

1

IDENTIDAD COLECTIVA: UN CONCEPTO LÁBIL EN EL CONTEXTO DE LAS RELACIONES DE TRABAJO EN LA ACTUALIDAD

Juan Javier Vesga Rodríguez*

El *humán*, término usado por Mosterín (2013) para referirse al ser humano (hombre y mujer), es una bioespecie; como tal se da por sentado que este tiene “una naturaleza plasmada en su genoma. [...] El genoma humano no describe los detalles cambiantes de nuestra biografía personal, sino los rasgos permanentes compartidos que constituyen nuestra naturaleza” (pp. 45-46). En otras palabras, cada individuo, como *humán*, pertenece a una especie que comparte por naturaleza rasgos característicos, los cuales lo constituyen como un elemento parte de una colectividad.

Esta característica del *humán* como individuo perteneciente a una especie que comparte rasgos comunes, junto con el lenguaje —que es “la más notable diferencia entre los humanos y el resto de los homínidos” (Mosterín, 2013, p. 52)—, constituyen los fundamentos para hacerlo un ser social por naturaleza, lo que lo lleva a desarrollar no solo un conocimiento de sí mismo como individuo, sino una conciencia colectiva que trasciende a este y lo instituye como miembro de una sociedad, estableciendo conexiones y diferencias entre el sí mismo y la colectividad de la cual forma parte.

En el trasfondo de las discusiones filosóficas, psicológicas o sociológicas sobre el sí mismo y los demás se encuentra el concepto de *identidad*, que comprende diferentes acepciones dependiendo de la perspectiva desde la cual se aborde su significado y su definición. Este término puede entenderse, desde la filosofía, como igualdad ($A=A$) (Heidegger, 1990) o como característica de singularidad (Aristóteles, 2014); desde la psicología es una condición de idiosincrasia y particularidad de cada persona

* Doctor en Psicología de la Universidad del Valle; magíster en Psicología de esta misma institución; especialista en Talento Humano de la Universidad Libre; psicólogo de la Universidad Antonio Nariño; investigador en el campo de la psicología organizacional y del trabajo; miembro del grupo de investigación Europsis de la Facultad de Psicología, Universidad Católica de Colombia; actualmente es el director del Doctorado en Psicología de esta misma institución. Correo electrónico: jjvesga@ucatolica.edu.co

(Pujal, 2004); desde la sociología se piensa como un proceso de construcción de sentido en función de un atributo cultural al que se le da prioridad por encima del resto de fuentes de sentido (Castells, 2004).

Igualmente, la identidad puede concebirse a partir de una perspectiva personal o individual: es un sentimiento de unicidad, de idiosincrasia y de exclusividad; también una sensación de permanencia y continuidad a lo largo del tiempo y del espacio (Pujal, 2004). Por su parte, desde una perspectiva social, se define como “aquella *parte* del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia [cursivas en el original]” (Tajfel, 1984, p. 292).

Dado que el propósito principal del presente capítulo es llevar a cabo una reflexión sobre el concepto de identidad colectiva en el contexto de las relaciones de trabajo en la actualidad, se hace necesario adoptar una perspectiva que integre lo individual y lo colectivo, y por ello el concepto se abordará desde la psicología social. Esta disciplina resulta de la intersección entre la psicología y la sociología, lo que ha derivado en dos orientaciones principales: la *psicología social psicológica*, centrada en el individuo y en los determinantes individuales de las conductas sociales, y la *psicología social sociológica*, más interesada en las colectividades humanas y en los determinantes culturales de las conductas sociales. Sin embargo, predomina en la actualidad una tendencia hacia el equilibrio, puesto que la postura de la psicología social implica un rechazo a las miradas reduccionistas tanto de las nociones individualistas como de las puramente sociológicas; se presenta, de hecho, una perspectiva de carácter integrador entre las concepciones psicológicas y sociológicas del ser humano (Garrido y Álvaro, 2007; Tirado, 2013).

De esta manera, teniendo en cuenta que la psicología social actual asume las miradas psicológica y sociológica del ser humano como complementarias, la perspectiva en mención se constituye en un referente clave para entender la identidad colectiva en el marco de las relaciones de trabajo en la actualidad.

Identidad colectiva

El concepto de *identidad* se refiere fundamentalmente a la concepción de sí mismo en relación con el contexto, por lo que definir la propia identidad es responder a la pregunta *¿quién soy yo?* (Scheibe, 1995). Sin embargo, dada la naturaleza social del humano, existe también la posibilidad de estudiar las concepciones de sí mismo en relación con la pertenencia a un colectivo social (Tajfel, 1984). Desde este horizonte, la

definición de la propia identidad está determinada en función de su pertenencia a un determinado colectivo: se constituye así lo que se conoce como *identidad colectiva*.

Brubaker y Cooper (2000) sostienen que, “entendida como fenómeno específicamente *colectivo*, la identidad denota una fundamental y consecuente *mismidad* entre los miembros de un grupo o categoría [cursivas en el original]” (p. 7). La identidad colectiva suele implicar el paso de la concepción de un *yo* (identidad personal) a un *nosotros* (identidad colectiva), por lo que desde esta óptica el individuo se define a sí mismo en función de su membresía a un determinado colectivo social, y las expresiones para referirse a sí mismo están impregnadas generalmente del pronombre personal *nosotros*, como categoría que define al colectivo con el cual se identifica. Polletta y Jasper (2001) definen de este modo a la identidad colectiva:

La conexión cognitiva, moral y emocional de un individuo con una comunidad más amplia, categoría, práctica o institución. Es una percepción de un estatus o relación compartida, que puede ser imaginado más que experimentado directamente, y es distinto de las identidades personales, aunque puede formar parte de una identidad personal. (p. 285)

Para estos autores, la característica fundamental que define la identidad colectiva es la conexión o el vínculo que llega a tener un individuo, en diferentes niveles, con un grupo social más amplio. Este último puede referirse tanto a un colectivo de humanos como a una categoría o práctica social, o incluso a una institución u organización. Respecto de las categorías sociales, este discurso se origina en los trabajos de Tajfel (1984), para quien las diferencias de poder, jerarquía, prestigio u otras divisiones en función de grupos que comparten características comunes “nos sitúa a cada uno de nosotros en una serie de categorías *sociales* que llegan a ser parte importante de nuestra *autodefinición* [cursivas en el original]” (p. 33).

Las categorías sociales son procesos de clasificación de los colectivos amplios en grupos más reducidos, como estrategia de simplificación cognitiva que da origen a la definición o autodefinición de un individuo en virtud de la categoría a la cual se le asigna su pertenencia, resultado de los atributos que comparte con el grupo de referencia. Los procesos de categorización dan origen a los estereotipos, los cuales frecuentemente (aunque no necesariamente) van acompañados de prejuicios que implican predisposiciones favorables o no hacia un miembro de una determinada categoría. Un estereotipo es una imagen mental simplificada de algún grupo, colectivo o categoría de personas, la cual suele ser compartida por muchos individuos en sus características fundamentales. Tajfel (1984) expresa en este sentido:

Los estereotipos son ciertas generalizaciones a las que llegan los individuos. En gran medida tienen origen en, o son un ejemplo del, proceso cognoscitivo general de la categorización. La función principal de este proceso es la de simplificar o sistematizar, para lograr la adaptación cognitiva o de la conducta, la abundancia y la complejidad de la información recibida del medio por parte del organismo humano. (p. 173)

Las categorías sociales y los estereotipos desempeñan un papel central en la construcción de la identidad colectiva, ya que la autodefinición de sí mismo en el sentido de quién soy yo se da en una estrecha relación con las características (estereotipos) definitorias de la categoría social a la que se pertenece o en la que el individuo se sitúa y con la cual se identifica. La identidad colectiva pasa entonces por el proceso de categorización que define la pertenencia a un grupo, lo cual implica conocer, compartir y asumir como propias las características definitorias del colectivo.

De esta manera, pertenecer a un colectivo trasciende la individualidad, porque, más que definirse como un individuo, él lo hace como miembro de una colectividad. Así, la construcción de la identidad en su sentido colectivo implica la asignación personal de características que tipifican el colectivo al que se pertenece, lo cual lleva a la inclusión de sí mismo en una categoría o clasificación social que actúa como lente a través del cual se define la propia identidad.

Relaciones de trabajo en la actualidad

Las relaciones de trabajo comprenden procesos mediante los cuales los individuos se relacionan con su trabajo y con las organizaciones con las que laboran, en términos de contratos e intercambios sociales y económicos matizados por acuerdos y conflictos; sin embargo, “las transformaciones ocurridas en las últimas cuatro décadas en diversos ámbitos han configurado un nuevo escenario mundial para la gestión empresarial” (Vesga, 2017a, p. 13); allí las dinámicas laborales se caracterizan por procesos de flexibilización en las formas de contratación e individualización en las relaciones de trabajo (Vesga, 2017c).

Respecto a las fuertes tendencias hacia la individualización en las relaciones de trabajo, es necesario partir de la mirada que hace Beck (1998) a este proceso en las sociedades actuales. Para él, la individualización es una categoría sociohistórica e histórico-sociológica referida a transformaciones sociales en las que el foco de atención e incidencia no son lo colectivo sino lo individual. “*El propio individuo se convierte en la unidad de reproducción vital de lo social, [...] de modo que los individuos [...] se convierten en los sujetos de su subsistencia, mediada por el mercado, y de su organización y planificación biográficas [cursivas en el original]*” (p. 166). Y continúa señalando este autor:

“Individualización” significa, en primer lugar, el proceso de desvinculación [*disembedding*] y, en segundo lugar, el proceso de revinculación a nuevas formas de vida de la sociedad industrial en sustitución de las antiguas, en las que los individuos deben producir, representar y combinar por sí mismos sus propias biografías. De ahí el nombre “individualización”. La desvinculación y revinculación (por utilizar los términos de Giddens) no ocurren por casualidad, ni voluntariamente, ni a través de diversos tipos de condiciones históricas, sino de una vez y en las condiciones generales del estado de bienestar en la sociedad industrial avanzada, tal como ha evolucionado a partir de los años sesenta en numerosos países occidentales. (Beck, 1997, p. 28)

En este sentido, las transformaciones sociales, políticas y económicas ocurridas en las últimas décadas han originado condiciones de desvinculación de los individuos en diferentes colectividades, para llevarlos a una responsabilización particular en relación con la satisfacción de sus propias necesidades, que antes estaban bajo el encargo de las organizaciones y el Estado. El actual estado de bienestar, como lo afirma Beck (1997), “presupone al individuo como actor, diseñador, malabarista y director de escena de su propia biografía, identidad, redes sociales, compromisos y convicciones” (p. 29).

Beck y Beck-Gernsheim (2003) sostienen que la individualización lleva impresa la filosofía del “hágalo usted mismo”, una necesidad compulsiva de vivir la propia vida, tener el dinero y el espacio propios. En consecuencia, el éxito o el fracaso son un resultado completamente individual; por ello, “los problemas sociales pueden convertirse directamente en estados anímicos: en sentimientos de culpabilidad, ansiedades, conflictos y neurosis. [...] Las crisis sociales aparecen como algo individual y ya no son percibidas —o solo de manera indirecta— en su dimensión social” (p. 73).

Una de las características de los procesos de individualización en las relaciones de trabajo actuales es el surgimiento del concepto de *empleabilidad*, “una categoría de práctica para dar cuenta de la dinámica de inclusión-exclusión de los individuos en los mercados de trabajo [cursivas en el original]” (Rentería, 2008, p. 320). Este concepto centra en el individuo el foco de análisis en lo relativo a la responsabilidad de estar ocupado o cesante en el mercado laboral, “lo cual significa que mantenerse vigente e inserto en el mercado laboral dependerá fundamentalmente de las competencias y actualizaciones permanentes del propio individuo en correspondencia con las exigencias y transformaciones de las organizaciones en el mundo del trabajo” (Vesga, 2016, pp. 242-243), más que de las oportunidades y condiciones de la oferta laboral de los mercados de trabajo.

La individualización en las relaciones de trabajo se observa también en la manera como se gestiona el talento humano frente a las diferencias entre las políticas de

gestión humana que son generales y los acuerdos individuales que se llevan a cabo con ciertos individuos, lo que ha sido denominado como *acuerdos idiosincrásicos*. En el contexto de las relaciones de trabajo, esta alternativa para entender formas de pactos particulares realizados entre las organizaciones o sus jefes y algunos de sus trabajadores fue presentada inicialmente por Rousseau (2001).

Los acuerdos idiosincrásicos “se refieren a los acuerdos voluntarios personalizados de negociaciones de naturaleza no estándar entre los empleados y sus empleadores respecto de los términos que benefician a cada parte” (Rousseau, Ho y Greenberg, 2006, p. 978). Los autores proponen cuatro características clave que definen este tipo de acuerdos:

- a) Son negociados individualmente, es decir, no son acuerdos generalizados con todos los trabajadores de una organización, como sería el caso del pacto colectivo, sino que resultan de negociaciones individuales del empleador con algún o algunos trabajadores.
- b) Son heterogéneos, lo que significa que cada acuerdo es único y tendrá por lo menos alguna diferencia fundamental con acuerdos de este tipo realizados con otros trabajadores de la organización.
- c) Benefician tanto al trabajador como al empleador, por lo que este tipo de acuerdos sirven a los intereses de ambas partes.
- d) Son variados en su alcance, por lo que pueden ir desde un solo elemento idiosincrásico en un contrato estándar hasta un contrato completamente idiosincrásico con una variedad de acuerdos especiales.

Los acuerdos idiosincrásicos son una visión individualizadora del aspecto contractual de las relaciones de trabajo y se constituyen en una forma individualizada de gestionar la relación de trabajo, hecho que constituye una característica de la gestión de recursos humanos en la actualidad. Dabos y Rivero (2012) hablan de “la presencia de términos idiosincrásicos en los contratos de trabajo” (p. 3), lo cual sugiere que este tipo de acuerdos son formas particularizadas de administrar los contratos jurídicos laborales firmados entre los trabajadores y las organizaciones. Estos además representan la estructuración de acuerdos individuales y personalizados que definen beneficios particulares entre trabajadores y las organizaciones con las que trabajan. Es evidente, en consecuencia, que este tipo de acuerdos son una manifestación concreta de las fuertes tendencias de individualización en las relaciones de trabajo, pero también un reconocimiento y valoración de las características personales e idiosincráticas de los trabajadores.

La identidad colectiva en el contexto de las relaciones de trabajo

En la actualidad, la identidad colectiva se constituye en un recurso teórico clave para comprender dinámicas sociales, particularmente aquellas referidas a los movimientos sociales y el fundamentalismo religioso. En cuanto a los primeros, la identidad colectiva permite explicar cómo estos movimientos crean y mantienen el compromiso y la cohesión entre sus miembros (Flesher, 2010), y por qué los miembros de un movimiento participan de sus actividades (Polletta y Jasper, 2001). En relación con el fundamentalismo religioso, Castells (2004) sostiene que este aspecto es una fuente muy importante de construcción de la identidad en la sociedad; aunque ha existido siempre, sorprendentemente parece ser una influyente fuente de identidad en las sociedades actuales. Este autor define el fundamentalismo así:

La construcción de la identidad colectiva a partir de la identificación de la conducta individual y las instituciones de la sociedad con las normas derivadas de la ley de Dios interpretada por una autoridad definida que hace de intermediario entre Dios y la humanidad. (p. 35)

Sin embargo, en lo que respecta a la identidad colectiva en contextos de trabajo, el asunto parece comportarse de manera bien diferente. Puesto que la identidad colectiva se construye como resultado de un fuerte vínculo entre el individuo y el colectivo al que pertenece, y dadas las tendencias a la individualización en las relaciones de trabajo —lo cual produce una fragilización de los vínculos de trabajo (Malvezzi, 2011)—, las condiciones para la configuración de identidades colectivas en contextos laborales se dan solo de manera tenue.

El contexto actual de las relaciones de trabajo se representa también con la metáfora de la “sociedad red”, cuya configuración implica una interdependencia a escala global, estableciendo complejos conjuntos de interconexiones entre economías, sociedades y Estados, y creando sistemas de geometrías variables. Castells (1999) señala a este respecto:

[Una red] es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto en el que una curva se intersecta a sí misma. [...] Las redes son estructuras abiertas, capaces de expandirse sin límites, integrando nuevos nodos mientras puedan comunicarse entre sí, es decir, siempre que compartan los mismos códigos de comunicación (por ejemplo, valores o metas de actuación). Una estructura social que se base en las redes es un sistema muy dinámico y abierto, susceptible de innovarse sin amenazar su equilibrio. (pp. 506-507)

Esta imagen que describe Castells (2004) sobre lo que es una red tipifica el funcionamiento del mundo del trabajo en la actualidad, que implica una “nueva forma de organización social” (p. 23) caracterizada por la globalización de las actividades, la flexibilidad, la inestabilidad e individualización del trabajo y una cultura de la virtualidad. Estos aspectos indudablemente tienen su consecuente efecto en las relaciones de trabajo y en la construcción de identidades colectivas, puesto que las dinámicas de redes en la gestión de las organizaciones coligen un conjunto de interconexiones con otras organizaciones a través de mecanismos de gestión como el *outsourcing* o las alianzas estratégicas de diverso tipo.

El fenómeno del *outsourcing* se define como “la acción de recurrir a una agencia exterior para operar una función que anteriormente se realizaba dentro de una compañía” (Rothery y Robertson, 1996, p. 4), lo que involucra a agentes externos a la organización para “hacerse cargo de ‘parte del negocio’ o de un servicio específico dentro de ella” (Rentería, 2001, p. 53). Por su parte, las alianzas estratégicas son “un acuerdo formal entre dos o más empresas en el que se da una colaboración estratégicamente pertinente de alguna clase, la contribución conjunta de recurso, riesgos y control compartidos, y dependencia mutua” (Thompson *et al.*, 2012, p. 187).

La conformación de redes constituye un espacio ampliado de relaciones donde los individuos crean y disponen de múltiples oportunidades de contacto, comunicación, interacción e intercambios. Además, están continuamente expuestos a una gran variedad de eventos presentes en su contexto laboral que afectan directa o indirectamente diversos aspectos en su desempeño laboral, como sus identidades, roles, tareas y expectativas. Malvezzi (2013) formula que en las redes “las personas están más sujetas a la influencia de agentes, incluso desconocidos, que pueden desestabilizar hasta los vínculos de cooperación mutua” (p. 10).

En una economía fundamentada en la red, el espectro de las interconexiones empresariales puede ampliarse de manera indefinida e impulsar el uso de estrategias colaborativas entre empresas, mediante fusiones, coaliciones y alianzas estratégicas de todo tipo (Vasconcellos y García, 2010). En este panorama, la empresa como unidad central de análisis comparte su protagonismo con una nueva unidad de gestión: *el proyecto*, que actúa como nodo de interconexión entre diversas unidades organizacionales en el mundo del trabajo. En palabras de Castells (1999):

La unidad operativa actual es el proyecto empresarial, representado por una red, y no las empresas concretas o grupos de empresas. Los proyectos empresariales se aplican a campos de actividad que pueden ser cadenas de productos, tareas de organización o ámbitos territoriales [cursivas en el original]. (pp. 193-194)

Por su parte, Boltanski y Chiapello (2002) indican: “El proyecto se ajusta a un mundo en red, precisamente porque es una forma transitoria: *la sucesión de proyectos, al multiplicar las conexiones y provocar su proliferación, tiene como efecto la extensión de las redes* [cursivas en el original]” (p. 166). Las organizaciones forman alianzas, muchas de ellas temporales, para configurar proyectos en torno a los cuales unen sus capacidades, recursos y competencias más relevantes, mediante mecanismos de cooperación interempresarial, y de esta manera actuar como una gran unidad productiva o comercial en función de los proyectos que las convocan; de este modo, llevan a cabo sus actividades a través de múltiples proyectos.

El desarrollo de las actividades laborales a través de proyectos o las vinculaciones laborales mediante contratos temporales o *outsourcing* configuran escenarios en los que la construcción de identidades colectivas de los trabajadores tiende a debilitarse. En otras palabras, al incrementarse la transitoriedad en la construcción de los vínculos con las organizaciones, o al ser estos configurados en una dinámica de red, pierde relevancia la identificación del trabajador con un determinado colectivo, en medio de la movilidad y paso del trabajador por diversos proyectos y organizaciones.

A modo de conclusión

En la actualidad, el mundo del trabajo tiene importantes implicaciones negativas para la perpetuación de los vínculos laborales de un individuo con una misma colectividad, ya que los contratos indefinidos han perdido su predominio; en su lugar, se han transformado en formas atípicas de trabajo, como los contratos a término fijo, el trabajo provisional o de tiempo parcial (Castel, 1997). Malvezzi (2004) sugiere al respecto:

La experiencia del trabajo se tornó más compleja porque deja de estar localizada en un espacio conocido y visible, de relativamente fácil control, para ser transferida hacia un mundo caracterizado por las propiedades del hipertexto, donde la ambigüedad e incerteza son exponentes. (p. 15)

En este orden de ideas, la configuración de la identidad en el marco de las condiciones laborales significa una experiencia principalmente individual y transitoria, lo que lleva a que se dé una permanente reactualización en función de las circunstancias en que se desarrollan las experiencias de trabajo. Como lo afirma Beck (1998), en la medida en que la progresiva individualización lleva a los individuos a estar cada vez más separados de los lazos sociales, se produce, por una parte, que las formas de percepción sean más privadas y ahistóricas, es decir, el horizonte temporal de la percepción de la vida se reduce cada vez más y todo gira en torno al propio yo; por otra parte,

aumentan las restricciones que obligan a configurar la propia vida precisamente en los aspectos en los que esta no es más que el producto de las circunstancias y de las condiciones que se viven a cada momento.

En tal sentido, la identidad colectiva como concepto definitorio en función de grupos o colectividades con los que un individuo se identifica por su pertenencia tiende a constituirse en una categoría central de la conceptualización de movimientos sociales o del fenómeno religioso, especialmente en la perspectiva del fundamentalismo. Sin embargo, en relación con los contextos laborales, la creciente individualización de las relaciones de trabajo y la fragilización de los vínculos de los trabajadores con las organizaciones produce a su vez un efecto de debilitamiento en la configuración de identidades colectivas laborales, ya que estas se basan en la fuerza de los vínculos de los individuos con las organizaciones a las que pertenecen, los cuales son cada vez más frágiles. Puede afirmarse, entonces, que la identidad colectiva se constituye actualmente en un concepto lábil en el marco de las relaciones de trabajo.

Ante estos hechos que caracterizan el mundo del trabajo en la actualidad, la gestión de personas en las organizaciones debe tomar más en cuenta las diferencias individuales en el desarrollo de políticas orientadas a la motivación y el involucramiento de los trabajadores con su trabajo y con la propia organización. Igualmente, en términos de investigación y producción de conocimiento científico en el ámbito de la psicología organizacional, se legitima lo singular como espacio de construcción de saberes disciplinares con base en la vivencia contextualizada y la importancia de los microlugares (González, 2007; Spink, 2008), lo que pone de relieve la utilización de diseños como los estudios de caso, que faciliten estudios para el conocimiento en contexto de las experiencias específicas de las personas en espacios de trabajo (Vesga, 2017b).

Referencias

- Aristóteles (2014). *Metafísica* (19.^a ed.). Ciudad de México: Porrúa.
- Beck, U. (1997). La reinención de la política: hacia una nueva teoría de la modernidad reflexiva. En U. Beck, A. Giddens y S. Lash (Eds.), *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno* (pp. 13-73). Madrid: Alianza.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2003). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.
- Boltanski, L. y Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Brubaker, R. y Cooper, F. (2000). Beyond "identity". *Theory and Society*, 29, 1-47.
- Castel, R. (1997). *Las metamorfosis de la cuestión social: una crónica del salariado*. Buenos Aires: Paidós.

- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (vol. 1). Ciudad de México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (vol. 2, 5.ª ed.). Ciudad de México: Siglo XXI.
- Dabos, G. E. y Rivero, G. A. (2012). Contratos idiosincrásicos en la atracción y retención del talento: tres estudios en organizaciones intensivas en conocimiento de la Argentina. *Estudios Gerenciales*, 28, 3-12.
- Flesher, C. (2010). Collective identity in social movements: Central concepts and debates. *Sociology Compass*, 4(6), 393-404.
- Garrido, A. y Álvaro, J. L. (2007). *Psicología social. Perspectivas psicológicas y sociológicas* (2.ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Heidegger, M. (1990). *Identidad y diferencia*. Barcelona: Anthropos.
- Malvezzi, S. (2004). Prefacio. En J. C. Zanelli, J. E. Borges-Andrade y A. V. Bittencourt (Eds.), *Psicologia, organizações e trabalho no Brasil* (pp. 13-17). Porto Alegre: Artmed.
- Malvezzi, S. (2011). A gestão dos contratos psicológicos. *Revista do Instituto de Marketing Industrial*, 53, 66-73.
- Malvezzi, S. (2013). A gestão de pessoas no contexto da estrutura de redes: desafios para a sociedade, empresas e indivíduos. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 3, 6-17.
- Mosterín, J. (2013). *Ciencia, filosofía y racionalidad*. Barcelona: Gedisa.
- Polletta, F. y Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual Review of Sociology*, 27, 283-305.
- Pujal, M. (2004). La identidad (el self). En T. Ibáñez *et al.*, *Introducción a la psicología social* (pp. 93-138). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Rentería, E. (2001). El modelo educativo tradicional y los perfiles de competencias según las modalidades y tendencias de trabajo actuales. En Asociación Iberoamericana de Postgrado, *Vinculación universidad-estado a través del postgrado: pautas y lineamientos* (pp. 51-61). Barcelona: Asociación Iberoamericana de Postgrado.
- Rentería, E. (2008). Nuevas realidades organizacionales y del mundo del trabajo: implicaciones para la construcción de la identidad o del sujeto. *Informes Psicológicos*, 10, 65-80.
- Rothery, B. y Robertson, I. (1996). *Outsourcing*. Ciudad de México: Limusa.
- Rousseau, D. (2001). The idiosyncratic deal: Flexibility versus fairness? *Organizational Dynamics*, 29(4), 260-273.
- Rousseau, D., Ho, V. y Greenberg, J. (2006). I-Deals: Idiosyncratic terms in employment relationships. *The Academy of Management Review*, 31(4), 977-993
- Scheibe, K. E. (1995). *Self studies. The psychology of self and identity*. Westport: Praeger.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J. y Strickland, J. A. (2012). *Administración estratégica: teoría y casos* (18.ª ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill.

- Tirado, F. J. (2013). Presentación. En T. Ibáñez *et al.*, *Introducción a la psicología social* (pp. 13-51). Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Vasconcellos, G. y García, H. (2010). Cooperação e alianças: perspectivas teóricas e suas articulações no contexto do pensamento estratégico. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(4), 722-737.
- Vesga, J. J. (2016). Retos para la POT derivados de las transformaciones en la institucionalización del trabajo. En J. Orejuela, V. Andrade y M. Villamizar (Eds.), *Psicología de las organizaciones y del trabajo. Apuestas de investigación II* (pp. 235-250). Cali: Bonaventuriana.
- Vesga, J. J. (2017a). Articulación de repertorios teóricos y transformaciones del trabajo. *Equidad & Desarrollo*, 29, 13-25.
- Vesga, J. J. (2017b). El contrato psicológico: un concepto multidimensional. En E. Rentería, *Entre lo disciplinar y lo profesional. Panorama y experiencias en psicología organizacional y del trabajo en iberoamérica* (pp. 297-311). Cali: Universidad del Valle.