

# iscte

INSTITUTO  
UNIVERSITÁRIO  
DE LISBOA

---

## **Os efeitos da nostalgia individual e coletiva no apoio dos trabalhadores a aquisições organizacionais**

Rute Isabel Pereira Marques

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Miriam Henriques Rosa, Investigadora contratada e Professora auxiliar convidada,  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020



CIÊNCIAS SOCIAIS  
E HUMANAS

---

Departamento de Psicologia Social e das Organizações

**Os efeitos da nostalgia individual e coletiva no apoio dos trabalhadores a aquisições organizacionais**

Rute Isabel Pereira Marques

Mestrado em Psicologia Social e das Organizações

Orientadora:

Professora Doutora Miriam Henriques Rosa, Investigadora contratada e Professora auxiliar convidada,  
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020





## **Agradecimentos**

A um pequeno passo de concluir esta fase, que tanto desejei é também importante agradecer a todas as pessoas e às instituições, que de diversas formas contribuíram, para a concretização deste sonho.

Agradeço à instituição, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Foi a instituição que eu escolhi, para integrar o Mestrado de Psicologia Social e das Organizações e esta acolheu-me durante estes dois anos, devolvendo-me conhecimentos, experiências e evolução.

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Miriam Henriques Rosa. Foi quem mais me ajudou, motivou e ensinou, nesta fase. Agradeço-lhe o fato de querer ter sido minha orientadora e de todo o tempo que me dedicou. Obrigada por todos os ensinamentos e compreensão.

Agradeço à instituição e aos trabalhadores, que colaboraram nesta investigação. Devido ao contributo de todos foi possível realizar esta investigação e influenciar novas investigações que possam surgir.

Agradeço à minha mãe e ao meu irmão. Todos os dias me incentivaram a lutar e também eles fizeram esforços para que este sonho se realizasse. Grata por tudo que fazem por mim.

Agradeço às minhas colegas e amigas, que sempre me apoiaram e sempre me ajudaram e serão amigas para o resto da vida.

Obrigada.



## **Resumo**

As fusões e as aquisições organizacionais são mudanças implementadas nas organizações, que potenciam o crescimento das mesmas. No entanto, muitas das vezes, estas mudanças podem provocar consequências negativas para os trabalhadores e um estado de descontinuidade entre o passado e o presente. Sentimentos nostálgicos têm a capacidade de propiciar vários benefícios em situações adversas, tais como a restauração do sentido de continuidade entre o passado e o presente. Porém, estes benefícios podem estar circunscritos ao grupo antes da mudança, com quem as recordações nostálgicas foram vividas (endogrupo), mas não para outros (exogrupo). Desta forma, é relevante perceber se a nostalgia é benéfica a nível individual (nostalgia individual) e também a nível coletivo, e se neste último caso, se tal acontece para o endogrupo. Para isso realizou-se um estudo quasi-experimental, aplicado a trabalhadores de duas organizações que vivenciaram uma aquisição organizacional (adquirida e adquirente). Verificou-se que não existiram diferenças entre os tipos de nostalgia, nem entre organizações na identificação pós-aquisição, nem na satisfação com o trabalho. Porém, verificou-se que a organização adquirida foi quem mais apoiou o processo de aquisição. Para além disto, também se realizaram análises qualitativas, concluindo que a comunicação, a relação entre trabalhadores, o profissionalismo e a identidade com a organização são aspetos ainda a melhorar. Esta investigação veio fortalecer o conhecimento científico sobre a nostalgia nas reestruturações organizacionais.

**Palavras-chave:** Aquisições organizacionais, Nostalgia, Identidade social

### **Códigos de Classificação PsycINFO APA:**

3020 Processos Grupais & Interpessoais

3660 Comportamento Organizacional



## **Abstract**

Organizational mergers and acquisitions are changes implemented in organizations, which promote their growth. However, many of these changes may provoke negative consequences for the workers and a discontinuity state between past and present. Nostalgic feelings have the ability to provide several benefits in adverse situations, such as the restoration of the sense of continuity between the past and the present. Nevertheless, these benefits may be circumscribed to the group before the change, with whom the nostalgic memories were lived (ingroup), but not for those with whom they don't share those memories (outgroup). Thus, it is relevant to understand if nostalgia is beneficial at an individual level (individual nostalgia) and at a collective level, and if in this last case, if it happens for the ingroup. For this, a quasi-experimental study was carried out applied to workers of two organizations that experienced an organizational acquisition (acquired and acquirer). It was found that there were no differences between the types of nostalgia, nor between organizations in the post-acquisition identification, nor in job satisfaction. However, it was found that the acquired organization was the one that most supported the acquisition process. In addition to this, qualitative analyses were also carried out, concluding that communication, the relationship between workers, professionalism and identity with the organization are aspects to be improved. This investigation came to strengthen scientific knowledge about nostalgia in organizational restructuring.

**Keywords:** Organizational acquisitions, Nostalgia, Social Identity

### **APA PsycINFO Classification Codes:**

3020 Group & Interpersonal Processes

3660 Organizational Behavior



## Índice

Capítulo I – Introdução .....	1
Capítulo II – Enquadramento Teórico e Hipóteses .....	3
As mudanças organizacionais e o sentido de continuidade de identidade .....	3
Nostalgia individual e coletiva .....	4
Capítulo III-Método.....	9
Participantes e <i>Design</i> .....	9
Procedimento e Medidas .....	9
Capítulo IV - Resultados .....	13
Análises preliminares .....	13
Testes de hipóteses – efeitos dos tipos de nostalgia .....	13
Análises adicionais .....	15
Análise qualitativa .....	25
Capítulo V – Discussão e Conclusões .....	33
Limitações e contribuições para investigações futuras.....	39
Considerações finais .....	40
Referências .....	41
Anexos .....	47
Anexo A - Questionário.....	47



## **Índice de Quadros**

Quadro 4.1 Médias e desvios-padrão das variáveis em estudo.....	15
Quadro 4.2. Matriz de correlações: Organização T (eixo superior) e Organização D (eixo inferior).....	18
Quadro 4.3. Frequências para o Padrão Percebido.....	25
Quadro 4.4. Frequências para o Padrão Desejado.....	25

## **Índice de Figuras**

Figura 4.1. Organização como moderadora da relação entre a nostalgia percebida e a dominância.....	20
Figura 4.2. Organização como moderadora da relação entre a identificação pós-aquisição e a valência de contacto.....	22
Figura 4.3. Organização como moderadora da relação entre o apoio geral à aquisição e a frequência de contacto.....	23
Figura 4.4. Organização como moderadora da relação entre o apoio geral à aquisição e a valência de contacto.....	24
Figura 4.5. Mapa Temático da Organização T.....	27
Figura 4.6. Mapa Temático da Organização D.....	28







## Capítulo I – Introdução

As fusões e as aquisições organizacionais são exemplos de mudança, implementadas nas organizações e que desenvolvem o crescimento das mesmas (Giessner et al., 2012). Define-se fusões organizacionais, quando por exemplo, uma organização se une a outra para dar origem a uma só (Giessner et al., 2012). Já as aquisições organizacionais verificam-se quando uma organização consegue direcionar os investimentos necessários para conseguir adquirir outra organização (Horwitz et al., 2002). Porém e apesar de, na literatura se verificarem diversas investigações a respeito de mudanças organizacionais (fusões e aquisições organizacionais), ainda é questionado, se estas compreendem efeitos positivos para a organização (por exemplo, se melhoram e/ou desenvolvem a capacidade de produção das organizações) (Tichy, 2001).

No entanto, para o sucesso destas mudanças é fundamental os trabalhadores se identificarem com a organização após a mudança e apoiarem essa mesma transição (Giessner et al., 2012). A importância desta identificação com a organização, após a concretização destes tipos de mudança, deve-se ao fato desta estar associada à satisfação dos trabalhadores no trabalho, ao bem-estar dos mesmos, ao bom funcionamento da equipa, assim como à redução de intenções de *turnover* (Jetten et al., 2002; Lipponen et al., 2004; Olkkonen & Lipponen, 2006; Terry et al., 2001; van Dick et al., 2006; van Dick et al., 2004). Porém, a maior parte das vezes não é o que acontece, pois estão em convivência duas ou mais organizações, com culturas diferentes (Pepper & Larson, 2006), em que os trabalhadores deixam de assumir a dinâmica que existia antes da mudança, para assumirem uma nova dinâmica (Boen et al., 2010). Desta forma, os trabalhadores, por vezes, reconhecem a organização parceira como sendo adversária (Giessner et al., 2012), provocando divergências, desconfianças, baixa satisfação no trabalho e até mesmo a possível saída da organização (Buono et al., 1985; Haunschild et al., 1994). Por sua vez, os trabalhadores deixam de se identificar com a organização (van Knippenberg et al., 2002) entendendo que já não pertencem à mesma, como antes do processo de fusão e/ou aquisição, sentindo uma descontinuidade entre o passado e o presente (Ravasi & Schultz, 2006).

Deste modo, os objetivos desta investigação passam por identificar e testar fatores que podem contribuir para os trabalhadores se ajustarem à mudança, mais propriamente perante uma aquisição organizacional. Segundo Sedikides e colaboradores (2008), a

nostalgia pode ser positiva para os trabalhadores, nestas situações de mudança, uma vez que esta possibilita restabelecer o sentido de continuidade de identidade, entre o passado e o presente (Sedikides et al., 2008), assim como possui um efeito protetor (Sedikides et al., 2015). Sendo assim, examina-se se esta atenua impactos negativos provocados pela aquisição organizacional.

Assim sendo, esta Dissertação de Mestrado está organizada da seguinte forma:

No primeiro capítulo dá-se relevo à parte introdutória da dissertação.

No Capítulo II encontra-se a revisão de literatura, acerca do tema que irá ser estudado, e que consequentemente deu origem às hipóteses a serem testadas.

No Capítulo III estão caracterizados os participantes da investigação, assim como o *design* usado. Para além disto, está especificado todo o procedimento para a elaboração do questionário, bem como, toda a constituição do mesmo.

Do Capítulo IV fazem parte os resultados, na qual são mencionados os programas que foram utilizados para a análise de dados, assim como, estão explicadas todas as análises realizadas, de modo a testar as hipóteses apresentadas no Capítulo I. Igualmente estão explicadas outras análises complementares.

Por último, o Capítulo V é composto pela discussão dos resultados, que inclui as conclusões e reflexões retiradas, ao longo de toda a investigação. Também é neste capítulo que futuras.

## Capítulo II – Enquadramento Teórico e Hipóteses

### **As mudanças organizacionais e o sentido de continuidade de identidade**

Embora as mudanças nas organizações, como é o caso das fusões e das aquisições organizacionais, sejam frequentes e desejáveis (Giessner et al., 2012), por permitirem a expansão da organização e o seu crescimento económico, um maior número de clientes e mais rendimentos (Tamosiuniene & Duksaite, 2009), é fundamental para os trabalhadores entenderem que, apesar de todas as mudanças, que possam existir, se mantêm a trabalhar, na mesma organização (Jetten et al., 2002; van Knippenberg et al., 2002). A esta ligação entre o passado e o presente, relativamente à organização, Rousseau (1998), designou como, sentimento de continuidade (Rousseau, 1998). O sentimento de continuidade é necessário para que os trabalhadores garantam a identificação com a organização e o sentimento de pertença à mesma, o que conseqüentemente irá permitir que sejam amenizadas possíveis reações negativas na presença de processos de mudança, tais como fusões e aquisições organizacionais (van Knippenberg et al., 2002).

Contudo, as fusões e as aquisições organizacionais, a maior parte das vezes, prejudicam o sentimento de continuidade dos trabalhadores, mais propriamente a sua identidade social depois da fusão ou aquisição (Giessner et al., 2012). Quer isto dizer que, por vezes, os trabalhadores continuam a identificar-se com a organização antes da mudança, ao invés de se identificarem com a organização após a mudança e à qual passaram a pertencer (Gleibs et al., 2008). Por exemplo, se as mudanças forem bastante notórias e em demasia (mudar de instalações e/ou mudança de comportamentos e hábitos), o espectável é que os trabalhadores não percecionem a sua identidade social continuada na nova organização (Ullrich et al., 2005).

Ainda relativamente às mudanças organizacionais, estão implicadas organizações com diferentes condições económicas, com diferente estrutura, com diferenciado reconhecimento, com diferente poder, entre outros exemplos (Giessner et al., 2016). Todavia, nas mudanças organizacionais, é a relação de poder que estabelece qual das organizações, envolvidas nos processos de mudança, tem maior dominância (Giessner et al., 2006). Ou seja, de acordo com a literatura, os trabalhadores de uma organização que percecionam como positivo pertencer a outra organização, considerada mais influente e dominante, tendem a assumir a identidade dessa organização, reforçando assim, o apoio face à mudança e conseqüentemente a identificação com a organização; por outro lado, se os trabalhadores percecionarem como injusto a organização para a qual trabalham não

ser dominante, estes não apoiam a mudança e perpetuam a identificação que existia antes da mudança (Hogg & Terry, 2000). Esta desigualdade de posições manifesta-se em desentendimentos entre os grupos, impossibilitando também a identificação pós-fusão/pós-aquisição (Terry et al., 2001).

### **Nostalgia individual e coletiva**

A nostalgia é uma emoção positiva, mas agri-doce (Sedikides et al., 2015) e social (Bialobrzeska et al., 2019; Sedikides & Wildschut, 2019). Esta é importante para o indivíduo a vários níveis: psicológico, comportamental e motivacional (Sedikides et al., 2015). Portanto, a nostalgia define-se como saudades do passado ou sentimento acarinhado face a uma memória (Wildschut et al., 2006) e esta reúne várias funções: reforça a positividade e o otimismo individual, fortifica relações interpessoais e tem a capacidade de reservar memórias e experiências úteis e positivas, para ser fácil de encarar acontecimentos não tão agradáveis (Sedikides et al., 2004; Wildschut et al., 2006).

Assim, um dos propósitos da nostalgia é o fato desta poder contribuir para restabelecer o sentimento de continuidade de identidade (Sedikides et al., 2008). Isto acontece, pois, o sentimento de continuidade de identidade pode ser restaurado a partir de vários aspetos direcionados à essência do trabalhador e que são aspetos fundamentais para este, tal como, os seus comportamentos, as suas condutas, as suas relações e os seus costumes (Bluck & Alea, 2008; Sedikides et al., 2008). A título de exemplo, Routledge e colaboradores (2008) evidenciaram que, indivíduos que, tiveram de recordar momentos nostálgicos, revelaram uma maior perceção de continuidade entre o passado e o presente, do que indivíduos que, tiveram de recordar momentos normais/banais (Routledge et al., 2008). Também Iyer e Jetten (2011), justificaram que quando os trabalhadores percebem e reconhecem que não estão envolvidos na organização, como outrora, o sentimento de nostalgia vem reforçar a memória de momentos bons, passados, possibilitando que os trabalhadores consigam reagir, face a novos desafios (Iyer & Jetten, 2011).

Estudos realizados por Wildschut e colaboradores (2006) demonstraram diversas conclusões acerca das funcionalidades da nostalgia. Deste modo, verificou-se que os indivíduos que recordaram momentos nostálgicos demonstraram mais afeto positivo, maior autoestima e maior sentimento de afeto pelo outro, em comparação com indivíduos que recordaram momentos normais (Wildschut et al., 2006). Outra investigação também mostrou que a nostalgia moderava a relação entre o destaque que se dava à morte e uma situação de terror: os indivíduos, ao se lembrarem da sua morte, entendiam o passado

como sendo positivo e reconheciam a vida como algo bastante importante (Routledge et al., 2008). Também se verificou que a nostalgia promove a aceitação do outro e o sentimento de pertença (Sedikides et al., 2016).

Aplicando estes conceitos ao mundo do trabalho, podemos inferir que sempre que uma situação difícil interfira com o estado psicológico dos trabalhadores, a nostalgia poderá ser estimulada para serenar os sentimentos negativos presentes e promover a reconquista da harmonia e equilíbrio já existentes em tempos, unindo assim o passado do trabalhador, com o seu presente (Cheung et al., 2017; Sedikides et al., 2008). Portanto, pode-se concluir que a nostalgia terá um efeito protetor sob os trabalhadores (Sedikides & Wildschut, 2019).

A nostalgia manifesta-se através de lembranças pessoais e coletivas (Cheung et al., 2017) e face a mudanças organizacionais, pode-se identificar a nostalgia a nível individual, na qual se podem evidenciar sentimentos nostálgicos perante experiências passadas e somente pessoais (Leunissen et al., 2018); e a nível coletivo, em que são expressos sentimentos nostálgicos perante experiências passadas partilhadas em grupo (Wildschut et al., 2014). Considera-se então que, tanto a nostalgia individual como a nostalgia coletiva, se manifestam em situações de transformação e mudança, mas poderão ter efeitos diferentes (Smeekes, 2015).

A nostalgia individual tem a capacidade de estimular o trabalhador em diferentes níveis: a recordar a sua identidade, que se interliga com os seus objetivos; a promover o sentimento de continuidade; o seu bem-estar; e a se inserir em novos grupos e/ou conservar relações com o seu grupo de pertença (Sedikides & Wildschut, 2019). Para além disto, também tem a capacidade de auxiliar o trabalhador, perante problemas na organização (Sedikides & Wildschut, 2019). No que diz respeito à nostalgia coletiva, esta incentiva o apoio, auxilia o trabalhador perante condições delicadas na organização e estimula o relacionamento dentro dos grupos (Sedikides & Wildschut, 2019).

No entanto, uma das particularidades da nostalgia coletiva, diz respeito ao favoritismo perante o endogrupo (Cheung et al., 2017). Segundo pesquisas realizadas por Wildschut e colaboradores (2014), a nostalgia coletiva manifesta mais vantagens para o endogrupo, com quem foi vivida a mudança do que para o novo (exo)grupo (Wildschut et al., 2014). De acordo com investigações realizadas por Milligan (2003), demonstrou-se que os trabalhadores que trabalhavam há mais tempo numa organização, viam os novos trabalhadores como pessoas que não se incluíam naquele meio, sendo menos competentes (Milligan, 2003). Também Gabriel (1993), já havia apontado que, os trabalhadores que

trabalham na mesma organização, desde há algum tempo, fortalecem e partilham a nostalgia, que irá permitir uma maior ligação entre eles (Gabriel, 1993). Isto acontece, uma vez que são compartilhadas vivências, na organização, entre os trabalhadores e isto faz com que se estabeleça uma relação de proximidade entre todos (Gabriel, 1993). Diante disso, Wildschut e colaboradores (2014), perceberam que, em situações de relação intergruppal, a nostalgia coletiva apresentava vantagens relativamente ao grupo de pertença (endogrupo), nomeadamente aos seus comportamentos e ações (Wildschut et al., 2014), distinguindo-se do exogrupo (Brewer & Gardner, 1996). Isto é, a nostalgia coletiva pode provocar um efeito negativo perante o exogrupo, manifestando-se através de comportamentos nocivos, tais como exclusão (Smeekes, 2015), sendo dada preferência ao endogrupo, com quem as memórias nostálgicas são partilhadas (Wildschut et al., 2014). Assim, a nostalgia coletiva está associada ao comportamento coletivo e esta irá beneficiar o endogrupo, assim como orientar este, para atitudes e comportamentos adequados (Cheung et al., 2017), intensificando a união entre os membros do grupo (Gabriel, 1993) e facilitando o sentimento de continuidade de identidade ao longo da mudança implementada (Milligan, 2003).

Num tipo de mudança organizacional, tal como uma aquisição organizacional, que envolve relações tanto com o endogrupo como com o exogrupo é importante examinar se a nostalgia coletiva terá um efeito protetor, ou apenas a nostalgia individual. Posto isto, esta investigação pretende perceber quais os efeitos da nostalgia individual e coletiva no apoio dos trabalhadores a aquisições organizacionais. Ou seja, é relevante perceber de que forma a nostalgia atenua os efeitos provocados por uma aquisição organizacional e se a nostalgia coletiva (vivida com os membros do endogrupo; Smeekes, 2015) e a nostalgia individual tem efeitos diferentes nas variáveis em análise.

Mais precisamente, pretende-se testar as seguintes hipóteses: a nostalgia individual irá ter um efeito mais positivo do que a nostalgia coletiva na identificação pós-aquisição (H1a), no apoio à aquisição (H1b) e na satisfação organizacional (H1c), contribuindo assim para o sucesso da aquisição. Além disso, estes efeitos serão mais pronunciados para a organização adquirida do que para a organização adquirente (H2a-c).

Este estudo foi realizado numa organização (organização adquirente), que em 2018 adquiriu uma organização (organização adquirida), estando-se assim perante um processo de aquisição organizacional. A organização adquirente, que irá ser identificada como a Organização T ao longo da presente dissertação é uma organização de trabalho temporário, com mais de 20 delegações distribuídas pelo país (Portugal) e com cerca de

250 trabalhadores. Esta tem como propósito, descobrir as competências das pessoas, e ao mesmo tempo corresponder às exigências do mercado de trabalho, com recurso a várias etapas, como o recrutamento e seleção, apoio à formação, *outsourcing* e consultoria. A organização adquirida, que ao longo da dissertação irá ser identificada como a Organização D é constituída por cerca de 400 trabalhadores, dispersos pelo país (Portugal) e é uma organização que presta os seus serviços, na área das telecomunicações e tem como tarefas principais: a venda do produto, a sua instalação e respetiva assistência técnica. Ambas as organizações já se encontram no mercado há mais de 20 anos.



## Capítulo III-Método

### Participantes e *Design*

Neste estudo realizado *online* participaram trabalhadores de duas organizações (Organização T e Organização D), que atravessaram uma aquisição organizacional, em 2018, tendo a Organização T adquirido a Organização D.

Acederam ao *link* deste estudo 125 trabalhadores, mas só 76 trabalhadores responderam ao questionário. Mais propriamente, 42 foram trabalhadores da Organização D (15 trabalhadores do sexo feminino, 23 trabalhadores do sexo masculino e quatro trabalhadores preferiram não responder) e 34 foram trabalhadores da Organização T (23 trabalhadores do sexo feminino, 10 trabalhadores do sexo masculino e um/a trabalhador/a preferiu não responder). As idades dos trabalhadores da Organização D estiveram compreendidas entre os 25 anos e os 57 anos ( $M=35.98$ ,  $DP=7.60$ ) e as idades dos trabalhadores da Organização T estiveram compreendidas entre os 24 anos e os 53 anos ( $M=33.72$ ,  $DP=6.89$ ).

Este estudo foi elaborado com um *design* quasi-experimental, entre-participantes, em que a nostalgia foi manipulada em dois níveis: individual e coletiva.

### Procedimento e Medidas

Para a realização deste estudo foi construído um questionário *online*, desenvolvido na plataforma Qualtrics (Provo, UT), com o consentimento e *feedback* da organização pós-aquisição, assim como a aprovação da Comissão de Ética do Iscte – Instituto Universitário de Lisboa.

O questionário teve uma duração de cerca de oito minutos e iniciou-se com um consentimento informado, onde era explicado como surgiu o estudo, em que aspetos este iria incidir, por quem estava a ser realizado e o fato de a participação ser voluntária, anónima e confidencial. Para além destas informações, também foram facultadas algumas indicações, como o tempo previsto do questionário, a ausência de riscos associados, e o fato dos dados recolhidos serem usados apenas para tratamento estatístico. Por fim, era pedido aos participantes para indicar se aceitavam ou não participar no estudo. Caso aceitassem, os participantes prosseguiam para o estudo propriamente dito.

De seguida, foi apresentada uma questão relativamente a qual organização o/a trabalhador/a pertencia, uma vez que a organização pós-aquisição era composta pela organização adquirida (Organização D) e pela organização adquirente (Organização T).

Posteriormente, o/a trabalhador/a foi convidado/a a recordar um momento nostálgico individual ou coletivo na organização, escrevendo quatro palavras-chave que descreviam esse mesmo momento, com base na Tarefa de Reflexão de Eventos (Sedikides et al., 2015). Estas duas condições experimentais de nostalgia foram distribuídas aleatoriamente pelos participantes através da plataforma Qualtrics, sendo desta forma aplicada a manipulação da nostalgia. Tal como no estudo de Sedikides e colaboradores (2015), nesta investigação não se efetuou uma verificação da manipulação, mas antes uma medida de nostalgia percebida pelos trabalhadores.

Seguidamente os/as trabalhadores/as responderam a questões relativas a diferentes áreas de apoio à aquisição. Salvo exceções indicadas abaixo, estas foram todas medidas por escalas tipo *Likert* de sete pontos, de 1 (“Discordo Fortemente”) a 7 (“Concordo Fortemente”), em que os trabalhadores tiveram de assinalar a sua posição perante as questões apresentadas.

**Nostalgia percebida.** Foram aplicados os três itens estudados por van Tilburg e colaboradores (2015), (e.g., “Sinto-me nostálgico(a) de momento.”) ( $\alpha = .97$ ).

**Identificação pré-aquisição.** Foram aplicados os três itens de Giessner (2011), (e.g., “Sentia fortes laços com a [...] antes da aquisição.”) ( $\alpha = .94$ ).

**Identificação pós-aquisição.** Para esta variável foi utilizada a mesma escala de Giessner (2011), mas agora relativamente ao pós-aquisição, (e.g., “Sinto fortes laços com a [...] depois da aquisição.”) ( $\alpha = .98$ ).

**Apoio geral à aquisição.** Foram usados os quatro itens de Giessner e colaboradores (2006), (e.g., “Esta aquisição tem um propósito importante.”) ( $\alpha = .87$ ).

**Satisfação com o trabalho.** Foram aplicados três itens desenvolvidos por Cammann e colaboradores (1983), (e.g., “No geral, eu gosto de trabalhar aqui”) ( $\alpha = .79$ ).

**Necessidade percebida.** Foram aplicados três itens de Giessner (2011), (e.g., “A aquisição foi necessária para assegurar a sobrevivência da [...].”) ( $\alpha = .78$ ).

**Intenções de turnover.** Para esta variável, foram usados três itens de Cho e colaboradores (2014), (e.g., “Se fosse possível, gostava de arranjar um novo trabalho.”) ( $\alpha = .93$ ).

**Favorecimento.** Com base em reuniões com a Organização T, foi incluído um item criado para esse efeito, mas baseado na medida de Terry e O’Brien (2001), com uma escala de tipo *Likert* de 1 (“Nada Desfavorecida”) a 5 (“Extremamente Favorecida”), em que os trabalhadores tiveram que assinalar o seu grau de concordância, (e.g., “Em que medida sente que a [...] foi favorecida ou desfavorecida na aquisição?”). Contudo, houve

um lapso nas palavras usadas nesta medida, que pode ter levado a confusões na interpretação da questão. Assim, optou-se por não utilizar esta questão nas análises.

**Dominância.** Foi usado um item de Terry e O'Brien (2001), com uma escala de tipo *Likert* de 1 (“Nenhuma Dominância”) a 5 (“Muita Dominância”), (e.g., “Em comparação com a [...], indique qual a dominância que a [...] tem no processo de aquisição.”).

**Padrão percebido e Padrão desejado.** Estas variáveis (adaptadas de Giessner et al., 2006), permitiram perceber de que forma os trabalhadores veem representadas as duas organizações após a aquisição e como as desejariam ver, respetivamente. Ou seja, para cada variável, inicialmente, foram apresentadas duas imagens, de cores diferentes, em que uma representava a Organização D e a outra a Organização T, de forma a estas serem facilmente distinguidas. A partir dessas, foram formadas imagens, que eram a compilação das imagens mostradas inicialmente e estas representavam o quanto de cada organização poderia ou deveria estar representada depois da aquisição, fundamentadas por uma breve descrição (e.g., “Ambas, Organização T e Organização D estão representadas depois da aquisição, mas a Organização T está mais representada.” ou “Ambas, Organização T e Organização D deviam estar representadas depois da aquisição, mas a Organização T devia estar mais representada.”). Cada imagem representava um dos padrões propostos por Giessner e colaboradores (2006): assimilação do endogrupo, assimilação do exogrupo, integração proporcional favorecendo o endogrupo, integração proporcional favorecendo o exogrupo, integração igualitária e transformação. Os trabalhadores indicavam, qual das imagens correspondia à sua opinião (Anexo A).

**Frequência de contacto com o exogrupo.** Foi usado um item (adaptado de Voci & Hewstone, 2003), com uma escala de tipo *Likert* de 1 (“Nunca”) a 5 (“Muito Frequentemente”) (e.g., “Com que frequência tem contacto com os trabalhadores da [...]?”).

**Valência de contacto com o exogrupo.** Foi aplicado um item (adaptado de Khan & Pederson, 2010), com uma escala de tipo *Likert* de 1 (“Muito Negativo”) a 5 (“Muito Positivo”) (e.g., “Como considera esse contacto?”).

Por fim, o questionário terminou com uma pergunta aberta sobre aspetos a melhorar na aquisição, e questões demográficas: mais precisamente sexo, idade, período de tempo a trabalhar na organização e habilitações literárias. Foi apresentado um *debriefing* de forma a explicar o estudo e a agradecer pela participação no mesmo.

O questionário *online* esteve pronto a aplicar desde fevereiro de 2020. Contudo, devido a circunstâncias negativas advindas da pandemia de Covid-19, o *link* esteve ativo de abril até junho de 2020. Em colaboração com a organização, o questionário foi divulgado através desta para os trabalhadores, via *email* e através de grupos de trabalho formados na aplicação *whatsapp*. A adesão ao estudo por parte dos trabalhadores foi reduzida e não foi possível obter feedback acerca de outras razões para tal, além das advindas da pandemia. Ainda assim, com a colaboração e empenho da organização, a divulgação foi repetida em três vagas.

## Capítulo IV - Resultados

No que se refere à análise dos dados foi utilizado o programa *IBM SPSS*, versão 26 e a Macro PROCESS criada e documentada por Hayes (2017), versão 3.5, para as análises quantitativas. Relativamente às análises qualitativas, realizou-se uma análise temática, sem recurso a *software*, seguindo as etapas apresentadas pelos autores Braun e Clarke (2006).

### Análises preliminares

Começou-se por realizar uma análise de variância (Anova), de forma a perceber se existiam diferenças entre os dois tipos de nostalgia, ou seja, qual dos tipos de nostalgia (individual ou coletiva) levaria a percepções de maior nostalgia na amostra em geral. Pode-se concluir que não existiram diferenças significativas entre os dois tipos de nostalgia ( $F(1,79)=2.93, p=.09, \eta^2_p=.04$ ), na nostalgia percebida.

De forma a identificar se houve diferenças na nostalgia percebida entre os dois tipos de nostalgia, dependendo da organização, realizou-se uma Anova 2 (tipo de nostalgia) x 2 (organização), concluindo-se que não existiu interação entre os tipos de nostalgia e a organização ( $F(1,77)=0.86, p=.36, \eta^2_p=.01$ ). Não houve qualquer efeito principal, nem do tipo de nostalgia ( $p=.08$ ), nem da organização ( $p=.26$ ).

Também se realizou uma Anova, de forma a perceber se existiram diferenças entre os dois tipos de nostalgia na identificação pré-aquisição e pode-se concluir que não existiram diferenças ( $F(1,78)=0.35, p=.56, \eta^2_p=.00$ ). Procedeu-se a outra Anova 2 (tipo de nostalgia) x 2 (organização), de modo a perceber se existiam diferenças entre os dois tipos de nostalgia e as organizações participativas neste processo, na identificação pré-aquisição. Mostrou-se que, independentemente do tipo de nostalgia (individual ou coletiva), os trabalhadores da Organização T ( $M=4.01, DP=1.07$ ) mostraram marginalmente maior identificação pré-aquisição do que, os trabalhadores da Organização D ( $M=3.61, DP=.99$ ) ( $F(1,76)=3.64, p=.06, \eta^2_p=.05$ ). Além disso, verificou-se que não existiu interação entre os dois tipos de nostalgia e a organização ( $p=.92$ ).

### Testes de hipóteses – efeitos dos tipos de nostalgia

Realizou-se uma Anova para testar o efeito dos tipos de nostalgia na identificação pós-aquisição (H1a). Não houve diferenças entre a nostalgia individual ( $M=4.01, DP=.97$ ) e

a nostalgia coletiva ( $M=3.97$ ,  $DP=1.10$ ) na identificação pós-aquisição, ( $F(1,78)=0.03$ ,  $p=.86$ ,  $\eta^2_p=.00$ ). Tendo em conta a organização (H2a), a realização de uma Anova 2 (tipo de nostalgia) x 2 (organização) mostrou que, não existiu interação entre os tipos de nostalgia e a organização ( $F(1,76)=1.04$ ,  $p=.31$ ,  $\eta^2_p=.01$ ), na identificação pós-aquisição. Não houve qualquer efeito principal, nem do tipo de nostalgia ( $p=.99$ ), nem da organização ( $p=.47$ ).

Para testar o efeito do tipo de nostalgia no apoio geral à aquisição (H1b e H2b), realizou-se novamente uma Anova 2 (tipo de nostalgia) x 2 (organização) e concluiu-se que, não existiu interação entre os tipos de nostalgia e a organização ( $F(1,76)=0.55$ ,  $p=.46$ ,  $\eta^2_p=.01$ ) (H2b não suportada). Não houve qualquer efeito principal relativamente ao tipo de nostalgia, apenas marginal ( $F(1,76)=3.59$ ,  $p=.06$ ,  $\eta^2_p=.05$ ) (H1b não suportada), mas verificou-se uma tendência para mais apoio à aquisição na condição de nostalgia coletiva ( $M=5.06$ ,  $DP=.79$ ), face à nostalgia individual ( $M=4.85$ ,  $DP=.93$ ). Também se verificou um efeito principal significativo relativamente ao tipo de organização ( $F(1,76)=16.89$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2_p=.18$ ), sendo que a Organização D foi quem mais apoiou o processo de aquisição ( $M=5.27$ ,  $DP=.80$ ), relativamente à Organização T ( $M=4.49$ ,  $DP=.78$ ).

Finalmente, para testar o efeito da nostalgia na satisfação (H1c e H2c), realizou-se uma Anova 2 (tipo de nostalgia) x 2 (organização). Verificou-se que não existiu interação entre os tipos de nostalgia e a organização ( $F(1,73)=0.46$ ,  $p=.50$ ,  $\eta^2_p=.01$ ), não suportando H2c. Não houve qualquer efeito principal, nem do tipo de nostalgia ( $p=.11$ ) (H1c não suportada), nem da organização ( $p=.56$ ).

O Quadro 4.1 sintetiza as médias e os desvios-padrão das variáveis estudadas.

Quadro 4.1. Médias e Desvios-Padrão das Variáveis em Estudo

VD	Organização	Nostalgia					
		Individual			Coletiva		
		<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>DP</i>	<i>N</i>
Nostalgia percebida	Organização T	1.91	.41	15	1.98	.44	22
	Organização D	1.93	.29	24	2.17	.41	20
Identificação pré-aquisição	Organização T	4.11	.73	15	3.93	.94	22
	Organização D	3.70	.90	24	3.49	1.26	19
Identificação pós-aquisição	Organização T	3.76	1.21	15	4.00	.89	22
	Organização D	4.17	.77	24	3.93	1.31	19
Apoio geral à aquisição	Organização T	4.32	.81	15	4.78	.72	22
	Organização D	5.18	.85	24	5.38	.74	19
Satisfação com o trabalho	Organização T	4.64	.76	14	5.02	.57	21
	Organização D	4.85	.68	24	5.00	.81	18

### Análises adicionais

Para além dos testes de hipóteses e para procurar compreender os dados, analisaram-se associações relevantes entre as variáveis medidas, de forma exploratória.

O Quadro 4.2 sumariza as associações encontradas, por organização. De realçar que, todas as associações encontradas têm em conta o carácter correlacional dos dados, o que não permite estabelecer direcionalidade. Para verificar o papel da nostalgia, utilizou-se a medida de nostalgia percebida de forma geral, em vez da manipulação dos tipos de nostalgia.

Desta forma, relativamente à Organização T verificou-se que existe uma correlação significativa entre a nostalgia percebida e a identificação pós-aquisição ( $r(35)=.39$ ,  $p=.02$ ), o que poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores percecionaram nostalgia,

mais se identificaram com a organização pós-aquisição. Também se verificou uma correlação significativa entre a identificação pré-aquisição e a identificação pós-aquisição ( $r(35)=.73, p<.001$ ), o que poderá significar que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização antes da aquisição, mais se identificaram com a organização após a aquisição. Constatou-se também uma correlação significativa entre a identificação pós-aquisição e o apoio geral à aquisição ( $r(35)=.43, p=.01$ ), o que poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização pós-aquisição, mais apoio existiu. Além disso, também na Organização T, se verificou uma correlação significativa, mas negativa, entre o apoio geral à aquisição e as intenções de *turnover* ( $r(33)=-.64, p<.001$ ), o que poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores apoiaram a aquisição, menos demonstraram intenções de *turnover*.

A necessidade percebida e a dominância tiveram uma correlação significativa e negativa ( $r(33)=-.41, p=.01$ ), na Organização T, o que poderá significar que, quanto mais os trabalhadores acharam que a aquisição foi necessária, menos percepção de dominância do endogrupo face ao exogrupo existiu. Para além de todas estas correlações, também se verificou uma correlação significativa entre a dominância e a frequência de contacto ( $r(33)=.35, p=.04$ ), na mesma organização, o que poderá indicar que, quanto mais contacto existiu entre os trabalhadores da Organização T e D, mais percepção de dominância do endogrupo face ao exogrupo existiu.

Observou-se uma correlação significativa entre o apoio geral à aquisição e a satisfação com o trabalho, tanto na Organização T ( $r(33)=.60, p<.001$ ) como na Organização D ( $r(40)=.47, p<.001$ ), o que poderá significar que, quanto mais os trabalhadores apoiaram a aquisição organizacional, mais estes se sentiram satisfeitos com o trabalho. Existiu também uma correlação significativa entre o apoio geral à aquisição e a necessidade percebida, tanto na Organização T ( $r(33)=.34, p=.05$ ) como na Organização D ( $r(40)=.65, p<.001$ ), o que poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores perceberam que a aquisição era necessária, mais estes apoiaram esta mudança. Outra correlação pertinente foi a correlação significativa, mas negativa, entre a satisfação com o trabalho e as intenções de *turnover*, tanto na Organização T ( $r(33)=-.64, p<.001$ ) como na Organização D ( $r(40)=-.62, p<.001$ ). Isto poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores se sentiram satisfeitos com o trabalho, menos tiveram intenções de *turnover*.

Existe também uma correlação significativa e negativa, entre a necessidade percebida da aquisição e a frequência do contacto, na Organização T ( $r(33)=-.41, p=.02$ ), o que

indicará que quanto mais estes perceberam a aquisição como necessária, menos contacto entre os trabalhadores de ambas as organizações, existiu. Verificou-se uma correlação positiva entre estas variáveis, na Organização D ( $r(40)=.33, p=.04$ ), o que indicará que, quanto mais os trabalhadores perceberam a aquisição como necessária, mais contacto entre os trabalhadores de ambas as organizações existiu. Quanto mais contacto existiu entre os trabalhadores de ambas as organizações, mais perceberam esse contacto como positivo: esta associação foi significativa tanto para os trabalhadores da Organização T ( $r(33)=-.61, p<.001$ ) como para os trabalhadores da Organização D ( $r(40)=.56, p<.001$ ).

No que diz respeito a associações existentes apenas para os trabalhadores da Organização D, verificou-se que existe uma correlação significativa entre a nostalgia percebida e a identificação pré-aquisição ( $r(41)=.43, p<.001$ ), o que poderá significar que quanto mais os trabalhadores perceberam nostalgia, mais se identificaram com a organização, antes da aquisição. Observou-se também que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização, antes da aquisição, menos existiram intenções de *turnover* ( $r(40)=-.33, p=.03$ ). Também se verificou que a nostalgia percebida e a dominância correlacionam-se significativamente ( $r(40)=.43, p=.01$ ), o que poderá indicar que, quanto mais dominância do endogrupo face ao exogrupo, mais estes perceberam nostalgia.

Identificou-se também na Organização D, uma correlação significativa entre a identificação pós-aquisição e a satisfação com o trabalho ( $r(40)=.64, p<.001$ ), o que poderá indicar que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização após a organização, mais estes se sentiram satisfeitos com o trabalho. Também a satisfação com o trabalho está correlacionada significativamente com a necessidade percebida ( $r(40)=.40, p=.01$ ), na Organização D, o que significará que, quanto mais os trabalhadores perceberam a aquisição como necessária, mais estes se sentiram satisfeitos com o trabalho.

Além disso, também se verificou, na mesma organização (D) que, a identificação pós-aquisição e as intenções de *turnover* estabelecem uma correlação significativa, mas negativa ( $r(40)=-.70, p<.001$ ), o que poderá significar que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização depois da aquisição, menos intenções de *turnover* existiram. Também se observou que, quanto mais os trabalhadores se identificaram com a organização pós-aquisição, mais percepção de dominância do endogrupo face ao exogrupo na aquisição ( $r(40)=.40, p=.01$ ) e mais o contacto entre trabalhadores das Organizações T e D era positivo ( $r(40)=.35, p=.03$ ). Verificou-se também que, quanto

mais dominância existiu entre os trabalhadores, menos intenções de *turnover* existiram ( $r(40)=-.38, p=.01$ ) e que quanto menos o contacto entre trabalhadores das Organizações T e D foi percebido como positivo, mais intenções de *turnover* existiram ( $r(40)=-.43, p=<.001$ ).

Mostrou-se que, quanto mais os trabalhadores da Organização D apoiaram o processo de aquisição, mais contacto tiveram com os colegas da Organização T ( $r(40)=.48, p<.001$ ) e mais esse contacto foi visto como positivo ( $r(40)=.45, p<.001$ ).

Quadro 4.2. *Matriz de Correlações: Organização T (eixo superior) e Organização D (eixo inferior)*

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Nostalgia percebida	1	.166	<b>.386*</b>	.264	-.025	.043	.061	-.037	-.265	-.209
2 Identificação pré-aquisição	<b>.429**</b>	1	<b>.731**</b>	.245	.140	-.320	.100	.185	.240	-.161
3 Identificação pós-aquisição	.196	.180	1	<b>.426**</b>	.226	-.059	-.127	.148	.009	-.144
4 Apoio geral à aquisição	-.032	-.225	.265	1	<b>.601**</b>	<b>.339**</b>	<b>-.638**</b>	-.014	-.145	.033
5 Satisfação com o trabalho	-.052	.068	<b>.635**</b>	<b>.474**</b>	1	.205	<b>-.639**</b>	-.044	.090	.205
6 Necessidade percebida	-.072	-.289	.087	<b>.648**</b>	<b>.403**</b>	1	-.315	<b>-.410*</b>	<b>-.410*</b>	-.083
7 Intenções de <i>turnover</i>	-.186	<b>-.334*</b>	<b>-.698**</b>	-.238	<b>-.620**</b>	-.037	1	.201	.046	-.200
8 Dominância	<b>.426**</b>	.103	<b>.401**</b>	.154	.255	.147	<b>-.378*</b>	1	<b>.349*</b>	.066
9 Frequência de contacto	-.133	-.230	.204	<b>.476**</b>	.272	<b>.326*</b>	-.037	-.192	1	<b>.614**</b>
10 Valência de contacto	.017	-.062	<b>.346*</b>	<b>.448*</b>	.300	.182	<b>-.434**</b>	.082	<b>.563**</b>	1

Nota. \* $p<.05$  \*\* $p<.01$

De forma a entender melhor, algumas das correlações apresentadas, em que variáveis apenas estavam associadas numa das organizações, mas não na outra, foram realizadas análises de moderação, com recurso à Macro PROCESS (Hayes, 2017, Modelo 1). Para realizar cada uma das moderações, a variável moderadora (organização) foi codificada como *dummy* (0 = Organização T; 1 = Organização D) e as variáveis contínuas foram centradas.

Assim, procurando analisar de forma correlacional a relação entre a nostalgia percebida e a identificação pós-aquisição, realizou-se uma análise de moderação em que a variável preditora representava a nostalgia percebida, a variável critério representava a identificação pós-aquisição e a moderadora representava a organização. O modelo explicou 9.4% ( $R^2=.094$ ), da variância da identificação pós-aquisição e não foi significativo, apenas marginal ( $F(3,76)=2.63, p=.06$ ). Também se verificou que, o papel

da nostalgia percebida na identificação pós-aquisição foi positivo e significativo ( $B=.52$ ,  $t(77)=2.38$ ,  $p=.02$ ), no entanto, o papel da organização na identificação pós-aquisição foi positivo e não significativo ( $B=.12$ ,  $t(77)=.51$ ,  $p=.61$ ). Para além disto, verificou-se uma interação negativa e não significativa ( $B=-.22$ ,  $t(77)=-.71$ ,  $p=.48$ ), o que significa que, a pertença a uma das organizações não condicionou a relação entre a nostalgia percebida e a identificação pós-aquisição.

Realizou-se uma segunda análise de moderação utilizando o mesmo modelo, com o objetivo de analisar de forma correlacional, a relação entre a identificação pós-aquisição (variável preditora) e o apoio geral à aquisição (variável critério) e a organização (variável moderadora). O modelo explicou 25.7% ( $R^2=.257$ ), da variância do apoio geral à aquisição e foi significativo ( $F(3,76)=8.79$ ,  $p<.001$ ). Verificou-se que o papel da identificação pós-aquisição no apoio geral à aquisição foi positivo e significativo ( $B=.33$ ,  $t(77)=2.66$ ,  $p=.01$ ), da mesma forma que, o papel da organização, no apoio geral à aquisição foi positivo e significativo ( $B=.63$ ,  $t(77)=3.73$ ,  $p<.001$ ). Também se observou, uma interação negativa mas não significativa ( $B=-.12$ ,  $t(77)=-.73$ ,  $p=.47$ ), o que revela que, a variável moderadora, a organização, não condicionou a relação entre a identificação pós-aquisição e o apoio geral à aquisição.

Realizou-se outra análise de moderação da organização sobre a relação entre o apoio geral à aquisição (variável preditora) e a necessidade percebida (variável critério). O modelo explicou 66.4% ( $R^2=.664$ ), da variância da necessidade percebida e foi significativo ( $F(3,73)=48.18$ ,  $p<.001$ ). Mostrou-se que, o papel do apoio geral à aquisição na necessidade percebida foi positivo e significativo ( $B=.25$ ,  $t(74)=2.09$ ,  $p=.04$ ), tal como, o papel da organização, na necessidade percebida foi positivo e significativo ( $B=1.05$ ,  $t(74)=7.90$ ,  $p<.001$ ). Verificou-se uma interação positiva mas apenas marginal ( $B=.30$ ,  $t(74)=1.90$ ,  $p=.06$ ), o que significa que, a variável moderadora, a organização, condicionou marginalmente a relação entre o apoio geral à aquisição e a necessidade percebida.

Usou-se o mesmo modelo para outra análise, em que a variável preditora representa a necessidade percebida, a variável critério representa a dominância e a variável moderadora representa a organização. O modelo explicou 18.5% ( $R^2=.185$ ), da variância da dominância e foi significativo ( $F(3,73)=5.53$ ,  $p<.001$ ). Observou-se que, o papel da necessidade percebida na dominância foi negativo e não significativo ( $B=-.48$ ,  $t(74)=-1.50$ ,  $p=.14$ ), porém, o papel da organização, na dominância foi negativo e não significativo, apenas marginal ( $B=-.71$ ,  $t(74)=-1.94$ ,  $p=.06$ ). Também se verificou uma

interação positiva, mas não significativa, apenas marginal ( $B=.76$ ,  $t=1.90$ ,  $p=.06$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, condicionou marginalmente a relação entre a necessidade percebida e a dominância.

Realizou-se também uma análise de moderação da organização, sendo a variável preditora a nostalgia percebida e a variável critério a dominância. O modelo explicou 27.4% ( $R^2=.274$ ), da variância da dominância e foi significativo ( $F(3,73)=9.17$ ,  $p<.001$ ). Observou-se o papel da nostalgia percebida na dominância e este foi negativo e não significativo ( $B=-.03$ ,  $t(74)=-.14$ ,  $p=.89$ ), e o papel da organização, na dominância foi negativo e significativo ( $B=-.90$ ,  $t(74)=-3.89$ ,  $p<.001$ ). Mostrou-se também, uma interação positiva e significativa ( $B=.86$ ,  $t(74)=2.64$ ,  $p=.01$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, condicionou significativamente a relação entre a nostalgia percebida e a dominância. Mais especificamente e como podemos ver através da Figura 4.1, uma análise aos efeitos condicionais mostrou que, a relação entre a nostalgia percebida e a dominância só foi significativa para a Organização D ( $p<.001$ ), mas não para a Organização T ( $p=.89$ ).

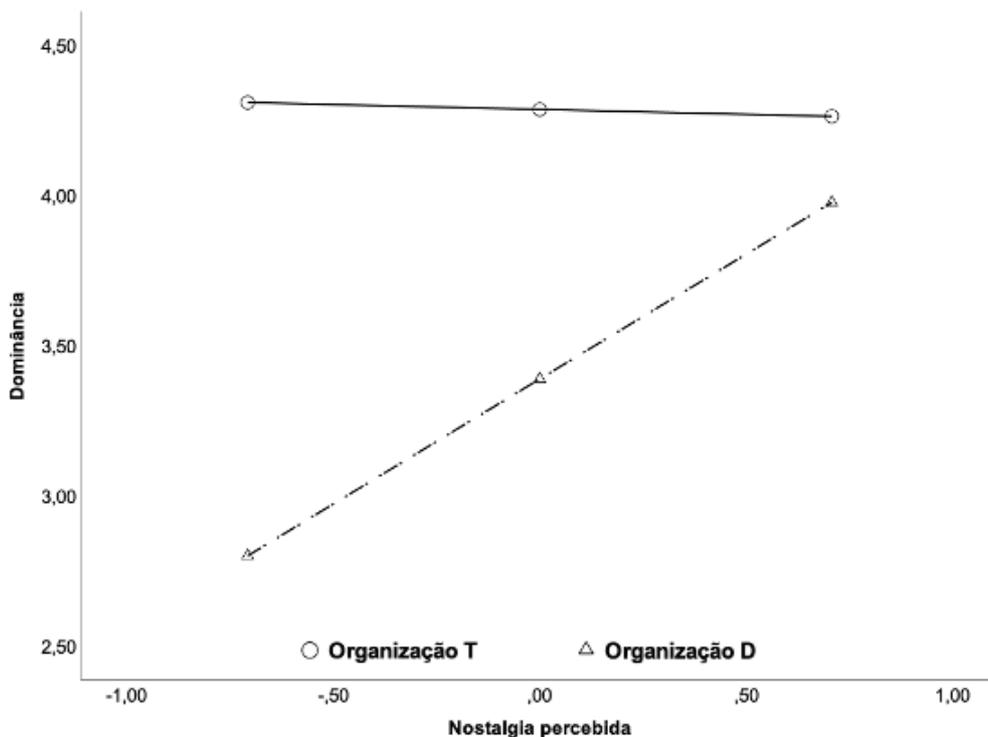


Figura 4.1. Organização como moderadora da relação entre a nostalgia percebida e a dominância

Realizou-se ainda uma análise de moderação da organização, sendo a variável preditora a dominância e a variável critério a identificação pós-aquisição. Constatou-se

que, o modelo explicou 10.6% ( $R^2=.106$ ), da variância da identificação pós-aquisição e foi significativo ( $F(3,73)=2.90, p=.04$ ). Verificou-se também que, o papel da dominância na identificação pós-aquisição foi positivo mas não significativo ( $B=.20, t(74)=.84, p=.40$ ), assim como o papel da organização, na identificação pós-aquisição foi positivo mas não significativo ( $B=.27, t(74)=1.09, p=.28$ ). Verificou-se uma interação positiva mas não significativa ( $B=.11, t(74)=.41, p=.68$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, não condicionou significativamente a relação entre a dominância e a identificação pós-aquisição.

Realizou-se também uma análise de moderação da organização na relação entre a identificação pós-aquisição (variável preditora) e a valência de contacto (variável critério). Assim, pode-se concluir que o modelo explicou 9.7% ( $R^2=.097$ ) da variância da valência de contacto e não foi significativo, apenas marginal ( $F(3,73)=2.61, p=.06$ ). Os resultados mostraram que, o papel da identificação pós-aquisição na valência de contacto foi negativo mas não significativo ( $B=-.12, t(74)=-.70, p=.49$ ), porém, o papel da organização, na valência de contacto foi positivo mas não significativo ( $B=.14, t(74)=.68, p=.50$ ). Revelou-se uma interação positiva e significativa ( $B=.48, t(74)=2.19, p=.03$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, condicionou a relação entre a identificação pós-aquisição e a valência de contacto. Mais especificamente e como podemos ver através da Figura 4.2, uma análise aos efeitos condicionais mostrou que, a relação entre a identificação pós-aquisição e a valência de contacto só foi significativa para a organização *D* ( $p=.01$ ), mas não para a Organização *T* ( $p=.49$ ).

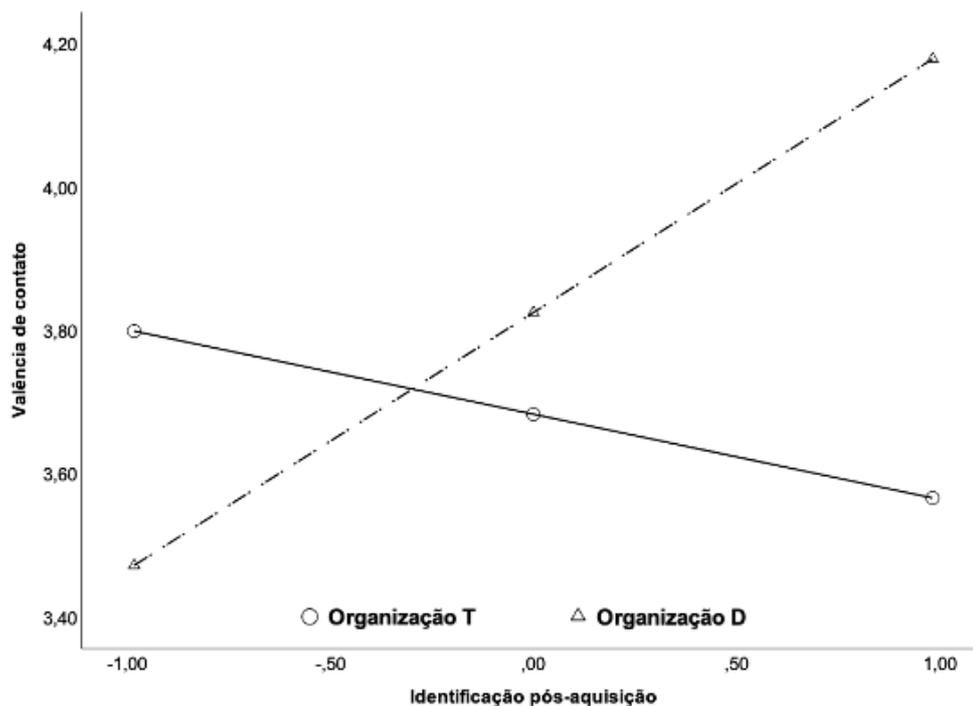


Figura 4.2. Organização como moderadora da relação entre a identificação pós-aquisição e a valência de contacto

Realizou-se mais uma análise de moderação da organização na relação entre o apoio geral à aquisição (variável preditora) e a frequência de contacto (variável critério). O modelo explicou 19.9% ( $R^2=.199$ ), da variação da frequência de contacto e foi significativo ( $F(3,73)=6.03, p<.001$ ). Observou-se que, o papel do apoio geral à aquisição na frequência de contacto foi negativo mas não significativo ( $B=-.22, t(74)=-.89, p=.38$ ), por outro lado, o papel da organização, na frequência de contacto foi positivo e significativo ( $B=.52, t(74)=1.96, p=.05$ ). Verificou-se também uma interação positiva e significativa ( $B=.89, t(74)=2.79, p=.01$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, condicionou a relação entre o apoio geral à aquisição e a frequência de contacto. Mais especificamente e como se pode ver através da Figura 4.3, uma análise aos efeitos condicionais mostrou que, a relação entre o apoio geral à aquisição e a frequência de contacto só foi significativa para a Organização D ( $p<.001$ ), mas não para a Organização T ( $p=.38$ ).

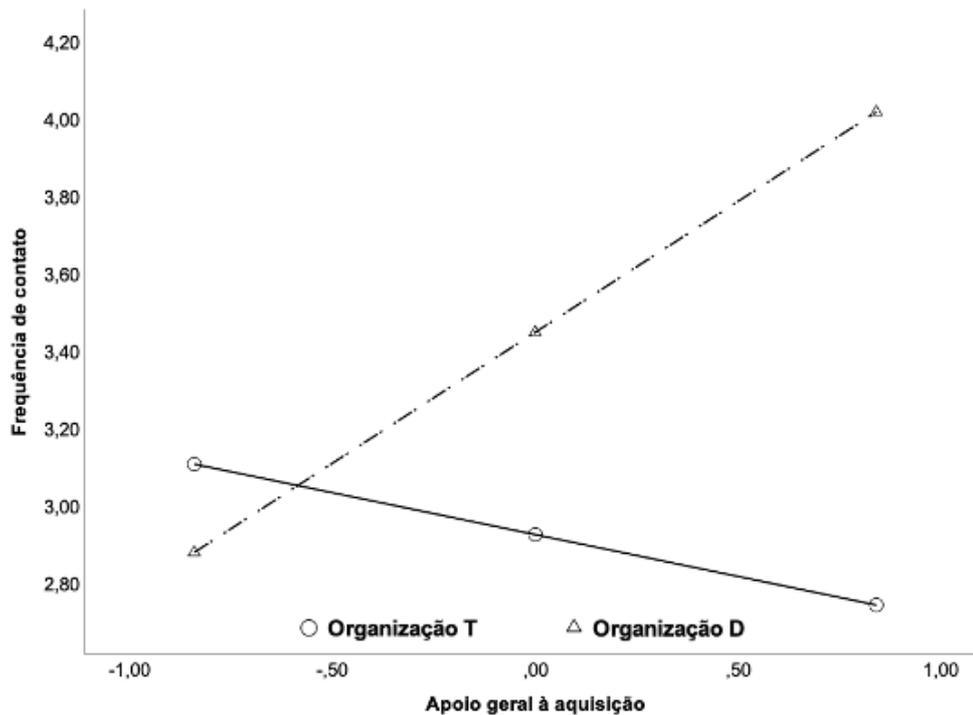


Figura 4.3. Organização como moderadora da relação entre apoio geral à aquisição e a frequência de contacto

Por fim, realizou-se outra análise de moderação da organização na relação entre o apoio geral à aquisição (variável preditora) e a valência de contacto (variável critério). O modelo explicou 14.8% ( $R^2=.148$ ), da variância da valência de contacto e foi significativo ( $F(3,73)=4.23, p=.01$ ). Também se verificou que, o papel do apoio geral à aquisição na valência de contacto foi positivo mas não significativo ( $B=.03, t=.17, p=.87$ ), no entanto, o papel da organização na valência de contacto foi negativo mas não significativo ( $B=-.04, t=-.16, p=.87$ ). Observou-se uma interação positiva e significativa ( $B=.57, t=2.15, p=.04$ ), o que significa que a variável moderadora, a organização, condicionou a relação entre o apoio geral à aquisição e a valência de contacto. Mais especificamente e como se pode ver através da Figura 4.4, uma análise aos efeitos condicionais mostrou que, a relação entre o apoio geral à aquisição e a valência de contacto só foi significativa para a Organização D ( $p<.001$ ) e não para a Organização T ( $p=.87$ ).

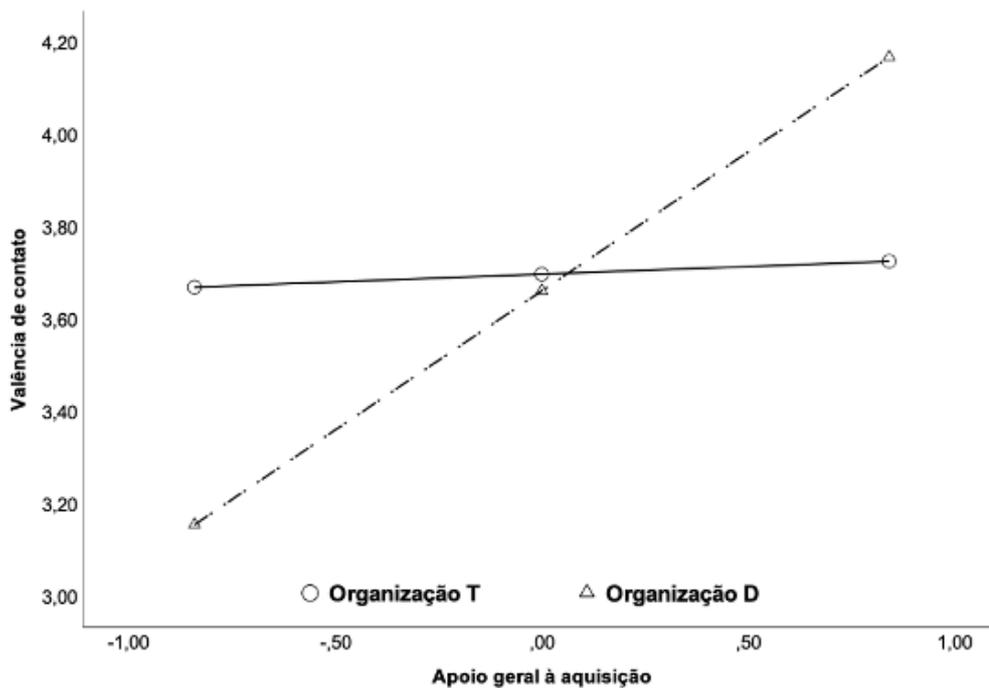


Figura 4.4. Organização como moderadora da relação entre o apoio geral à aquisição e a valência de contacto

Para além destas análises, também foi analisada a variável relativa ao padrão de aquisição percebido e desejado pelos trabalhadores (Giessner et al., 2006). Através da análise das frequências relativamente ao padrão percebido, pode-se verificar que os participantes da Organização T apoiaram mais a integração proporcional relativa ao endogrupo ( $n=19$ ), no entanto, os participantes da Organização D apoiaram mais a integração proporcional favorecendo o exogrupo ( $n=16$ ) e a integração igualitária ( $n=16$ ) (ver Quadro 4.3). Relativamente ao padrão desejado, os resultados mostraram que tanto os participantes da Organização T ( $n=17$ ), como da Organização D ( $n=19$ ) apoiaram mais frequentemente um padrão de integração igualitária (ver Quadro 4.4).

Quadro 4.3. *Frequências para o Padrão Percebido*

Organização	Assimilação (endogrupo)	Integração Proporcional (exogrupo)	Integração Igualitária	Integração Proporcional (endogrupo)	Transformação	Assimilação (exogrupo)
Organização T	3	1	8	19	3	-
Organização D	1	16	16	6	1	-

Quadro 4.4. *Frequências para o Padrão Desejado*

Organização	Assimilação (endogrupo)	Integração Proporcional (exogrupo)	Integração Igualitária	Integração Proporcional (endogrupo)	Transformação	Assimilação (exogrupo)
Organização T	4	-	17	10	4	-
Organização D	2	7	19	12	-	2

### **Análise qualitativa**

Uma das questões apresentadas aos trabalhadores era de resposta aberta e remetia para a opinião de cada um/a relativamente ao processo de aquisição. Mais propriamente, o que poderia ter sido feito para que a aquisição tivesse corrido melhor ou que venha a correr melhor no futuro.

Tendo em conta o escasso *corpus* de informação, na qual se obteve 10 respostas de trabalhadores da Organização T e 25 respostas de trabalhadores da Organização D, foi realizada uma análise temática apenas de carácter preliminar, embora seguindo os procedimentos de Braun e Clarke (2006).

Após verificar toda a informação fornecida pelos trabalhadores, as respostas foram copiadas para um ficheiro de texto. Depois de analisada a informação e identificados os conteúdos enunciados, transformou-se toda essa informação em grandes temas. Os temas identificados para que o processo de aquisição corresse melhor ou venha a correr melhor, na Organização T foram: necessidades de comunicação, necessidades relacionais e necessidades estratégicas.

Cada um destes temas inclui diferentes subtemas, ou seja, quando é referenciado o tema, necessidades de comunicação, os subtemas associados são: clareza, orientação, explicativa e quantidade de comunicação. No que diz respeito ao tema, necessidades

relacionais, os subtemas explícitos são: quantidade de comunicação, união, transparência e honestidade. Em relação ao tema, necessidades estratégicas, os subtemas são: análise de custo vs benefício, planejamento, *timing* e consistência. Estes temas e subtemas encontram-se exemplificados na Figura 4.5.

No que diz respeito às informações disponibilizadas pelos trabalhadores da Organização D, os temas identificados relativamente ao processo de aquisição, para que este corresse melhor ou venha a correr melhor foram: necessidades estratégicas, necessidades relacionais, necessidades de comunicação, necessidades identitárias, necessidades profissionais e positividade.

O tema necessidades estratégicas relaciona-se com os subtemas: definir, simplificar, orientação, organização, comunicação e veracidade. Os subtemas relacionados com o tema, necessidades relacionais são os seguintes: união, comunicação, informação, partilha, clareza, igualdade de tempo, acompanhamento, interesse, orientação, interação, colaboração e honestidade. No que se refere ao tema, necessidades de comunicação, os subtemas proporcionais são: não julgamento e clareza. Acerca do tema, necessidades identitárias, os subtemas relacionados são experiência, conhecimento e história. O tema de necessidades profissionais remete para os seguintes subtemas: seletividade, valorização e despedimentos. E por fim, relativamente ao tema de positividade, os subtemas dizem respeito à satisfação e boa liderança. Estes temas e subtemas encontram-se exemplificados na Figura 4.6.

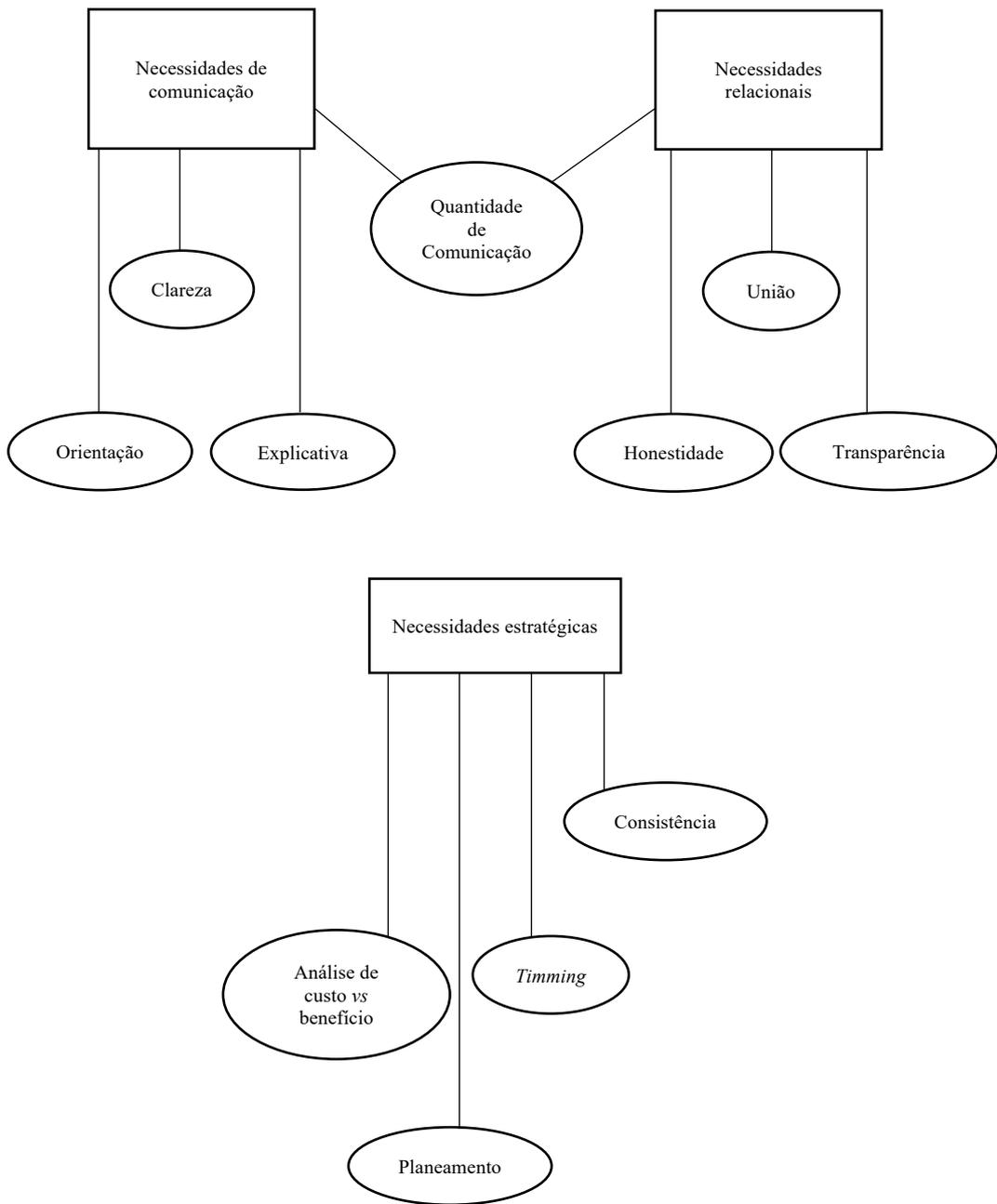


Figura 4.5. Mapa Temático da Organização T

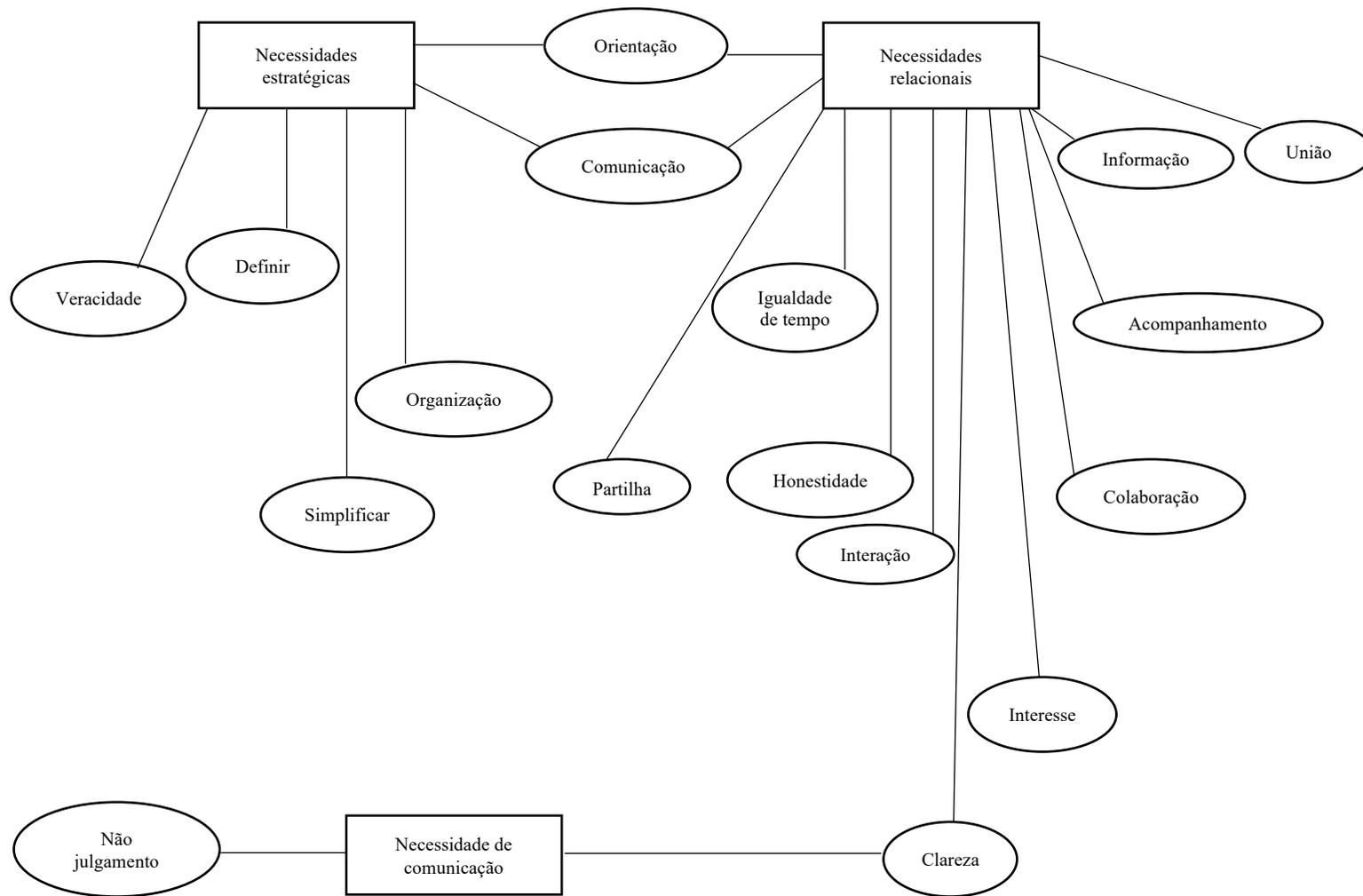


Figura 4.6. Mapa Temático da Organização D

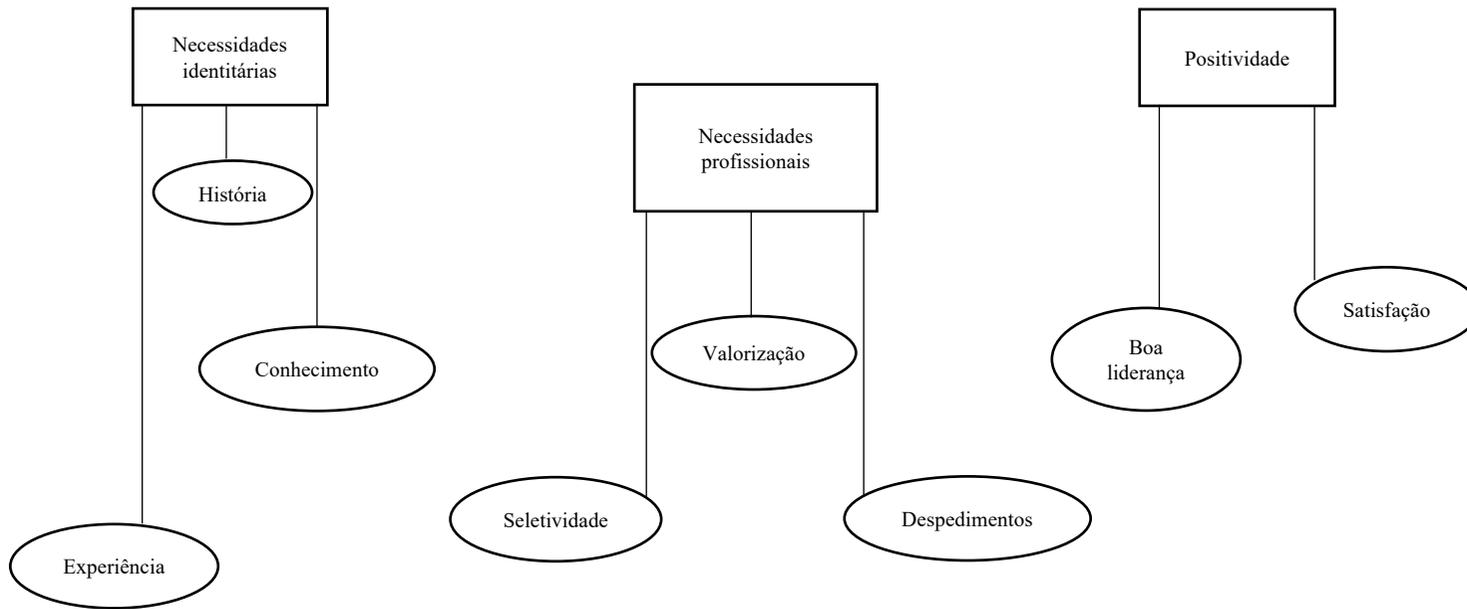


Figura 4.6. Mapa Temático da Organização D  
(continuação)

Para os trabalhadores da Organização T, em relação ao processo de aquisição, existem alguns fatores que deveriam ter sido levados em conta, assim como também serão essenciais para que no futuro, a mudança tenha um resultado melhor. Quer isto dizer que, é muito importante que exista mais comunicação e que esta seja mais clara entre todos, assim como mais explicativa e orientada:

“Melhoria substancial na comunicação interna (...).” (Participante 1)

“A comunicação de ambas deve ser feita de forma clara (...).” (Participante 2)

Conclui-se também que, a relação entre os trabalhadores é influenciada pela quantidade de comunicação, e que são relevantes alguns aspetos, tal como a união, a transparência e a honestidade entre todos:

“Haver uma maior união de esforços das equipas para o bem comum.”  
(Participante 3)

“(...) e maior transparência.” (Participante 4)

“Mais informação.” (Participante 5)

Evidenciaram também a importância de um melhor planeamento e *timing* para a mudança:

“Planear melhor e com mais calma a mudança (...).” (Participante 6)

“O *Timing* externo foi péssimo.” (Participante 7)

Assim como, também indicaram a importância da análise custo *vs* benefício e a consistência de decisões tomadas:

“Melhor análise da relação custo-benefício.” (Participante 8)

“Melhor organização (.), sem se ir tomando decisões diferentes à semana.”  
(Participante 9)

Para os trabalhadores da Organização D, existem mais fatores que, a organização, devia e deve ter em consideração. Era relevante ter tido, e no futuro vir a ter em consideração a seleção dos profissionais, mais propriamente a sua valorização e não proceder a despedimentos irrefletidos:

“Melhor valorização dos profissionais.” (Participante 10)

“Não despedir recursos da Organização D para usar os da Organização T.”  
(Participante 11)

Estes trabalhadores também dão destaque a necessidades estratégicas, que envolvem a comunicação, a orientação, a organização e a veracidade:

“Haver mais clareza nas comunicações efetuadas.” (Participante 12)

“Mais acompanhamento, interesse, inovação e linhas de orientação bem marcadas.” (Participante 13)

Da mesma maneira, a capacidade de definir melhor a mudança e simplificar as suas etapas, também se evidenciaram relacionadas com as necessidades estratégicas:

“Ter as coisas definidas (...)” (Participante 14)

Relativamente às necessidades relacionais, os trabalhadores da Organização D evidenciaram a comunicação, a clareza e a orientação, como fatores muito relevantes:

“Mais e melhor comunicação.” (Participante 15)

“Ter as coisas definidas (...)” (Participante 14)

Os mesmos trabalhadores também indicaram, como fatores relevantes, a união entre os trabalhadores, a colaboração, a informação e a partilha:

“A Organização T e a Organização D terem mais união.” (Participante 16)

“Apresentação e diálogos entre ambas as empresas com todos os níveis hierárquicos.” (Participante 17)

“(...) partilha de ideias e interesses.” (Participante 18)

Para além disto, os mesmos trabalhadores também indicaram que, a igualdade de tempo, o acompanhamento e o interesse, a interação entre os trabalhadores e a honestidade, como aspetos essenciais para o sucesso da aquisição:

“Igualdade de tempo em regime de avaliação em todos os colaboradores.” (Participante 19)

“Mais acompanhamento, interesse (...)” (Participante 13)

“Mais interação entre pessoas.” (Participante 20)

“Mais (...) transparência. (Participante 21)

No que diz respeito às necessidades de comunicação, para os trabalhadores da Organização D, o não julgamento e a honestidade, também são fatores a ter em consideração:

“Ter as coisas definidas e sem ter pessoas da Organização T a comentar que mandam sem saber o que dizem.” (Participante 14)

Assim como, a experiência e o conhecimento da organização e dos seus trabalhadores, tal como a história da mesma são fatores fundamentais para perpetuar ao longo de toda a mudança:

“A Organização D tem uma história que devia ter sido preservada e com a aquisição a sensação que tenho é que agora é tudo impessoal.” (Participante 22)

Por fim, existiram também opiniões positivas, em que se deu destaque à boa liderança e se evidenciou satisfação perante todo o processo:

“Penso que o caminho está a ser feito da melhor maneira, uma vez que temos bons líderes no processo.” (participante 23)

“Sinceramente acho que está tudo a correr da melhor forma.” (Participante 24)

Assim, pode-se concluir que, para os trabalhadores da Organização T, a comunicação entre trabalhadores, a relação que é estabelecida entre os mesmos e os procedimentos efetuados são pontos de melhoria a desempenhar para um melhor impacto do processo de aquisição, no futuro. No entanto, para os trabalhadores da Organização D é relevante que se dê também prioridade ao profissionalismo e à identidade da organização pré-aquisição.

## Capítulo V – Discussão e Conclusões

Esta investigação teve como objetivo perceber quais os efeitos da nostalgia individual e coletiva nos trabalhadores, que vivenciaram um processo de aquisição na sua organização.

As mudanças organizacionais, como é o caso das fusões e das aquisições, podem interferir negativamente no sentimento de identificação dos trabalhadores com as organizações onde trabalham (Blake & Mouton, 1985; Haunschild et al., 1994; van Dick, 2004). Quando os trabalhadores não se identificam com a organização, após a mudança, estes deixam de se sentir satisfeitos no trabalho, há uma menor eficiência por parte destes, existe menos compromisso com a organização e existem maiores intenções de *turnover* (Blake & Mouton, 1985; Haunschild et al., 1994; Jetten et al., 2002; Ullrich & van Dick, 2007; van Dick, 2004; van Dick et al., 2006; Rousseau, 1998). Tudo isto acaba por se transformar numa ameaça para a organização e para os objetivos propostos por esta (Giessner, 2011).

Face à mudança, também os trabalhadores podem experimentar um sentimento de descontinuidade de identidade (van Knippenberg et al., 2002) e este sentimento caracteriza-se por ser um estado adverso e desagradável (Milligan, 2003; Sadeh e Karniol, 2012). Sendo a nostalgia um mecanismo a que se pode recorrer, em situações adversas e desagradáveis (van Tilburg et al., 2013; Wildschut et al., 2006; Zhou et al., 2008; Sedikides et al., 2015), um dos benefícios da nostalgia é contribuir para que os trabalhadores entendam que, o que eles são no presente, se relaciona com o que eles foram no passado, na organização (Sedikides et al., 2008).

No entanto, existem dois tipos de nostalgia: individual (direcionada somente ao indivíduo; Leunissen et al., 2018) e coletiva (direcionada ao indivíduo como pertencente a um grupo; Wildschut et al., 2014), sendo a segunda benéfica apenas dentro do grupo de pertença, mas não para os membros de outros grupos (Wildschut et al., 2014), como poderá ser o caso dos trabalhadores da organização parceira numa aquisição.

Assim, foi testado o efeito dos dois tipos de nostalgia, na identificação pós-aquisição (H1a), no apoio à aquisição (H1b) e na satisfação organizacional (H1c), antecipando que a nostalgia coletiva poderia ter efeitos mais negativos do que a individual, e que estes efeitos seriam mais pronunciados na organização adquirida (H2a-c) que é, normalmente, quem experimenta mais mudanças.

Através de análises preliminares, verificou-se que não existiram diferenças entre os dois tipos de nostalgia na percepção de nostalgia pelos trabalhadores, em nenhuma das organizações. Demonstrou-se também que, os trabalhadores da Organização T se identificaram mais com a organização, antes da aquisição.

Relativamente às hipóteses, nenhuma foi suportada, mas verificou-se um efeito principal significativo da organização no apoio geral à aquisição e constatou-se que a Organização D foi quem mais apoiou o processo de aquisição, podendo isto sugerir que os trabalhadores desta organização até desejassem a mudança. Os resultados também mostraram que, apesar de não se ter verificado um efeito principal relativamente ao tipo de nostalgia no apoio geral à aquisição, houve uma tendência para que a nostalgia coletiva tenha influenciado o apoio geral à aquisição. Este resultado poderá sugerir que, a nostalgia, vivida em grupo, poderá atenuar consequências menos positivas da mudança.

Para além destas análises, também foram realizadas análises adicionais de natureza correlacional, de modo a compreender melhor a relação entre as variáveis para cada uma das organizações, uma vez que as nossas hipóteses não foram suportadas. Para a realização destas análises adicionais recorreremos à análise de correlações entre variáveis que, por sua vez, nos sugeriram eventuais relações de moderação a explorar. Em relação às correlações, no que diz respeito à Organização T, verificou-se uma correlação significativa entre a identificação pré-aquisição e a identificação pós-aquisição. O mesmo não se verificou, na Organização D, levantando a questão se tal poderá ser indicativo de um baixo sentido de continuidade da identidade, até porque será mais natural que o sentido de continuidade de identidade, pré-pós fusão ou aquisição, seja mais notório na organização dominante (van Knippenberg et al., 2002). Quando os trabalhadores percebem continuidade de identidade, estes apoiam mais o processo de mudança, o que por sua vez vai fazer com que, se identifiquem com a organização após a mudança (Giessner et al., 2016), e estes resultados adicionais (mais precisamente, correlações relativas à Organização T) corroboraram essas associações já apontadas na literatura.

Além disso também se verificou, uma correlação significativa entre a nostalgia percebida e a identificação pré-aquisição, para a Organização D. Segundo pesquisas de Routledge e colaboradores (2008), a nostalgia encontra-se relacionada com percepções positivas, relativas ao passado. Quer isto dizer, que antes do processo de aquisição, os trabalhadores da Organização D, tinham boas recordações da organização onde trabalhavam. Também se verificou a mesma correlação significativa, mas entre a nostalgia percebida e a identificação pós-aquisição e relativa à Organização T, o que

também pode sugerir que, perante adversidades, a nostalgia percebida teve um efeito positivo e protetor nestes trabalhadores (Sedikides & Wildschut, 2019).

Também se verificou uma correlação significativa, mas negativa entre a satisfação com o trabalho e as intenções de *turnover*, em ambas as organizações envolvidas neste processo. A literatura tem vindo a mostrar que, quando os trabalhadores se sentem identificados com a organização, também estes se encontram mais satisfeitos com o trabalho e manifestam menos intenções de *turnover* (Riketta, 2005; Riketta & van Dick, 2005). A satisfação com o trabalho, assim como, as intenções de *turnover* são o resultado de interpretações e pontos de vista dos trabalhadores, perante o seu trabalho (Bright, 2008). Bright (2008) indica que, cada vez que a envolvente do local de trabalho corresponda e cumpra com as necessidades dos trabalhadores, estes evidenciam maior satisfação com o trabalho e como resultado, menos intenções de *turnover* (Bright, 2008).

Como a literatura tem vindo a demonstrar, a identificação após a mudança está relacionada positivamente com a satisfação com o trabalho e minimiza as intenções de *turnover* (Jetten et al., 2002; Lipponen et al., 2004; Olkkonen & Lipponen, 2006; Terry et al., 2001; van Dick et al., 2006; van Dick et al., 2004), tal como foi corroborado nas correlações relativas à Organização D.

De acordo com Giessner e colaboradores (2006), quando a organização de maior influência domina a mudança (fusão ou aquisição organizacional) e assimila completamente a organização adquirida, que conseqüentemente tem menos influência, este processo é denominado de assimilação (Giessner et al., 2006). Já um processo de transformação procura elementos identitários novos para ambas as organizações (Giessner et al., 2006). Um processo de integração igualitária é quando as organizações envolvidas na mudança estão igualmente representadas; e um processo de integração proporcional é quando ambas as organizações estão representadas, mas uma sobressai mais, normalmente a dominante (Giessner et al., 2006). De acordo com investigações dos mesmos autores, verificou-se que os trabalhadores que pertenciam à organização com menos influência selecionaram o processo de transformação e integração igualitária (que permite um aumento de estatuto relativo), já os trabalhadores da organização mais influente selecionaram os processos de assimilação e integração proporcional (que permitem a manutenção do seu elevado estatuto relativo) (Giessner et al., 2016), tal como se verificou na nossa investigação.

Respetivamente às análises de moderação realizadas, como não é possível estabelecer direcionalidade entre as variáveis, a escolha da posição das variáveis preditora e critério

foi feita com base na relação mais parcimoniosa conceptualmente, o que não significa que não pudesse ser inversa. Assim, estas mostraram que a associação entre a nostalgia percebida e dominância foi mais forte para os trabalhadores da Organização D (adquirida/não dominante). Este poderá ser um ponto a investigar em investigações futuras, nomeadamente perceber qual a relação entre a dominância e a nostalgia percebida. Ou seja, uma vez que a nostalgia tem a capacidade de restabelecer o sentido de continuidade (Sedikides et al., 2008) e a dominância se evidencia mais em organizações com maior sentido de continuidade (van Knippenberg et al., 2002), seria relevante perceber, qual o papel da nostalgia na dominância, mais propriamente em organizações consideradas dominantes e não dominantes, sob um processo de fusão ou aquisição organizacional.

Outra moderação realizada evidenciou que o papel positivo da identificação pós-aquisição na valência de contacto foi mais forte para os trabalhadores da Organização D. Em termos de implicações, isto poderá significar que, a identificação pós-aquisição dos trabalhadores da Organização D esteve positivamente associada ao contacto entre os trabalhadores de ambas as organizações. Também se verificaram outras duas moderações significativas: o papel positivo do apoio geral à aquisição na frequência de contacto foi maior nos trabalhadores da Organização D, e o papel do apoio geral à aquisição na valência de contacto foi maior nos mesmos trabalhadores. Estes resultados parecem sugerir que a percepção de apoio geral à aquisição demonstrada pelos trabalhadores da Organização D poderá ter influenciado positivamente a frequência e a valência do contacto com membros da Organização T. Mas uma vez que não é possível estabelecer direcionalidade entre as variáveis, também poderá ter sido a frequência e a valência de contacto a influenciar os trabalhadores a apoiarem mais, todo o processo da aquisição. Na presença de uma mudança organizacional, o contacto positivo entre os grupos (endogrupo e exogrupo) contribui para que, os trabalhadores reconheçam que a organização está mais unida, o que consequentemente, proporciona relacionamentos mais agradáveis, entre os mesmos (Mottola et al., 1997). Também, de acordo com Allport (1954), existir contacto entre os indivíduos é fundamental, pois a comunicação e a proximidade, que se estabelece, possibilita os mesmos de alcançarem mais conhecimento, a respeito dos outros indivíduos, e reduzir o preconceito face aos mesmos (Allport, 1954), tal como foi corroborado nas correlações relativas à Organização D e T, relativas à frequência e valência de contacto.

Para além de todas estas análises, também foram realizadas análises qualitativas, tendo em conta as respostas dadas pelos trabalhadores à questão: “Na sua opinião, o que poderia ser feito para que o processo de aquisição corresse melhor (ou venha a correr melhor)?”. Verificaram-se respostas que foram organizadas em temas, relacionados com necessidades profissionais (valorizar os trabalhadores), necessidades estratégicas (melhor planeamento em mudanças futuras e mais comunicação), necessidades de comunicação (comunicar mais entre todos e ter uma comunicação clara e objetiva), necessidades relacionais (existir união entre os trabalhadores) e necessidades identitárias (valorizar a história das organizações). Para os trabalhadores da Organização D, existem vários aspetos, para que a aquisição fosse ou venha a ser mais positiva: as análises qualitativas mostraram que, esta mudança correria melhor se, essencialmente, os trabalhadores fossem mais valorizados. Em ambas as organizações, também se verificaram necessidades estratégicas, que envolvem principalmente, um melhor planeamento e orientação da mudança e conseqüentemente mais informação acerca da mesma. Também as necessidades de comunicação se evidenciaram, nas Organizações T e D. Para os trabalhadores das duas organizações é fundamental que se comunique mais entre todos e que essa comunicação seja clara, explicativa e objetiva. Para os trabalhadores da Organização T, a união entre os trabalhadores e a honestidade são fatores importantes, para o sucesso da aquisição, assim como para os trabalhadores da Organização D, destacando-se assim as necessidades relacionais. Ainda em relação aos trabalhadores da Organização D, os resultados das análises qualitativas também evidenciaram que as necessidades identitárias, mais propriamente, a valorização da história e do conhecimento da organização, são fatores a manter, mesmo que exista mudança. Por fim, também se evidenciou um outro tema, pelos mesmos trabalhadores, designado de positividade, evidenciando que alguns dos trabalhadores se revelaram satisfeitos e positivos perante a mudança, confiando que esta será uma boa oportunidade para todos.

Assim, e de acordo com a literatura, sempre que os trabalhadores reconhecem que, a organização está atenta e se importa com estes, os próprios experienciam reconhecimento, consideração e respeito (Mottola et al., 1997). Conseqüentemente, isto irá provocar nos trabalhadores, maior compromisso com a organização, proveniente da mudança (Mottola et al., 1997). A literatura também evidencia que, muitas das vezes, as complicações que provêm das aquisições, como, por exemplo, a envolvência de culturas diferentes, são fatores a que não se dá a devida importância, no planeamento de tais mudanças (de Noble et al., 1988). De acordo com Bartels e colaboradores (2006), uma maior identificação

com a organização, após a mudança, acontece quando os trabalhadores percebem que estão incluídos na tomada de decisão e que se sentem agradados com as informações que lhes são fornecidas, o que não se verificou totalmente, segundo opiniões dos trabalhadores relativamente às análises qualitativas. Quando ocorre uma fusão e/ou aquisição organizacional, o principal fator a ter em conta para o seu sucesso é estabelecer uma comunicação clara com todos os trabalhadores (de Noble et al., 1988), como se evidenciou nas análises qualitativas.

Esta questão relativa à opinião dos trabalhadores, em investigações futuras poderá ser um bom começo para realizar o mesmo estudo, mas só dedicado a análises qualitativas, pois apesar de termos tido poucas respostas e os temas acerca das mesmas terem sido um pouco redundantes, forneceram informações bastantes importantes acerca de muitos fatores que podem ser melhorados.

Em suma, no que diz respeito à teoria que sustenta esta investigação, pode-se verificar que apesar da mudança ser crucial para as organizações, os trabalhadores desempenham um papel indispensável para que exista sucesso nas fusões e/ou aquisições organizacionais (Giessner et al., 2012). Como se pode verificar, são vários os fatores, associados aos trabalhadores, que interferem na identificação com a nova organização e com o apoio à mesma. Pode-se também verificar, que a perceção de nostalgia poderá ter efeitos benéficos perante aspetos mais negativos, a nível organizacional.

Relativamente à prática, é essencial que, as organizações que estejam a passar por uma mudança organizacional ou que tencionem realizar uma mudança organizacional, acompanhem as investigações que desenvolvem estes temas. Com isto, podem encontrar muitas respostas face a todo o processo de mudança, nomeadamente: fatores que possam estar a influenciar o não sucesso da mudança (e.g., satisfação dos trabalhadores); como influenciar os trabalhadores, para apoiarem a mudança e se sentirem satisfeitos com esta; encontram um conjunto de medidas prévias, para que existam melhores relações entre todos e que possam ver a mudança como algo positivo (e.g., mais comunicação entre todos), juntamente com aprendizagens entre todos; e que fatores podem ser desenvolvidos, para os trabalhadores se ajustarem à mudança. Este conhecimento juntamente com a colaboração de um/a Psicólogo/a das Organizações, irá provocar um notável trabalho ao nível de mudanças mais positivas, pois com o conhecimento que provêm de ambos, será uma mais valia, para se concretizarem mudanças adequadas às organizações e seus trabalhadores.

### **Limitações e contribuições para investigações futuras**

Por último, identificaram-se algumas limitações e/ou contribuições desta investigação e que podem ter influência em investigações futuras.

Desta forma, uma das principais limitações e que mais impacto teve em toda a investigação e que ocorreu também devido à pandemia da Covid-19, corresponde ao fato do questionário ter sido partilhado tardiamente e ter estado ativo durante muito tempo, mais propriamente desde abril até junho de 2020. Além disso, também o número de participantes foi bastante reduzido e sem razões evidentes para tal acontecimento, o que também veio influenciar os resultados e provavelmente os mesmos não terem sido os esperados.

Uma outra limitação desta investigação relaciona-se com o fato de os trabalhadores que responderam ao questionário não representarem os trabalhadores das organizações em análise. Podem ter sido aqueles que não se encontravam de momento sobrecarregados com o trabalho e tinham disponibilidade para responder e/ou poderiam ser trabalhadores que se mostravam mais satisfeitos com toda a situação de mudança. Também este exemplo de situações pode ter influenciado os resultados.

Outra limitação identificada nesta investigação foi o fato de não ter existido um grupo de controlo. Ou seja, identificar a opinião dos trabalhadores através da perceção de nostalgia é diferente do que se existisse uma condição de controlo, que permitisse aos trabalhadores recordar um evento comum/banal (e.g., Wildschut et al., 2006), por oposição da recordação de um evento nostálgico individual ou coletivo, em que poderia existir uma comparação da informação, mais fidedigna.

Para além desta limitação, para alguns trabalhadores, a nostalgia pode ter sido uma emoção dolorosa, influenciando assim os resultados. De acordo com Iyer e Jetten (2011), a nostalgia não pode ser considerada só uma emoção positiva. Apesar de ser descrita como uma emoção agridoce benéfica (Sedikides et al., 2015), no caso de o sentimento de continuidade de identidade ser reduzido, as pessoas que experienciam nostalgia manifestaram mais respostas negativas e menores níveis de bem-estar, em comparação com pessoas que não sentiram nostalgia (Iyer & Jetten, 2011).

Uma outra limitação foi o fato de que nem todos os trabalhadores estavam os mesmos anos na organização. Ou seja, quem entrou recentemente na organização, não pode responder da melhor forma a algumas questões, pois não tinha opinião suficiente para dar, perante este acontecimento. Este é um fator que pode ser importante para futuras investigações.

Por fim, um dos aspetos que podiam ser melhorados nesta investigação e que pode ser um fator relevante para investigações futuras, é explorar mais a variável identificação pré-aquisição, através de exemplos ilustrativos ou de mais questões para perceber melhor como é que os trabalhadores percecionavam a organização antes da mudança. Isto tornar-se-á favorável para a investigação, assim como para a organização.

### **Considerações finais**

Nesta investigação pretendeu-se dar resposta, assim como alcançar progressos na literatura, de quais os efeitos da nostalgia individual e coletiva no apoio dos trabalhadores a aquisições organizacionais.

Apesar dos resultados não terem sido os esperados e conseqüentemente as nossas hipóteses não terem sido suportadas, a nossa investigação, tendo em conta, as nossas análises adicionais e as nossas limitações são um incentivo para investigações futuras, que poderão ser replicadas e assim, obter dados mais conclusivos.

Ainda assim, esta investigação evidenciou que o fator humano tem uma implicação fundamental na mudança e que é necessário dar mais relevância a alguns fatores, como por exemplo, uma melhor comunicação entre todos, para que exista um maior apoio à mudança e conseqüentemente uma maior identificação pós-fusão e relações mais positivas entre trabalhadores, de ambas as organizações.

## Referências

- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. UW Faculty Web Server. [https://faculty.washington.edu/caporaso/courses/203/readings/allport\\_Nature\\_of\\_prejudice.pdf](https://faculty.washington.edu/caporaso/courses/203/readings/allport_Nature_of_prejudice.pdf)
- Bartels, J., Douwes, R., De Jong, M., & Pruyn, A. (2006). Organizational identification during a merger: Determinants of employees' expected identification with the new organization. *British Journal of Management*, *17*(S1), S49-S67. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00478.x>
- Blake, R. R., & Mouton, J. S. (1985). How to achieve integration on the human side of the merger. *Organizational dynamics*, *13*(3), 41-56. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(85\)90029-4](https://doi.org/10.1016/0090-2616(85)90029-4)
- Bialobrzeska, O., Elliot, A. J., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2019). Nostalgia counteracts the negative relation between threat appraisals and intrinsic motivation in an educational context. *Learning and Individual Differences*, *69*, 219-224. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2018.04.011>
- Bluck, S., & Alea, N. (2008). Remembering being me: The self continuity function of autobiographical memory in younger and older adults. In F. Sani (Ed.), *Self continuity: Individual and collective perspectives* (p. 55–70). Psychology Press.
- Boen, F., Vanbeselaere, N., & Wostyn, P. (2010). When the best become the rest: The interactive effect of premerger status and relative representation on postmerger identification and ingroup bias. *Group processes & intergroup relations*, *13*(4), 461-475. <https://doi.org/10.1177/1368430209350746>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, *3*(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this “we”? Levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*(1), 83-93. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.1.83>
- Bright, L. (2008). Does public service motivation really make a difference on the job satisfaction and turnover intentions of public employees? *American Review of Public Administration*, *38*(2), 149–166. <https://doi.org/10.1177/0275074008317248>
- Buono, A. F., Bowditch, J. L., & Lewis, J. W. (1985). When Cultures Collide: The Anatomy of a Merger. *Human Relations*. <https://doi.org/10.1177/001872678503800506>
- Cammann, C., Fichman, M., Jenkins, G. D., & Klesh, J. (1983). Michigan Organizational Assessment Questionnaire. In S. E. Seashore, E. E. Lawler, P. H. Mirvis, & C. Cammann (Eds.), *Assessing organizational change: A guide to methods, measures, and practices* (pp. 71–138). Wiley-Interscience.
- Cheung, W. -Y., Sedikides, C., Wildschut, T., Tausch, N., & Ayanian, A. H. (2017). Collective nostalgia is associated with stronger outgroup-directed anger and participation in ingroup-favoring collective action. *Journal of Social and Political Psychology*, *5*(2), 301–319. <https://doi.org/10.5964/jspp.v5i2.697>
- Cho, B., Lee, D., & Kim, K. (2014). How Does Relative Deprivation Influence Employee Intention to Leave a Merged Company? The Role of Organizational Identification. *Human Resource Management*, *53*(3), 421-443. <https://doi.org/10.1002/hrm.21580>

- de Noble, A. F., Gustafson, L. T., & Hergert, M. (1988). Planning for post-merger integration—eight lessons for merger success. *Long Range Planning*, 21(4), 82-85. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(88\)90012-X](https://doi.org/10.1016/0024-6301(88)90012-X)
- Gabriel, Y. (1993). Organizational nostalgia: Reflections on "the golden age." In S. Fineman (Ed.), *Emotion in organizations* (p. 118–141). Sage Publications, Inc.
- Giessner, S. R. (2011). Is the merger necessary? The interactive effect of perceived necessity and sense of continuity on post-merger identification. *Human Relations*, 64(8), 1079–1098. <https://doi.org/10.1177/0018726711406979>
- Giessner, S. R., Horton, K. E., & Humborstad, S. I. W. (2016). Identity management during organizational mergers: Empirical insights and practical advice. *Social Issues and Policy Review*, 10(1), 47-81. <https://doi.org/10.1111/sipr.12018>
- Giessner, S. R., Ullrich, J., & van Dick, R. (2012). A Social Identity Analysis of Mergers and Acquisitions. *The Handbook of Mergers and Acquisitions*. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199601462.003.0019>
- Giessner, S. R., Viki, G. T., Otten, S., Terry, D. J., & Täuber, S. (2006). The Challenge of Merging: Merger Patterns, Premerger Status, and Merger Support. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(3), 339-352. <https://doi.org/10.1177/0146167205282151>
- Gleibs, I. H., Mummendey, A., & Noack, P. (2008). Predictors of change in postmerger identification during a merger process: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(5), 1095-1112. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.5.1095>
- Haunschild, P. R., Moreland, R. L., & Murrell, A. J. (1994). Sources of resistance to mergers between groups 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 24(13), 1150-1178. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1994.tb01549.x>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.
- Hogg, M. A., & Terry, D. I. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of management review*, 25(1), 121-140. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791606>
- Horwitz, F. M., Anderssen, K., Bezuidenhout, A., Cohen, S., Kirsten, F., Mosoeunyane, K., Smith, N., Thole, K., van Heerden, A. (2002). Due diligence neglected: managing human resources and organisational culture in mergers and acquisitions. *South African Journal of Business Management*, 33(1), 1–10. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v33i1.692>
- Iyer, A., & Jetten, J. (2011). What's left behind: Identity continuity moderates the effect of nostalgia on well-being and life choices. *Journal of personality and social psychology*, 101(1), 94. <https://doi.org/10.1037/a0022496>
- Jetten, J., O'Brien, A., & Trindall, N. (2002). Changing identity: Predicting adjustment to organizational restructure as a function of subgroup and superordinate identification. *British Journal of Social Psychology*, 41(2), 281–297. <https://doi.org/10.1348/014466602760060147>
- Khan, S., & Pedersen, A. (2010). Black African immigrants to Australia: Prejudice and the function of attitudes. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 4(2), 116-129. <https://doi.org/10.1375/prp.4.2.116>
- Leunissen, J. M., Sedikides, C., Wildschut, T., & Cohen, T. R. (2018). Organizational nostalgia lowers turnover intentions by increasing work meaning: The moderating role of burnout. *Journal of occupational health psychology*, 23(1), 44-57. <https://doi.org/10.1037/ocp0000059>
- Lipponen, J., Olkkonen, M.-E., & Moilanen, M. (2004). Perceived procedural justice

- and employee responses to an organizational merger. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 13(3), 391–413.  
<https://doi.org/10.1080/13594320444000146>
- Milligan, M. J. (2003). Displacement and Identity Discontinuity: The Role of Nostalgia in Establishing New Identity Categories. *Symbolic Interaction*, 26(3), 381–403.  
<https://doi.org/10.1525/si.2003.26.3.381>
- Mottola, G. R., Bachman, B. A., Gaertner, S. L., & Dovidio, J. F. (1997). How Groups Merge: The Effects of Merger Integration Patterns on Anticipated Commitment to the Merged Organization 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 27(15), 1335–1358. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1997.tb01809.x>
- Olkkonen, M. E., & Lipponen, J. (2006). Relationships between organizational justice, identification with organization and work unit, and group-related outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(2), 202–215.  
<https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2005.08.007>
- Pepper, G. L., & Larson, G. S. (2006). Cultural identity tensions in a post-acquisition organization. *Journal of Applied Communication Research*, 34(1), 49–71.  
<https://doi.org/10.1080/00909880500420267>
- Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(3), 433–458. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2006.21794663>
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of vocational behavior*, 66(2), 358–384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>
- Riketta, M., & Van Dick, R. (2005). Foci of attachment in organizations: A meta-analytic comparison of the strength and correlates of workgroup versus organizational identification and commitment. *Journal of vocational behavior*, 67(3), 490–510. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.06.001>
- Rousseau, D. M. (1998). Why workers still identify with organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 217–233. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199805\)19:3<217::AID-JOB931>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199805)19:3<217::AID-JOB931>3.0.CO;2-N)
- Routledge, C., Arndt, J., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2008). A blast from the past: The terror management function of nostalgia. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 132–140. <https://org.doi/10.1016/j.jesp.2006.11.001>
- Sadeh, N., & Karniol, R. (2012). The sense of self-continuity as a resource in adaptive coping with job loss. *Journal of Vocational Behavior*, 80(1), 93–99.  
<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2011.04.009>
- Sedikides, C., & Wildschut, T. (2019). The sociality of personal and collective nostalgia. *European Review of Social Psychology*, 30(1), 123–173.  
<https://doi.org/10.1080/10463283.2019.1630098>
- Sedikides, C., Wildschut, T., & Baden, D. (2004). Nostalgia: Conceptual Issues and Existential Functions. *Handbook of Experimental Existential Psychology*. Guilford publications.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., & Routledge, C. (2008). Nostalgia: Past, present, and future. *Current Directions in Psychological Science*, 17(5), 304–307.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.00595.x>
- Sedikides, C., Wildschut, T., Cheung, W. Y., Routledge, C., Hepper, E. G., Arndt, J., Vail, K., Zhou, X., Brackstone, K., & Vingerhoets, A. J. (2016). Nostalgia fosters self-continuity: Uncovering the mechanism (social connectedness) and consequence (eudaimonic well-being). *Emotion*, 16(4), 524.  
<http://dx.doi.org/10.1037/emo0000136>

- Sedikides, C., Wildschut, T., Gaertner, L., Routledge, C., & Arndt, J. (2008). Nostalgia as enabler of self-continuity. *Self-continuity: Individual and collective perspectives*, 227-239. Psychology Press.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., & Arndt, J. (2015). Nostalgia counteracts self-discontinuity and restores self-continuity. *European Journal of Social Psychology*, 45(1), 52–61. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2073>
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., Arndt, J., Hepper, E., & Zhou, X (2015). To nostalgize: mixing memory with affect and desire. *Advances in Experimental Social Psychology*, 51, 189-273. <http://dx.doi.org/10.1016/bs.aesp.2014.10.001>
- Smeeke, A. (2015). National nostalgia: A group-based emotion that benefits the in-group but hampers intergroup relations. *International Journal of Intercultural Relations*, 49, 54–67. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2015.07.001>
- Tamosiuniene, R., & Duksaite, E. (2009). The Importance of Mergers and Acquisitions in Today's Economy. *KSI Transactions on Knowledge Society*, 2(4), 11-15.
- Terry, D. J., Carey, C. J., & Callan, V. J. (2001). Employee adjustment to an organizational merger: An intergroup perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(3), 267–280. <https://doi.org/10.1177/0146167201273001>
- Terry, D. J., & O'Brien, A. T. (2001). Status, Legitimacy, and Ingroup Bias in the Context of an Organizational Merger. *Group Processes and Intergroup Relations*, 4, 271–289. <https://doi.org/10.1177/1368430201004003007>
- Tichy, G. (2001). What do we know about success and failure of mergers?—Rejoinder. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 1(4), 431-440.
- Ullrich, J., & van Dick, R. (2007). The group psychology of mergers & acquisitions: Lessons from the social identity approach. *Advances in mergers and acquisitions*, 6, 1-15. [https://doi.org/10.1016/S1479-361X\(07\)06001-2](https://doi.org/10.1016/S1479-361X(07)06001-2)
- Ullrich, J., Wieseke, J., & Dick, R. V. (2005). Continuity and change in mergers and acquisitions: A social identity case study of a German industrial merger. *Journal of Management Studies*, 42(8), 1549-1569. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2005.00556.x>
- van Dick, R. (2004). My job is my castle: Identification in organizational contexts. *International review of industrial and organizational psychology*, 19, 171-204. <https://doi.org/10.1002/0470013311.ch6>
- van Dick, R., Ullrich, J., & Tissington, P. A. (2006). Working under a black cloud: How to sustain organizational identification after a merger. *British Journal of management*, 17(S1), S69-S79. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00479.x>
- van Dick, R., Wagner, U., & Lemmer, G. (2004). Research note: The winds of change—Multiple identifications in the case of organizational mergers. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 13(2), 121–138. <https://doi.org/10.1080/13594320444000038>
- van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., Monden, L., & de Lima, F. (2002). Organizational identification after a merger: A social identity perspective. *British Journal of Social Psychology*, 41(2), 233–252. <https://doi.org/10.1348/014466602760060228>
- van Tilburg, W. A., Igou, E. R., & Sedikides, C. (2013). In search of meaningfulness: Nostalgia as an antidote to boredom. *Emotion*, 13(3), 450. <https://doi.org/10.1037/a0030442>
- van Tilburg, W. A., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2015). The mnemonic muse: Nostalgia fosters creativity through openness to experience. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, 1-7. <http://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.02.002>

- Voci, A., & Hewstone, M. (2003). Intergroup contact and prejudice toward immigrants in Italy: The mediational role of anxiety and the moderational role of group salience. *Group Processes & Intergroup Relations*, 6(1), 37-54.  
<https://doi.org/10.1177%2F1368430203006001011>
- Wildschut, T., Bruder, M., Robertson, S., van Tilburg, W. A. P., & Sedikides, C. (2014). Collective nostalgia: A group-level emotion that confers unique benefits on the group. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 844–863.  
<https://doi.org/10.1037/a0037760>
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of personality and social psychology*, 91(5), 975.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.5.975>
- Zhou, X., Sedikides, C., Wildschut, T., & Gao, D. G. (2008). Counteracting loneliness: On the restorative function of nostalgia. *Psychological Science*, 19(10), 1023-1029.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02194.x>



## Anexos

### Anexo A - Questionário

Bem-vindo(a) ao estudo sobre aquisições organizacionais.

Este estudo é realizado no âmbito de uma Dissertação de Mestrado em Psicologia Social e das Organizações a decorrer no ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.

Pretendemos estudar fatores que contribuem para o sucesso de aquisições organizacionais, envolvendo recordações passadas. Assim, o foco será na passada aquisição da [REDACTED] pela [REDACTED]

Não esperamos que existam riscos associados à participação no estudo, mas irão ser colocadas algumas questões que o/a direcionem a recordações do seu passado antes da aquisição da [REDACTED] pela [REDACTED]. Ainda que possa não beneficiar diretamente com a participação no estudo, as suas respostas vão contribuir para que [REDACTED] e a [REDACTED] possam compreender e melhor intervir no processo da aquisição. Além disso, irá contribuir para o conhecimento científico nesta área.

A participação neste estudo poderá durar cerca de **8 minutos** e é estritamente **voluntária**: pode escolher participar ou não participar. Se escolher participar, pode interromper a participação em qualquer momento sem ter de prestar qualquer justificação. A participação é também anónima e confidencial. Os dados destinam-se apenas a tratamento estatístico e nenhuma resposta será analisada ou reportada individualmente. Em nenhum momento do estudo precisa de se identificar. Apesar de a sua participação ser voluntária, algumas perguntas são de resposta obrigatória.

O estudo é realizado por Rute Marques (ripms@iscte-iul.pt) e coordenado por Miriam Rosa (miriam.rosa@iscte-iul.pt), que poderá contactar caso deseje colocar alguma dúvida ou partilhar algum comentário.

Recentemente ocorreu a aquisição [REDACTED] pela [REDACTED]. E é sobre essa aquisição que, seguidamente, iremos colocar algumas questões.

Não existem respostas certas ou erradas às questões, o que mais importa é a sua opinião sincera.

Em qual das organizações trabalha?



De seguida, vamos pedir-lhe que realize uma tarefa relacionada com o passado na [REDACTED].



Um Evento Nostálgico do Seu Passado Individual na [REDACTED]

A Nostalgia é definida como “saudades do seu passado” ou como sentir-se sentimental devido a uma memória apreciada e carinhosa do seu passado.

Por favor, pense num evento nostálgico do seu percurso individual que envolva a [REDACTED] antes de ter passado pela aquisição com a [REDACTED].

Mais especificamente, tente pensar num evento pessoal passado na [REDACTED] antes da aquisição, que o/a faça sentir o mais nostálgico possível. Recorde essa experiência nostálgica individual. Mergulhe nessa experiência nostálgica individual por alguns momentos e pense em como o/a faz sentir.

Pedimos-lhe que traduza esse evento nostálgico individual em palavras.

Por favor escreva 4 palavras – chave relevantes para esse evento nostálgico individual (i.e., palavras que descrevam a experiência).

Palavras-chave que descrevem o meu evento nostálgico individual:

Palavra 1	<input type="text"/>
Palavra 2	<input type="text"/>
Palavra 3	<input type="text"/>
Palavra 4	<input type="text"/>



Nostalgia é definida como “saudades do seu passado” ou como sentir-se sentimental devido a uma memória apreciada e carinhosa do seu passado.  
Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
Neste momento, estou a sentir-me bastante nostálgico(a).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neste momento, estou a ter sentimentos nostálgicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto-me nostálgico(a) de momento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



De seguida, vamos colocar algumas questões sobre as suas perceções perante a [redacted], a [redacted] e a aquisição.

Recordamos que não existem respostas certas ou erradas às questões, o que mais importa é a sua opinião sincera.



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
Identificava-me com a [ ] antes da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considerava que pertencia à [ ] antes da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sentia fortes laços com a [ ] antes da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
Identifico-me com a [ ] depois da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero que pertenço à [ ] depois da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto fortes laços com a [ ] depois da aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
Esta aquisição foi uma boa estratégia para a [REDACTED].	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acho que a [REDACTED] cometeu um erro ao preparar esta aquisição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esta aquisição tem um propósito importante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As coisas estariam melhores se esta aquisição não tivesse acontecido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
No geral, estou satisfeito(a) com o meu trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No geral, eu não gosto do meu trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No geral, eu gosto de trabalhar aqui.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
A aquisição foi necessária para assegurar a sobrevivência da [REDACTED].	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A aquisição foi necessária para o crescimento da [REDACTED].	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesmo sem a aquisição, a [REDACTED] teria sido perfeitamente capaz de continuar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Nada Desfavorecida" a "Extremamente favorecida".

	Nada Desfavorecida	Desfavorecida	Nem favorecida nem desfavorecida	Favorecida	Extremamente favorecida
Em que medida sente que a [REDACTED] foi favorecida ou desfavorecida na aquisição?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

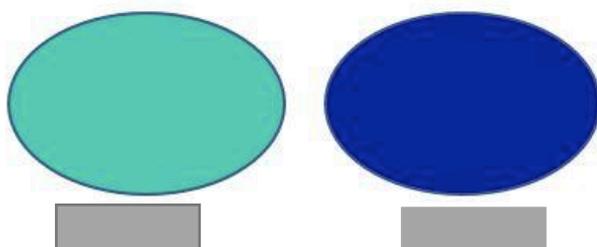


Em comparação com a , indique qual a dominância que a  tem no processo de aquisição.

1 Nenhuma dominância	2 Pouca dominância	3 Moderada dominância	4 Alguma dominância	5 Muita dominância
----------------------------	--------------------------	-----------------------------	---------------------------	--------------------------

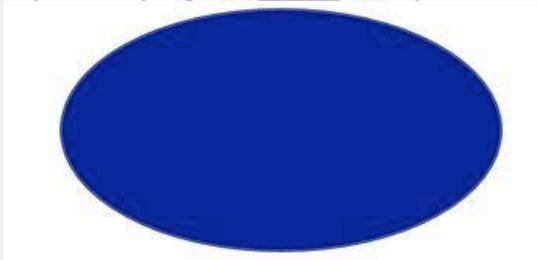


Na sua opinião, qual das seguintes descrições representa melhor o processo de aquisição? Quanto de cada uma das organizações está representada **depois** da aquisição?

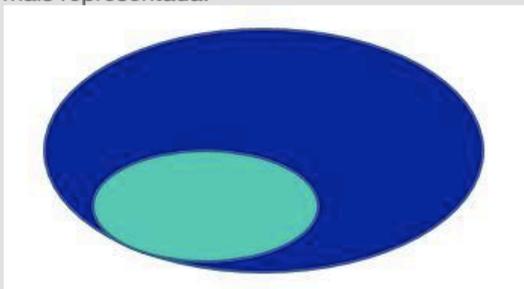


Por favor, indique mais abaixo a imagem que melhor corresponde à sua opinião.

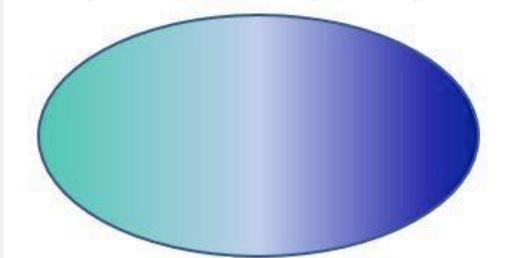
Depois da aquisição, a [ ] é completamente representada pela [ ] .



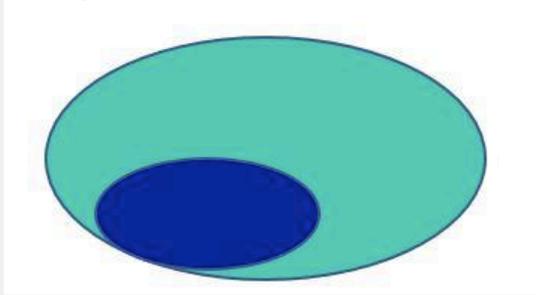
Ambas [ ] e [ ] estão representadas depois da aquisição, mas a [ ] está mais representada.



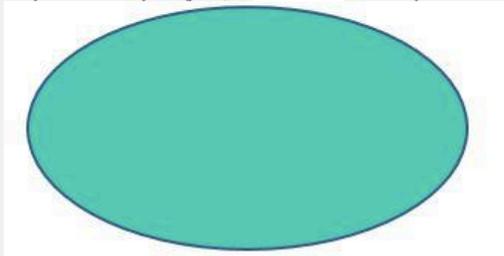
Ambas [ ] e [ ] estão representadas, depois da aquisição, de igual forma.



Ambas ( [ ] e [ ] ) estão representadas depois da aquisição, mas a [ ] está mais representada.



Depois da aquisição, a [ ] é completamente representada pela [ ] .

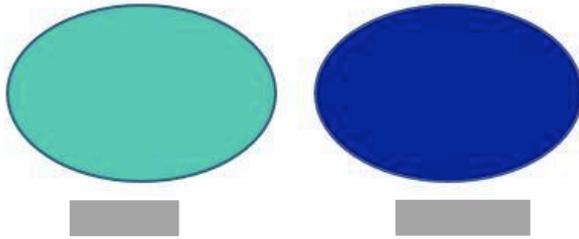


Depois da aquisição, tudo é definido de novo. Quase não há relação com a ( [ ] e [ ] ).



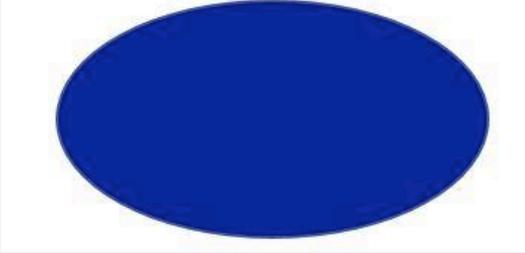
**E como desejaria que acontecesse?**

Na sua opinião, qual das seguintes descrições devia representar melhor o processo de aquisição? Quanto de cada uma das organizações devia estar representada **depois** da aquisição?

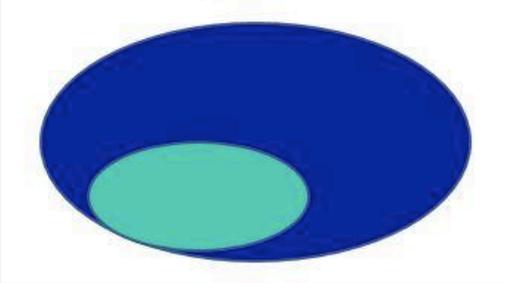


Por favor, indique mais abaixo a imagem que melhor corresponde à sua opinião.

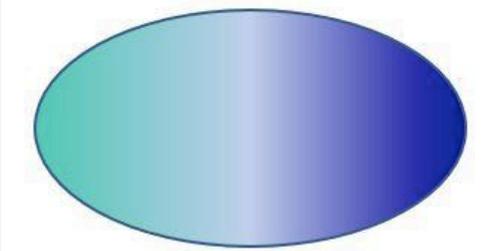
Depois da aquisição, a [ ] devia ser completamente representada pela [ ] .



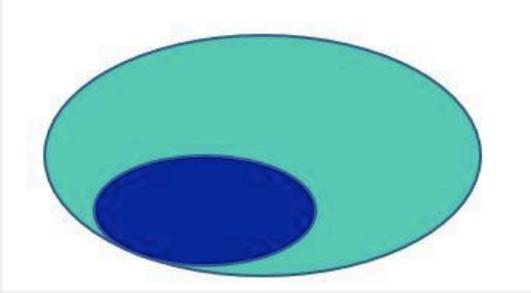
Ambas ( [ ] e [ ] ) deviam estar representadas depois da aquisição, mas a [ ] devia estar mais representada.



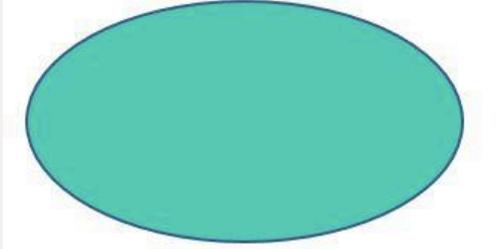
Ambas ( [ ] e [ ] ) deviam estar representadas, depois da aquisição, de igual forma.



Ambas ( [ ] e [ ] ) deviam estar representadas depois da aquisição, mas a [ ] devia estar mais representada.



Depois da aquisição, a [ ] devia ser completamente representada pela [ ] :



Depois da aquisição, tudo devia ser definido de novo. Quase não devia haver relação com a ( [ ] e [ ] ).



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Nunca" a "Muito Frequentemente".

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito Frequentemente
Com que frequência tem contacto com os trabalhadores da [redacted] ?	<input type="radio"/>				

Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Muito negativo" a "Muito positivo".

	Muito negativo	Negativo	Nem negativo nem positivo	Positivo	Muito Positivo
Como considera esse contacto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Por favor, responda às seguintes afirmações, marcando a opção que melhor corresponde à sua opinião, de "Discordo Fortemente" a "Concordo Fortemente".

	Discordo Fortemente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Fortemente
Frequentemente penso em desistir do meu trabalho na [REDACTED].	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se fosse possível, gostava de arranjar um novo trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É provável que eu procure um trabalho fora da [REDACTED] durante o próximo ano.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Na sua opinião, o que poderia ser feito para que o processo de aquisição corresse melhor (ou venha a correr melhor)?



Qual é o seu sexo?

Feminino

Masculino

Prefiro não responder

Qual é a sua idade (em anos)?

Há quanto tempo trabalha na ██████?

Menos de 3 meses  
3 a 6 meses  
7 meses a 1 ano  
1 a 3 anos  
3 a 5 anos  
6 a 10 anos  
Mais de 10 anos

Quais as suas habilitações literárias?

Ensino Primário

Ensino Preparatório ou Equivalente

Ensino Secundário ou Equivalente

Ensino Superior - Licenciatura

Ensino Superior - Mestrado ou Doutoramento

Outro. Qual?



Muito obrigado por ter participado neste estudo!

Como referido inicialmente, este estudo incide sobre o efeito da nostalgia nas aquisições organizacionais e pretende examinar a nostalgia, individual e/ou coletiva, no apoio dos trabalhadores a aquisições organizacionais.

No âmbito da sua participação, pode ter acontecido ter ficado mais sensível após recordações relativas ao processo de aquisição, por isso caso tenha sentido algum nível de desconforto, pedimos que contacte as investigadoras: Rute Marques (Mestranda): [ripms@iscte-iul.pt](mailto:ripms@iscte-iul.pt); Miriam Rosa (Orientadora de Dissertação): [miriam.rosa@iscte-iul.pt](mailto:miriam.rosa@iscte-iul.pt).

Poderá também utilizar estes dados de contacto caso deseje colocar uma dúvida, partilhar algum comentário, ou assinalar a sua intenção de receber informação sobre os principais resultados e conclusões do estudo.

**Mais uma vez, obrigado pela sua participação!**

