



ARTIGOS

IDENTIDADE ORGANIZACIONAL: EM QUE MEDIDA A PRODUÇÃO ACADÊMICA NACIONAL IDENTIFICA-SE COM AS ASPIRAÇÕES DA ÁREA?

Rommel Gomes Resende¹, Gisela Demo¹, Thiago Gomes Nascimento²

1- Universidade de Brasília, Brasil

2- Instituto de Educação Superior de Brasília, Brasil

RESUMO

Ainda que relativamente novo no universo científico, o tema Identidade Organizacional (IO) tem despertado interesse de pesquisadores nos contextos internacional e nacional. A importância da IO é corroborada pelo reconhecimento do construto como fator-chave para compreensão de diversos aspectos relacionados à gestão das organizações (HE; BROWN, 2013). A presente pesquisa busca contribuir com o amadurecimento da construção teórica relativa à IO, por meio da revisão bibliométrica de artigos publicados no período de 2001 a 2017 em periódicos nacionais de administração e psicologia de primeira linha (Qualis≥B2). A bibliometria apontou a prevalência de estudos empíricos e qualitativos, focados no setor privado, tendo a entrevista como principal método de coleta de dados e a análise de conteúdo como técnica mais utilizada para a análise dos dados. Em linhas gerais, os resultados desvelaram os itinerários da produção acadêmica nacional, que sugere novos olhares e diferentes possibilidades de estudos acerca do tema.

Palavras Chave: Identidade Organizacional; Pesquisa Bibliométrica; Produção Acadêmica Brasileira.

ABSTRACT

Yet relatively new in the scientific universe, Organizational Identity (OI) has raised interest from researchers both in international and national contexts. The importance of OI is supported by the recognition of the construct as a key-factor to understand manifold aspects related to the management of organizations (HE; BROWN, 2013). The current research aims to contribute to the maturation of the theoretical construction related to OI through a bibliometric revision of articles published during the period from 2001 to 2017 in national first class journals of administration and psychology (Qualis≥B2). The bibliometrics showed the prevalence of qualitative and empirical studies, focused on the private sector, having the interview as the main method of data collection and the content analysis as the most used technique for the data analysis. The results showed the itineraries of the national academic production, which suggests new perspectives and different possibilities of studies about the issue.

Keywords: Organizational Identity; Bibliometrics; Brazilian Academic Production.

INTRODUÇÃO

Compreender o impacto da identidade no contexto organizacional, bem como da identificação indivíduo-organização é uma questão primordial para a pesquisa (HE; BROWN, 2013), tendo em vista que, no campo da gestão, o indivíduo exerce papel central no desempenho organizacional, pois as organizações dependem da perícia humana (SWANSON, 1996). Nesse sentido, a importância do indivíduo para a organização, que se manifesta na forma de identificação, é frequentemente assumida a afetar o desempenho (ASHFORTH; MAEL, 1989). Ao se observarem os resultados de algumas meta-análises, encontra-se uma relação positiva entre identidade e desempenho do indivíduo no trabalho (RIKETTA, 2005; VAN KNIPPENBERG; VAN SCHIE, 2000; HE; BROWN, 2013). Evidências consideráveis mostram relação positiva da identidade sobre o desempenho tanto nas tarefas quanto no trabalho (WALUMBWA; AVOLIO; ZHU, 2008; WEISEKE; AHEARNE; LAM; VON DICK, 2008). Fica evidente o papel central que a identidade, sobretudo no âmbito das organizações, representa para a constituição de práticas de gestão, centradas na relação indivíduo-organização, como forma de melhorar o desempenho (NASCIMENTO, 2014).

Importante consideração sobre os estudos de identidade é seu caráter que envolve múltiplos níveis de análise, conforme observa Machado (2003). Quando o olhar se destina ao nível geral, dois níveis são encontrados: o pessoal e o social (ANTAKI; WIDDICOMBE, 1998; BROWN; STARKEY, 2000; HOWARD, 2000; MACHADO, 2003). Quando a ênfase é direcionada aos estudos organizacionais, outras categorizações têm sido evidenciadas: a de identidade no contexto do trabalho (DUBAR, 2005; SAINSAULIEU, 1977) e a de identidade organizacional (ALBERT; ASHFORTH; DUTTON, 2000; BROWN; STARKEY, 2000; GIOIA; SCHULTZ; CORLEY, 2000; MACHADO, 2003; PRATT; FOREMAN, 2000; SCOTT; LANE, 2000; WHETTEN; GODFREY, 1998). Mesmo que essa divisão seja direcionada para fins de pesquisa, pesa o fato de haver uma ligação entre as diferentes formas constituídas da identidade, tendo em vista que todas estão alicerçadas no comportamento de indivíduos ou grupos (NASCIMENTO, 2014). Nesse contexto, a justificativa para a segmentação encontra-se nas análises, pois cada uma das classificações apresenta subsídios próprios, que melhor possibilitam a compreensão do construto (MACHADO, 2003).

Especificamente no que se refere ao contexto organizacional, coube a Albert e Whetten a propositura, em 1985, de um modelo teórico como fundamento para a compreensão a respeito da identidade no contexto das organizações (WHETTEN, 2006). Desde então, pesquisadores de diversas áreas relacionadas ao comportamento organizacional têm realizado estudos a respeito desse tema, sob diferentes perspectivas – filosóficas, epistemológicas e metodológicas – aprofundando, dessa forma, sua compreensão (BEYDA; MACEDO-SOARES, 2010). O objetivo dos autores, neste artigo, consiste em apresentar os principais caminhos trilhados na produção acadêmica brasileira sobre IO, por meio de análise bibliométrica, no período de 2001 a 2017. No início do artigo, apresentam-se definições de IO, por meio de uma síntese das propostas apresentadas pelos principais autores sobre o tema. Em seguida, são expostos os caminhos metodológicos adotados na pesquisa, bem como são discutidos os resultados alcançados. Por fim, são apresentadas as implicações do presente estudo para o aprimoramento do campo de conhecimento sobre IO.

Definindo Identidade Organizacional

O conceito de identidade é tão antigo quanto a lógica, a álgebra e a filosofia (CALDAS; WOOD JR., 1997). O termo “identidade” deriva dos vocábulos latinos *idem* e *identitas* (ambos significando “o mesmo”) e do vocábulo *entitas* (entidade), significando, portanto, “a mesma entidade”. Inicialmente, a ideia de identidade foi utilizada para a descrição do indivíduo, mas atualmente muitos campos do conhecimento têm aplicado o conceito a coletividades, como grupos sociais ou religiosos, nações, e à própria espécie humana, conforme ressaltam Caldas e Wood Jr. (1997).

Moingeon e Ramanantsoa (1997) destacam a utilização do conceito de identidade para diferenciar não somente pessoas, mas também organizações e grupos sociais. Ashforth, Harrisson e Corley (2008) definem identidade como a descrição autorreferenciada que provê respostas apropriadas para as questões “quem eu sou?” ou “quem nós somos?”, corroborando a concepção de que o conceito de identidade pode ser aplicado ao contexto organizacional. Os autores destacam a importância de se compreender esse conceito, porquanto a identidade consiste em um pressuposto fundamental para

explicar a forma como as pessoas enxergam seu ambiente, bem como a razão para as ações que realizam dentro das organizações das quais fazem parte.

Para Ashforth, Harrisson e Corley (2008), o conhecimento amplo sobre a IO ajuda a compreender melhor quem são os colaboradores de determinada organização e as razões que fundamentam suas ações. Considerando o aspecto organizacional, os autores afirmam que o construto é essencial para entender fatores que levam indivíduos a ingressar em uma organização, a sair voluntariamente, a realizar seu trabalho da forma como fazem, e a interagir de determinado modo no ambiente de trabalho. Esse conceito torna-se, portanto, essencial para compreender as dinâmicas internas das organizações e geri-las de maneira eficiente.

A conceituação de IO tem, entre os pressupostos que lhe dão embasamento, o fato de as organizações e seus grupos serem consideradas categorias sociais, o que faz a IO resultar do sentimento de pertencimento dos membros de determinada organização demonstrando, dessa forma, forte relação com o processo de identificação social (MACHADO, 2003). Para Scott e Lane (2000), a IO pode ser definida como o processo, a

atividade e o acontecimento pelo qual a organização se torna presente na mente de seus integrantes. Sendo assim, devido ao fato de as organizações estarem presentes no consciente e subconsciente de seus membros, a IO passa a compor a identidade pessoal de seus colaboradores (MACHADO, 2003). Oliveira (2008) acompanha esse raciocínio, ao relacionar o conceito de IO à maneira pela qual as crenças dos indivíduos passam a fazer parte de sua identidade pessoal.

Por seu turno, Nascimento, Torres e Adaid-Castro (2015) afirmam que a IO é um fenômeno que une o indivíduo à organização, podendo ser compreendida como a expressão das percepções dos indivíduos sobre o significado geral da organização. Para Machado (2003), não há identidade sem identificação, pois o sentimento de identificação do indivíduo com a organização estimula a construção da IO. A autora conceitua IO como a construção dinâmica que orienta a ação dos indivíduos de uma organização, por meio de interações sociais, identificações e afiliações.

A identificação dos membros com a organização contribui para fortalecer o vínculo entre o indivíduo e a organização. Segundo Fernandes e Zanelli (2006), a

perspectiva social da IO é baseada no fato de os indivíduos dividirem a eles próprios e aos outros em categorias sociais, criando os conceitos de ingroup (nós) e outgroup (eles). Hogg e Terry (2000) argumentam que essa distinção entre grupos ou organizações produz resultados como coesão, cooperação, altruísmo, comportamento coletivo e influência mútua. Similarmente, Dutton, Dukerich e Harquail (1994) mencionam que uma forte identificação com a organização aumenta a cooperação entre os membros e também a competição contra os não membros. Machado (2003) defende que a formação da IO ocorre de forma contínua, por meio das ações e interações dos membros da organização. Igualmente, Pratt e Foreman (2000) afirmam que dentro de um contexto organizacional, a ação e a interação são as responsáveis por moldar as identidades.

Beyda e Macedo-Soares (2010) destacaram, em sua revisão da literatura, que a maior parte da produção sobre IO é baseada no artigo Organizational Identity, de Albert e Whetten (1985). Os autores desse artigo defendem que a IO abrange três dimensões: (1) a dimensão central, definida pelos membros da organização; (2) a dimensão distintiva, que atua no sentido de distinguir a instituição das demais; e (3) a dimensão

duradoura, que é percebida como traço contínuo, ligando o passado ao presente (ALBERT; WHETTEN, 1985). De forma geral, os autores reconhecem que as organizações podem ser caracterizadas por múltiplas identidades, cujas reivindicações são frequentemente atos políticos de significação interna e podem ser ambíguas, complementares, não relacionadas e contraditórias (HE; BROWN, 2013).

O termo IO vem sendo empregado por diferentes correntes de estudiosos para se referir a construtos organizacionais de diferentes níveis de análise (WHETTEN, 2006). Assim, há autores que o estudam como sentimento de identificação compartilhado entre indivíduos pertencentes a determinada organização e autores que o entendem como uma identidade estabelecida pela própria cúpula da organização. No segundo caso, a empresa buscará transmitir para seus stakeholders e difundir internamente tal identificação. Para os fins desse estudo, será utilizada a primeira definição, que busca entender a IO como a expressão das percepções dos indivíduos sobre o significado da organização (NASCIMENTO, 2015; NASCIMENTO et al., 2015), por ter constituído a mais recente adaptação do

modelo teórico-empírico de Ashforth e Mael (1989) à realidade brasileira.

Adicionalmente, Moingeon e Ramanantsoa (1997) argumentam que, para se qualificar como um verdadeiro membro da organização, um novo membro deve passar por um processo de acumulação de ritos, mitos, tabus, incorporando hábitos comuns e compartilhando suas imagens internas, para se conectar à organização e desenvolver a própria IO. Nascimento, Torres e Adaid-Castro (2015) sintetizam esse processo, ao afirmar que a IO remete o indivíduo à subjetividade, orientando ações construídas pelas dinâmicas das interações sociais, pelo processo de identificação e por suas afiliações, o que demonstra que, no ambiente organizacional, a identidade é constituída pelo indivíduo, pelo grupo e pela própria organização.

Devido às divergências conceituais e sua relativa contemporaneidade, o construto IO ainda é tratado de maneira incipiente na literatura, motivo pelo qual Beyda e Macedo-Soares (2010) mencionam certo desconforto entre pesquisadores ao lidar com essa temática. Desde o trabalho de Albert e Whetten (1985), o conceito de IO vem ganhando crescente atenção e destaque no meio acadêmico (DUTTON; DUKERICH;

HARQUAIL, 1994; ALBERT; ASHFORTH; DUTTON, 2000; ALVESSON; WILLMOTT, 2002; CORLEY; GIOIA, 2004; BROWN; HUMPHREYS; GURNEY, 2005; CORNELISSEN; HASLAM; BALMER, 2007), de sorte que é crescente a publicação de estudos empíricos de antecedentes e consequentes da IO.

Ashforth e Mael (1989) argumentam que quando um colaborador se sente pertencente à organização, definindo-se como membro, surge uma identidade organizacional com potencial para gerar uma série de resultados positivos, como a baixa rotatividade, o aumento do comportamento de cidadania organizacional, da satisfação dos indivíduos e do bem-estar, trazendo impactos positivos sobre o desempenho dos funcionários (ASHFORTH; HARRISON; CORLEY, 2008; RIKETTA, 2005; HE; BROWN, 2013).

Considerando que toda instituição é composta por ritos, crenças, valores, rituais, rotinas, tabus e normas, Fernandes e Zanelli (2006) defendem que, ao apresentar tal composição a seus colaboradores, as empresas esperam que haja uma identificação e adequação dos indivíduos aos padrões da organização. Para os autores, essa logística seria capaz de garantir um senso de direção capaz de

orientar as ações dos colaboradores em seu cotidiano, levando, finalmente, à formação da identidade organizacional. Nesse contexto, Hatch e Schultz (1997) argumentam que a IO é o resultado do processo dinâmico da cultura organizacional. Seguindo o mesmo raciocínio, Prati, McMillan-Capehart e Karriker (2009), Chen (2011), Cheung, Wong e Wu (2011) e Bingöl, Şenerb e Çevik (2013) também verificaram a relação de predição entre cultura organizacional, por meio de políticas e práticas administrativas gerais, e IO. Similarmente, Hatch e Schultz (2002) argumentam que a IO se relaciona fortemente ao contexto simbólico interno da empresa, ou seja, à sua cultura. A construção das identidades no ambiente de trabalho, portanto, vincula-se tanto aos interesses pessoais quanto aos coletivos, que, por sua vez, estão sujeitos às constantes articulações dentro do ambiente organizacional (MACHADO, 2003). Moingeon e Ramanantsoa (1997) perceberam nessa relação a formação de um verdadeiro paradoxo, pois, ao mesmo tempo em que a organização tem diversos valores, crenças, princípios e convicções compartilhadas internamente, ela é palco de posições e relações conflitantes, como uma arena política.

Identidade organizacional: revisões de literatura

Mesmo sendo relativamente novo no universo científico, o tema tem despertado interesse de pesquisadores no contexto internacional e nacional, ao realizarem revisões da literatura relativas à IO. Ashforth, Harrison e Corley (2008) conduziram a primeira revisão de literatura sobre esse tema, a qual se baseou em quatro perguntas centrais: “O que é identificação?”, “Porque a identificação importa?”, “Como a identificação acontece?” e “Um tipo de identificação ou muitos?”. A primeira pergunta aborda a conceituação de identidade e as diferenças entre IO e comprometimento organizacional. No segundo questionamento, os autores enumeram possíveis benefícios advindos da IO que já foram confirmados por pesquisas científicas. No terceiro tópico, descrevem os processos de formação da identificação, abordando temas como a relação entre identidade e sensemaking (percepção de que as ações fazem diferença). A última pergunta levanta discussões a respeito do trabalho em equipe e sobre como múltiplas identidades podem entrar em conflito, convergir, combinar-se, etc.

He e Brown (2013), em sua revisão da literatura, inferiram que a importância da IO

é corroborada pelo reconhecimento do construto como fator chave para compreensão de diversos aspectos relacionados à estrutura e gestão das organizações, quais sejam: mudanças estratégicas, processo decisório, conflitos internos, interpretação e resposta a problemas e teorização de questões sobre legitimidade.

Gonzalez-Miranda, Gentilin e Ocampo-Salazar (2014), por seu turno, realizaram uma revisão de literatura com o objetivo de encontrar paradigmas, perspectivas e discussões referentes à IO. Foram pesquisados os dez maiores periódicos internacionais que publicam pesquisas do campo organizacional, no período de 2000 a 2011, sendo selecionados, inicialmente, 125 artigos e, após uma segunda revisão, 92 artigos. Os resultados encontrados demonstraram a existência de três paradigmas nos estudos sobre IO: o paradigma essencialista dos atores sociais, o paradigma da construção social e o paradigma linguístico-discursivo.

No contexto nacional, Beyda e Macedo-Soares (2010) realizaram a primeira revisão de literatura em IO, tendo como escopo principal a análise crítica sobre a produção acadêmica brasileira desenvolvida no

período compreendido entre 2004 e 2009. As autoras selecionaram periódicos com classificação Qualis maior ou igual a B2 e artigos publicados em anais de eventos do EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração), EnGPR (Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho) e EnEO (Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD). Os resultados apontaram similaridade nas críticas sobre a produção acadêmica brasileira e a internacional, destacando a existência simultânea de concepções distintas sobre IO, provenientes de diferentes perspectivas filosóficas, epistemológicas e metodológicas, resultando em ausência de clareza conceitual e incertezas empíricas a respeito do construto. Dessa forma, foi sugerida a realização de novos estudos que busquem avançar o conhecimento e a construção da teoria sobre IO (BEYDA; MACEDO-SOARES, 2010).

A segunda revisão nacional encontrada é de autoria de Freire e Muritiba (2013) que, de forma similar à primeira, buscou apresentar, por meio de revisão bibliométrica, o cenário da produção acadêmica nacional sobre IO, abrangendo os principais periódicos de administração no Brasil, os eventos promovidos pela ANPAD (Associação

Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração) e SEMEAD (Seminários de Administração da FEA/USP), bem como pesquisando o termo “identidade organizacional” no Google Acadêmico. O período escolhido foi de 2000 a 2011, e os resultados demonstraram a necessidade de mais pesquisas quantitativas sobre o assunto, pois a maioria encontrada foi de estudos qualitativos (FREIRE; MURITIBA, 2013).

A terceira revisão nacional foi preparada por Lourenço, Vogt e Correa (2014), abrangendo o período compreendido entre 2004 e 2013. Os autores selecionaram os periódicos com classificação Qualis CAPES superior a B2, bem como os eventos promovidos pela ANPAD. Os periódicos que publicaram em “identidade nas organizações” no período pesquisado foram: Organizações e Sociedade, Revista de Administração de Empresas, Revista de Administração Contemporânea, Revista de Administração Pública, Revista de Administração da USP e Revista de Administração Mackenzie. Os eventos que publicaram sobre o tema foram: Encontro da ANPAD (EnANPAD), Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD (ENEO), Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR), Encontro de Ensino e

Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ) e Encontro de Estudos em Estratégia (3Es). Os resultados demonstraram a prevalência de estudos qualitativos, com utilização de estudos de caso e coleta de dados por meio de entrevistas. Os autores sugeriram a realização de estudos multimétodo que estabeleçam novas relações entre diferentes categorias de análise (LOURENÇO; VOGT; CORREA, 2014).

Caminhos metodológicos

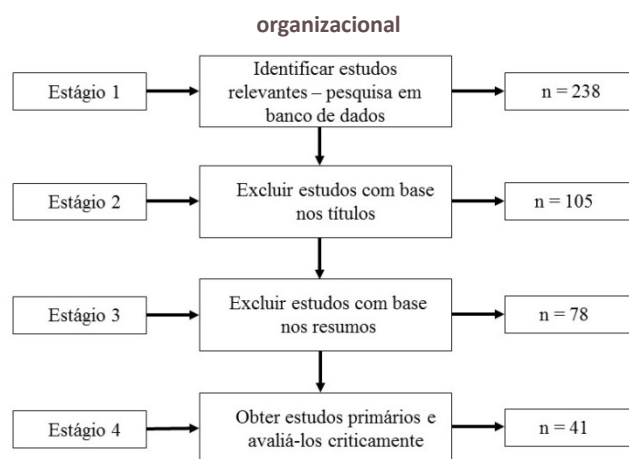
A bibliometria, como área de estudo da Ciência da Informação, tem um papel relevante na análise da produção científica de um país, uma vez que retrata o comportamento e desenvolvimento de uma área do conhecimento, ao apontar lacunas teóricas e empíricas (ARAÚJO; ALVARENGA, 2011), quantificando as características existentes nos estudos (TAGUE-SUTCLIFFE, 1992).

O universo estudado na presente revisão bibliométrica constituiu-se de artigos publicados no período de 2001 a 2017 sobre o tema Identidade Organizacional (IO), em periódicos nacionais de administração e psicologia de primeira linha, no afã de retratar a produção no novo milênio. Neste estudo, os periódicos considerados de

primeira linha foram aqueles com menção igual ou superior a B2, segundo a classificação mais recente Qualis 2013-2016 da CAPES. Esta revisão, ao contrário das demais apresentadas, avança ao cobrir um período de 17 anos, com foco apenas nos periódicos de primeira linha não só da área de administração, mas também de psicologia, área que tradicionalmente estuda o construto. Anais de eventos não foram considerados porque os trabalhos neles publicados são considerados como “em construção”, sendo os periódicos seu destino final.

Para a seleção dos estudos, foram utilizados como recursos de busca os termos “Identidade Organizacional” e “Identidade nas Organizações” nos títulos, resumos e palavras-chave de trabalhos. O processo de filtragem de informações utilizado foi o de Dybå e Dingsøyr (2008), conforme demonstrado na Figura 1.

Figura 1 – Protocolo da seleção de estudos sobre identidade



Fonte: adaptado de Dybå e Dingsøyr (2008).

Dessa forma, foram encontrados 238 artigos no primeiro estágio, tendo como parâmetro de busca as palavras-chave mencionadas, constituindo a base inicial para o processo de seleção dos estudos. Em seguida, foram excluídos os artigos duplicados, acessados por mais de uma base de dados, ou que não se relacionavam à temática da pesquisa. Nesse estágio, cujo critério de seleção se baseou no título, restaram 105 trabalhos. Passou-se à leitura dos resumos, no terceiro estágio da seleção, no qual restaram 78 artigos. Na última etapa da seleção, os trabalhos foram selecionados a partir da leitura crítica do seu inteiro teor, selecionando-se aqueles que tratassem mais diretamente do tema da pesquisa, restando 41 trabalhos ao final.

As categorias extraídas dos artigos selecionados para comporem a análise bibliométrica foram as seguintes: 1. Nome do periódico, 2. Ano de publicação, 3. Instituições de origem dos autores dos estudos, 4. Autores que mais publicaram no período, e 5. Enquadramento do estudo (estudos teórico-empíricos ou ensaios teóricos). Para os artigos classificados como teórico-empíricos, foram utilizadas as seguintes categorias de análise: 6. Natureza da pesquisa, 7. Setor da economia, 8. Ramo de atuação das empresas pesquisadas, 9. Instrumentos utilizados para coleta de dados, e 10. Técnicas de análise de dados. Ademais, elaborou-se um sociograma para evidenciar as relações institucionais de pesquisas sobre IO no Brasil.

Resultados e Discussão

A análise dos 41 artigos possibilitou o desenho do panorama descrito a seguir. Considerando os periódicos, a Organizações & Sociedade lidera o número de publicações sobre IO, com sete artigos publicados. A Revista de Administração de Empresas e a Cadernos EBAPE.BR ficaram em segundo lugar, com cinco artigos cada, ao passo que a Revista de Administração Contemporânea ficou em terceiro, com quatro artigos. Na sequência, vieram a Revista de Administração Mackenzie, com três artigos publicados, a Revista de Administração da USP e a Revista Brasileira de Gestão de Negócios, com dois artigos cada. As demais treze revistas publicaram um artigo cada, totalizando vinte publicações pesquisadas. A Tabela 1 ilustra os resultados encontrados.

Tabela 1 – Origem dos artigos publicados sobre identidade organizacional

	Periódico	Instituição	Qualis CAPES 2013-2016	Artigos
1	Organizações & Sociedade	Universidade Federal da Bahia – UFBA	A2	7
2	Revista de Administração de Empresas – RAE	Fundação Getúlio Vargas – FGV/SP	A2	5
3	Cadernos EBAPE.BR	Fundação Getúlio Vargas – FGV/RJ	A2	5
4	Revista de Administração Contemporânea – RAC	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD	A2	4
5	Revista de Administração Mackenzie – RAM	Universidade Presbiteriana Mackenzie	B1	3
6	Revista de Administração da USP – RAUSP	Universidade de São Paulo – USP	A2	2
7	Revista Brasileira de Gestão de Negócios – RBGN	Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP	A2	2
8	Brazilian Administration Review – BAR	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – ANPAD	A2	1
9	Brazilian Business Review – BBR	Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças –	A2	1



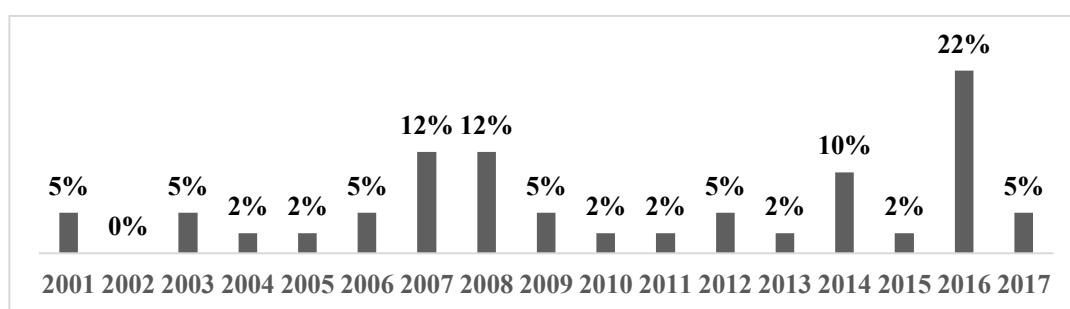
FUCAPE				
10	Administração Pública e Gestão Social – APGS	Universidade Federal de Viçosa – UFV	B1	1
11	Estudos de Psicologia	Pontifícia Universidade Católica de Campinas/SP – PUCCAMP	B1	1
12	Revista de Ciências da Administração – RCA	Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC	B1	1
13	Revista de Gestão – REGE	Universidade de São Paulo – USP	B1	1
14	Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão	Instituto Universitário de Lisboa e Fundação Getúlio Vargas – FGV/RJ	B1	1
15	Gestão e Regionalidade	Universidade Municipal de São Caetano do Sul-SP	B2	1
16	Revista Alcance	Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI	B2	1
17	Revista Ciências Administrativas	Universidade de Fortaleza – UNIFOR	B2	1
18	Revista de Administração UNIMEP – RAU	Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP	B2	1
19	Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL	Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC	B2	1
20	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	Universidade Federal Fluminense – UFF	B2	1
TOTAL				41

Fonte: elaborado pelos autores.

O período analisado foi marcado pela relativa escassez de produções acadêmicas sobre o tema de IO, com uma média de pouco mais de dois artigos publicados por

ano em periódicos nacionais de primeira linha. O ano mais produtivo foi 2016, com nove artigos publicados, o equivalente a 22% do total, conforme pode-se verificar na Figura 2.

Figura 2 – Ano de publicação dos artigos sobre identidade organizacional



Fonte: elaborado pelos autores.

Considerando as instituições de origem dos autores, verificou-se que a instituição com o maior número foi a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com 22 pesquisadores, configurando-se como a instituição nacional de ponta nas pesquisas sobre IO. Na sequência, vieram a Universidade Estadual do Ceará (UECE), com sete pesquisadores; a Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), com seis; a Universidade de Brasília (UnB) e a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), com cinco pesquisadores cada; e o Instituto Universitário de Lisboa e a Universidade Federal de Lavras (UFLA), com quatro pesquisadores. Seis instituições tiveram três pesquisadores no período, outras seis tiveram dois pesquisadores, e 12

outras tiveram apenas um pesquisador representado, conforme demonstrado na Tabela 2, totalizando 30 instituições e 95 pesquisadores ao todo. A participação de quatro pesquisadores de uma instituição portuguesa se justifica pela parceria realizada pelo Instituto Universitário de Lisboa e a Fundação Getúlio Vargas-RJ, que publicam conjuntamente a Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, iniciativa que busca fortalecer o contexto acadêmico lusófono.

Tabela 2 – Instituições de origem dos pesquisadores de identidade organizacional

	Instituição	Pesquisadores
1	Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	22
2	Universidade Estadual do Ceará – UECE	7
3	Universidade Federal do Espírito Santo – UFES	6
4	Universidade de Brasília – UnB	5
5	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RJ	5
6	Instituto Universitário de Lisboa	4
7	Universidade Federal de Lavras – UFLA	4
8	Centro Universitário Unihorizontes – Belo Horizonte-MG	3
9	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC-MG	3
10	Universidade Nove de Julho – Uninove	3
11	Universidade Federal do Paraná – UFPR	3
12	Universidade Estadual de Maringá – UEM	3
13	Fundação Getúlio Vargas – SP	3
14	Université du Québec à Montréal – UQAM	2
15	Universidade Federal de Uberlândia – UFU	2
16	Universidade Federal da Bahia – UFBA	2
17	Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS	2
18	Universidade Positivo	2
19	Universidade Presbiteriana Mackenzie – SP	2
20	Cambridge University	1
21	Fundação Dom Cabral – MG	1
22	Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP	1
23	Fundação Getúlio Vargas – RJ	1
24	Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais – IBMEC-RJ	1
25	Universidade Católica de Brasília – UCB	1
26	Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF	1
27	Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP	1
28	Universidade Federal de Viçosa – UFV	1
29	Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ	1
30	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ	1
	TOTAL	95

Fonte: elaborado pelos autores.

As relações interinstitucionais demonstram a existência de contatos de pesquisa entre os principais autores na área de IO. Dessa forma, a Figura 3 apresenta o sociograma das relações de coautoria, referentes ao período 2001-2017, no qual a instituição que se destacou foi a Universidade Federal de Minas Gerais, que participou de quatro estudos em coautoria com outras instituições. Na sequência, vêm a

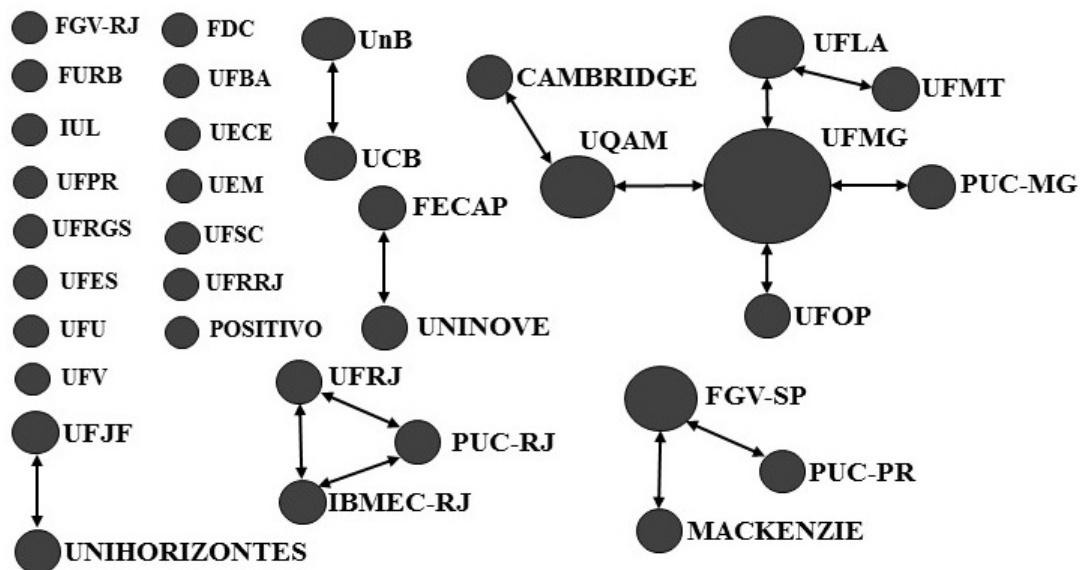
Universidade Federal de Lavras, a Fundação Getúlio Vargas-SP e a Université du Québec à Montreal, com dois estudos em coautoria cada uma. Outras 15 instituições realizaram um estudo em coautoria cada, ao passo que 15 universidades não realizaram nenhum estudo desse tipo.

O sociograma da Figura 3 apresenta, ainda, as redes de colaboração entre as 31

instituições identificadas nesta pesquisa. A maior rede de colaboração encontrada entre instituições é a da Universidade Federal de

Minas Gerais, abrangendo um total de sete atores.

Figura 3 – Sociograma das relações institucionais de pesquisa sobre identidade organizacional



Legenda: Cambridge University (CAMBRIDGE); Centro Universitário Unihorizontes (UNIHORIZONTES); Fundação Dom Cabral – MG (FDC); Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (FECAP); Fundação Getúlio Vargas – São Paulo (FGV-SP); Fundação Getúlio Vargas – Rio de Janeiro (FGV-RJ); Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (IBMEC-RJ); Instituto Universitário de Lisboa (IUL); Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG); Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR); Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ); Universidade Católica de Brasília (UCB); Universidade de Brasília (UnB); Universidade Estadual de Maringá (UEM); Universidade Estadual do Ceará (UECE); Universidade Federal da Bahia (UFBA); Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); Universidade Federal de Lavras (UFLA); Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade Federal de Uberlândia (UFU); Universidade Federal de Viçosa (UFV); Universidade Federal do Espírito Santo (UFES); Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT); Universidade Federal do Paraná (UFPR); Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ); Universidade Nove de Julho (UNINOVE); Universidade Positivo (POSITIVO); Universidade Presbiteriana Mackenzie (MACKENZIE); Universidade Regional de Blumenau (FURB); Université du Québec à Montréal (UQAM).

Fonte: elaborada pelos autores.

Dentre os 41 trabalhos pesquisados, alguns autores se destacaram, por publicarem mais de um artigo dentro do período estudado. Os autores que mais publicaram nesse período foram Alexandre de Pádua Carrieri, da Universidade Federal de Minas Gerais,

com quatro artigos, e João Adamor Dias Neves, da Universidade Estadual do Ceará, com três artigos. A Tabela 3 apresenta o nome de cada autor, suas instituições de origem, e o número de artigos publicados por eles no período.

Tabela 3 – Autores que mais publicaram sobre identidade organizacional

	Autor	Instituição	Artigos	Anos em que publicou
1	Alexandre de Pádua Carrieri	Universidade Federal de Minas Gerais	4	2007; 2008; 2009
2	João Adamor Dias Neves	Universidade Estadual do Ceará	3	2007 (2); 2008
3	Andréa Cherman	Pontifícia Universidade Católica-RJ	2	2012; 2016
4	Eduardo Davel	Cambridge University	2	2006; 2008
5	Flávio Vasconcelos	Fundação Getúlio Vargas-SP	2	2001; 2003
6	Hilka Vier Machado	Universidade Estadual de Maringá	2	2003; 2005
7	Isabella Vasconcelos	Universidade Presbiteriana Mackenzie	2	2001; 2003
8	Sandra Regina da Rocha-Pinto	Pontifícia Universidade Católica-RJ	2	2012;2016

Fonte: Elaborado pelos autores.

A maioria dos estudos enquadrrou-se na categoria de artigo teórico-empírico, com 82% dos artigos pesquisados, o que configura larga vantagem sobre os ensaios teóricos, que obtiverem apenas 18% do total, demonstrando que o campo de estudos de IO carece de pesquisas com esse perfil. A Tabela 4 apresenta a proporção referente ao enquadramento dos estudos.

Tabela 4 – Enquadramento dos estudos sobre identidade organizacional

Modelo	Artigos	Percentual
Teórico-empírico	34	83%
Ensaio Teórico	7	17%
TOTAL	22	100%

Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre os 34 artigos teórico-empíricos pesquisados, verifica-se ampla maioria dos estudos qualitativos, com 76% do total, restando 24% para as pesquisas de natureza quantitativa e nenhum estudo quali-quantitativo. Em relação ao setor da economia, houve predominância do setor privado, com 62% do total, 35% para o setor público e 3% para pesquisas em ambos. Já os ramos de atuação

foram bem diversificados, com destaque para Educação, Segurança Pública, Governo e Tecnologia. Entre os instrumentos utilizados para a coleta de dados, a entrevista foi, de longe, a mais utilizada, com 56% do total, o que corresponde à natureza qualitativa da maioria dos estudos analisados. Por fim, a técnica de análise de dados mais utilizada foi a análise de conteúdo, com 74% do total dos estudos. Todas as informações utilizadas nas análises metodológicas supracitadas encontram-se resumidas na Tabela 5.

Tabela 5 – Síntese da categorização dos artigos teórico-empíricos analisados

Análise Metodológica	Classificação	Percentual
Natureza da Pesquisa	Qualitativa	76%
	Quantitativa	24%
	Quali-Quant	0%
Setor da Economia	Privado	62%
	Público	35%
	Público e Privado	3%
Ramo de Atuação das Empresas	Educação	15%
	Segurança Pública	15%
	Governo	12%
	Tecnologia	12%
	Alimentação	9%
	Entretenimento	9%
	Vestuário	3%
	Cosméticos	3%
	Energia	3%
	Diversos Setores	21%
Instrumentos Utilizados para Coleta de Dados	Entrevista	56%
	Questionário	24%
	Observação Direta	15%
	Observação Participante	9%
Técnica de Análise de Dados	Grupo Focal	3%
	Análise de Conteúdo	74%
	Análise de Regressão e Correlação	26%

Fonte: elaborado pelos autores.

Nota: a categoria Instrumentos Utilizados para Coleta de Dados soma mais de 100%, pois há estudos que utilizaram mais de uma opção. outros artigos publicados em periódicos com classificação inferior no Qualis CAPES.

A análise da produção acadêmica nacional de primeira linha sobre IO no período de 2001 a 2017 possibilita várias conclusões que proporcionam novos olhares e novas possibilidades de estudos acerca do tema. No entanto, esses achados devem ser vistos considerando-se as limitações deste estudo: trata-se de análise bibliométrica realizada somente no contexto brasileiro, não tendo considerado o desenvolvimento internacional do tema. Ademais, como considerou somente parte dos periódicos existentes, uma vez que o foco foi nas publicações de primeira linha, pode haver

Em comparação com o levantamento bibliográfico realizado por Beyda e Macedo-Soares (2010), os resultados encontrados foram semelhantes, como a prevalência de estudos empíricos e qualitativos, focados no setor privado, tendo a entrevista como principal método de coleta de dados e a análise de conteúdo como técnica mais utilizada para a análise dos dados obtidos. As diferenças principais se referem ao período, de 2004 a 2009, à abrangência do estudo, pois Beyda e Macedo-Soares (2010)

analisaram 21 artigos oriundos de periódicos e também de anais de eventos, e os critérios de análise, que adicionaram a epistemologia, o tipo de pesquisa e o perfil dos informantes pesquisados, mas não abordaram as instituições de origem e nem os pesquisadores que se destacaram no período.

Em relação ao estudo realizado por Freire e Muritiba (2013), foram analisados 68 artigos de eventos e periódicos nacionais, publicados no período 2000-2011, e utilizaram o modelo estabelecido por Caldas e Wood Jr. (1997). A abrangência dos artigos foi maior, mas menor em qualidade de publicações, pois os autores incluíram periódicos a partir do nível Qualis CAPES C e os eventos abrangeram E1 e E2. Também foram incluídas a estratégia de pesquisa, as dimensões da identidade, o porte da empresa e o número de autores, ao passo que não se considerou a instituição de origem e os pesquisadores que mais publicaram. Os resultados encontrados também demonstraram a prevalência de estudos empíricos e qualitativos realizados em sua maioria em empresas privadas, com utilização de entrevistas e análise de conteúdo.

No estudo promovido por Lourenço, Vogt e Correa (2014), foram pesquisados 68 artigos de eventos e periódicos de primeira linha, publicados no período de 2004 a 2013. Os resultados também demonstraram a predominância de estudos empíricos qualitativos com a utilização de entrevistas e análise de conteúdo. As diferenças se resumiram à inclusão do critério referente ao nível de análise, cujo resultado demonstrou haver foco no nível do indivíduo, e inclusão do critério referente à estratégia de pesquisa, que resultou em prevalência dos estudos de caso. O artigo também não abordou as instituições de origem e os pesquisadores mais produtivos no período analisado. Por fim, ressalta-se que a presente pesquisa se debruçou a fazer extensa revisão bibliométrica, no intuito de retratar a produção acadêmica nacional de primeira linha do novo milênio, abrangendo 17 anos de análise.

Ademais, ao buscar reunir as principais publicações a respeito desse tema, no contexto nacional, a presente pesquisa ensejou contribuir para o amadurecimento da construção teórico-empírica sobre IO, uma vez que esta bibliometria permitiu a evidência de importantes lacunas, tais quais a prevalência de estudos empíricos e qualitativos, mormente focados no setor

privado, tendo a entrevista como principal método de coleta de dados e a análise de conteúdo como técnica mais utilizada para a análise dos dados obtidos, desvelando a carência de estudos no setor público e no terceiro setor, bem como de outras estratégias de pesquisa e procedimentos de coleta e análise dos dados.

Outrossim, pesquisas multimétodo são especialmente necessárias, as quais mesclam abordagens qualitativa e quantitativa, possibilitando triangulação metodológica e permitindo uma melhor compreensão do fenômeno, ao mesmo tempo em que esforços para não só compreendê-lo, mas também mensurá-lo, são engendrados. Parcerias interinstitucionais também são bem-vindas, haja vista que o sociograma elaborado denotou esforços limitados em se trabalhar conjuntamente e em se formar densas redes de pesquisa, o que pode desacelerar a consolidação dessa linha de pesquisa no Brasil.

Conclusões

Em linhas gerais, a análise da produção acadêmica nacional de primeira linha sobre IO no período de 2001 a 2017 apresentou resultados que proporcionam novos olhares e outras possibilidades de estudos acerca do

tema. No entanto, esses achados devem ser vistos a partir das limitações deste estudo, quais sejam, o foco da bibliometria concentrou-se em periódicos e não em publicações de anais de eventos ou trabalhos de conclusão, haja vista que estes trabalhos são tidos como trabalhos em construção, os quais, se desenvolvidos com rigor científico e metodológico e a partir das sugestões oriundas de bancas e avaliadores, serão publicados posteriormente em periódicos, constituindo um produto final de pesquisa. Ainda, considerou somente os periódicos de primeira linha existentes (Qualis≥B2) para desenhar o estado da arte das publicações nacionais quanto ao tema, uma vez que o foco foi na qualidade das publicações, abrangendo o novo milênio.

Não obstante as limitações apresentadas, a avaliação aqui produzida possibilitou a realização de um primeiro mapeamento acerca da produção brasileira recente, no que se refere à identidade organizacional. Neste sentido, os resultados produzidos apontaram a relevância para as organizações do estudo da identidade, que expressa as percepções dos indivíduos sobre o significado da organização. Podendo ser estudada como variável antecedente, consequente ou ainda como variável única

em estudos que objetivam verificar a relação dos indivíduos com as organizações, ou mesmo relacionados à compreensão da cultura organizacional. Cabe salientar, entretanto, a necessidade de estudos que aprofundem os modelos teóricos, discutam as medidas de identidade organizacional e suas dimensões subjacentes, além de relações mais profundas entre distintos construtos do comportamento organizacional.

Considerando que a identidade consiste em um pressuposto fundamental para explicar a forma como as pessoas enxergam seu ambiente, bem como a razão para as ações que realizam dentro das organizações das quais fazem parte de forma a contribuir para uma profícua gestão organizacional, os resultados por ora coligidos lançam luz a outras possibilidades de se abordar e pesquisar o fenômeno de forma a subsidiar uma agenda para estudos ulteriores, fazendo jus às aspirações da área e à sua relevância estratégica para as organizações. Diante disso, abre-se espaço para testes das teorias consolidadas e proposição de novas teorias, modelos e relações entre variáveis que auxiliem a tomada de decisão dos gestores organizacionais e que forneçam subsídios para o desenvolvimento de um arcabouço teórico mais sólido, que objetive

a promoção progressiva do conhecimento teórico-empírico sobre identidade nas organizações brasileiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRATT, R.; KLEYN, N. Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration. **European Journal of Marketing**, v. 46, p. 1048-1063, 2012.
- ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational Identity. In: CUMMINGS, L. L.; STAW, B. M. (orgs.). **Research in Organizational Behavior**. Greenwich: JAI Press, 1985.
- ALBERT, S.; ASHFORTH, B.; DUTTON, J. Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 13-17, 2000.
- ALVESSON, M.; EMPSON, L. The construction of organizational identity: comparative case studies of consulting firms. **Scandinavian Journal of Management**, v. 24, p. 1-16, 2008.
- ALVESSON, M.; WILLMOTT, H. Identity regulation as organizational control: producing the appropriate individual. **Journal of Management Studies**, v. 39, n. 5, p. 619-644, 2002.
- ANTAKI, C.; WIDDICOMBE, S. **Identities in talk**. London: Sage Publications, 1988.
- ARAÚJO, R. F.; Alvarenga, L. A bibliometria na pesquisa científica da pós-graduação brasileira de 1987 a 2007. **Revista Eletrônica de Biblioteconomia**, v. 16, n.31, p. 51-70, 2011.
- ASHFORT, B. E.; MAEL F. A. Social identity theory and the organization. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 1, 1989.
- ASHFORT, B. E.; HARRISON, S. H.; CORLEY, K. G. Identification in organizations: an examination of four fundamental questions. **Journal of Management**, v. 34, n. 3, p. 325-374, 2008.
- BALMER, J. M. T. Corporate identity and the advent of corporate marketing. **Journal of Marketing Management**, v. 14, p. 963-996, 1998.
- BEYDA, T. T.; MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A. Identidade organizacional: análise crítica da produção acadêmica brasileira de 2004 a 2009. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, v. 45, n. 4, p. 400-414, 2010.
- BICK, G.; JACOBSON, M.C.; ABRATT, R. The corporate identity management process revisited. **Journal of Marketing Management**, v. 19, p. 835-855, 2003.
- BINGÖL, D.; ŞENERB, İ.; ÇEVİK, E. The effect of organizational culture on organizational image and identity: evidence from a pharmaceutical company. **Procedia Social and Behavioral Sciences**, v. 99, p. 222-229, 2013.
- BROWN, K. G.; GEDDES, R. Image repair: research, consensus, and strategies: a study of the University College of Cape Breton. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, v. 15, p. 69-85, 2006.
- BROWN, A.; STARKEY, K. Organizational identity and learning: a psychodynamic perspective. **The Academy of Management Review**, vol. 25, n. 1, pp.102-118, 2000.
- BROWN, A. D.; HUMPHREYS, M.; GURNEY, P. M. Narrative, identity and change: a case study of Laskarina Holidays. **Journal of Organizational Change Management**, v. 18, n. 4, p. 312-326, 2005.

CALDAS, M. P.; WOOD JR., T. Identidade organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v. 37, n. 1, p. 6-17, 1997.

CHEN, Y. S. Green organizational identity: sources and consequence. **Management Decision**, v. 49, n. 3, p. 384-404, 2011.

CHEUNG, S. O.; WONG, P. S. P.; WU, A. W. Y. Towards an organisational culture framework in construction. **International Journal of Project Management**, v. 29, p. 33-44, 2011.

CORLEY, K. G.; GIOIA, D. A. Identity ambiguity and change in the wake of a corporate spin-off. **Administrative Science Quarterly**, v. 49, p. 173-208, 2004.

CORNELISSEN, J. P.; HASLAM, S. A.; BALMER, J. M. T. Social identity, organizational identity and corporate identity: towards an integrated understanding of processes, patternings and products. **British Journal of Management**, v. 18, p. 1-16, 2007.

DAVIS, P. J.; YUGAY, Y. How to build corporate identity for strategic advantage... and how not to: Lessons from a post- communist country. **Strategic Direction**, v. 28, p. 3-5, 2012.

DUBAR, C. **A Socialização: Construção de identidades sociais e profissionais**. (Silva, A. S. M., Trad.). São Paulo: Martins Fontes, 2005.

DUTTON, J.; DUKERICH, J. Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. **Academy of Management Journal**, v. 34, n. 3, p. 517-554, 1991.

DUTTON, J. E.; DUKERICH, J. M.; HARQUAIL, C. V. Organizational images and member identification. **Administrative Science Quarterly**, v. 39, p. 239-263, 1994.

DYBÅ, T.; DINGSØYR, T. Strength of evidence in Systematic Reviews in software engineering. In: EMPIRICAL SOFTWARE ENGINEERING AND MEASUREMENT, 2., 2008, Kaiserslautern. Proceedings of the Second ACM-IEEE international symposium on Empirical software engineering and measurement. Kaiserslautern: ACM, 2008, p. 178-187.

FERNANDES, K. R.; ZANELLI, J. C. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 1, p. 55-72, 2006.

FREIRE, D. A. L.; MURITIBA, P. M. Identidade organizacional: análise bibliométrica da produção brasileira de 2000 a 2011. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 8, p. 1-17, 2013.

GIOIA, D. A.; SCHULTZ, M.; CORLEY, K. G. Organizational identity, image, and adaptive instability. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 63-81, 2000.

GONZALEZ-MIRANDA, D. R.; GENTILIN, M.; OCAMPO-SALAZAR, C. A. Organizational identity: what is the conversation currently dealing with? Paradigms, perspectives and discussions. **Journal of Centrum Cathedra: The Business and Economics Research Journal**, v. 7, n. 2, p. 129-146, 2014.

GRAY, E. R.; BALMER, J. M. T. Managing corporate image and corporate reputation. **Long Range Planning**, v. 31, p. 695-702, 1998.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. Relation between organizational culture, identity and image. **European Journal of Marketing**, v. 31, n. 5/6, p. 356-365, 1997.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. The dynamics of organizational identity. **Human Relations**, v. 55, n. 8, p. 989-1018, 2002.

HE, H.; BROWN, A. D. Organizational identity and organizational identification: a review of the literature and suggestions for future research. **Group and Organization Management**, v. 38, p. 3-35, 2013.

HOGG, M. A.; TERRY, D. J. Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 121-140, 2000.

HOWARD, J. A. Social psychology of identities. **Annual Review of Sociology**, vol. 26, pp. 367-393, 2000.

LOURENÇO, M. L.; VOGT, S.; CORREA, M. V. P. Identidade em organizações: produção científica no Brasil no período de 2004-2013. **Revista Cesumar Ciências Sociais Aplicadas**, v. 19, n. 2, p. 439-462, 2014.

MACHADO, H. V. Identidade organizacional: um estudo de caso no contexto da cultura brasileira. **Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial, p. 51-73, 2003.

MACHADO, H. V. A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise. **Revista de Administração de Empresas**, v. 4, n. 1, p. 1-17, 2005.

MOINGEON, B., & RAMANANTSOA, B. Understanding corporate identity: the French school of thought. **European Journal of Marketing**, v. 31, n. 5/6, p. 383-395, 1997.

NASCIMENTO, T. G.; TORRES, C. V.; ADAID-CASTRO, B. G. Escala de identidade profissional policial militar (EIPPM): evidências de validade fatorial e preditiva. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 142-166, 2015.

OLIVEIRA, A. F. Identificação organizacional. In: Siqueira, M. M. M. (org.). **Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

PRATT, M. G.; FOREMAN, P. O. The beauty of and barriers to organizational theories of identity. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 141-143, 2000.

PRATI, L. M.; MCMILLAN-CAPEHART, A.; KARRIKER, J. H. Affecting organizational identity: a manager's influence. **Journal of Leadership & Organizational Studies**, v. 15, n. 4, p. 404-415, 2009.

RIKETTA, M. Organizational identification: a meta-analysis. **Journal of Vocational Behavior**, v. 66, n. 2, p. 358-384, 2005.

SAINSANLIEU, R. **Identité au travail les effets culturels de l'organisation**. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, 1977.

SCHMITT, B. H; SIMONSON, A.; MARCUS, J. Managing corporate image and identity. **Long Range Planning**, v. 28, p. 82-92, 1995.

SCOTT, T.; LANE, L. A stakeholder approach to organizational identity. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 43-62, 2000.

SWANSON, R. A. **Analysis for performance: Tools for diagnosing organizations and documenting workplace expertise**. Berrett-Koehler, San Francisco, CA, 1996.

SHEE, P.; ABRATT, R. A new approach to the corporate image management process. **Journal of Marketing Management**, v. 5, p. 63-76, 1989.

TAGUE-SUTCLIFFE, J. An introduction to infometrics. **Information Processing & Management**, v. 28, n. 1, p. 1-3, 1992.

VAN KNIPPENBERG, D.; VAN SCHIE, E. C. M. Foci and correlates of organizational identification. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, vol. 73, n. 2, pp. 137-147, 2000.

WALUMBWA, F. O.; AVOLIO, B. J.; ZHU, W. How transformational leadership weaves its influence on individual job performance: The role of identification and efficacy beliefs. **Personnel Psychology**, vol. 61, n. 4, pp. 793-825, 2008.

WEISEKE, J.; AHEARNE, M.; LAM, S. K.; VON DICK, R. The role of leaders in internal marketing: A multilevel examination through the lens of social identity. **Theory Journal of Marketing**, vol. 73, n. 2, pp. 123-146, 2008.

WHETTEN, D. A. Albert and Whetten revisited: strengthening the concept of organizational identity. **Journal of Management Inquiry**, v. 15, n. 3, p. 219-234, 2006.

WHETTEN, A. D.; GODFREY, P. C. **Identity in organizations: Building Theory Through Conversations**. London: Sage Publications, 1988.

Contato

Rommel Gomes Resende,
Universidade de Brasília, Brasil
E-mail: rommelresende@hotmail.com

Gisela Demo,
Universidade de Brasília, Brasil
E-mail: giselademo@gmail.com

Thiago Gomes Nascimento,
Instituto de Educação Superior de Brasília, Brasil
E-mail: tgn.1980@gmail.com