1998).

A TAB. 1 apresenta os fatores integrantes da EIO, as definições dos tipos de identificação, o quantitativo de questões (itens) de cada tipo de identificação, as questões pertinentes e os índices de precisão obtidos por ocasião da validação da escala.

A aplicação pode ser realizada de forma individual ou coletiva, e o pesquisador deve atentar para o fato de que todos entendam as instruções e o modo de como assinalar as respostas do questionário. No caso desta pesquisa, o pesquisador optou pela aplicação individual em alguns casos e coletiva quando foi possível.

Tabela 1 — Denominação, definições, itens integrantes e índice de precisão dos componentes da Escala de Identificação Organizacional (EIO)

Identificação	Definições	Nº itens	Itens	Índice de precisão
Identificação por afinidade	O indivíduo percebe que parte da sua identidade é formada por valores e crenças que são compartilhadas por algumas organizações das quais ele não participa.	9	1, 3, 4, 5, 8, 10, 11, 14, 17	0,78
Identificação por imitação	O indivíduo, por meio do processo de internalização, assimila valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização onde trabalha como parte de sua identidade.	8	2, 6, 7, 9, 12, 15, 16	0,88

Fonte: Oliveira (2008, p. 185)

Nota: Os itens constantes desta tabela referem-se às questões do questionário item II: Escala de Identificação Organizacional (EIO).

2.2 Terceirização e seu Processo

A terceirização originou-se nos Estados Unidos da América (EUA), logo após Segunda Guerra Mundial. Autores como Pinto e Xavier (1999) fazem menção à terceirização:

Terceirizar passa pelo pressuposto básico de uma relação de parceria, por uma atuação semelhante com a Contratante e, sobretudo, que seja uma relação de resultados empresariais para as partes envolvidas, trazendo uma vantagem competitiva para a empresa contratante, através de uma economia de escala e para a empresa contratada através de uma maior especialização, comprometimento com resultados e autonomia gerencial. Terceirizar não deveria ser, simplesmente, contratar atividade de menor importância e que possam trazer alguma economia operacional para a empresa contratante (PINTO; XAVIER, 1999, p. 164).

Pinto e Xavier (1999) traduzem o termo *terceirizar* como criar uma parceria com a empresa terceirizada mantendo uma relação de busca constante de resultados para ambas, a partir de uma maior especialização e do comprometimento com os resultados.

Na visão de Giosa (1999), a terceirização é um processo de gestão com base no qual se repassam algumas atividades para terceiros, com os quais se estabelece uma relação de parceria, ficando a empresa concentrada apenas em tarefas essencialmente ligadas a seu negócio principal. As empresas contratantes de serviços terceirizados, estrategicamente, focam na atividade fim e deixam para a terceirizada a atividade que não faz parte diretamente do seu negócio.

Kardec e Nascif (1999, p. 164) analisam a terceirização da seguinte forma: “a terceirização pode ser explicada como uma ferramenta estratégica, como tantas, que podem trazer resultados bastante positivos, quando utilizada de maneira adequada, mas pode trazer, também, grandes prejuízos quando usada incorretamente”. Como se pode verificar na explicação de Kardec e Nascif (1999), há controvérsias quanto à terceirização, pois traz resultados positivos quando gestores da contratante sabem utilizá-la de forma adequada ou negativos quando não há conhecimento por parte dos gestores. É importante, então, saber empregá-la de forma adequada.

A terceirização é uma "filosofia" de organização do trabalho ou um mecanismo de novas tecnologias de gestão, em que toda a atenção e todo o conhecimento da empresa devem estar focados no negócio para o qual foi criada, atuando diretamente em seus processos específicos de produção e transferindo a terceiros tudo aquilo que não contribua diretamente para a razão de ser da organização. As atividades terceirizadas serão, assim, mais bem desempenhadas pelas empresas especializadas que as dominam. No entanto, como parte da epistemologia nas

ciências sociais, tais conceitos não avançam simultaneamente com as transformações da sociedade. Observa-se a crescente utilização da terceirização em atividades tão diversas nas empresas e nos governos, o que torna cada vez mais improvável distinguir tais atividades daquelas que contribuem “diretamente com a razão de ser da organização” (DIAS, 2008, p. 131).

A terceirização vem sendo utilizada como ferramenta administrativa há várias décadas. Nas empresas do Primeiro Mundo e no Brasil, pratica-se a contratação via prestação de serviços em atividades de apoio, como infraestrutura, recursos humanos e tecnológicos (LEITE, 1997), que não devem ser desenvolvidas no ambiente interno da organização. Conforme Faria (1994), as tarefas secundárias e auxiliares são realizadas por empresas que se especializaram de maneira racional e que praticam menor custo.

Considerando que o trabalho terceirizado é um "caminho sem volta" nas organizações, Amato Neto (1995), alerta sobre o aumento da transferência de trabalho para outras empresas em que as atividades mais diretamente ligadas ao negócio também estão passando pelo processo de terceirização:

[...] o objetivo maior na implementação dessa nova estrutura de organização industrial, onde se destaca a importância das relações interempresariais, pode ser resumido na seguinte ideia: fazer com que a grande empresa montadora ('empresa-mãe) possa se concentrar ('focalizar') em apenas um conjunto limitado de tarefas operacionais e gerenciais, constituindo, para isto, uma rede de fornecedores competentes, tanto no nível do *outsourcing* interno (isto é, o fato da empresa poder subcontratar produtos e serviços de outras instaladas no próprio país de atuação) como no *global sourcing* (que implica num entrelaçamento mais abrangente com uma rede de fornecedores de outros países) (AMATO NETO, 1995, p. 37).

A partir dos anos de 1990, a terceirização passou a integrar as estratégias de competitividade, com base em pressupostos de redução de custos e de aquisição de competências fora do foco de atuação das organizações. Entretanto, nesse contexto do trabalho contemporâneo, muitas empresas planejam e buscam seus objetivos sem um olhar adequado às necessidades dos indivíduos e ao papel do trabalho na vida humana, com base em um modelo de organização incompatível com o papel de agentes formadores da sociedade (ENRIQUEZ, 1997).

Costa (1994) argumenta que a especialização, a qualidade, a economia de escala e a redução de custos apenas serão devidamente alcançados se a empresa interagir solidariamente com seus fornecedores, com apoio em investimentos compartilhados, seja em transferência de *know-how*, programas de treinamentos, conhecimentos gerenciais, controle de qualidade ou aprimoramento tecnológico, entre outros recursos. A autora relata que em um processo de terceirização, ou "parceirização", não se deve ater tão somente às atividades menos importantes da empresa, de forma a considerar apenas alguma economia operacional, com fulcro na redução de custos financeiros. Com base neste argumento, aponta claramente a necessidade de parceria entre as empresas contratante e terceirizada.

O conceito de parceria é explicado por Giosa (1999) como uma nova visão de relacionamento comercial, em que o fornecedor migra de sua posição tradicional, passando a ser o verdadeiro sócio do negócio, com base em um regime de confiança pleno com o cliente, refletindo sua verdadeira e nova função de parceiro.

De outro lado, é possível mencionar que o processo e a efetivação da terceirização podem ser analisados como uma redução dos encargos trabalhistas e previdenciários para a empresa terceirizada, mas alerta que a terceirização tem sido vista com reservas por sindicatos e por trabalhadores. Em um primeiro momento, a terceirização, fatalmente, determinará a transferência de empregos, além de eliminar empregos e devem reduzir os benefícios dos trabalhadores perante as empresas prestadoras de serviços. Não se pode, sob o argumento de modernizar, embrenhar-se pela flexibilização e pela terceirização a qualquer preço. De acordo com o art. 193 da Constituição da República Federativas do Brasil de 1988,

[...] a busca democrática prevê a ordem econômica ancorada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa com escopo de assegurar a toda existência digna, conforme os ditames da justiça social, observado, entre outros princípios, o da função social da propriedade e o da busca do pleno emprego (BRASIL, 1988, p. 110).

Conforme a Súmula 331 do Tribunal Superior do Trabalho, a terceirização lícita envolve algumas características, listadas a seguir: a) assunção de riscos pela empresa interposta (contrato seguro); b) idoneidade econômica da empresa (adimplência); c) especialização dos serviços da empresa (*Know how*); d) atividade

empresarial da empresa (concorrência); e) direção e controle da prestação de serviço; e f) utilização de serviços fora das tarefas de controle e gestão (atividade meio, salvo no caso de trabalho temporário).

Segundo Costa (1994), a adequada terceirização pressupõe que as empresas prestadoras de serviços desenvolvam atividades lícitas e sejam economicamente independentes dos seus contratantes e responsáveis pela contratação, gerenciamento e remuneração e demais encargos trabalhistas dos seus empregados. A autora complementa o argumento mencionando que a "grande estratégia", é que, ao optar pela decisão de terceirizar, a empresa informe, avalie, discuta e negocie com todos os participantes do processo, incluindo aí as bases sindicais.

De acordo com Costa (1994), de fato, praticar a terceirização de forma lícita e dentro da legalidade, em comum acordo entre a contratante e a contratada, será um grande trunfo para formar uma parceria e trabalharem juntas, evitando, assim problemas futuros.

2.2.1 Vantagens e Desvantagens da Terceirização

A prática adequada da terceirização na organização como instrumento de inovação e como nova forma de atuação, pode melhorar sua performance promover mudanças comportamentais, pressupondo uma relação de parceria entre empresa contratante e empresa contratada. Conforme Giosa (1999), muitas são as vantagens competitivas e as desvantagens advindas da terceirização que permeiam o mundo organizacional.

Quanto às vantagens, citam-se: o desenvolvimento econômico, que envolve a criação de empresas, com oferta de mão de obra de diferentes níveis de qualificação, levando ao aumento do nível de emprego e de receita para o Estado; a especialização dos serviços, que é aquela que leva a uma lapidação operacional, pois as organizações se tornam cada vez mais enquadradas nos critérios internos das atividades que garantem um aperfeiçoamento na gestão e na obtenção de lucros; a competitividade, que, em decorrência de aumento, promoverá melhor

aproveitamento dos pontos positivos, estimulando a concorrência, que irá diferenciar as empresas pela qualidade; a busca da qualidade, em que a qualidade total será a chave de sustentação do prestador de serviços, sua filosofia de ação, sua meta constante de aprimoramento; e controles adequados na execução dos serviços. Giosa (1999) reforça que este item incentiva a valorização de certas operações e, ao mesmo tempo, garante as conexões naturais na qualidade, reforçando os parâmetros definidos nos contratos de parceria.

Ainda sobre as vantagens, Giosa (1999) cita: o aprimoramento do sistema de custeio, em que há a necessidade de se ter claro o custo de cada atividade internamente desenvolvida; o esforço de treinamento e desenvolvimento profissional; a diminuição do desperdício; a otimização de recursos e enfoque para a atividade principal, remetendo a empresa contratante à busca de maior lucratividade; a valorização dos talentos humanos, que poderá levar a um compromisso maior com a organização para a obtenção de resultados mais concretos e de metas tangíveis; e a agilidade nas decisões, pois com a nova forma de atuação estrutural aprimoram-se as relações interdepartamentais, os sistemas de comunicação se aperfeiçoam e os processos fluem de forma mais adequada.

Complementando sobre as vantagens da terceirização, Martins (2001) menciona que a principal vantagem sob o aspecto administrativo seria a de se ter alternativa e também de se obter controle de qualidade total dentro da empresa, sendo um dos objetivos básicos dos administradores diminuir os encargos trabalhistas e previdenciários, além de reduzir o preço final do produto.

Segundo Giosa (1999), a terceirização pode trazer também fatores restritivos, que podem ser vistos como desvantagens e que são pontuadas como: o desconhecimento sobre o trabalho a ser realizado pela contratante por parte da alta administração e de suas áreas chaves; as resistências e o conservadorismo sobre o que se sobrepõe ao novo e o conservadorismo, dificultando a aplicação de modernas técnicas; a dificuldade de encontrar a parceria ideal, de conseguir parceiros que possam atender com qualidade e produtividade cabível à operação; a coordenação dos serviços de terceiros com a perda do controle de execução; a falta de parâmetros de custos internos para realizar comparações com os custos das

empresas contratadas; a relação de conflitos com os sindicatos das classes de trabalhadores; e desconhecimento da legislação trabalhista que aborda questões relacionadas à terceirização de serviços.

No entanto, a grande dificuldade para a terceirização das empresas prestadoras de serviços consiste em conseguir fazer com que haja a integração dos terceiros na organização com seus membros sem perder a identidade. As prestadoras de serviços deverão ter o cuidado de não esquecer os aspectos que dizem respeito à carreira e à vida dos colaboradores envolvidos no processo. Barros (2002) adverte sobre a ocorrência do impacto causado por colaboradores descontentes com a organização em que trabalham e com o tratamento recebido da contratante.

Acrescenta Barros (2002) sobre o assunto:

A principal queixa identificada nos colaboradores que passam por esse processo diz respeito ao sentimento de perda de status, reforçado pela mudança de comportamento dos antigos colegas de trabalho, que passam a tratá-los como “terceiros”, isto é, pessoas que pertencem a uma supostamente menos valorizada, que perdeu privilégios e direitos (BARROS, 2002, p. 629).

A partir do que foi mencionado pelos autores, pode-se dizer que os profissionais terceirizados se sentem desqualificados e insatisfeitos, podendo, muitas vezes, sentir-se até mesmo sem identidade organizacional, pois têm a sensação de não pertencimento a nenhuma das organizações: contratante e contratada.

Druck (1999) e Druck e Franco (2007) argumentam que em um ambiente com trabalhadores terceirizados subsiste uma significativa situação de discriminação. Por exemplo, os trabalhadores efetivos identificam-se com a organização e diferenciam-se e são diferenciados pelos gestores em relação aos terceirizados. Tal situação, segundo os autores, dificulta a convivência social e a identidade do grupo. O empregado terceirizado, com base neste argumento dos autores, sente-se discriminado pelos empregados efetivos da organização.

No capítulo seguinte, discute-se a metodologia aplicada, que serviu de base para o desenvolvimento da pesquisa.

3 METODOLOGIA DO ESTUDO EMPÍRICO

Este capítulo tem por objetivo apresentar os procedimentos metodológicos utilizados na realização deste estudo. Contempla o tipo de pesquisa quanto à abordagem, aos fins e aos meios; a unidade de análise e os sujeitos; as técnicas de coleta de dados e a análise de dados.

3.1 Abordagem de Pesquisa

A abordagem adotada foi de natureza quantitativa e qualitativa. É pertinente salientar que a pesquisa qualitativa não se opõe à quantitativa; elas se complementam (TRIVIÑOS, 1996). Na concepção de Lakatos e Marconi (2003, p. 67), a razão para se conduzir uma pesquisa quantitativa está em descobrir quantas pessoas de uma determinada população compartilham uma característica ou um grupo de características.

A abordagem qualitativa, segundo Minayo (2000, p. 22), pode ser compreendida como "aquela que é capaz de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais", sendo estas últimas tomadas tanto no seu advento quanto na sua transformação, como construções humanas significativas.

3.2 Tipo de Pesquisa

Quanto aos fins, a pesquisa é descritiva. Segundo Vergara (2007), este tipo de pesquisa objetiva descrever as características de determinada população ou fenômeno. Neste caso, a pesquisa buscou descrever e analisar a identidade dos empregados terceirizados na organização pesquisada.

Sob a ótica de Triviños (1996), o estudo descritivo exige do pesquisador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Com isso, ele deve buscar fontes metodológicas para o seu desenvolvimento.

Collis e Hussey (2006) argumentam que a pesquisa descritiva busca descrever o comportamento dos fenômenos e identificar e obter mais informações sobre as

características de determinado problema ou questão. Assim, essa descrição possibilitou delinear como se dá a caracterização da identidade pessoal dos sujeitos pesquisados.

Em relação aos meios de investigação, foi realizado um *survey* com os empregados terceirizados que trabalham em uma organização com unidades nas cidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro. O *survey* é o método em que, uma amostra é retirada de uma população e estudada para se fazer inferências sobre esta população (COLLIS; HUSSEY, 2006).

Segundo Gil, o levantamento por meio do *Survey* (GIL1999, p.70), é uma metodologia positivista que:

(...) se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados (GIL, 1999, p. 70).

3.3 Unidade de Análise e Sujeitos

As unidades de análise estão localizadas nas cidades do Rio de Janeiro (matriz) e Belo Horizonte (filial) da empresa contratante dos serviços terceirizados. A contratante atua no segmento da mídia nacional e a contratada, em diversos segmentos do mercado, com tecnologia própria em gerenciamento de serviços e engenharia (manutenção, automação, instalações prediais, industriais e especiais).

Os sujeitos da pesquisa foram constituídos pelos empregados da contratada que prestam serviços na empresa contratante, classificados como supervisores e pessoal técnico operacional. Os sujeitos de pesquisa segundo Vergara (2007), são os elementos que fornecerão os dados necessários à realização da pesquisa.

Na abordagem quantitativa, a pesquisa foi censitária, abrangendo 231 empregados no caso da matriz localizada na cidade do Rio de Janeiro e 37 na unidade de Belo Horizonte, totalizando 268 sujeitos que prestam serviço nas dependências da

contratante. Dos questionários aplicados, 141 retornaram, os quais foram tratados estatisticamente.

Em relação à abordagem qualitativa, os sujeitos foram escolhidos de forma aleatória condicionada ao critério de saturação proposto por Minayo (2000), sendo nove os sujeitos entrevistados.

3.4 Técnicas de Coleta de Dados

A coleta de dados para o método quantitativo foi realizada por meio da aplicação de questionários (ANEXO A), com o intuito de obter informações acerca do perfil demográfico e ocupacional dos empregados terceirizados, bem como da Escala de Identificação Organizacional (EIO) (Oliveira 2008), a partir dos modos de identificação por afinidade e por imitação proposto por Pratt (1998), com o objetivo de verificar a identificação do empregado com a organização de trabalho.

Os questionários foram aplicados de forma individual e coletiva, de acordo com a disponibilidade dos respondentes no momento da coleta de dados.

A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de um roteiro de entrevistas semiestruturadas (APÊNDICE A), elaborado a partir das significações de respostas apuradas e resultantes do questionário aplicado na pesquisa quantitativa com a intenção de obter dados complementares necessários para responder ao objetivo da pesquisa.

Conforme Collis e Hussey (2006), a entrevista é a maneira mais adequada para saber o que os entrevistados selecionados fazem, pensam e sentem. As entrevistas foram gravadas e as respostas dos entrevistados foram interpretadas a partir de suas significações, com a utilização do método de análise de conteúdo.

Para Minayo (2000), a entrevista é o procedimento mais usual no trabalho de campo, pois permite ao pesquisador buscar obter informes contidos na fala dos atores sociais, a partir de dados objetivos e subjetivos necessários ao estudo.

Ainda em relação à coleta de dados, utilizou-se de documentos, informações em *sites* e veículos de informação das empresas o objeto do estudo (contratante e contratada).

3.5 Técnicas de Análise de dados

O tratamento do qual foram submetidos os dados levantados pelos questionários que retornaram (141) respondentes será explicitado a seguir.

Para a avaliação de diferenças entre as características demográficas e ocupacionais e os fatores referentes à Escala de Identificação Organizacional dos empregados terceirizados, foram utilizados testes não paramétricos, explicados a seguir. Para as variáveis: *sexo, estado civil, faixa etária, renda* e outro *emprego* - que possuem somente duas categorias -, foi utilizada a tabela de frequência e o teste não paramétrico de *Mann-Whitney*, indicado para a comparação dos valores centrais entre as categorias. Para as variáveis: *grau de escolaridade* e *tempo de serviço* - que possuem três categorias - foi adotado o teste não paramétrico de *Kruskal-Wallis*, o qual permite a comparação múltipla de "k" tratamentos ou categorias. Nele, a hipótese nula é que não há diferença entre as medianas das categorias e a hipótese alternativa é que há pelo menos uma diferença significativa entre as categorias.

Para avaliar a diferença entre os escores referentes aos fatores de identidade organizacional, foi utilizado o teste não paramétrico de *Wilcoxon*, indicado quando são comparadas duas situações de um mesmo indivíduo.

Na concepção de Oliveira (2008, p. 186), “a interpretação dos resultados obtidos pela aplicação da escala considera que quanto maior for o valor do escore médio, mais o respondente concorda com aquela identificação”. Portanto, escores entre 1 e 2,9 resultam em discordância em relação ao tipo de identificação e escores entre 3 e 4 indicam concordância.

Os dados da pesquisa foram tratados pelo programa estatístico *Predictive Analytics Software* (PASW 18). Em todos os testes estatísticos utilizados, foi considerado um

nível de significância de 5%. Dessa forma, foram consideradas associações estatisticamente significativas aquelas cujo valor p foi inferior a 0,05.

Os dados qualitativos resultantes das entrevistas, foram tratados pela técnica de análise de conteúdo, que, segundo Collis e Hussey (2006), é uma maneira de converter sistematicamente o texto em variáveis numéricas, para a análise quantitativa de dados. Collis e Hussey (2006) argumentam que o método de coleta de dados qualitativos forma um volume considerável de material. O primeiro estágio da análise é a amostragem. O material foi organização para pré-análise. Quando há um grande volume de dados de pesquisa escritos, orais ou visuais, deve-se decidir sobre o princípio lógico para extrair uma amostra. Foi feita a descrição dos dados para o *software Excel*, com o intuito de codificar e classificar os dados, categorizando-os de acordo com a importância de cada resposta dos sujeitos. Em seguida, foi realizado o tratamento dos dados, tomando o cuidado de não deixar de apontar qualquer informação relevante para a pesquisa. por fim, foi realizada uma reflexão sobre as respostas obtidas, alinhada com a fundamentação teórica.

Minayo (2000) considera que a análise de conteúdo permite encontrar respostas para as questões formuladas pelo trabalho investigativo e possibilita a descoberta do que está por trás dos conteúdos manifestos, indo além das aparências do que está sendo comunicado.

Por fim, uma triangulação foi realizada visando ampliar e complementar a descrição, a explicação e a compreensão do estudo. Os dados resultantes da apuração quantitativa foram confrontados com os dados qualitativos *versus* os conceitos da teoria, levando o pesquisador a conhecer a realidade dos empregados terceirizados na organização pesquisada.

O uso de diferentes métodos e técnicas de pesquisa no mesmo estudo, conhecido como "triangulação", pode "transpor o preconceito e a esterilidade potencial de uma abordagem de método único" (COLLIS; HUSSEY, 2006, p. 81). Esta pesquisa caracterizou-se como uma triangulação de técnicas de levantamento de dados quantitativos e qualitativos.

4 AMBIÊNCIA DA PESQUISA

Neste capítulo, abordam-se as especificações e as características da organização contratante (tomadora de serviços) e da organização contratada (prestadora de serviços, ou terceirizada).

4.1 A Organização Contratante

O estudo foi realizado nas dependências da organização contratante, a qual faz parte do grupo de organizações da mídia nacional, possuindo várias filiais no Brasil e, também, várias afiliadas.

Conforme pesquisa realizada em jornais, *site* e outros documentos, a contratante foi fundada em 1965, na cidade do Rio de Janeiro. Segundo o *site* microfone.jor.br, a concessão foi outorgada no governo do presidente Juscelino Kubitschek. Atualmente, é uma organização líder do mercado no segmento da mídia nacional, assistida por mais de 150 milhões de espectadores diariamente tanto no Brasil como no exterior, por meio da televisão internacional. Segundo seus dirigentes, é uma das maiores produtoras de telenovelas do planeta, atinge 98,44% do território brasileiro, cobrindo 5.482 municípios e cerca de 99% da população, por meio de 113 emissoras, entre geradoras e afiliadas. Conta com 8 mil funcionários, sendo que 4 mil - autores, diretores, atores, jornalistas, cenógrafos, figurinistas, produtores, músicos e técnicos - estão envolvidos diretamente na criação de programas (FERREIRA, 2013).

Conforme o *site* informativo, a sede administrativa, o departamento jornalístico e os principais estúdios de produção estão localizados na cidade do Rio de Janeiro. O Centro de Produção, em Jacarepaguá, é o maior da América Latina, com 1.300.000 m², dos quais 120 mil de área construída, abrigando estúdios, módulos de produção e galpões de acervo. Em São Paulo, encontram-se o departamento de jornalismo, responsável por gerar parte da programação da rede. São, ao todo, 122 emissoras próprias ou afiliadas. A transmissão para o exterior, feita pela rede internacional, opera canais via satélite para todo o mundo.

As unidades que fizeram parte da pesquisa foram a de Belo Horizonte e a do Rio de Janeiro, escolhidas por conveniência, já que a contratada presta serviços para a organização contratante nestas duas cidades.

4.2 A Organização Contratada

A organização contratada é uma prestadora de serviços, tipo sociedade anônima de capital fechado, fundada em 1922. Atua em diversos segmentos do mercado, com tecnologia própria em gerenciamento de serviços e engenharia (manutenção, automação e instalações prediais, industriais e especiais). Também, oferece outros tipos de prestação de serviços, como conservação e limpeza, copa, camarim, almoxarifado, transportes e manutenção predial. Dispõe de unidades estrategicamente posicionadas em todo o território nacional, com filiais localizadas em São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, Recife, Fortaleza e Belém. A matriz está localizada na cidade do Rio de Janeiro.

A contratada é certificada pelo Sistema da Qualidade, desde 1998, quando alcançou o primeiro Certificado segundo a Norma ISO 9002, que é um modelo para qualidade da produção, instalação e serviços. Em seguida, certificou-se segundo a Norma ISO 14001, que define requisitos legais e estabelece critérios sobre como operar um sistema de gestão ambiental. É reconhecida internacionalmente e detém o conceito de que organizações podem lucrar com suas atividades de prestação de serviços e ainda contribuir para a conservação do meio ambiente.

O reconhecimento pelo mercado quanto ao padrão de qualidade da empresa permitiu o atendimento a clientes fora do país, com filial em Buenos Aires–Argentina, com o objetivo de atuar no Mercosul. Mantém compromisso em prestar serviços de qualidade, o que exige constantes atualização e inovação dos meios de produção, comercialização e administração dos seus negócios. Pratica os princípios da responsabilidade social, apoiando instituições credenciadas. Mantém o programa Jovem Aprendiz e parcerias com instituições que oferecem cursos de formação de profissionais de manutenção. Tem o compromisso com a qualidade da prestação de serviços. Seu corpo técnico é capacitado e formado por profissionais no segmento de serviços, oferecendo rapidez e agilidade nas decisões para os clientes.

A TAB. 2 mostra como é composto o corpo técnico atual da filial contratada de Belo Horizonte, que atua na prestação de serviços no estado de Minas Gerais, perfazendo o total de 37 prestadores de serviços, sendo que todos fizeram parte da pesquisa.

Tabela 2 - Quadro funcional de empregados terceirizados que prestam serviço na contratante pesquisada de Belo Horizonte – MG

Nº	Cargo	Quantitativo
1	Almoxarife	2
2	Auxiliar de Almoxarifado	4
3	Camareira	1
4	Comprador	1
5	Coordenador	1
6	Encarregado de Manutenção	1
7	Garçom	1
8	Jardineiro	1
9	Limpador de Vidros	1
10	Motorista	10
11	Oficial de Manutenção	2
12	Servente de Limpeza	7
13	Supervisor	3
14	Técnico Eletrônico	2
	Total	37

Fonte: Departamento de Pessoal da organização, 2012

Segundo os dirigentes da organização contratada, seus principais clientes são do ramo de atividade do entretenimento, telecomunicações, hotéis, bancos, prédios comerciais, secretarias de estado, organizações públicas e *shopping centers*. A contratada conta atualmente, aproximadamente, 3.500 empregados, alocados nas filiais espalhadas pelo Brasil. Cada filial é constituída de uma gerência, uma coordenação, uma supervisão e o corpo técnico operacional para a realização dos serviços na organização contratante.

Na TAB. 3, descreve-se a formação do corpo técnico atual dos empregados da contratada na cidade do Rio de Janeiro que prestam serviços na contratante, segunda unidade onde foi realizada a pesquisa.

Tabela 3 - Quadro funcional de empregados terceirizados que prestam serviços na contratante pesquisada do Rio de Janeiro – RJ

Nº	Cargo	Quantitativo
1	Ajudante de manutenção	54
2	Almoxarife	1
3	Analista de custo	1
4	Assistente administrativo	2
5	Auxiliar administração	4
6	Auxiliar de almoxarifado	4
7	Auxiliar escritório	5
8	Auxiliar técnico	5
9	Bombeiro hidráulico	9
10	Carpinteiro	1
11	Chaveiro	1
12	Coordenador administrativo	1
13	Coordenador de manutenção	5
14	Desenhista	1
15	Eletricista de manutenção	28
16	Encarregado	4
17	Engenheiro civil	1
18	Engenheiro eletricista	2
19	Engenheiro mecânico	1
20	Gerente de filial	1
21	Gerente de manutenção	1
22	Gestor ambiental	1
23	Instrumentista	1
24	Marceneiro	8
25	Mecânico de refrigeração	17
26	Menores aprendizes	4
27	Operadores	17
28	Pedreiro	4
29	Químico	1
30	Serralheiro	2
31	Supervisor	16
32	Técnico	27
33	Técnico de segurança trabalho	1
	Total	231

Fonte: Departamento de Pessoal da organização, 2012

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

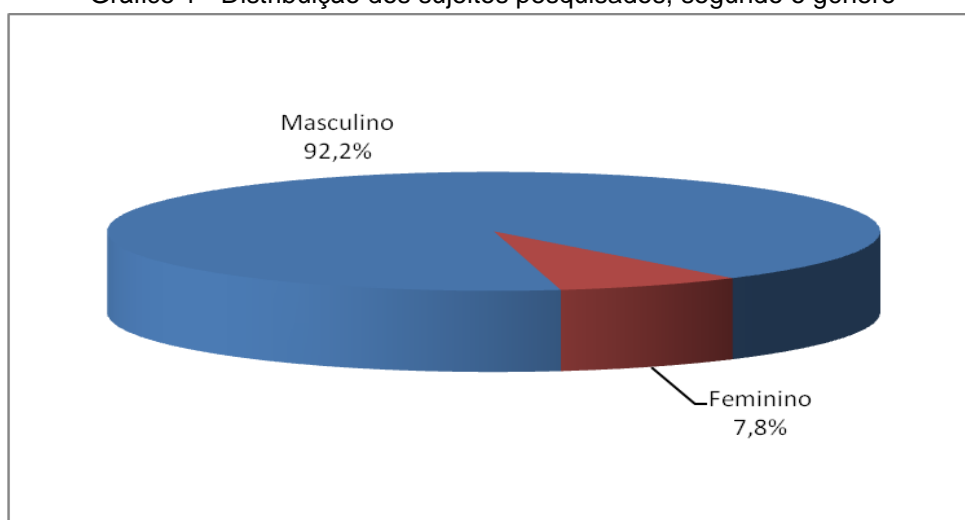
Neste capítulo, apresentam-se os resultados da pesquisa, em que se procurou responder ao objetivo geral e os objetivos específicos. Está estruturado da seguinte forma: Caracterização dos sujeitos investigados; Análise descritiva da identificação organizacional; Análise da relação entre identificação organizacional e as variáveis demográficas e funcionais do estudo; e Aspectos e características entre identidade e terceirização.

Foram aplicados de forma censitária 141 questionários à população de empregados terceirizados, objeto de estudo. Para a realização das entrevistas, o *corpus* da parte qualitativa foi constituído de nove empregados, a partir dos resultados quantitativos, utilizando a técnica de saturação das respostas.

5.1 Caracterização dos Sujeitos Investigados

Conforme os dados constantes do GRÁF. 1, têm-se a distribuição dos 141 funcionários da organização prestadora de serviços pesquisada das unidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro por sexo.

Gráfico 1 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o gênero



Fonte: Dados da pesquisa

Dos 141 sujeitos pesquisados, 130 são do sexo masculino, ou 92,2%, e 11 são do sexo feminino, ou 7,8%.

A TAB. 4 ilustra a distribuição dos sujeitos pesquisados em relação à faixa etária.

Tabela 4 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a faixa etária

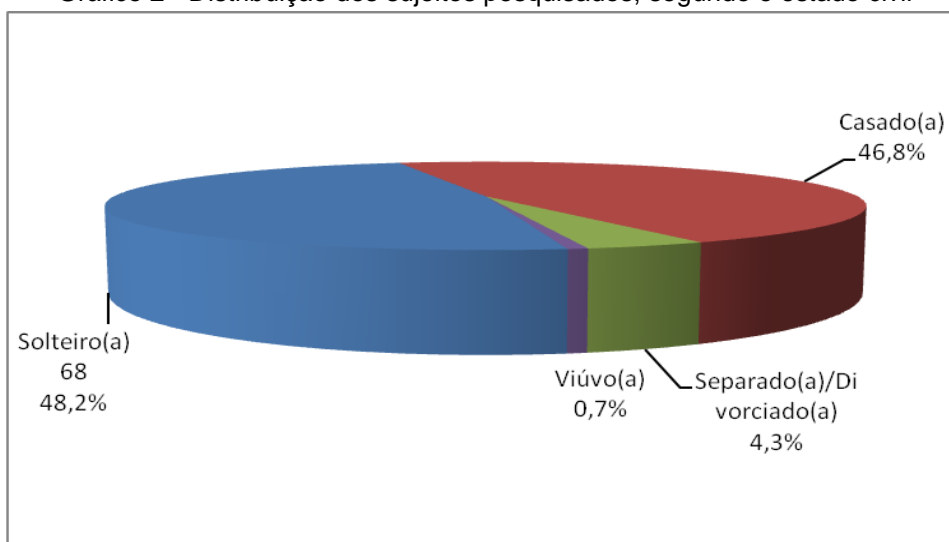
Faixa Etária	Quantitativo	%
Até 25 anos	34	24,1
De 26 a 30 anos	17	12,1
De 31 a 35 anos	16	11,3
De 36 a 40 anos	15	10,6
De 41 a 45 anos	17	12,1
Mais de 45 anos	41	29,1
Sem Informação	1	0,7
Total	141	100

Fonte: Dados da pesquisa

Em termos de faixa etária, o maior percentual (29,1%) dos sujeitos pesquisados tem idade acima de 45 anos. Seguem-se, com 24,1%, os sujeitos com menos idade até 25 anos. Com base em outros dados, a pesquisa revelou que o número de sujeitos com idade acima de 45 anos é representativo, pelo fato de pertencerem do quadro funcional da organização pesquisada há mais tempo. A representatividade de 24,1% dos sujeitos com menos de 25 anos é constituída de empregados terceirizados recém-formados ou em formação, que estão iniciando a vida profissional.

O GRÁF. 2 mostra os resultados quanto á distribuição dos sujeitos pesquisados segundo o estado civil.

Gráfico 2 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o estado civil

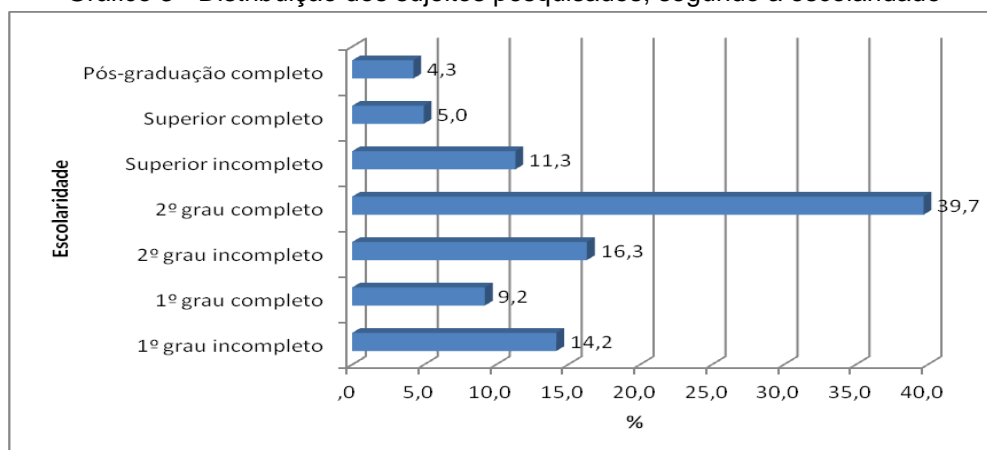


Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao estado civil dos sujeitos pesquisados, segundo mostra o GRÁF. 2, 46,8% são casados e 48,2% são solteiros. Os demais sujeitos são separados/divorciados e/ou viúvo, representando apenas 5%.

O GRÁF. 3 representa a distribuição dos sujeitos pesquisados segundo a escolaridade.

Gráfico 3 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a escolaridade



Nota: O nível de pós-graduação mencionado é no global (*lato stricto sensu*)

Fonte: Dados da pesquisa

No que se refere ao grau de escolaridade dos empregados terceirizados, 56 do total de 141 representam 39,7% com 2º grau completo; 16,3% com 2º grau incompleto; e 23,4% com primeiro grau (completo ou incompleto) - GRÁF. 3.

A TAB. 5 revela os resultados referente à distribuição dos sujeitos segundo a faixa de renda familiar.

Tabela 5 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a faixa de renda familiar

Faixa de renda familiar	Quantitativo	%
Até 2.488,00	107	75,9
Entre 2.489,00 e 3.732,00	18	12,8
Entre 4.354,00 e 5.598,00	12	8,5
Entre 6.220,00 e 7.464,00	3	2,1
Acima de 7.464,00	1	0,7
Total	141	100

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à faixa de renda familiar dos empregados terceirizados, 107, ou 75,9%, recebem até R\$ 2.488,00; e 30, ou 21,3%, recebem entre R\$ 2.489,00 a R\$ 5.598,00, conforme mostram os dados constantes na TAB. 5. Com base nos dados obtidos, observa-se que a maior parte dos empregados ganha menos de 2.488,0, o que corrobora a característica própria da organização, “prestação de serviços na área de manutenção” e o fato de que para alguns cargos não é exigida qualificação. Dos sujeitos entrevistados, 4 relataram sobre a representatividade da organização, mencionando a renda familiar como fonte de renda e meio de sustentação. O relato de E1 é o mais significativo:

A organização representa um meio de sustentação, fonte de renda, manter casa e família, possibilidades de futuro. Eu vejo hoje como possibilidade de crescimento até mesmo profissional, um ganho profissional muito grande. (E1)

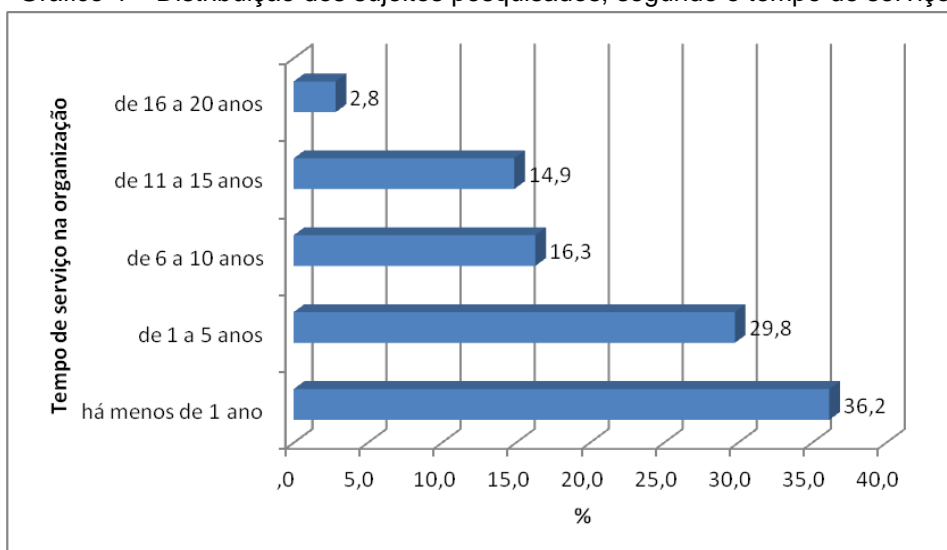
No momento, representa tudo. É aonde eu tiro o sustento da minha família. É onde eu estou conseguindo realizar meu sonho. (E3)

No momento, representa uma modificação enorme em minha vida, porque, além de estar trabalhando como terceirizado em uma organização de nome, ela tem me dado oportunidade de aprender mais. De modo geral, a contratada representa um ganho a mais na minha vida. (E6)

Para mim, representa uma empresa muito boa, que me acolheu através do meu trabalho. Não tem deixado nada a desejar. Tem me dado todo o apoio. Para mim, representa muita coisa. É onde eu tiro meu sustento. (E9)

O GRÁF. 4 apresenta os resultados em relação aos sujeitos pesquisados segundo o tempo de serviço.

Gráfico 4 – Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo o tempo de serviço



Fonte: Dados da pesquisa

Conforme mostra o GRÁF. 4, em relação ao tempo de serviço na organização pesquisada, pode-se dizer que a maioria dos sujeitos pesquisados (36,2%) está na organização há menos de um ano. Compõem o percentual restante, 29,8% de empregados com tempo de trabalho de um a cinco anos e 16,3% entre seis a 10 anos. O fato de 36,2% dos sujeitos pesquisados permanecerem na organização há menos de um ano demonstra que existe rotatividade de empregados na organização, talvez pelo fato de que muitos que entram na organização não se identificam ou encontram oportunidades melhores de trabalho em outras organizações do mercado.

A TAB. 6 apresenta os resultados em relação à distribuição dos sujeitos pesquisados segundo sua área de trabalho.

Tabela 6 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a área de trabalho

Área atuação na Organização	Quantitativo	%
Almoxarifado	11	7,8
Transportes	11	7,8
Limpeza e conservação	8	5,7
Manutenção	91	64,5
Camarim	1	0,7
Engenharia	9	6,4
Administrativa	7	5
Coordenação	3	2,1
Total	141	100

Fonte: Dados da pesquisa

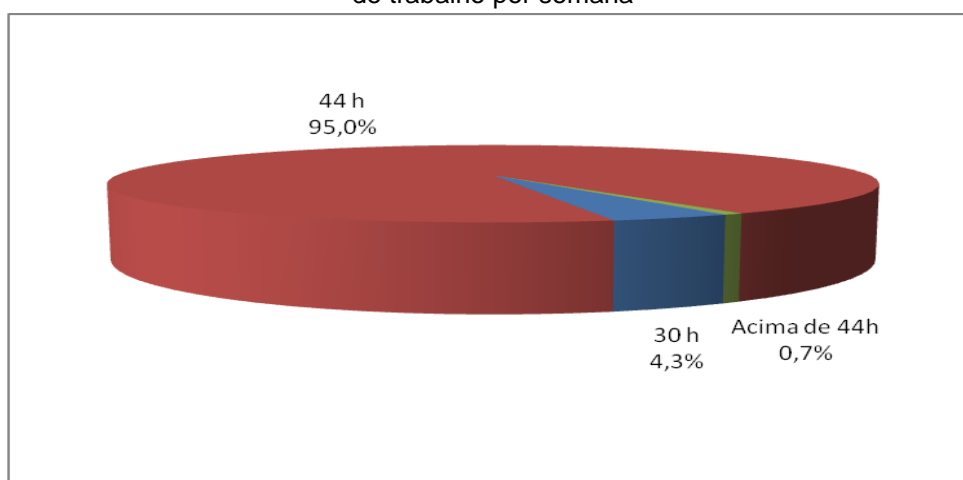
Em relação a área de trabalho, dos 141 funcionários, 91 (64,5%) trabalham na Manutenção em geral, 7,8% no almoxarifado e 7,8% em Transportes.

Ressalta-se que o quantitativo de empregados lotados na área de Manutenção representa um número significativo em relação às demais áreas. Esta área é composta por profissionais de manutenção, como: eletricista, chaveiro, marceneiro, pedreiro, técnico segurança do trabalho, mecânico, carpinteiro, ajudante de

manutenção, técnico de refrigeração, técnico de automação, bombeiro hidráulico e técnico em eletrônica, caracterizando, assim, a principal atividade da empresa, que é a manutenção em geral.

A seguir, apresentam-se os dados referentes às horas trabalhadas por semana pelos sujeitos pesquisados, tendo como base informações constantes no GRÁF. 5.

Gráfico 5 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo as horas de trabalho por semana



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os dados constantes no GRÁF. 5, a maioria dos empregados trabalha 44 horas semanais, como determinado em lei, totalizando um percentual de 95,0%. Compõem o percentual restante 4,3% daqueles que trabalham 30 horas semanais, os quais referem-se aos contratados como menores aprendizes. Acima de 44 horas semanais aparece 0,7% dos pesquisados, carga horária adicional relacionada à realização de horas extras.

A TAB. 7 mostra os resultados obtidos quanto à distribuição dos sujeitos pesquisados segundo a ocorrência de outro emprego.

Tabela 7 - Distribuição dos sujeitos pesquisados, segundo a ocorrência de outro emprego

Outro emprego/atividade	Quantitativo	%
Sim	17	12,1
Não	124	87,9
Total	141	100

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à existência de outro emprego, os resultados apontaram que 87,9% dos sujeitos pesquisados não possuem outro emprego, o que representa dependência importante da renda resultante do trabalho na organização pesquisada. Os demais, 12,1% possuem outro emprego, cuja renda auferida serve de complemento, conforme dados constantes da TAB. 7.

Em síntese, considerando os sujeitos pesquisados, pode-se deduzir que, em termos demográficos e ocupacionais, a maior parte é constituída de homens, situa-se na com faixa etária acima de 45 anos, é solteira, tem segundo grau completo, recebe até R\$ 2.488,00, está há menos de um ano na empresa, atua na manutenção e trabalha 44 horas semanais.

5.2 Análise Descritiva da Identificação Organizacional

Foram analisadas e comparadas as variáveis relacionadas às dimensões da identificação organizacional. As variáveis pesquisadas, com base em Pratt (1998), foram agrupadas nas dimensões: *identificação por afinidade* e *identificação por imitação*.

Em relação à abordagem quantitativa, o instrumento utilizado para a coleta de dados foi composto, basicamente, por escalas de resposta do tipo *Likert* de 4 pontos. O grau de concordância nesta escala gradua-se de "discordo totalmente" para "concordo totalmente". Isso significa que as variáveis que apresentaram escores acima de 3,00 indicam uma situação de concordância; igual ou abaixo de 2,99, uma situação de discordância. Para sintetizar as informações de cada pergunta, utilizaram-se a média e a mediana como medida de tendência central; e para a medida de dispersão, o desvio-padrão.

A TAB. 8 expõe os resultados da identificação organizacional que o sujeito pesquisado estabelece com a organização.

Tabela 8 - Caracterização dos sujeitos pesquisados segundo os fatores da identificação organizacional

Identificação Organizacional	Medidas Descritivas				
	Média	D.P.	P25	Mediana	P75
Identificação por imitação	3,14	0,57	2,75	3,25	3,50
Identificação por afinidade	3,04	0,59	2,78	3,11	3,33

Fonte: Dados da Pesquisa

No que diz respeito às dimensões da identificação organizacional, constatou-se uma situação de concordância nas duas dimensões, uma vez que os escores obtidos apresentaram média acima de 3,00, sendo identificação por imitação 3,14 e identificação por afinidade 3,04 conforme TAB. 8.

O que se pode observar é que na identificação por imitação o escore é de 3,50 para 75% dos sujeitos pesquisados com percepção de concordância e 25% com discordância parcial o que, neste caso, caracteriza não identificação, apresentando escore de 2,75. Na identificação por imitação, “o indivíduo por meio do processo de internalização incorpora crenças e valores da organização, gradualmente ou até rapidamente, em sua identidade” (OLIVEIRA, 2008, p. 185).

Quanto à identificação por afinidade, há por parte dos sujeitos pesquisados uma percepção de concordância com escore de 3,33, representando 75%, e 25% de discordância parcial caracterizando não identificação, com escore de 2,78. Na identificação por afinidade, o indivíduo percebe que parte de sua identidade é formada por valores e crenças que são compartilhados por algumas organizações das quais ele não participa ou não pertence.

Quando questionados se identificam com a organização quanto a suas crenças, valores e práticas, dando uma conotação de imitação, seis dos nove entrevistados admitiram identificar-se com a organização que ele pertence e dois admitiram identificar-se às vezes.

A identificação por imitação é corroborada nos relatos de seis dos nove entrevistados.

No pouco tempo que estou tenho visto até mesmo por mudanças que têm ocorrido eu identifico sim com alguns valores que identifica muito comigo. Em grande parte, sim. (E1)

Identifico-me quando às vezes depende de como é me passado o que é me passado uma coisa que eu errei, me dá algumas dicas de trabalho... Aí, eu me identifico, sim. (E3)

Identifico. É uma empresa que tem comprometimento com o funcionário, respeito. Acho que é isso. (E4)

Identifico-me. Aos poucos, eu estou vendo que tem tudo a ver comigo. O objetivo dela é prestar um serviço bom, e eu também. (E5)

Sim, identifico em relação a excelência, qualidade do trabalho e a transparência. (E7)

Identifico-me com os conselhos que a empresa tem me dado para se formar, estudar fazer um curso profissionalizante e buscar melhorias de salário. (E9)

Ilustrando as expressões lexicais dos entrevistados, conforme Machado (2003), uma identificação forte com a organização aumenta a cooperação entre os indivíduos e a competição com os não membros.

A TAB. 9 revela a avaliação dos escores referentes às dimensões de identificação organizacional.

Tabela 9 - Avaliação dos escores referentes às dimensões de identificação organizacional

Identificação Organizacional	Resultados		
	Escore	P-valor	Conclusão
	3,25		
Identificação por imitação	3,11	0,005**	Imitação > Afinidade
Identificação por afinidade			

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: – As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Wilcoxon*.

– Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

– os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99,0%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95,0%).

- O escore obtido refere-se à mediana.

Entre os sujeitos pesquisados, a partir da análise comparativa das duas dimensões de identificação organizacional, verificou-se a existência de diferenças significativas

quanto às dimensões de identificação, pois o teste de *Wilcoxon* apresentou um valor-p de 0,005**, em que o fator identificação por imitação foi o mais expressivo conforme dados constantes da TAB. 9. Quando o resultado da análise se dá por meio de identificação por imitação, isso quer dizer que o indivíduo, por meio de internalização, assimila valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização onde trabalha como parte de sua identidade.

Há discordância por parte de alguns dos entrevistados que manifestaram respostas diferentes quanto ao fato de identificar com a organização a que pertencem. Argumentaram que ficam durante todo o tempo de trabalho na contratante, o que faz com que se identifiquem com ela. Convivem mais com a contratante do que com a contratada, o que pode influenciar na construção da identidade dos empregados terceirizados, podendo gerar uma nova identidade. Os empregados, portanto, tornam-se mais parecidos com a organização contratante em termos de identificação. Os relatos a seguir confirmam tal percepção.

Assim, isso não é muito bem definido... A gente fica muito aqui dentro da contratante. Perde-se, inclusive, a identidade da contratada. Pode ser que falte alguma coisa para incorporar mais a contratada na nossa mente. (E2).

Na verdade, não tenho muito contato com a contratada, mas na hora que recebo o contracheque "cai a ficha" e vejo que sou funcionário dela. (E8).

Com base em uma análise mais profunda, apresentam-se a seguir os resultados dos indicadores de cada dimensão em relação à identificação organizacional dos empregados da organização. Para sintetizar as informações de cada indicador, utilizaram-se a média e a mediana como medida de tendência central. Para a medida de dispersão, utilizaram-se o desvio-padrão e o intervalo interquartil (P_{25} e P_{75}).

A TAB. 10 mostra os resultados dos indicadores da identificação por afinidade.

Tabela 10 – Caracterização da amostra total, segundo a dimensão identificação por afinidade

Identificação por afinidade	Medidas Descritivas				
	Média	D.P.	P25	Mediana	P75
Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus.	3,33	0,80	3,00	4,00	4,00
É importante para mim trabalhar em uma organização cujos valores são parecidos com os meus.	3,31	0,79	3,00	3,00	4,00
Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus.	3,23	1,04	3,00	4,00	4,00
Eu tenho uma visão de mundo parecida com a de algumas organizações.	3,09	2,78	2,00	3,00	4,00
Eu sei quando uma organização é parecida comigo.	2,98	0,97	2,00	3,00	4,00
Eu prefiro me candidatar a um emprego em uma organização quando ela tem valores parecidos com os meus.	2,96	1,07	2,00	3,00	4,00
Eu tenho valores pessoais parecidos com valores de algumas organizações.	2,94	0,93	3,00	3,00	4,00
Eu conheço organizações onde as pessoas tem um jeito de pensar parecido com o meu.	2,92	0,93	2,00	3,00	4,00
Eu conheço organizações que tem crenças semelhantes às minhas	2,61	1,00	2,00	3,00	3,00

Fonte: Dados da pesquisa

No que diz respeito aos indicadores em relação à dimensão identificação por afinidade, constatou-se uma situação de concordância parcial, uma vez que a maioria dos escores obtidos apresentou uma mediana de 3,00, revelando-se mais significativa no que diz respeito às questões “Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus” e “Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus”, que apresentaram mediana de 4,00. Na identificação por afinidade, não necessariamente o indivíduo precisa pertencer à organização. A percepção do que representa a organização pode vir do público, tanto externo quanto interno.

Apresentam situação de concordância na identificação por afinidade com média acima de 3,00: “Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus” (3,33), “É importante para mim trabalhar em uma organização cujos valores são parecidos com os meus” (3,31), “Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus” (3,23) e “Eu tenho

uma visão de mundo parecida com a de algumas organizações” (3,09). Esta situação de concordância foi evidenciada nas entrevistas. O resultado vai ao encontro da fundamentação teórica de Oliveira (2008), que argumenta que “o indivíduo identifica-se com uma organização que ele acredita ter valores e crenças similares os seus” (OLIVEIRA, 2008, p. 182)

Quando os empregados terceirizados entrevistados foram questionados sobre se as práticas da organização à qual eles pertencem condizem com seus discursos, os relatos revelam que a maioria se sente como funcionário da contratada, representando 78% dos entrevistados - ou seja, 7 do total de 9. As respostas são evidenciadas na seleção lexical:

Sinto-me funcionário da contratada. (E1)

Combina, sim; condizem, sim. Em todos os sentidos, cada dia eu aprendo mais, vou corrigindo alguns erros e vai me ensinando e me orientando no dia a dia. (E3)

Acho que a contratada oferece condições para desenvolvermos nossas atividades. (E4)

Sim, é uma empresa idônea. Não tenho o que reclamar. (E7)

Contrariamente aos relatos acima, um dos nove entrevistados tem uma percepção diferente dos demais, talvez pelo fato de possuir um cargo de confiança na organização e de em alguns momentos fazer negociações com fornecedores em nome da contratante.

Por estar aqui (na contratante) diariamente, estar nove horas por dia e, às vezes, até um pouco mais, a gente acaba vivendo mais as práticas da contratante. Não tem como fugir. Nós supervisores falamos muito em nome da contratante, e não da contratada, em qualquer negociação. Lidamos com o nome da contratante. Essa mistura acaba acontecendo. Por mais que você saiba que é da contratada em todos os momentos você acaba usando o nome da contratante e acaba visando ela mesma. (E2).

A TAB. 11 ilustra os resultados das dimensões da identificação por imitação.

Tabela 11 - Caracterização da amostra total segundo a dimensão identificação por imitação

Identificação por imitação	Medidas Descritivas				
	Média	D.P.	P25	Mediana	P75
Fazer parte do quadro de empregados desta organização é importante para mim.	3,65	0,73	4,00	4,00	4,00
O sucesso da minha organização é meu sucesso	3,35	0,95	3,00	4,00	4,00
Eu me sinto valorizado ao ser reconhecido como membro desta organização.	3,29	0,96	3,00	4,00	4,00
Pertencer a esta organização é importante para a minha auto-imagem	3,19	0,93	3,00	3,00	4,00
Os valores da minha organização fazem parte da minha auto-imagem	3,03	0,99	2,00	3,00	4,00
Minha experiência, nesta organização, me levou a ser parecido com ela.	2,91	0,95	2,00	3,00	4,00
Atualmente eu tenho valores semelhantes aos da minha organização	2,87	0,96	2,00	3,00	4,00
Eu compartilho dos valores com minha organização	2,84	1,01	2,00	3,00	4,00

Fonte: Dados da pesquisa

Os indicadores relacionados à dimensão identificação por imitação apresentaram mediana alternando entre 3,00 e 4,00, evidenciando uma situação intermediária entre concordância parcial e concordância total dos sujeitos pesquisados, conforme apontam dados constantes da TAB. 11. Oliveira (2008) faz referência à identificação por imitação, abordando que “o indivíduo incorpora crenças e valores da organização, de forma gradual ou rapidamente, em sua identidade. Esse processo pressupõe consciência do indivíduo” (OLIVEIRA, 2008, p. 182). Verifica-se discordância na identificação por imitação em três indicadores com média abaixo de 3,00: “Minha experiência, nesta organização me levou a ser parecido com ela” (2,91); “Atualmente eu tenho valores semelhantes aos da minha organização (2,87)” e “Eu compartilho dos valores com minha organização (2,84)”. Neste caso, os empregados terceirizados incorporam muito pouco as crenças e os valores da organização onde trabalha (contratada).

Os demais indicadores da TAB. 11, em relação à média em geral, apresentaram situação de concordância com escore acima de 3,00. Merece destaque o indicador mais significativo em relação à dimensão identificação por imitação: “Fazer parte do quadro de empregados desta organização é importante para mim”, que apresentou escore médio de 3,65, seguido de “O sucesso de minha organização é o meu

sucesso”, com de 3,35. Analisando a significância destes indicadores, pode-se concluir, com base em Oliveira (2008), que o indivíduo, por meio do processo de internalização, assimila valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização onde trabalha como parte de sua identidade. Dessa forma, a identificação por imitação é evidenciada no resultado dos indicadores.

A evidência dos resultados obtidos na TAB. 11 sobre a identificação por imitação é revelada quando os entrevistados são questionados em relação à importância em fazer parte da organização. A identificação de imitação dos empregados terceirizados se dá quando eles incorporam crenças e valores da organização. Dos nove entrevistados, quatro alegaram que fazer parte do quadro de funcionários tem muita importância, conforme as expressões lexicais.

Considero parte dos funcionários da contratada, uma empresa que eu tenho orgulho de trabalhar, empresa boa, cumpre o seu papel. É a empresa que me paga. Tenho que ter orgulho, sim. Apesar de falar muito em nome da contratante, eu tenho orgulho. Indicaria para colega. (E2)

Muito importante! Muito importante mesmo. Vejo oportunidade e estou correndo atrás para ter uma melhoria de trabalho e se identificar mais com a contratada. (E3)

É importante, primeiro, porque preciso trabalhar; segundo, é uma empresa que respeita os funcionários e também presta serviços numa empresa também tranquila. Ela me dá condições para eu prestar um bom serviço. Tenho aprendido muito, e o que aprendo eu levo para minha vida, para meu dia a dia. (E4)

É importante, pois além de ser uma empresa de grande porte, vai me dar um ganho maior no meu currículo. (E6)

Do total de nove entrevistados, cinco não veem diferença em fazer parte de outra organização com valores parecidos com os seus e três deles gostariam, sim, de pertencer a outra organização. As evidências estão nos relatos de E2, E6 e E7.

Gostaria, sim, por questões de nome, peso, benefícios, salário, reconhecimento em algumas questões que talvez a contratada não tem na política dela. Isso faz a diferença e pesa, e que talvez a contratada não tem... Entre uma gestão e outra, isso faz com que você queira isso, e pesa muito. (E2)

Sim, pois com isso você passa a verificar como outras organizações funcionam. Novas descobertas, na parte de administração. As empresas funcionam talvez diferentes, conhecer pessoas diferentes, ramo de atividade diferente, e isto ampliam o leque de conhecimento. (E6).

Gostaria de trabalhar, sim. Você trabalhar em uma organização onde você em semelhança na forma de pensar e agir é importante e alavanca a carreira e facilita a prestação de serviços e sustentação da carreira. (E7)

Quanto a se achar parecido com a organização onde trabalham, sete dos nove entrevistados se acham parecidos e dois percebem o contrário. Conforme relato do entrevistado que se acha parecido com a contratada, ele também se acha semelhante à contratante pelas ações desenvolvidas enquanto empregado terceirizado.

Sinto-me parecido com a contratada, até porque estou inserido e respondo pela contratada. De certa forma, vivo no estabelecimento e sinto como parte importante, que contribui, que colabora. Faço parte de alguns projetos da contratante como voluntário e me vejo semelhante também com a contratante. Então me acho parecido com ambas. (E7)

Quando questionados se o sucesso da organização em que trabalham é o seu sucesso, verificou-se a seguinte situação: oito dos nove entrevistados responderam que sim, sendo que seis responderam que o sucesso da organização contratada depende também do trabalho bem desenvolvido pelo corpo colaborativo. As afirmativas corroboram com a visão teórica de Oliveira (2008), embasado em Pratt (1998), de que o indivíduo assimila por meio do processo de internalização valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização em que trabalha como parte de sua identidade, o que pode confirmado nos relatos a seguir apresentados:

Sim, porque se ela tem êxito nos seus negócios estou também estou garantido na organização. (E1)

Com certeza. A empresa é extensão da minha casa. Trabalho numa empresa bacana. Terei o prazer de divulgar o nome da empresa. Se ela tem sucesso e for bem sucedida, com certeza, eu também estarei participando do seu sucesso. (E3)

Com certeza, porque somos a mão de obra que é oferecida e se não fizermos bem feito o resultado não sai, e ela não terá sucesso. Se ela tiver sucesso, eu também terei sucesso. (E5)

Sim. Também porque se estou numa empresa que está crescendo e bem sucedida, eu estou crescendo também. Torna motivador. O sucesso dela é meu sucesso também. (E7)

Com certeza, porque o meu sucesso depende dela estar indo bem. (E9)

A identificação por imitação, portanto, pode ser considerada uma referência relevante para entender a identificação organizacional e, também, quando as crenças da organização se tornam para o indivíduo autorreferência.

5.3 Análise da relação entre identificação organizacional e as variáveis demográficas e funcionais do estudo

Para analisar as diferenças entre as características demográficas e ocupacionais e as variáveis de identificação organizacional, utilizou-se a técnica de análise bivariada, com a utilização dos testes de *Mann-Whitney* e *Kruskall-Wallis* e a correlação dos fatores identificação por afinidade e identificação por imitação.

A TAB.12 mostra a avaliação dos escores referentes às dimensões da identificação organizacional por sexo.

Tabela 12: Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional por sexo

Fatores de Identificação	Sexo	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por afinidade	Masculino	3,11	0.680	Masc. = Femin
	Feminino	2,89		
Identificação por imitação	Masculino	3,25	0.929	Masc. = Femin
	Feminino	3,13		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Mann-Whitney*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

A análise comparativa entre as duas categorias do sexo quanto às dimensões de identificação organizacional, conforme se observa na TAB. 12, revela que não existe diferença significativa de escores das dimensões de identificação organizacional entre os sexos, pois o valor-p encontrado foi superior que 5% nas duas situações.

Os dados constantes da TAB. 13 mostram o resultado dos níveis médios das dimensões de identificação organizacional entre as duas categorias da faixa etária.

Tabela 13 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por faixa etária

Fatores de Identificação	Faixa Etária	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por afinidade	Até 35 anos	3,00	0.677	Todos iguais
	Acima de 36 anos	3,11		
Identificação por imitação	Até 35 anos	3,13	0.321	Todos iguais
	Acima de 36 anos	3,38		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Mann-Whitney*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Nota: uma observação foi excluída devido à falta de informação

Comparando-se os grupos de faixa etária quanto às dimensões de identificação organizacional, conforme se observa na TAB. 13, não existe diferença significativa de escores das dimensões de identificação organizacional entre as faixas etárias, pois o valor-p encontrado foi superior que 5% nas duas situações.

A TAB. 14 mostra os resultados dos níveis médio das dimensões de identificação organizacional entre as duas categorias do estado civil.

Tabela 14 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por estado civil

Fatores de Identificação	Estado Civil	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por Afinidade	Solteiro (a)	3,00	0,559	Todos iguais
	Casado (a)	3,11		
Identificação por Imitação	Solteiro (a)	3,13	0,547	Todos iguais
	Casado (a)	3,38		

Notas: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Mann-Whitney*

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Nota: sete observações foram excluídas, pois pertencia a outras categorias

Fonte: Dados da pesquisa

Ao associar os grupos relacionados ao estado civil quanto às dimensões de identificação organizacional, conforme se observa na TAB. 14, observa-se que não existe diferença significativa de escores das dimensões de identificação

organizacional, uma vez que o valor-p encontrado foi superior que 5% em todas as situações.

A TAB. 15 mostra o resultado dos níveis médio das dimensões de identificação organizacional entre as três categorias da escolaridade.

Tabela 15 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por escolaridade

Fatores de identificação	Escolaridade	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por Afinidade	1º grau	2,89	0,041*	Superior e Pós > 2o grau > 1o grau
	2º grau	3,00		
	Superior e Pós-Grad.	3,22		
Identificação por Imitação	1º grau	3,13	0,370	Todos iguais
	2º grau	3,25		
	Superior e Pós-Grad.	3,38		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *kruskal-Wallis*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Comparando-se os grupos de escolaridade quanto às dimensões de identificação organizacional, conforme se observa na TAB. 15, verificou-se diferença significativa em relação à dimensão identificação por afinidade, que apresentou um valor-p de 0.041*, corroborando com a teoria de que a identificação por afinidade é aquela com base na qual o indivíduo se identifica com a organização que ele acredita ter valores e crenças similares aos seus (PRATT, 1998). Neste fator, o grupo de pessoas formado por graduados e pós-graduados apresenta maior afinidade do que aquele de ensino médio e fundamental. Estes resultados podem ser evidenciados na TAB. 16. Quanto à identificação por imitação, não foi verificada diferença quando se compararam os grupos de escolaridade dos sujeitos pesquisados.

A TAB. 16 mostra os resultados encontrados referentes às dimensões da identificação organizacional por renda familiar dos sujeitos pesquisados.

Tabela 16 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, por renda familiar

Fatores de Identificação	Faixa de Renda Familiar	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por Afinidade	Até R\$2.488,00	2,89	0,000**	Acima de R\$ 2.489 > Até R\$2.488
	Acima de R\$2.488,00	3,33		
Identificação por Imitação	Até R\$2.488,00	3,13	0,012*	Acima de R\$ 2.489 > Até R\$2.488
	Acima de R\$2.488,00	3,50		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Mann-Whitney*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Comparando-se os grupos de renda familiar quanto às dimensões de identificação organizacional, conforme se observa na TAB. 16, constatou-se que indivíduos com renda acima de R\$ 2.489,00 apresentaram maior identificação tanto por afinidade (escore 3,33) quanto por imitação (escore 3,50) do que indivíduos com renda inferior a R\$ 2.488,00, com base no resultado do teste de *Mann-Whitney*. A identificação organizacional pode ser observada nos relatos dos entrevistados E7 e E9.

Tenho ânsia por crescimento, retorno acadêmico, de agregar mais conhecimento, dar continuidade na minha carreira. Como a contratada é empresa grande, que detém muitos contratos dentro do que eu estou buscando, vejo até possibilidade de migrar de contrato que me permita mais conhecimento dentro dessa qualificação que eu busquei até então. (E7)

Minhas perspectivas é que sempre melhorando, a contratada oferecendo mais cursos, mais palestras, treinamentos, para sempre no dia a dia atualizarmos. Se não, fica parado no tempo. Esta bagagem é importante. (E9)

A TAB. 17 mostra o resultado dos níveis médio das dimensões de identificação organizacional entre as duas categorias de tempo de serviço.

Tabela 17 - Avaliação dos escores referentes às dimensões da identificação organizacional, por tempo de serviço

Fatores de identificação	Tempo de serviço na organização	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por Afinidade	há menos de 1 ano	3,00	0,959	Todos iguais
	de 1 a 5 anos	3,00		
	acima de 6 anos	3,11		
Identificação por Imitação	há menos de 1 ano	3,38	0.341	Todos iguais
	de 1 a 5 anos	3,13		
	acima de 6 anos	3,25		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *kruskal-Wallis*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Quanto ao relacionamento entre as dimensões de identificação organizacional e o tempo de serviço, não foi identificado nem um tipo de associação, pois o teste estatístico apresentou um p-valor maior que 5%, conforme dados constantes da TAB. 17.

A TAB. 18 apresenta os resultados dos níveis médio das dimensões de identificação organizacional entre as duas categorias: Possui outro emprego e Não possui outro emprego.

Tabela 18 - Avaliação dos escores referentes as dimensões da identificação organizacional, segundo a ocorrência de outro emprego

Fatores de Identificação	Outro Emprego	Resultados		
		Escore	P-valor	Conclusão
Identificação por afinidade	Sim	3,11	0,834	Todos iguais
	Não	3,00		
Identificação por imitação	Sim	2,75	0,014*	Não possui outro emprego > Possui outro emprego
	Não	3,38		

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: - As probabilidades de significância (p-valor) referem-se ao teste de *Mann-Whitney*.

- Os valores de p-valor em negrito indicam diferenças significativas.

- Os resultados significativos foram identificados com asteriscos, de acordo com o nível de significância, a saber: p-valor < 0.01** (nível de confiança de 99%) e p-valor < 0.05 * (nível de confiança de 95%)

Fonte: Dados da pesquisa

Ao associar as dimensões de identificação organizacional analisadas, constatou-se que os entrevistados que possuem outro emprego apresentam menor identificação por imitação quando comparados aos empregados que não possuem outro emprego. Os escores encontrados nesta dimensão foram 2,75 e 3,38, respectivamente, demonstrados na TAB.18.

Pode-se concluir que os empregados que possuem outro emprego assimilam menos por meio do processo de internalização os valores, as crenças e os atributos da organização pesquisada. O indivíduo identifica-se com uma organização que ele acredita ter valores e crenças iguais aos seus. Conforme Pratt (1998, p. 174), “usamos organizações que nós vemos como similares a nós mesmos para nos referirmos a nós mesmos”. No caso da pesquisa, os sujeitos pesquisados que possuem outro emprego não se acham membro de uma única organização, pois se relacionam com várias e não assimilam valores e crenças apenas de uma organização.

Ainda com base nos dados constantes da TAB. 18, consta-se que em relação à identificação por afinidade não ocorre diferença significativa entre os empregados que possuem e os que não possuem outro emprego.

5.4 Aspectos e Características entre Identidade e Terceirização

Indagados sobre se a terceirização afeta a identidade ou os confunde enquanto prestadores de serviços, alguns dos entrevistados afirmaram que em determinados momentos afeta e confunde, pelo fato de conviverem muito tempo no ambiente ocupacional da contratante.

Alguns momentos, em alguns momentos, se confundem, sim, porque nos setores que eu trabalho eu tenho que atender diretamente ao contratante, não estabelecendo contato como a contratada. Então, eu tenho que ter um equilíbrio muito grande entre a contratante e a contratada. (E1)

Afeta, com certeza. Justamente isso, por conviver demais com a contratante, acaba perdendo a identidade da contratada, acaba se confundindo. Em algumas questões de benefícios nos quais somos excluídos, aí, sim, lembramos que somos de outra organização, que é a contratada. Limitações que eu tenho aqui dentro, como lidar com os funcionários da contratante. Aí, você lembra da organização que você trabalha. (E2)

E quanto a afetar e a não afetar a identidade, três entrevistados disseram que não, que em momento algum se confundem. Apenas ficam insatisfeitos com algumas práticas de alguns funcionários quanto ao tratamento discriminatório dado a eles.

Não, em momento algum, em momento algum. Como terceirizado a gente sente a diferença aqui. Não confunde, não, mas fico um pouco triste por estarmos fazendo as mesmas atividades que alguns funcionários e não poder ter acesso ao mesmo que eles. Não afeta minha identidade, não; afeta a mim mesmo um pouquinho. (E3)

Não afeta em nada, sinceramente. Estou muito satisfeito e tranquilo na contratada. No início, me confundia por falta de experiência. (E4)

Não. Acho que às vezes tem certo preconceito. Alguns funcionários tratam os terceiros diferentes com algumas atitudes, mas não atrapalha meu serviço, a maneira de tratar. Comprimento dia a dia com bom-dia, boa-tarde. Pra mim, é muito claro terceirizado e funcionário. (E5)

Questionado sobre se a terceirização afeta a identidade ou o confunde enquanto prestador de serviço, um dos entrevistados com perfil de um profissional mais esclarecido, pós-graduado e cargo de supervisão, relata que para ele a terceirização é indiferente e é vista como uma forma de trabalho. Em sua visão, o trabalho é que é importante. Em contrapartida, este mesmo entrevistado argumenta que não há o apoio necessário da contratada, faltando uma proximidade maior e melhoria na gestão com o quadro colaborativo.

Eu, enquanto trabalhador, vejo a terceirização como forma de trabalho, uma oportunidade. Enquanto trabalhador, o importante é o trabalho. Gera certa confusão, sim, pois temos uma carência por estar longe da contratada. Temos uma deficiência de não estar próximo da contratada. Falta uma maior gestão com o quadro colaborativo. (E7)

Partindo do pressuposto de que os empregados terceirizados se confundem e se perguntam “A qual organização eu pareço ou pertencço” e, ainda, utilizando a afirmação de Machado (2003) de que a identidade organizacional, tal como outras identidades, remetem ao vivido e à subjetividade, foi importante e enriquecedor perguntar com qual organização eles se parecem. Pôde-se notar pelos relatos citados que os entrevistados se acham parecidos com as duas: contratada e contratante.

Acho-me parecido com as duas. Trabalho para a contratada e presto serviços para a contratante. Tenho que me identificar com as duas. Se não houver o equilíbrio, não dará certo mais para frente. (E3)

Para falar a verdade, com as duas. Trabalho para a contratada e presto serviço para contratante. Difere muito. O trabalho pelo qual presto na contratante, é bem visto pela contratada. Mas acho que pareço mais com a contratante porque é onde presto serviço e trabalho na parte prática e teórica do que estou estudando. (E6)

Com a contratada eu tenho algumas semelhanças. Não são todas. Há uma complexidade, lado humano, lado organizacional. Acho também parecido com outras organizações. Já tive possibilidade de trabalhar em outras empresas e já percebi. (E7)

Não vou dizer que pareço nem com uma nem com a outra. Não fiz ainda esta análise. Eu acho que pelo contato que tenho com a contratante de ficar mais tempo acabo me identificando com a contratante, se sente mais à vontade, pelo tratamento do dia a dia. (E9)

Observa-se, ainda, nestes relatos que os empregados terceirizados se percebem semelhantes às organizações contratada e contratante, a partir de suas vivências nos grupos em que nelas atuam, existindo uma ligação entre antes de identificar-se (reconhecer na organização uma semelhança) e necessidade de identificar-se (reconhecer algo na organização). A identificação do empregado na organização, portanto, está vinculada do trabalho que ele realiza e o seu contexto.

Alguns dos entrevistados têm esperança de um dia fazer parte do quadro de funcionários da contratante. Eles comparam as duas organizações em termos dos benefícios que são considerados melhores, por ser uma empresa de grande porte, empresa conhecida e a marca que é muito forte. O fato é que enquanto terceirizados eles, algumas vezes, se acham insatisfeitos, considerando-se, inclusive, “patinho feio” (fala do E8) que presta serviço na contratante.

Sim, primeiro por ser uma grande organização, ser reconhecida no mundo inteiro de grande porte; outra pelo ramo que estou me qualificando. Ela vai me dar oportunidade de colocar em prática tudo eu estou estudando. E, para a contratada, eu teria que conhecer mais o ramo de atividade que ela trabalha para verificar se eu me encaixaria. (E6)

Por causa dos benefícios que ela oferece, uma grande empresa, gostaria sim. Também para não sentir o “patinho feio”, que acontece com os terceirizados. Mas gostaria, sim. (E8)

Tenho, sim. Estou estudando, correndo atrás, para que um dia isto aconteça, pelo salário, condições melhores, benefícios, recursos que ela te dá. Para quem tem família, é importante. (E5)

Os relatos se assemelham aos argumentos de Druck (1999) e Druck e Franco (2007) quando mencionam que em um ambiente com trabalhadores terceirizados

subsiste uma significativa situação de discriminação, como o fato de os trabalhadores efetivos se identificarem-se com a organização, se diferenciarem-se e serem diferenciados pelos gestores em relação aos terceirizados.

O relato do entrevistado E7 revela a importância da pesquisa e sugere que seja encaminhada ao conhecimento da organização contratada. Sua pré-análise é que questões sobre identidade são confusas para o empregado terceirizado. Conhecer a filosofia e a política da contratada e aproximar-se um pouco mais dela são atitudes essenciais para os empregados na construção de sua identidade.

Acho importantíssima sua pesquisa. Você deve encaminhar para a empresa. Ela é um pouco distante. Deixa a desejar a questão da identidade. O funcionário precisa viver mais sua filosofia, sua política. Ela é distante. Nós que estamos aqui na contratante vivemos muito a cultura do cliente. A contratada precisa rever isto porque a atuação da empresa é bem superficial. (E7)

A seguir formulam-se as considerações finais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo expõe as conclusões do estudo, resgatando o problema de pesquisa e respondendo aos objetivos, como também relaciona os resultados obtidos com a teoria que serviu de base para a sua realização. Na sequência, abordam-se as limitações e propõe-se uma agenda de pesquisa para a realização de pesquisas relacionadas à temática estudada.

O estudo permitiu responder ao seguinte problema de pesquisa: Qual a configuração da identidade de empregados terceirizados que prestam serviço numa organização no segmento da mídia nacional? Em decorrência da colocação deste problema, definiu-se como objetivo geral: Analisar a configuração da identidade organizacional de empregados terceirizados que prestam serviços em uma organização no segmento da mídia nacional com atuação nas cidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro, tendo como referencia a Escala de Identificação Organizacional (EIO). Para o desenvolvimento do estudo, relacionado a este objetivo geral, três objetivos específicos foram definidos, que serviram de base para direcionar e obter os resultados que serão apresentados e discutidos a seguir.

O primeiro objetivo específico do estudo foi: Identificar e descrever a identidade por imitação dos empregados terceirizados alocados nas unidades pesquisadas da empresa contratante.

Em relação a este primeiro objetivo, tendo como referência os dados da pesquisa, o que se pôde observar é que na identificação por imitação o escore encontrado foi de 3,50 para 75% dos sujeitos pesquisados, sugerindo que estes indivíduos se identificam com a organização em que trabalham (contratada). Já para 25% dos pesquisados, o escore obtido de 2,75 sugere uma não identificação. Reforçando o conceito relativo à identificação por imitação, tem-se que “o indivíduo por meio do processo de internalização incorpora crenças e valores da organização, gradualmente ou até rapidamente, em sua identidade” (OLIVEIRA, 2008, p. 185).

Aprofundando a análise e considerando os indicadores da dimensão identificação por imitação, levando-se em consideração a mediana, os indicadores "Fazer parte

do quadro de empregados desta organização é importante para mim", "O sucesso da minha organização é meu sucesso", "Eu me sinto valorizado ao ser reconhecido como membro desta organização", "Pertencer a esta organização é importante para a minha autoimagem", "Os valores da minha organização fazem parte da minha autoimagem", "Minha experiência, nesta organização, me levou a ser parecido com ela", "Atualmente eu tenho valores semelhantes aos da minha organização" e "Eu compartilho dos valores com minha organização" variam entre 3,00 e 4,00, evidenciando uma situação intermediária entre concordância parcial e concordância total dos informantes, conforme dados constantes da TAB. 12, o que significa uma identificação variando de parcial a total com a empresa contratada. Oliveira (2008) faz referência à identificação por imitação abordando que "o indivíduo incorpora crenças e valores da organização, de forma gradual ou rapidamente, em sua identidade. Esse processo pressupõe consciência do indivíduo" (OLIVEIRA, 2008, p. 182).

A não identificação por imitação se deu com base em três indicadores com média abaixo de 3,00: "Minha experiência nesta organização me levou a ser parecido com ela" (2,91), "Atualmente eu tenho valores semelhantes aos da minha organização (2,87)" e "Eu compartilho dos valores com minha organização (2,84)". Neste caso, os empregados terceirizados incorporam muito pouco as crenças e valores da organização onde trabalham. Em relação a estes indicadores não ocorre a identificação por imitação.

Em uma pesquisa realizada por ARRUDA (2011), na qual foi investigada a identidade organizacional na percepção de professores de uma instituição pública, foram encontrados resultados indicando identificação parcial em termos globais. Em relação à identificação por imitação, os resultados apresentaram identificação parcial mais baixa dos professores com instituição pesquisada, se comparada à identificação por afinidade.

Em relação ao segundo objetivo específico - Identificar e descrever a identidade por afinidade dos empregados terceirizados alocados nas unidades pesquisadas da empresa contratante, tendo como referência os dados da pesquisa, o que pôde se observar é que na identificação por afinidade o escore encontrado foi de 3,33 para

75% dos sujeitos pesquisados, o que sugere que estes indivíduos identificam-se com a organização em que trabalham (contratada). Já para 25% dos sujeitos pesquisados, cujo escore obtido foi de 2,78, em termos médios, observou-se identificação com média de 3.04.

Reforçando o conceito relativo à identificação por afinidade dos empregados terceirizados alocados nas unidades pesquisadas da empresa contratante, tem-se que “o indivíduo por meio do processo de internalização incorpora crenças e valores da organização, gradualmente ou até rapidamente, em sua identidade” (OLIVEIRA, 2008, p. 185).

Os indicadores mais significativos em relação à dimensão identificação por afinidade encontrados foram "Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus" e "Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus", que apresentaram mediana de 4,00. Na identificação por afinidade, não necessariamente o indivíduo precisa pertencer à organização. A percepção do que representa a organização pode vir do contexto tanto externo quanto interno.

De acordo com os resultados da pesquisa, outros indicadores apontaram para a identificação por afinidade, com média variando entre 3,09 e 3,33, que são os seguintes: "Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus" (3,33), "É importante para mim trabalhar em uma organização cujos valores são parecidos com os meus" (3,31), "Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus" (3,23) e "Eu tenho uma visão de mundo parecida com a de algumas organizações" (3,09). Esta situação de identificação foi confirmada na análise qualitativa, como pode ser observado em partes da análise constante no capítulo 5 deste estudo. O resultado remete à fundamentação teórica de Oliveira (2008), que argumenta que "o indivíduo identifica-se com uma organização que ele acredita ter valores e crenças similares os seus" (OLIVEIRA, 2008, p. 182).

Aprofundando a análise em relação às duas dimensões de identificação organizacional pesquisadas (por imitação e por afinidade), verificou-se a existência

de diferenças significativas entre elas, pois o teste de *Wilcoxon* apresentou um valor- p de 0,005**, em que o fator identificação por imitação foi o mais expressivo, conforme dados constantes da TAB. 10. Dessa forma, quando a identificação se dá por imitação, de acordo com Oliveira (2008), pode-se afirmar que o indivíduo, por meio de internalização, assimila valores, crenças e atributos percebidos como centrais na organização em que trabalha como parte de sua identidade. Isso ocorreu em relação à empresa contratada. Dessa forma, pode-se concluir que o estudo realizado apresentou resultados em conformidade com os pressupostos teóricos da teoria de Pratt (1998) e Oliveira (2008).

Verificando a pesquisa realizada por ARRUDA (2011), na qual foi feita uma análise comparativa em relação às duas categorias de identificação: por imitação e por afinidade, verificou-se diferenças significativas entre a identificação por afinidade que foi maior do que a identificação por imitação.

O terceiro e último objetivo específico - Analisar a relação identidade por afinidade e identidade por imitação à luz dos dados demográficos e funcionais dos empregados terceirizados -, em síntese, proporcionou os resultados a seguir apresentados para as seguintes variáveis: sexo, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda familiar, tempo de serviço na instituição e ocorrência de outro emprego.

Em relação às variáveis sexo, faixa etária, estado civil e tempo de serviço na instituição pesquisada, não foram identificadas diferenças significativas em relação à identidade por afinidade e à identidade por imitação. As diferenças significativas para $p > 0,05$ e $p > 0,01$ se deram em relação às variáveis apresentadas a seguir:

- . Escolaridade – em relação à identificação por afinidade. Neste caso, os indivíduos com curso superior e pós-graduação se identificam mais do que aqueles que possuem segundo grau, e estes mais que os que possuem primeiro grau ($p < 0,05$).
- . Renda familiar – tanto na identificação por afinidade ($p < 0,01$) como na identificação por imitação ($p < 0,05$) os indivíduos que recebem salário maior que R\$ 2.489,00 identificam-se mais do que aqueles que recebem salário até R\$ 2.488,00.

. Ocorrência de outro emprego – na identificação por imitação, os indivíduos que não possuem outro emprego identificam-se mais do que os que não possuem ($p < 0,05$).

Quanto às limitações da pesquisa, é importante mencionar sua caracterização como um estudo de caso realizado em uma organização contratante de serviços terceirizados. Dessa forma, todas as particularidades em torno dos resultados são pertinentes somente a esta organização estudada. A pesquisa foi realizada em duas unidades da organização, aquelas localizadas nas cidades de Belo Horizonte e Rio de Janeiro. Portanto, outra limitação do estudo foi a não generalização dos resultados para as outras unidades da própria organização. Em síntese, não se pode generalizar as análises elaboradas, assim como os resultados encontrados, que são próprios da organização pesquisada, que possui suas próprias características, para outras organizações. Organizações que também contratam serviços terceirizados são dotadas de realidades diferentes daquelas que foram encontradas e identificadas neste estudo.

O pesquisador cita também como limitação à realização da pesquisa o fato de o estudo ter considerado e contemplado apenas empregados terceirizados que prestam serviços em apenas uma organização contratante. Ressalta-se que a empresa contratada possui contratos de prestação de serviços em várias outras organizações com particularidades diferentes e que podem alterar de forma significativa os resultados pertinentes à identidade organizacional de seus empregados terceirizados.

Também, há de se ressaltar que a organização pesquisada é prestadora de serviços do ramo de engenharia, contemplando várias modalidades de serviços do setor e representando uma parte mínima de todas as organizações que prestam serviços nas mais diversas modalidades para outras organizações contratantes. Vale, então, propor que pesquisas sejam realizadas em outras modalidades de prestação de serviços, já que diversas organizações são dotadas de particularidades e são diferenciadas.

Ainda nessa direção, ressalta-se que cada empresa contratante ou tomadora de serviços terceirizados possui maneiras diferentes de relacionar e tratar os empregados terceirizados. Para tanto, os resultados de pesquisas futuras sobre a identidade organizacional podem obter variações diversas.

Uma outra direção de estudos sobre identidade organizacional consiste em investigar a identidade de empregados que um dia foram prestadores de serviços (ex-terceirizados), mas que se encontram na situação atual de empregados da organização contratante, fazendo parte do seu quadro de funcionários.

Tais recomendações certamente não esgotam as possibilidades de haver outros estudos referentes à temática sobre identidade organizacional e terceirização, dada a existência de demanda crescente de mão de obra terceirizada. Entender e analisar como estes profissionais agem e se sentem profissionalmente é de extrema relevância tanto para as organizações quanto para a academia.

Vale mencionar que um dos entrevistados mencionou a importância da realização de outros estudos visando investigar e analisar a satisfação dos empregados terceirizados, conforme relato a seguir.

Acho que procurar entender a relação do empregado com a contratada é importante, mas a satisfação do trabalhador também é de extrema importância. Sugiro também que, além da identidade, fosse feita uma pesquisa sobre a satisfação dos empregados terceirizados. (E6)

Por fim, merece destaque a significância deste estudo sob a ótica do aprendizado na academia, enfatizando que foram levantadas outras questões e questionamentos, na busca constante de respostas, no sentido de avançar nos esclarecimentos sobre a construção temática da identidade de empregados terceirizados em outras organizações.

REFERÊNCIAS

- ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: CUMMINGS, L. L.; STAW, B. M.(Eds.). **Research in organizational behavior**. Greenwich: JAI Press Inc., 1985. v. 7, p. 263-295.
- AMATO NETO, J. Reestruturação industrial, terceirização e redes de subcontratação. **RAE – Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, 1995.
- ARENDT, H. **A condição humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- ARRUDA, R. F.; **Identidade organizacional**: estudo de caso com os professores da graduação do Campus II do CEFET/MG, 2011. 92 f. Dissertação (Mestrado em Administração) -Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2011.
- BARROS, L. Gerenciamento do trabalho terceirizado. In: BOOG, M. (Coord): **Manual de gestão de pessoas e equipes: estratégias e tendências**. São Paulo: Gente, 2002.
- BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição**: República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BRAVERMAN, H. **Trabalho e capital monopolista**: a degradação do trabalho no século XX. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1987.
- BRITO, V. G. P.; MARRA, A. V.; CARRIERI, A. P. Práticas discursivas de trabalhadores terceirizados e construções sociais da identidade de exclusão. **RCA – Revista de ciências da administração**, v. 14, n. 32, p. 77-91, 2012.
- CALDAS, M. P.; WOOD JR, T. Identidade organizacional. **RAE - Revista de Administração Empresas**, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 6-17, 1997.
- CARRIERI, A. P. *et al.* (Org.). **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010.
- CARRIERI, A. P. **O fim do “mundo Telemig”**: a transformação das significações culturais em uma empresa de telecomunicações. 2001. (Tese de Doutorado) – Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**: um guia prático para os alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 349p.

COSTA, M. S. Terceirização no Brasil, os desafios de uma nova cultura e de relações jurídico-sindicais. **RAE - Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 34, n. 1, Jan./Fev. 1994, p. 6-11.

DIAS, R. **Sociologia das organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

DRUCK, M, G. Reestruturação produtiva e terceirização: as transformações no mundo do trabalho e as consequências sociais. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE TERCEIRIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES: NOVAS FORMAS E APLICAÇÃO DA TERCEIRIZAÇÃO, 9. 2000, Salvador. **Anais...** Salvador, Gazeta Mercantil, 2000. p. 60-66.

DRUCK, G. da. **Terceirização**: (des)fordizando a fábrica: um estudo do complexo petroquímico. São Paulo: Boitempo, 1999.

DRUCK, F.; FRANCO, T. Terceirização e precarização: o binômio antissocial em indústrias. In: **A perda da razão social do trabalho**: terceirização e precarização. São Paulo: Boitempo, 2007.

DUBAR, C. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

DUBAR, C. **A socialização**: construção das Identidades sociais e profissionais. Porto: Porto Editora. 1997.

DUBAR, C. **La socialisation**: construction des identités sociales et professionnelles. Paris: Armand Colin, 1996.

ENRIQUEZ, E. Os desafios éticos nas organizações modernas. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 37, n. 2, 1997.

ERIKSON, E. H. **Identidade juventude e crise**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

ERIKSON, E. H. **Identidade juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976. entra

FARIA, A. Terceirização: um desafio para o movimento sindical. In: MARTINS, H. S.; RAMALHO, J. R. **Terceirização**: diversidade e negociação no mundo do trabalho. São Paulo: Hucitec/Cedi-Nets, 1994.

FERREIRA, Alexandre. **História da TV brasileira**: Rede Globo. 2013. Disponível em: < http://www.microfone.jor.br/hist_globo.htm >. Acesso em: 29 jan. 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIOSA, L. A. **Terceirização**: uma abordagem estratégica. São Paulo: Pioneira,1999.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1987.
HALL. S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

KARDEC, A.; NASCIF J. **Manutenção estratégica**. Rio de Janeiro: Qualimark, 1999.

LACOMBE, B. B. A relação indivíduo-organização: é possível não se identificar com a organização? In: II ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS - ENEO, 2., 2002, **Anais...** Recife: Observatório da realidade organizacional: PROPAD/UFPE: ANPAD, Recife, 2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

LASCH, C. **O mínimo eu**: a sobrevivência psíquica em tempos difíceis. São Paulo: Brasiliense, 1990.

LEITE, J. C. Terceirização em informática sob a ótica do prestador de serviços. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 37, n. 4, p. 65-77, 1997.

MACHADO, H. V. A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 5, n. 73, p.51-73, 2003.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. S. (2003). Identidade Organizacional – a importância de valores e crenças – estudo de caso em uma organização extinta por incorporação. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27. , 2003. Atibaia. Rio de Janeiro: ANPAD, 2003.

MARTINS, S. P. **A terceirização e o direito do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2001.

MEAD, G. H. **Mind, self and society**: from the standpoint of a social behaviorist. Chicago: The Chicago University Press, 1934.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 7. ed. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: Abraso, 2000.

OLIVEIRA, F. A. Identificação organizacional. In: SIQUEIRA, M. M. M. (Org.), **Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008. p. 179-188.

PESSAMILIO, G. O. **Articulação entre as demandas profissionais na modernidade e a construção da identidade do executivo**. 2007. 217f. (Dissertação de Mestrado) - FEAD, Minas Centro de Gestão Empreendedora Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa, Belo Horizonte. 2007.
PINTO, A. K.; XAVIER, J. N. **Manutenção: função estratégica**. Rio de Janeiro: QualityMark, 1999. 304 p.

PRATT, M. G. **To be or not to be: central questions in organizational identification**. In: WHETEN, D. A.; GODFREY, P. C. (Eds.). **Identity in organizations: building theory through conversations**. Thousand Oaks: Sage, 1998. p. 171-207.

SAINSANLIEU, R. L'identité au travail: une expérience partagée. In: FRANCFORT, J. *et al.* **Les mondes sociaux de l'entreprise**. Paris: Sociologie Économique, 1995.

SILVA, J. R. G; VERGARA, S. C. Mudança organizacional e as relações que afetam a reconstrução das identidades dos indivíduos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1996.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 96 p.

VINHAS, A. P. L. C.; BECKER, G. V. Redes de cooperação interorganizacional: o caso da rede Macsul. **Análise**, Porto Alegre, v. 17, n. 1, p. 167-184, jan./jul.2006.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e método**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXOS

ANEXO A - Questionário de aplicação aos empregados da organização pesquisada	88
---	----

ANEXO A

Questionário

Questionário de aplicação aos empregados da organização pesquisada.

Orientações para a pesquisa:

O objetivo deste trabalho é levantar informações na organização que possam contribuir com a Dissertação de Mestrado em Administração que será desenvolvida como linha de pesquisa em relações de poder e dinâmica nas organizações.

1. Utilize caneta para marcar suas opções.
2. Responda cada item o mais preciso e francamente possível, condição essencial para a confiabilidade dos resultados.
3. Não assine o seu nome, uma vez que os dados serão tratados na sua totalidade;
4. Assinale apenas uma resposta para cada questão.
5. Considere exatamente o que acontece e não o que seria ideal que viesse a acontecer.
6. Em caso de alteração da resposta, faça um círculo na resposta errada e marque a nova resposta.
7. Para manter a confiabilidade dos resultados é necessário que todas as questões sejam respondidas. Portanto, ao final, repasse cada questão para verificar se respondeu a todas.
8. Procure responder de forma espontânea e de acordo com sua consciência.
9. Assinale um "X" no espaço reservado a cada sentença, tendo em vista o seu grau de concordância com as mesmas.

Sua participação é fundamental. Obrigado pela sua atenção e colaboração.

I - Dados demográficos e ocupacionais:

Sexo:		
1. () Masculino	2. () Feminino.	
Faixa Etária:		
1. () até 25 anos	2. () de 26 a 30 anos	3. () de 31 a 35 anos.
4. () 30 a 40 anos	5. () de 41 a 45 anos	6. () mais de 45 anos.
Estado Civil:		
1. () Solteiro (a)	2. () casado (a)	3. () Desquitado(a)/Divorciado(a)
4. () Viúvo (a)		
Escolaridade:		
1. () 1º grau incompleto	2. () 1º grau completo	3. () 2º grau incompleto
4. () 2º grau completo	5. () Superior incompleto	6. () Superior completo
7. () Pós-graduação incompleto	8. () Pós-graduação completo	
Em que faixa de renda familiar, você se enquadra?		
1. () Até 2488,00	2. () Entre 2488,00 e 3732,00	3. () Entre 4354,00 e 5598,00
4. () Entre 6220,00 e 7464,00 5. () Acima de 7464,00		
Que tipo de vínculo empregatício você estabelece com a Organização?		
1. () Efetivo	2. () Terceirizado	3. () Estagiário
Há quanto tempo você presta serviço na organização contratante?		
1. () há menos de 1 ano	2. () de 1 a 5 anos	3. () de 6 a 10 anos.
4. () de 11 a 15 anos	5. () de 16 a 20 anos	6. () mais de 20 anos.
Em que área você atua na Organização?		
1. () Almoxarifado	2. () Transportes	3. () Limpeza e Conservação
4. () Manutenção	5. () Camarim	6. () Copa 7. () Engenharia
8. () Administrativa	9. () Coordenação	10. () Gerência 11. () outros
Você foi contratado para trabalhar quantas horas por semana?		
1. () 30 h	2. () 44 h	3. () Acima de 44h
Você possui outro emprego/atividade além deste?		
1. () Sim	2. () Não	
Se afirmativo, o seu 2º emprego/atividade apresenta qual grau de importância para a composição de sua renda pessoal/familiar?		
1. () é muito importante	2. () é importante	3. () é pouco importante
4. () não é importante		

II Escala de Identificação Organizacional - EIO

A finalidade deste questionário é de conhecer a percepção a respeito do relacionamento do empregado com a organização na qual trabalha, ou seja, a empresa Araujo Abreu Engenharia S/A.

Gentileza ler cada afirmativa e indicar a sua opção de resposta escrevendo o número (1 a 4) que melhor demonstre sua percepção nos parênteses que antecedem a frase. Não deixe questão sem resposta. Lembre-se que não há respostas certas ou erradas e que 1 representa “Discordo Totalmente” e o número 4 “Concordo totalmente”.

1 – Discordo totalmente

2 – Discordo em parte

3 – Concordo em parte

4 – Concordo totalmente

01. () Eu tenho valores pessoais parecidos com valores de algumas organizações.
02. () Eu compartilho dos valores com minha organização.
03. () Eu prefiro me candidatar a um emprego em uma organização quando ela tem valores parecidos com os meus.
04. () Eu trabalharia em uma organização que tivesse valores parecidos com os meus.
05. () Eu tenho uma visão de mundo parecida com a de algumas organizações.
06. () O sucesso da minha organização é meu sucesso.
07. () Minha experiência, nesta organização, me levou a ser parecido com ela.
08. () Eu conheço organizações onde as pessoas tem um jeito de pensar parecido com o meu.
09. () Atualmente eu tenho valores semelhantes aos da minha organização.
10. () Eu sei quando uma organização é parecida comigo.
11. () Eu conheço organizações que tem crenças semelhantes às minhas.
12. () Fazer parte do quadro de empregados desta organização é importante

para mim.

13. () Eu me sinto valorizado ao ser reconhecido como membro desta organização.

14. () Gostaria de pertencer a uma organização cujos valores fossem semelhantes aos meus.

15. () Os valores da minha organização fazem parte da minha auto-imagem.

16. () Pertencer a esta organização é importante para a minha auto-imagem.

17. () É importante para mim trabalhar em uma organização cujos valores são parecidos com os meus.

Fonte: SIQUEIRA *et al* (2008)

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro de entrevistas.....	93
APÊNDICE B - Termo de consentimento livre para participação da pesquisa.....	95

APÊNDICE A

Roteiro de entrevistas

Caro entrevistado,

Com sua prévia autorização esta entrevista será gravada. Você não será identificado na pesquisa pelo nome e sim apenas pelo código.

Duração será de mais ou menos 20 a 30 minutos.

Roteiro de entrevistas sobre identidade organizacional

- a. Há quanto tempo você trabalha na organização contratada Qual é o seu cargo? Qual é a área de prestação de serviços?
- b. E na contratante há quanto tempo você presta serviços?
- c. Quais são as atividades desenvolvidas por você – de forma resumida na contratante
- d. O que representa para você a organização contratada?
- e. Você se identifica com alguns valores, crenças e práticas da organização contratada?
- f. As práticas da organização contratada a qual você pertence condizem com seu discurso?
- g. A terceirização afeta a sua identidade ou te confunde enquanto prestador de serviços? Como?
- h. Qual é a importância para você de fazer parte do quadro de funcionários da organização contratada?
- i. Você gostaria de pertencer a outra organização que tem valores parecidos com os seus? Por quê?
- j. Você se acha parecido com a organização contratada ou com outras organizações? Como e por quê?
- k. O sucesso da organização contratada é o seu sucesso?

- l. Pertencer a uma organização cujos valores são parecidos com os seus tem qual importância para você?
- m. Você se acha parecido com qual organização (Contratante ou Contratada)? Justifique.
- n. Você tem esperança/vontade de um dia fazer parte do quadro de empregados da contratante? Por quê?
- o. O que você espera do seu futuro profissional na organização? Quais são suas perspectivas?
- p. Você teria mais algum comentário que você gostaria de fazer, que de acordo com sua participação e visão, que seja importante/relevante?

Observações:

APÊNDICE B

Termo de consentimento livre para participação da pesquisa

Eu, Carlito Aparecido Lopes, estou desenvolvendo uma pesquisa com finalidade acadêmica, sob orientação do Prof. Dr. Luciano Zille Pereira, para o curso de Mestrado Acadêmico em Administração da Faculdade Novos Horizontes, cujo tema é **IDENTIDADE DE EMPREGADOS TERCEIRIZADOS: um estudo de caso em uma organização no segmento da mídia nacional**. Pretende-se por meio do desenvolvimento desta pesquisa, analisar e descrever a identidade dos empregados terceirizados prestadores de serviços.

Sua participação é de fundamental importância para a realização deste trabalho e seu consentimento em participar deve considerar as seguintes informações:

1. Sua participação é voluntária e você pode desistir a qualquer momento, caso deseje, sem risco de qualquer natureza;
2. O seu nome será mantido em anonimato absoluto;
3. Você não terá nenhum tipo de despesa e não receberá nenhuma gratificação para participação da pesquisa;
4. Sua participação consiste em preencher um questionário e em alguns casos participar de uma entrevista;
5. Você poderá entrar em contato com o pesquisador a qualquer momento que lhe convier.

Carlito Aparecido Lopes
Mestrando em Administração
E-mail: carlito_araujoabreu@tvglobocom.br
Fones: (31) 9131-9020

Eu, _____,
RG _____, afirmo ter conhecimento dos procedimentos e objetivos relacionados à pesquisa intitulada: "**IDENTIDADE DOS EMPREGADOS TERCEIRIZADOS: estudo de caso em uma organização no segmento da mídia nacional**", e declaro para fins de direito que estou de acordo em participar voluntariamente e gratuitamente do referido estudo, participando da coleta de dados, podendo retirar este consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem penalidade e sem prejuízo para minha pessoa.

Li e entendi as informações procedentes.

Belo Horizonte, _____, de _____ de 2012.

Rio de Janeiro, _____, de _____ de 2012.

Assinatura: _____

L864i

Lopes, Carlito Aparecido

Identidade de empregados terceirizados: estudo em uma organização no segmento da mídia nacional. / Carlito Aparecido Lopes. – Belo Horizonte: FNH, 2013.
96 f.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Zille Pereira

Dissertação (mestrado) – Faculdade Novos Horizontes,
Programa de Pós-graduação em Administração.

1. Identidade organizacional. 2. Terceirização. 3. Identidade social. I. Pereira, Luciano Zille. II. Faculdade Novos Horizontes, Programa de Pós-graduação em Administração. III. Título

CDD: 658.4058