

ASSÉDIO AFETIVO NAS RELAÇÕES DE TRABALHO

Maria Helena Bernardo (maria.bernardo2@fatec.sp.gov.br) – Fatec Piracicaba
Nilcéia Cristina dos Santos (nilceia.santos@fatec.sp.gov.br) – Fatec Piracicaba
José Antônio Marini (josemarini@uol.com.br) – Faculdade Álvares de Azevedo

Resumo

O presente estudo visa discutir um tipo de assédio encontrado no ambiente de trabalho, porém pouco explorado no campo dos estudos organizacionais: o assédio afetivo. Diferentemente da agressão utilizada no assédio moral ou sexual, esse tipo de assédio atua sob a perspectiva do apego e da afetividade e se utiliza da chantagem emocional como forma de manipulação. Este estudo optou pela pesquisa exploratória, com entrevista em profundidade. Diante da incipiente produção acadêmica sobre o tema assédio afetivo nas organizações e a identificação nas entrevistas de indícios de violência psicológica permeada por confusão emocional e chantagem afetiva sugere-se que o tema possa ser mais explorado.

Palavras-chaves: Assédio Moral; Assédio Sexual; Assédio Afetivo; Pertencimento; Apego.

INTRODUÇÃO

A agressividade e o assédio moral não são situações novas no ambiente de trabalho e podem ocorrer em forma de agressão física ou psíquica na pessoa, chegando ao ponto de causar desgaste psicológico, e tal tema é abordado devido a sua importância, por autores de diversas áreas do conhecimento como administração, psicologia e direito (ÁVILA, 2008; BOBROFF; MARTINS, 2013; FREITAS, 2001; MARTININGO FILHO; SIQUEIRA, 2008; NAMIE, 2007; SOARES; OLIVEIRA, 2012).

Na visão de Oliveira *et al* (2017) além da necessidade de estudar o assédio moral é preciso compreendê-lo no ambiente empresarial para que se possa evitar os impactos psicológicos na vida do trabalhador. Nessa perspectiva há uma recorrente produção abordando o tema prazer e sofrimento no ambiente de trabalho (CHANLAT, 1992; CODO; SAMPAIO; HITOMI; 1993; DEJOURS, 1996; GUI, 2002; GUIMARÃES, 2005; MENDES, 1999), que nos conduz a uma análise mais aprofundada a fim de compreender os motivos pelos quais algumas pessoas podem identificar tais emoções como algo a ser enaltecido em busca do reconhecimento profissional.

Na organização, o senso de pertencimento se encontra no discurso de fazer parte da família corporativa vestindo a camisa, também denominada por Dutton, Dukerich e Harquail (1994) como “identificação organizacional” que é compreendido como a extensão pela qual as pessoas se entrelaçam psicologicamente com a organização e incluem, na sua identidade, a identidade organizacional. A necessidade de pertencimento foi definida pelo psicólogo americano Abraham Maslow que acreditava que as pessoas são seres sociais que têm uma necessidade de pertencer a um grupo, amar os outros e serem amados, ou seja, pertencer é importante em todas as esferas, inclusive na profissional (MASLOW, 1943).

Esse processo de identificação corporativo segundo Tajfel (1978; 1981), bem como Tajfel e Turner (1979; 1986) se analisado sob a ótica das teorias da identidade social (TIS) e da categorização do self (TCS) envolvem: a) **componente cognitivo** (conhecimento proveniente da categorização); b) **componente afetivo** (vínculo emocional com o grupo) e; c) **componente valorativo** (conotação valorativa do grupo).

Essa relação de comprometimento exige envolvimento emocional, inconsciente e subjetivo, gerando resultados positivos (maior desempenho) e negativos (aumento *turnover*) para a organização (PRATT, 1998). O instinto de autopreservação, faz com que os profissionais passem a renegar o prazer e a satisfação no ambiente de trabalho e busquem a segurança ainda que a custo da repressão e do sofrimento (PAULA, 2003) e, quando o sofrimento adquire sentido de segurança, ele ganha validade para ser utilizado.

Bowlby (1989) em sua teoria do apego considerou-o como sendo um mecanismo básico dos seres humanos, demonstrando como nossos primeiros relacionamentos podem exercer influência na forma como nos relacionamos com outros indivíduos ao longo da vida. Para o autor, quanto mais intensa for a relação de acessibilidade e confiança do cuidador maior será o sentimento de segurança e sobrevivência que a pessoa cuidada experimentará, tornando-se assim confiante e com relacionamentos sociais mais próximos e afetivos.

No contexto empresarial, o funcionário para se sentir pertencente e importante para organização, tende a executar longas e sacrificantes jornadas de trabalho, em nome de seu sentimento de gratidão, buscando equilibrar e fazer jus do afeto recebido.

Ainda sobre relacionamentos afetivos, de acordo com Zimerman (2012), a etimologia da palavra afeto vem do latim “*affectus*” referindo-se a um estado físico ou moral, uma disposição de espírito que alude a sentimentos que afetam o psiquismo do sujeito, tanto no sentido de “afeições” como também de “*afecções*”. Desse modo, apesar do afeto ser comumente associado a sentimentos que remetem a amizade, amor, ternura e afeiçoamento, o afeto também pode ser entendido no sentido de como afetamos os outros em nossos relacionamentos, inclusive de maneira mórbida.

Diante do exposto, o presente estudo busca discutir assédio encontrado no ambiente de trabalho sob a perspectiva do apego e da afetividade abordados como assédio afetivo.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Modalidades de Assédio

O termo assédio é proveniente do latim obsidium que significa cerco, e pode ser ampliado para um conjunto de operações e estratégias que tem por finalidade o cerceamento de uma área, uma única pessoa ou seu conjunto (CUNHA, 2017). O assédio tem várias facetas ou modalidades, tais como: o moral ou psicológico, o sexual, o afetivo, verbal e virtual. Todos têm o objetivo de tornar a pessoa refém do assediador. O Quadro 1 apresenta algumas definições sobre os tipos de assédios existentes:

Quadro 1 – Modalidades de assédios

TIPO DE ASSÉDIO	CARACTERÍSTICAS	EXEMPLO
Moral ou psíquico	São atitudes que afetam a dignidade humana, de forma humilhante e constrangedora, ocorrendo de forma intermitente, seja na família, na escola ou no trabalho	Nos momentos nos quais um colaborador é exposto de forma frequente à humilhação por parte de seus patrões ou até mesmo de outros funcionários
Afetivo	É uma forma de violência psicológica, onde o assediador tem ações e comportamentos que geram sentimentos ou reações afetivas, para depois manipular emocionalmente e controlar.	A forma de agressão decorre de palavras, gestos, olhares dirigidos a outra pessoa, com o intuito de controle e a subjugação afetiva, com a intenção de não perder o afeto recebido.
Sexual	É constrangimento mediante palavras, gestos ou atos em busca de se obter vantagem ou favorecimento sexual	Toda conduta, que vai desde um contato físico até palavras com conotação sexual
Verbal	Se caracteriza por dizer coisas desagradáveis ou invasivas a outras pessoas.	São atos em que ocorrem xingamentos, vaias, ridicularização, insultos, provocações ou ameaças contra uma pessoa.
Virtual	Acontece no ambiente virtual e é praticado por indivíduos que usam a tecnologia para ofender, hostilizar ou importunar uma pessoa ou um grupo específico.	São publicações online que geralmente divulgam discursos de ódio, conotação ou ameaças, incluem também a divulgação de dados ou informações pessoais.

Fonte: Adaptado de (CANIATO, LIMA, 2008; FABENI, 2015; GASTAL, PILATI, 2016; PAMPLONA FILHO, 2001; PINOTTI, 2019; SILVA, 2005; ZOLET, 2000)

Como demonstrado no quadro acima, todos os tipos de assédio apresentados causam danos profundos e muitas vezes irreversíveis às vítimas. O presente estudo deu ênfase em dois dos tipos de assédio apresentado: o moral e o afetivo por entender que muitas vezes o assédio moral vem em decorrência ao assédio afetivo. Quando o colaborador começa a colocar limites na manipulação do líder, o mesmo tende a sofrer a pressão e violência psicológica como forma de punição de seu gestor.

1.2 Assédio Moral

Na visão de Costa et al (2015, p. 268), o assédio moral pode ser compreendido como “uma violência psicológica sutil, dissimulada, intencional, de caráter repetitivo e prolongado, com a intenção de humilhar e excluir socialmente uma pessoa”. A questão do assédio é tão grave e relevante que o tema acabou se tornando foco de vários estudos. Em 2017, de acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), uma pesquisa demonstrou que 78% das mulheres já haviam passado por uma situação de assédio enquanto que 24% dos homens entrevistados admitiram ter praticado algum ato de assédio e esses agressores eram amigos ou conhecidos das vítimas, ou ainda os próprios pais ou padrastos.

Outra pesquisa realizada pela Datafolha em 2015, conseguiu identificar que 36% dos entrevistados confirmaram já ter sofrido algum tipo de assédio, e dentre eles, 26% eram do gênero masculino e 74% do gênero feminino. O perfil delas é mostrado na Figura 1:

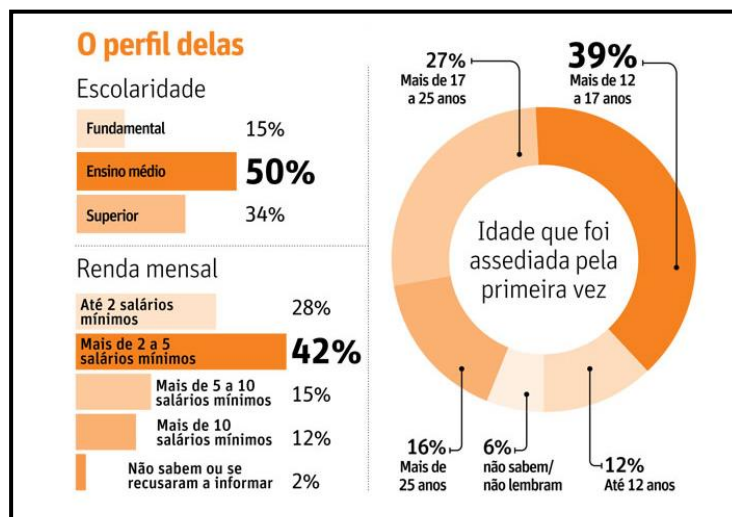


Figura 1 – Perfil de mulheres assediadas
Fonte: Mena e Gragnani (2015)

Nota-se pela figura acima, que os assediadores preferem pessoas mais nova com até 17 anos de idade (51% da amostra), com baixa escolaridade visto que 65% da amostra tem até o ensino média e com maior dificuldade financeira, visto que 28% das vítimas recebem até 2 salários mínimos e 42% recebem entre 2 a 5 salários mínimos.

Um estudo realizado por Costa et al (2015) conseguiu criar o mapa conceitual sobre o assédio, montado com a finalidade de organizar os termos, buscando relações entre os conceitos ligados por eles (Figura 2):

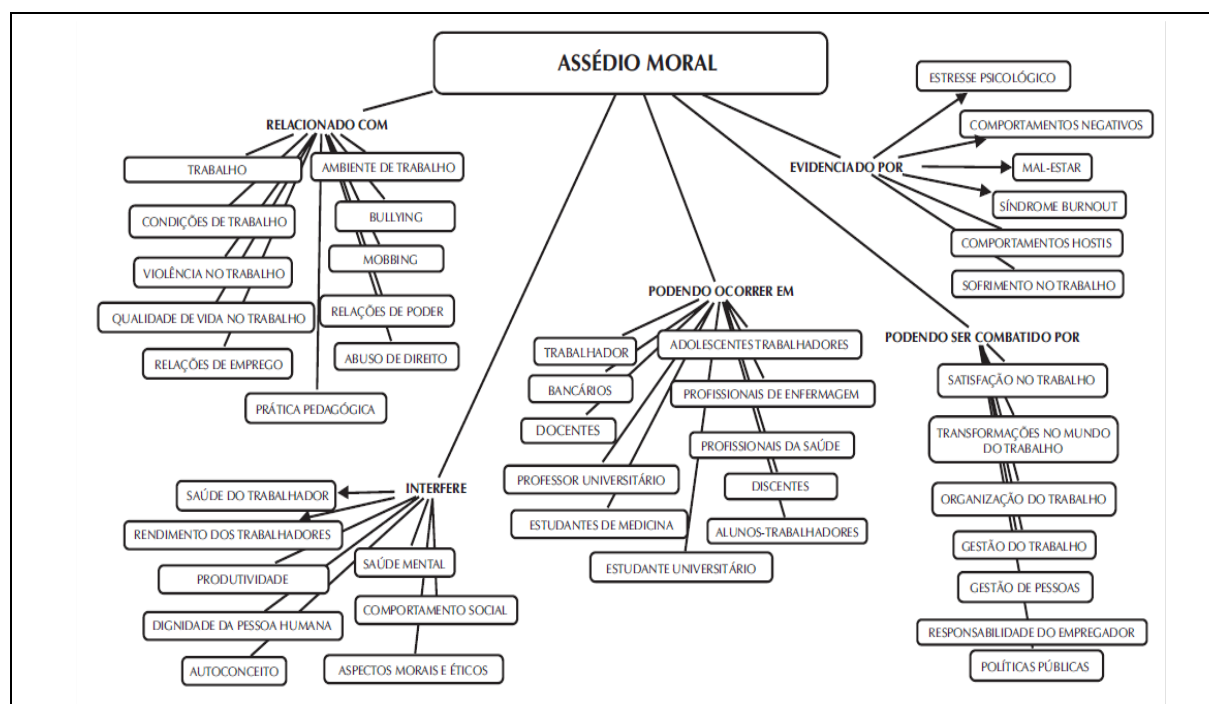


Figura 2 – Mapa conceitual sobre assédio moral
Fonte: Costa et al (2015, p. 272),

O mapa conceitual possibilitou encontrar conceitos-chave sobre a questão do assédio, demonstrando as suas conexões e proporcionando informações sobre o tema, a estrutura e as interrelações.

O assédio moral é tão antigo quanto o trabalho, e evidencia-se por condutas que demonstram violência psicológica contra o empregado, ou seja, é qualquer ato de expor o empregado a situações humilhantes, colocar apelidos, exigir metas inatingíveis, negar folgas e emendas de feriado, agir com rigor excessivo, dentre outras situações constrangedoras e de abuso de poder.

A pessoa detentora do poder, devido sua posição e força pode decidir entre punir e compensar, o que o permite manipular o outro de acordo com a sua vontade e contra a vontade da pessoa (ADIZES, 2004). A Figura 3 apresenta algumas formas pela qual as relações de poder no trabalho podem ocorrer:

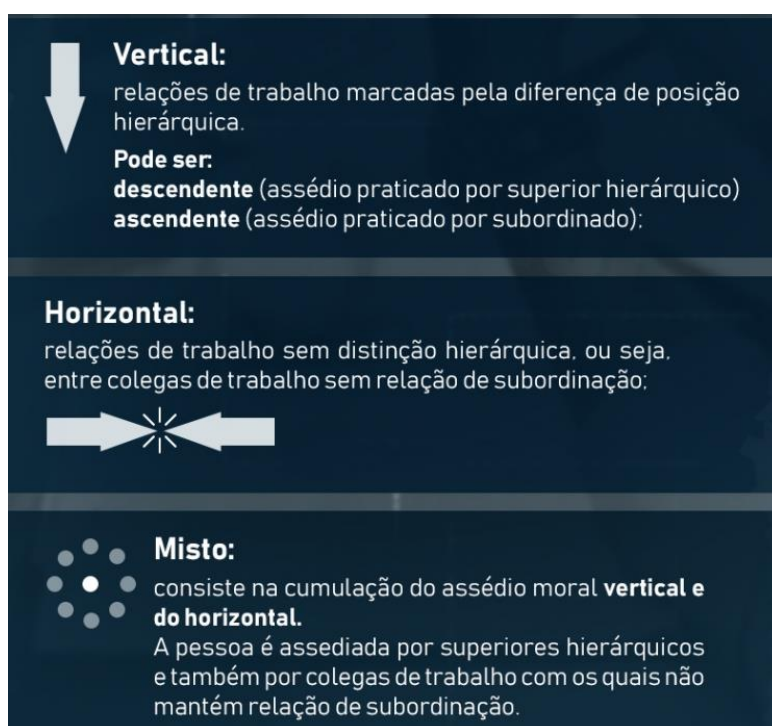


Figura 3 – Formas de relação de poder no trabalho
Fonte: Santos (2019)

Desta forma, o assediador lança mão do uso do poder para humilhar e atingir a dignidade do colaborador ou para recompensar e exigir o cumprimento de suas ordens e desejos, fazendo o colaborador se submeter à sua vontade.

O assédio moral causa ainda consequências que maltratam as vítimas ao ponto de elas sentirem vontade de largar o emprego, bem como se tornam propícias a sofrer problemas psicológicos e até físicos. O Quadro 2 mostra como as manifestações de assédio afetam a saúde de homens e mulheres:

SINTOMAS	MULHERES	HOMENS
Crises de choro	100%	-
Palpitações, tremores	80%	40%
Sentimento de inutilidade	72%	40%
Depressão	60%	70%
Diminuição da libido	60%	15%
Sede de vingança	50%	100%
Distúrbios digestivos	40%	15%
Ideia de suicídio	16,2%	100%
Passa a beber	5%	63%
Tentativa de suicídio	-	18,3%

Quadro 2 – As manifestações de assédio na saúde de homens e mulheres

Fonte: Barreto (2000).

Além de todos os males apresentados no quadro acima, a prática do assédio moral no trabalho causa absenteísmo, queda da produtividade, rotatividade de empregados, comprometendo a imagem e a atividade empresarial.

Diante do exposto, é possível afirmar que todo tipo de assédio afeta emocionalmente e fisicamente a pessoa afetada e dentro das organizações é função e responsabilidade do empregador garantir um ambiente de trabalho saudável.

1.3 Assédio Afetivo

Se no assédio moral o assediador lança mão do uso do poder e da autoridade criando um ambiente psicológico que afeta a dignidade do colaborador por meio de situações humilhantes, no assédio afetivo o assediador se apropria do respeito, amizade, confiança e muitas vezes gratidão que o colaborador sente para mantê-lo cativo e desempenhando tarefas que por vezes não deseja mais.

Em direito, na área de criminologia, o termo assedio afetivo foi abordado por Silva (2005) como sendo uma forma genérica de violência psicológica e que pode se manifestar em sete modalidades, dentre elas fragilidade, chantagem, utopia e confusão afetiva, além de ameaças de abandono, levando a vítima a estados de depressão, pânico e ansiedade generalizada. Para o autor o assédio afetivo vem carregado por uma proposta positiva de afeto que com o tempo gera um processo de sofrimento, desespero e agonia para a vítima.

Ante tal cenário é possível afirmar que toda abordagem que lance mão da chantagem emocional e do afeto como forma de manipulação a fim de se conseguir o objetivo desejado pode ser classificada como assédio afetivo. No âmbito empresarial, é comum tal prática e por exemplo, pode ocorrer no momento em que líderes ao exercerem sua liderança para o atingimento de metas ou obtenção de um resultado, muitas vezes inatingível, acabam forçando a situação. Porém, de acordo com Bernardo e Marini (2020) é possível observar que a questão organizacional não se configura como ponto de partida para a existência desse tipo de assédio, mas sim como conduta de personalidade que se manifesta nos vários ambientes sociais em que o assediador convive como a família, grupo social e trabalho. E complementam observando que pessoas com características particulares e necessidade de segurança e reconhecimento, tendem a se aproximar e cooperar entre si a fim de obterem ganhos pessoais e emocionais (BERNARDO, MARINI, 2020).

Uma vez que se trata de uma abordagem ainda incipiente nos estudos organizacionais no contexto da gestão empresarial, o presente artigo passa a ser oportuno e de grande relevância e busca conscientizar e diferenciar o assédio afetivo dos demais tipos de assédio, elucidando como relações aparentemente ditas como cordiais e afetivas podem encobrir condutas de violência psicológica com evidente potencial destrutivo. Importante ressaltar que não se trata da dinâmica de cooperação e atração equilibrada e positiva no relacionamento interpessoal, mas de um processo perverso que gera sofrimento, desespero e agonia para a vítima, onde, com o passar do tempo e com o aumento da confiança já estabelecida, o assediador se utiliza para manipular e controlar o assediado.

METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto neste estudo, optou-se pela pesquisa exploratória que tem o propósito de familiarizar-se com o fenômeno ou problema, buscando torná-lo explícito e possibilitar uma nova percepção a respeito, bem como construir hipóteses e descobrir novas ideias (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007; GIL, 2002).

A estratégia de abordagem escolhida foi a qualitativa, pois quanto mais o pesquisador conhece os detalhes do seu objetivo de estudo, melhor se torna a sua compreensão da história, das relações, das representações, das crenças, das percepções e das opiniões envolvidas, possibilitando conhecer como os humanos vivem, sentem e pensam (MINAYO, 2004).

O universo da pesquisa se constitui de 10 executivas de vendas de uma marca global de cosméticos que atuam na empresa a mais de dez anos e que atuam em diferentes níveis gerenciais, pois pode haver diferentes formas de enxergar e sentir as situações cotidianas necessários para atender as demandas organizacionais existentes. Tais executivas de vendas são autônomas e não possuem vínculo empregatício com a marca, entretanto, são subordinadas e lideradas pela gerente de vendas, funcionária contratada da empresa.

O instrumento utilizado para a coleta dos dados foi a realização de uma entrevista em profundidade pois essa possibilita ao entrevistado discorrer livremente sobre determinado assunto. Na visão de Gil (2002) este instrumento de coleta permite explorar a fundo alguma experiência vivida em condições precisas.

O roteiro da entrevista foi elaborado por questões envolvendo temas das áreas de direito, administração e psicologia com análise crítica e articulada entre os conceitos pertencimento, apego e sofrimento nas organizações que propiciam aproximações e reflexões sobre o assédio afetivo. As entrevistas foram presenciais e individuais, além de gravadas e, posteriormente, transcritas, passando por correções linguísticas, porém sem eliminar o caráter espontâneo das falas. Importante ressaltar que as participantes foram esclarecidas quanto ao objetivo da pesquisa e comunicadas sobre o sigilo das informações e o seu anonimato.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os pressupostos da Teoria da Identidade Social construído a partir dos componentes cognitivo, afetivo e valorativo (TAJFEL, 1978) serviram de base para a Teoria da Identidade Organizacional (ASHFORT; MAEL, 1989) onde, prevê que quanto maior for a identificação do funcionário com a identidade da empresa mais entrelaçado psicologicamente ele se torna e maior será o seu senso de pertencimento com a organização.

A pesquisa identificou o quanto essas líderes de vendas se sentem responsáveis afetivamente e buscam corresponder às expectativas da gerente, ou seja, como é formada projeção de identidade das executivas, pois durante as entrevistas foi possível identificar os componentes mencionados por Taijef (1978).

Em relação ao componente cognitivo, que trata do pertencimento ao grupo, a Entrevista 01 mencionou *“Temos muitas amizades, somos como irmãs. Eu não tenho família, a empresa é minha família”*, no mesmo sentido a Entrevistada 02 *“A empresa me ajudou a me descobrir como pessoa. Somos muito importantes. Tira a executiva, acabou a empresa”* e outra Entrevistada 03 *“Encontrei nela (gerente) uma pessoa que me dá atenção, me fortaleceu como pessoa. Eu me sentia como um peixe fora d’água”*. Em relação ao componente cognitivo, nota-se que as entrevistadas ao experimentarem o pertencimento por meio da identificação corporativa (TAJFEL, 1978, 1981; TAJFEL; TURNER, 1979, 1986) criam um vínculo emocional com o grupo e o sentimento de mais valia faz com que o apego à empresa, representada no papel da gerente aumente seu comprometimento, ainda que baseada em situações de sofrimento e dor.

Quanto ao componente afetivo que expressa o vínculo emocional que as representantes sentem em relação à empresa, o discurso das entrevistadas foi permeado com frases que expressavam sentimentos de felicidade e dor, conforme relatado pela entrevistada 06 *“muitas desistem porque o retorno é muito pouco, tem muita reclamação, você precisa ter um carinho muito grande para trabalhar lá, por que é da hora que acorda até a hora que vai dormir, mas quem fica ela (gerente) cuida”* Em contraposição, a entrevistada 06 complementou *“mas ela (gerente) é minha amiga. Fala dos problemas dela pra mim e eu falo dos meus pra ela”*. Ainda em relação ao componente afetivo e sua ambivalência de sentimentos a entrevistada 10 afirma, *“mas você tem que viver em função o tempo todo, 24 hs., como se não tivesse família. Mas é só o que sei fazer”*. E finaliza, *“mas a política de entrega deles sacrifica muito a gente (choro). Isso me dá muita tristeza. [...] perdemos venda, e isso faz a gente perder dinheiro. Não acho justo. Às vezes me sinto explorada..., mas amo o que faço”*.

No componente avaliativo, fica claro o valor que as executivas se percebem em relação à organização quando afirmam *“[...] muitas vezes faço por ela (gerente). Ela não conseguiria sozinha”* (executiva 01), *“Não posso sair de lá. Ela (gerente) depende de mim”* (executiva 5), *“Fico por que nas reuniões eu escuto “vocês são importantes para mim” ...e eu nunca fui importante, sabe”* (executiva 7).

Ao longo das entrevistas realizadas é possível verificar um misto de sofrimento físico e emocional devido ao apego que as revendedoras possuem pelo lugar (empresa de cosmético que representam) e pessoas (gerente) com sentimentos de gratidão, amor e sentimento de mais valia gerando um forte senso de pertencimento. Essa confusão emocional propicia um campo fértil para o aparecimento do assédio afetivo, caso a liderança opte por lançar mão da chantagem emocional para conseguir obter os resultados para sua empresa.

Apesar da narrativa de gratidão e amor pela empresa, o sentimento de frustração e opressão aparece em diversas falas. O vínculo afetivo que mantém com a gerente de vendas passa a ser o grande motivo para que permaneçam e se dediquem ao trabalho, mesmo imbuídas pelo sofrimento. Essa relação de comprometimento exige envolvimento emocional, inconsciente e subjetivo, gerando resultados positivos (maior desempenho) e negativos (aumento turnover) para a organização (PRATT, 1998).

Nesse sentido, foi possível verificar um misto de sofrimento físico e emocional devido ao apego que as revendedoras possuem pelo lugar (empresa) e pessoas (gerente) intercalado com sentimentos de gratidão e identificação com a imagem organizacional, fazendo gerar gerando um forte senso de pertencimento.

Portanto, o aprofundamento da investigação sobre assédio afetivo deve ser nas diversas áreas da administração com o intuito de preservar a qualidade de vida ao trabalhador.

CONCLUSÕES

O objetivo deste estudo foi discutir assédio encontrado no ambiente de trabalho sob a perspectiva do apego e da afetividade abordados como assédio afetivo.

A pesquisa realizada com dez executivas de vendas possibilitou identificar indícios de violência psicológica permeada por confusão emocional, cronofagia maligna, fragilidade e chantagem afetiva, modalidades características de assédio afetivo.

No entanto, apesar da ampliação de pesquisas sobre o assédio moral e sexual, é inegável a incipiente produção acadêmica sobre o tema assédio afetivo nas organizações fazendo-se necessário o aprofundamento de investigações nas diversas esferas da administração com o intuito de preservar a saúde física e psíquica do trabalhador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHFORTH, Blake E.; MAEL, Fred. Social Identity Theory and Organization. **The Academy of Management Review**. v.14, n. 1, p. 20-39, jan. 1989.

AVILA, Rosemari Pedrotti de. As consequências do assédio moral no ambiente de trabalho [dissertação de mestrado]. **Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul**, 2008.

BARRETO, Margarida M. S. **Uma jornada de humilhações**. Dissertação de mestrado apresentada à banca examinadora do Departamento de Psicologia Social de PUC. São Paulo: 2000.

BERNARDO, Maria Helena; MARINI, José Antonio. Assédio afetivo: uma nova abordagem da manipulação do poder nas organizações. **Caderno Técnico de Administração Contemporânea**, V.2, N.1, p. 43, 2020.

BOBROFF, Maria Cristina Cescatto; MARTINS, Júlia Trevisan. Assédio moral, ética e sofrimento no trabalho. **Revista Bioética**, Brasília, v. 21, n. 2, p. 251-258, may-ago. 2013.

BOWLBY, John. (1990). *Apego e perda* (Vol. 1: Apego) (A. Cabral, Trad.). São Paulo: Martins Fontes. (Original publicado em 1969)

CANIATO, Angela Maria Pires; LIMA, Eliane da Costa. Assédio moral nas organizações de trabalho: perversão e sofrimento. **Cad. Psicol. soc. trab.**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 177-192, dez. 2008.

CHANLAT, Jean-François et al. O indivíduo na organização: dimensões esquecidas. In: **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. 1996. p. 300-300.

CERVO, Amado Luiz.; BERVIAN, Pedro Alcino.; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CODO, W. et al. Indivíduo, trabalho e sofrimento: uma abordagem interdisciplinar. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993

CUNHA, João Tobias. **Assédio sexual no âmbito das relações laborais**. 2017. Mestre em Direito das Empresas – Escola de Ciências Sociais e Humanas, Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE), Lisboa, Portugal, p. 131, 2017.

DEJOURS, Christophe. **Uma nova visão do sofrimento humano nas organizações**. Tradução por Arakcy Martins Rodrigues. In: CHANLAT, J.-F. (coord.) O indivíduo na organização. São Paulo: Atlas, 1996.

FABENI, Lorena et al. O discurso do "amor" e da "dependência afetiva" no atendimento às mulheres em situação de violência. **Revista do NUFEN**, v. 7, n. 1, p. 32-47, 2015.

FREITAS, Maria Ester de. Assédio moral e assédio sexual: faces do poder perverso nas organizações. RAE – **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 41, n. 2, p. 8-19, Abr./Jun. 2001.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GUI, Roque Tadeu. Prazer e sofrimento no trabalho: representações sociais de profissionais de recursos humanos. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v. 22, n. 4, p. 86-93, Dez. 2002.

Guimarães, Flávia Arantes Lopes. Realização profissional, prazer e sofrimento no trabalho e valores: um estudo com profissionais de nível superior. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Uberlândia, MG, 2005

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. A violência contra a mulher. 2017. Disponível em: < https://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/190215_tema_d_a_violencia_contra_mulher.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2020.

MARTININGO FILHO, Antonio; SIQUEIRA, Marcus Vinicius Soares. Assédio moral e gestão de pessoas: uma análise do assédio moral nas organizações e o papel da área de gestão de pessoas. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 5, p. 11-34, 2008.

MASLOW, Abraham Harold. Uma teoria da motivação humana. **Revista Psicológica**, v. 50, n. 4, p. 370, 1943.

MENA, Fernanda; GRAGNANI, Juliana. Mulheres sofrem mais assédio no transporte público. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08 de nov. de 2015. Disponível em:<<https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/11/1703472-mulheres-sofrem-mais-assedio-no-transporte-publico-segundo-datafolha.shtml>>. Acesso em: 02 de out. de 2020.

MENDES, Ana Magnólia; TAMAYO, A. Valores e vivências de prazer-sofrimento no contexto organizacional. **Brasília: Universidade de Brasília**, 1999.

MINAYO, MC de S.; DE SOUZA, Cecília. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 8ª Edição. **São Paulo: Hucitec**, p. 201-219, 2004.

NAMIE, Gary. The challenge of workplace bullying. **Employment Relations Today**, v. 34, n. 2, p. 43-51, jul. 2007.

OLIVEIRA, Benedito Alves de; BATISTA, Luana Karoline da Silva; FERREIRA, Dayane Fernandes; BATISTA, Eraldo Carlos. Práticas de assédio moral no ambiente de trabalho e seu impacto afetivo. **Revista da FAE**, v. 20, n. 2, 2017.

PAMPLONA FILHO, Rodolfo Mário Veiga et al. **O assédio sexual na relação de emprego**. 2005.

PAULA, Ana Paula Paes de. Eros e narcisismo nas organizações. **RAE-eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-12, jul-dez. 2003.

PINOTTI, Tayla. **Assédio: de quais formas ele acontece?** Disponível em:<<https://www.msn.com/pt-br/estilo-de-vida/other/ass%C3%A9dio-de-quais-formas-ele-acontece/ar-AAuyjmP>>. Acesso em: 02 de out. de 2020.

PRATT, M. G. To Be or not to Be? Central Questions in Organizational Identification. Teoksessa Whetten & Godfrey (Eds.), Identity in Organizations: Building Theory Through Conversations: 171-207. 1998.

SANTOS, Nathan. Cruel, assédio moral traumatiza ambiente de trabalho. **Leia Já Nacional**, São Paulo, 16 de jun. de 2019. Disponível em:<<https://www.leiaja.com/carreiras/2019/06/16/cruel-assedio-moral-traumatiza-ambiente-de-trabalho/>>. Acesso em: 13 de out. de 2020.

SILVA, J.L.O, **Estudos criminológicos sobre a violência psicológica**. Ed. Jurídica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

SOARES, Angelo; OLIVEIRA, Juliana Andrade. Assédio moral no trabalho. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, São Paulo, v. 37, n. 126, p. 195-202, Jul-Dez. 2012.

TAJFEL, Henri Ed. **Differentiation between social groups**: Studies in the social psychology of intergroup relations. Academic Press, 1978.

_____. **Human groups and social categories:** Studies in social psychology. Cup Archive, 1981.

_____; et al. An integrative theory of intergroup conflict. **Organizational identity:** A reader, v. 56, p. 65, 1979.

TURNER, John C.; TAJFEL, Henri. The social identity theory of intergroup behavior. **Psychology of intergroup relations**, v. 5, p. 7-24, 1986.

ZIMERMAN, David E. **Etimologia de termos psicanalíticos**. Artmed Editora, 2012

ZOLET, S. (2000). Autonomia Afetiva: Maturidade nas Interrelações. In: Anais do I Simpósio de Autoconsciencioterapia. p. 85-98.