

IDENTIDADE ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO SOBRE O POSICIONAMENTO EM MÍDIA SOCIAL DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA FEDERAL.

FABIOLA CALDEIRA DE MEDEIROS ROCHA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

HELNA ALMEIDA DE ARAUJO GÓES
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

JÉSSICA GOMES LIMA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

IDENTIDADE ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO SOBRE O POSICIONAMENTO EM MÍDIA SOCIAL DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA FEDERAL.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo está inserido na discussão das movimentações do cenário econômico, político e social brasileiro, fenômeno que se intensificou no ano de 2019. Movimentações como essas contribuem para o surgimento de uma multiplicidade de opiniões e posições ideológicas que, recentemente, acabaram por colocar no centro deste debate o papel da universidade pública frente às demandas da sociedade brasileira. Neste sentido, esta pesquisa tem como ponto de partida, o momento em que foi anunciado o bloqueio de movimentação operacional de recursos orçamentários para as Universidades Federais, realizado pelo Ministério da Educação (MEC), e publicado no Diário Oficial da União, por meio do Decreto de nº 9.741, em 29 de março de 2019. Em nota oficial, o MEC argumenta: “o total do bloqueio orçamentário nas Universidades foi de 3,4%” (MEC, 2019). Para o ministério o impacto dessa decisão não atingiria despesas destinadas a “pagamento de salários de professores, outros servidores, inativos e pensionistas, benefícios, assistência estudantil, emendas parlamentares impositivas e receitas próprias” (MEC, 2019).

Desde então, as discussões intensificaram-se pelo país. Especialistas em educação analisam não só as consequências da decisão governamental, mas, também, possíveis tendências e incertezas das justificativas para tal decisão. Em nota oficial, datada em 02 de maio de 2019, a Universidade Federal do Paraná (UFPR) alega que recebeu na mesma data, uma comunicação por parte do Ministério da Educação, informando sobre o bloqueio orçamentário de 30% das verbas destinadas ao seu custeio. Além disso, a UFPR contrapõe a declaração do MEC, ao destacar o impacto do corte “de mais de 48 milhões de reais” (UFPR, 2019), não só nas atividades fim, mas nas atividades meio: “itens relativos ao próprio funcionamento da instituição, atingindo diretamente despesas ordinárias como consumo de água, energia, contratos de prestação de serviços, restaurantes universitários, entre outros” (UFPR, 2019). A referida universidade, uma das afetadas pelo contingenciamento de recursos federais, logo buscou meios de se manifestar e expor a recente situação: “Se esta medida não for revertida, as consequências serão graves para o desempenho das atividades da Universidade no segundo semestre de 2019” (UFPR, 2019).

Este emaranhado complexo, que configura a atual relação do Estado brasileiro com as Universidades Públicas Federais, estimula o debate sobre inúmeras questões. Por outro lado, a ciência tem se constituído em uma das forças produtivas promovidas pelo capital para sua reprodução (FARIA, 2017), intensificando as discussões sobre o papel das universidades públicas brasileiras. Contudo, não faz parte dos objetivos deste texto discutir posições ideológicas, políticas e/ou de poder. A intenção nesta pesquisa é analisar de que maneira, uma universidade pública busca, por meio das redes sociais, sustentar a sua identidade organizacional, como um local de ensino, pesquisa e extensão. De forma mais específica, intenciona-se analisar quais os significados estão imbricados na sua comunicação após o anúncio do corte.

De cunho interpretativo e reflexivo, este estudo é apresentado em cinco seções incluídas esta etapa de introdução. Na segunda seção é demonstrada uma revisão bibliográfica e documental não exaustiva, resgatam-se alguns conceitos no referencial teórico sobre identidade organizacional e *sensemaking*. Na terceira seção, estão organizados os

procedimentos metodológicos adotados, bem como uma caracterização do caso escolhido para análise. Na quarta seção, discutem-se os resultados coletados. Por fim, na última seção, apresentam-se as considerações, limitações e propostas de pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Papel Instituição

O conceito de identidade dentro dos estudos organizacionais não é unívoco. No entanto, essa pluralidade, em parte, encontra inspirações nos trabalhos de Berger e Luckmann (2005) onde o entendimento de que a realidade é socialmente construída e, portanto, é uma realização situada de sujeitos (ator) em interação. Isso significa dizer também que a dimensão objetiva da realidade condiciona as ações dos sujeitos, mas ao mesmo tempo essa realidade objetiva passa pela elaboração subjetiva, e em nas interações sociais, intersubjetivamente, ocorre a reprodução e a produção qualificada da realidade social, apresentando-se como um processo contínuo de definição e redefinição. Esta compreensão da realidade direciona a discussão desse estudo e a compreensão do papel das universidades, pois argumenta-se que o fenômeno sob análise está relacionado a sua legitimação perante a sociedade na qual está inserida. Nesse sentido, o entendimento de papel, conforme discutido por Berger e Luckmann (2005) corresponde à tipificação do desempenho de indivíduos ou de organizações perante seu contexto institucional, ou seja, compreende execução de ações objetivas, recorrentes e repetitivas que podem ser realizadas por qualquer ator que esteja incumbido daquele papel. Os papéis são de suma importância, pois representam a ordem institucional como também dispõem uma distribuição social do conhecimento, pois o sujeito apreenderá o conhecimento específico que é necessário para realização de um determinado papel. A legitimação, por sua vez, integra os significados dos papéis a processos institucionais díspares, ou seja, explica a ordem institucional conferindo-lhe validade cognoscitiva (BERGER; LUCKMANN, 2005). Face ao exposto, o papel desempenhado pela Universidade na sociedade brasileira está centrado no desempenho das atividades de ensino, pesquisa e extensão, aspectos estes legitimamente reconhecidos pela sociedade.

Em suma, os papéis institucionais são entendidos como as ações executáveis por atores adequados e que representam a ordem institucional e mediam o conhecimento que é institucionalmente buscado e, a legitimidade é entendida como ações e decisões tomadas pela organização que estão em consonância com fatores externos e que, portanto, é compartilhada e bem aceita no âmbito externo, o que conseqüentemente, fortalece e protege as instituições.

2.2 Identidade Organizacional

A identidade é um conceito que engloba a visão de mundo, modo particular de ser e de se fazer as coisas que podem ser analisadas no nível tanto no indivíduo quanto no da organização. A incorporação do interacionismo simbólico nos estudos organizacionais contribui para análise de características do indivíduo que transbordam para suas relações sociais nas quais as organizações estão inseridas. O estudo realizado por Machado-Da-Silva e Nogueira (2001), no qual é exposto que o contexto institucional traz conteúdos simbólicos que afetam a identidade organização, ou para sua manutenção ou para sua alteração.

As organizações são socialmente construídas pelas constantes interações de seus membros, ou seja, estão contextualizadas em constantes processos dinâmicos que oscilam

entre estabilidade e mudança (MACHADO-DA-SILVA e NOGUEIRA, 2001). Há diferentes níveis de análise referente à identidade, mas para os fins deste artigo, nos limitaremos ao conceito de identidade organizacional embora sua compressão esteja relacionada aos conceitos de identidade individual, entendida como uma tentativa de explicação cognoscitiva do conceito de si, na qual há uma constante interação e comparação com aquilo que é externo (outros indivíduos, grupos e etc.) e a identidade social, entendida como uma realidade objetiva exterior e transcendente ao indivíduo, a qual é expressão de características socioculturais comuns e que é tida como um mecanismo cognitivo que torna possível a ação coletiva. Outro ponto que deve ser evidenciado é que os estudos sobre identidade estão compreendidos dentro dos estudos sobre cultura em nível de análise organizacional.

Os estudos organizacionais sobre identidade tiveram seu início na década de 1980, cuja primeira contribuição teórica formal é atribuída ao artigo “Identidade Organizacional” dos autores Albert e Whetten (1985) que definiram identidade organizacional como o que é central, distintivo e duradouro com base nas crenças e valores organizacionais e que representa o propósito existencial da organização, ou seja, a missão da organização e que pode representar sua autoimagem ou auto percepção, ou ainda sua imagem externa. Tais respostas são oriundas principalmente da pergunta: “Quem somos?”.

As principais contribuições dos autores Albert e Whetten (1985) consideradas fundamentais para este artigo são: (a) a discrepância entre como atores internos e externos percebem a organização é uma das situações que contextualizam a formação, manutenção ou alteração da identidade organizacional; (b) a forma como as organizações elaboram ou defendem uma determinada afirmação de identidades frente a adversidades podem ser entendido através do pilar que define o conceito; (c) a elaboração da identidade organizacional é entendida como um processo político-estratégico; (d) a distinção sobre como a organização se apresenta para outros e sua percepção interna de si mesmo que pode ser entendida a partir de interesses e busca por recursos financeiros e apoio político; (e) a identidade pública é propagada por meio de sinais e símbolos; (f) a perda de sua identidade pode corresponder a uma ameaça organizacional; e por fim, (g) a redução de gastos envolve a definição da identidade organizacional no sentido de que demanda prioridades orçamentárias que por sua vez pede uma delimitação de quem e do que a organização é e o que quer ser (ALBERT; WHETTEN, 1985).

Em suma, a partir da discussão de Albert e Whetten (1985) as universidades foram criadas em um contexto da demanda criada pelo Iluminismo, responsável por desempenhar um papel legitimado pela busca de conhecimento. A universidade possui lugar reconhecido na sociedade à medida que compreende práticas de socialização que é entendida como um dos “ritos de passagem” dos indivíduos: o acesso à educação superior a fim de promover o desenvolvimento humano e nacional.

2.3 A ameaça à identidade organizacional – *Sensemaking e Sensegiving*

Maitlis e Christianson (2014) em suas pesquisas que permeavam temas como choques ambientais e crises organizacionais, oferecem explicações sobre como as organizações reúnem esforços repetidos para responder a mudanças exógenas significativas. Seus trabalhos figuravam entre os primeiros estudos que destacavam as organizações como sistemas interpretativos, capazes de se engajarem em *sensemaking*. Segundo estes pesquisadores, os estudos de *sensemaking* em organizações “exploraram uma variedade de diferentes contextos, nos quais a surpresa ou confusão, causada por expectativas violadas, desencadeiam o

sensemaking”. Em outras palavras, os pesquisadores sugerem que quando há um movimento brusco na rotina organizacional, de modo que este interfira na estabilidade de suas práticas, “o *sensemaking* irá agir” (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014, p. 74).

Weick, em 1969, em seu estudo, intitulado *The Social Psychology of Organizing*, faz a primeira menção ao termo *sensemaking* no contexto organizacional, conforme apontam Maitlis e Christianson (2014). Com origem nas discussões sobre os processos de mudanças ecológicas no ambiente organizacional de Weick, o termo em seu sentido cognitivo, ganha espaço na literatura organizacional, e pesquisadores começam a se preocupar em analisar como o significado é construído e transmitido (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014).⁷

Atualmente, o termo *sensemaking* é frequentemente invocado como uma noção geral, sem uma definição associada (MAITLIS, 2014). Segundo as autoras Rese, Lavarda e Carneiro (2019), este processo de construção de sentidos “não seria definido de forma clara e consciente” (p.169), mas seria fruto de um conjunto de negociações entrelaçadas nas rotinas recursivas das organizações, intencionando a “estruturação da realidade organizacional durante as interações dos indivíduos” (p.169). Diversas definições revelam “suposições ontológicas subjacentes” com consequências importantes para o desenvolvimento da teoria (MAITLIS, 2014, p. 73). As escolas de administração, em seus estudos sobre a ameaça da identidade organizacional, revelam como o *sensemaking* é acionado após conflitos com a identidade organizacional e imagem percebida, Maitlis e Christianson (2014, apud Elsbach & Kramer, 1996; Martins, 2005).

Weick (1995) assevera que outras definições posicionam o *sensemaking* “como um processo social que ocorre entre as pessoas”. Nesta perspectiva, o autor irá argumentar que o significado é negociado, contestado e mutuamente co-construído. Deste modo, o "social", uma das sete principais propriedades de Weick (1995) para a construção de sentido, se desdobra "em um contexto social de outros atores" (MAITLIS, 2005, p. 409). Posicionando, assim, o *sensemaking* organizacional como um processo primordialmente social, no qual os membros da organização interpretam seu ambiente e interagem entre si, constituindo, inclusive, relações pautadas por jogos de poder.

A ameaça de identidade é um impulsionador poderoso para o *sensemaking* (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014, p. 74). Neste sentido, estas mesmas autoras argumentam que vários estudos exploraram o impacto no *sensemaking* de eventos que ameaçam a identidade de uma organização, e, advertem que estes eventos acabam por criar “uma discrepância entre a identidade da organização e sua imagem” (MAITLIS; CHRISTIANSON, 2014, p. 74). Nessas circunstâncias é desencadeado um processo de influência de sentido – *sensegiving*. Dito em outras palavras, um processo que visa a transformar uma situação por meio de uma busca pela atribuição de sentido com “intuito de ganhar apoio dos demais membros que participam da ação” (RESE; LAVARDA; CARNEIRO, 2019, p. 170).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De cunho interpretativo e reflexivo, esta pesquisa buscou respaldado documental e bibliográfico, intencionando responder a seguinte questão de pesquisa: de que maneira diante do anúncio de corte de verbas, realizado pelo Governo Federal, em 29 de abril de 2019, as universidades públicas buscaram, por meio das redes sociais, sustentar a sua identidade organizacional? De forma mais específica, objetiva-se analisar quais os significados estão imbricados na comunicação após o anúncio do corte.

Para tal exercício reflexivo, apresenta-se o estudo do caso da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Conforme Yin (2005), o estudo de caso “é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados” (YIN, 2015, p. 04). A investigação do estudo de caso “conta com múltiplas fontes de evidência, com os dados precisando convergir de maneira triangular, e como outro resultado” (YIN, 2015, p. 18).

Após a escolha da instituição, foi realizada uma análise comparativa das postagens da página oficial do Facebook da UFPR, empreendidas durante todo o mês de maio de 2019 (mês subsequente ao anúncio do corte orçamentário), frente as postagens realizadas no mesmo mês do ano anterior, com vistas a afastar, deste modo, eventuais efeitos sazonais. A análise de eventos cronológicos é uma técnica comum nos estudos de caso, permitindo o rastreamento dos eventos ao longo do tempo, conforme Yin (2015).

Na sequência, após o levantamento das publicações do período em tela, foi realizada uma classificação das postagens em cinco grupos distintos, visando apoiar análise comparativa, bem como facilitar a compreensão macro dos seus referidos sentidos, são eles: (1) postagens de cunho defensivo direto, intitulado como “defesa direta”: este grupo contempla todas as postagens contendo com os seguintes conteúdos: #UniversidadePública, #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR, e, também, assuntos relacionados com defesa do orçamento, manifestações públicas, mensagens de apoio a outras universidades públicas, mensagens relacionadas a sua responsabilidade pela produção científica no Brasil, mensagens de repúdio às declarações do ministro da educação com relação ao que é entendido por “balburdia”; (2) postagens de manutenção da identidade e/ou defensiva indireta, rotulada como “manutenção/defesa indireta”: este grupo reúne todas as mensagens relacionadas com os programas sociais e de extensão que a universidade realiza, premiações recebidas, programas de impacto social, ou seja, uma defesa indireta porque reforça o cumprimento das demandas constitucionais e valoriza o papel da universidade frente às demandas da sociedade brasileira (3) relacionamento com a comunidade em geral: este grupo organiza as postagens relacionadas aos eventos que a universidade realiza e eventuais parcerias; (4) serviço de utilidade pública: organiza as postagens relacionadas a algum tipo de prestação de serviços de ajuda à comunidade em geral (solicitações para doações de sangue, medula, entre outras de mesma natureza); (5) serviços à comunidade acadêmica: contempla as postagens relacionadas aos serviços prestados com exclusividade para a comunidade acadêmica (manutenções prediais, funcionamento dos restaurantes universitários, entre outras.

Desta forma, foram encontradas, no dia 06 de junho de 2019 (data da coleta), 171 postagens totais, sendo: 48 postagens totais em maio de 2018; e 123 postagens em maio de 2019 (um mês após o anúncio do corte orçamentário) que, conforme mencionado anteriormente, após análise do conteúdo das postagens, foram organizadas em cinco grupos distintos (Tabela 1). Cabe ressaltar que estas categorias emergiram durante a coleta dos dados, ou seja, elas não foram previamente estruturadas.

TABELA 1: VOLUME DE POSTAGENS POR GRUPO DE ANÁLISE

	Defesa Direta	Relacionamento com a comunidade em geral	Serviço de utilidade Pública	Serviços para Comunidade Acadêmica	Manutenção / Defesa Indireta	TOTAL
mai/18	2	12	5	13	16	48
mai/19	87	18	0	0	18	123
	89	30	5	13	34	171

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Intencionando avaliar o impacto das postagens nos referidos períodos, coletou-se, também, o volume de curtidas, comentários e compartilhamentos por grupo de análise, conforme apresenta-se na Tabela 2.

TABELA 2: IMPACTO DAS POSTAGENS POR VOLUME DE CURTIDAS, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS

GRUPO DE ANÁLISE	CURTIDAS		COMENTÁRIOS		COMPARTILHAMENTOS	
	mai/18	mai/19	mai/18	mai/19	mai/18	mai/19
DEFESA DIRETA	577	221.683	69	11.829	205	132.701
RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE EM GERAL	7.907	14.834	3.222	1.041	2.625	3.919
SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA	1.479	0	185	0	456	0
SERVIÇOS À COMUNIDADE ACADÊMICA	4.457	0	821	0	1.058	0
MANUTENÇÃO / DEFESA INDIRETA	9.509	40.290	595	1334	2.250	18.526
TOTAL	23.929	276.807	4.892	14.204	6.594	155.146

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Durante o percurso de coleta, observou-se que um volume de 9 postagens, de maio de 2019, todas com o uso das *hashtags* #Universidade Publica, #Defendo, e #OrgulhoDeSerUFPR, eram postagens de outros períodos que foram reprisadas em maio de 2019. Todas estas mensagens, por atender aos critérios de agrupamento mencionados anteriormente, foram organizadas no grupo “defesa direta”. Dados que serão discutidos em seção específica, neste documento. Outros aspectos, também, foram registrados na base de dados desta pesquisa, tais como: título e subtítulo das publicações. data de cada postagem e data da primeira publicação (no caso de postagem repetidas em maio 2019).

3.1. Apresentação do caso em análise: uma discussão do papel das Universidades

O artigo nº 6 da Constituição Federal Brasileira de 1988 (CF/88) prevê a educação como um dos direitos sociais garantidos pelo Estado. O entendimento da educação como necessidade fundamental, permite a garantia da dignidade da pessoa humana, assim como o exercício da cidadania. Apesar da obrigatoriedade de o ensino público de qualidade ser um dever exercido pelo Estado estar limitada ao ensino fundamental, conforme artigo nº 208 da CF/88, observa-se que os princípios contidos no artigo nº 206 da CF/88 servem como contraponto, pois estendem o compromisso legal, também, ao ensino superior público. Inicialmente, o presente trabalho utilizou desses artigos, juntamente, com o artigo nº 214 da CF/88 que relaciona o ensino superior ao desenvolvimento do país, para resgatar o papel das universidades neste cenário em que a atuação do Estado se faz necessária, a fim de garantir um quadro educacional de qualidade, público e de acesso democrático (BRASIL, 1988).

Nesse contexto, em conformidade com o portal do Ministério da Educação (MEC), a diferenciação e conceituação de instituições de ensino superior são normatizadas pelo Decreto

nº 5.773/06, essas instituições podem ser categorizadas em faculdades, centros universitários e universidades. Para isso, as instituições credenciadas são originalmente consideradas como faculdades, a depender de suas funções e do tipo de credenciamento podem posteriormente ser consideradas centros universitários ou universidades. As primeiras instituições são classificadas em pluricurriculares, que abrangem uma ou mais áreas de conhecimentos, já as últimas, caracterizadas pela associação de três fatores: ensino, pesquisa e extensão, que são indissociáveis e pluridisciplinares (MEC, 2006).

A escolha pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) para este estudo, justifica-se pelo reconhecimento do quadro de destaque no que se refere à produção acadêmica, tanto em âmbito nacional como internacional. Outro aspecto que determinou a escolha foi o emblemático episódio de retirada da faixa “Em defesa da Educação #OrgulhoDeSerUFPR, #UniversidadePública, #EuDefendo”, por parte de manifestantes a favor das deliberações do Estado. Tal episódio ganhou forte repercussão da mídia, e intensificou o debate acadêmico.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após percorrer o itinerário dos procedimentos metodológicos descritos na etapa anterior, prosseguiu-se com a análise dos dados coletados. Logo de início, destaca-se que em maio de 2019, houve um crescimento expressivo no volume de postagens, por parte da Instituição estudada, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Como visto na Tabela 1, foram 48 postagens em maio/18 contra 123 em maio/2019 (um mês após o anúncio do corte orçamentário). Isso representa um aumento de 156% na relação período contra período. Indicando que havia, por parte da Instituição, uma necessidade de estreitar a comunicação com sua comunidade de seguidores.

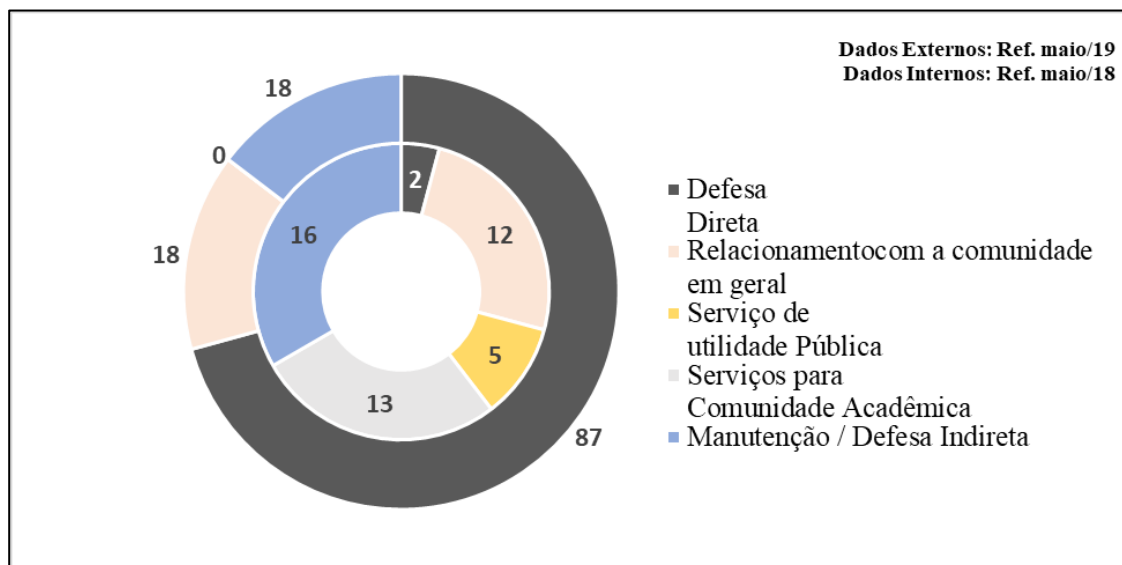
Ainda na visão agrupada destes conteúdos (Gráfico 1), alguns aspectos chamam atenção. Em especial, o volume de mensagens classificadas como defesa direta que partiu de 2 postagens em maio/2018, para 87 em maio/2019. Lembrando que, conforme mencionado na etapa anterior, este grupo contempla todas as postagens contendo com os seguintes conteúdos: #UniversidadePública, #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR, relacionados com defesa do orçamento; manifestações, mensagens de apoio a outras universidades públicas; responsabilidade pela produção científica no Brasil; bem como, mensagens de repúdio às declarações do ministro da educação com relação ao que é entendido por “balburdia”. Configurando, de forma evidente, uma mudança efetiva de posicionamento, em direção à defesa do papel da UFPR como um espaço de excelência em ensino, pesquisa e extensão.

Destaque para a importância do *sensegiving*, como forma de influência de uma linha de significação, apresentada como atividade central do *sensemaking* organizacional, tendo em vista capacidade de comunicar e sensibilizar por meio de discursos e narrativas (RESE; LAVARDA; CARNEIRO, 2019). Em outras palavras, *sensegiving* se ocupa-se com as tentativas de influenciar resultado, cuja forma de captura se dá a partir das narrativas coletadas, conforme aponta CENI (2018),

Outro ponto aspecto que fica evidente, também apresentado no gráfico 1, é a redução do volume de postagens voltadas para serviços de utilidade pública: 5 postagens em maio/18 e nenhuma postagem de mesma natureza em maio/19. Outra redução percebida foi no volume de postagens voltadas para serviços à comunidade acadêmica: em maio/18 foram 13

postagens, e em maio/19 nenhuma postagem de mesmo assunto. No entanto, em sua página oficial, a instituição permanece comunicando os serviços.

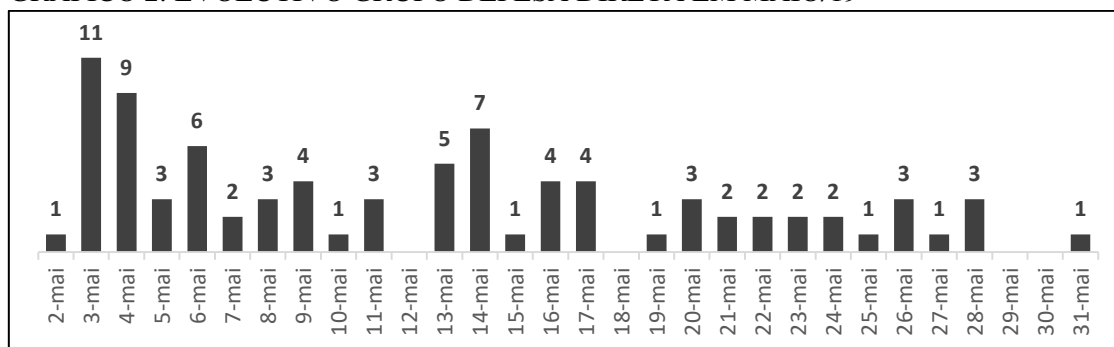
GRÁFICO 1: VOLUME DE POSTAGENS DE CADA GRUPO: MAIO/18 E MAIO/19



FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

O gráfico 2 demonstra a evolução e a intensidade diária dos comunicados de cunho defensivo em maio/19. Além do expressivo crescimento, durante o período estudado, a intensidade diária também chama atenção. Destaque, para o dia 11 de maio/19, dia em que a universidade realiza 11 postagens de mesma natureza. Esta intensa movimentação, confere o entendimento de que a UFPR adota uma postura que busca pela preservação da sua identidade organizacional, definida como o que é central, distintivo e duradouro com base nas crenças e valores organizacionais e que representa o propósito existencial UFPR, ou seja, a missão da organização e que pode representar sua autoimagem ou auto percepção, ou ainda sua imagem externa (ALBERT; WHETTEN, 1985), bem como a legitimação da relevância do seu papel frente às demandas da sociedade brasileira. Por outro lado, observa-se uma redução da intensidade ao final do período investigado.

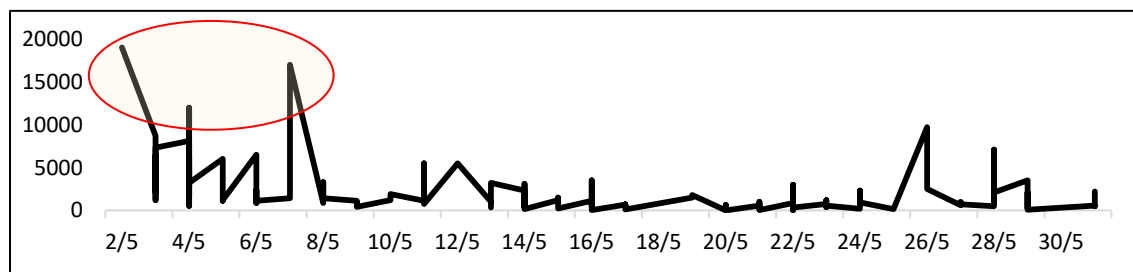
GRÁFICO 2: EVOLUTIVO GRUPO DEFESA DIRETA EM MAIO/19



FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

As publicações de cunho defensivo realizadas, apenas, alguns dias após o anúncio dos cortes, período de intensa repercussão na mídia, demonstram a solidariedade da comunidade de seguidores da instituição (Gráfico 3).

GRÁFICO 3: NÚMERO DE CURTIDAS - POSTAGENS DEFENSIVAS DIÁRIAS - MAIO/19



FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Esta correspondência, em número de curtidas, diante da sua comunidade de seguidores, é comprovada a partir da análise das publicações (Tabela 3), intituladas como: “Nota à comunidade: cortes anunciados pelo governo ameaçam a continuidade das atividades da UFPR”; “Alunos da UFPR são finalistas em competição em Harvard”; “Brasileiro mais jovem a conquistar doutorado, egresso da UFPR é eleito membro de Instituições Internacionais de Biologia”; bem como o vídeo intitulado como “Aperta o play!#UniversidadePública #EuDefendo”.

Apenas este corpus de posts, reúne mais de 46 mil curtidas, 5.510 comentários e 60.200 compartilhamentos (até a data da coleta). Sendo que, ao se somar todas as publicações realizadas em maio de 2018, período considerado em condições estáveis, a mesma Instituição recebeu, apenas: 23.929 curtidas, 4.892 comentários e 6.594 compartilhamentos de suas postagens. Percebe-se, aqui o *sensemaking* surge como um processo social ligado ao claro contexto extremo de crise, facilitando a reestruturação por meio de conversação com os praticantes da estratégia, elaborando o processo de *sensegiving*.

TABELA 3: POSTAGENS MAIS CURTIDAS E COMPARTILHADAS - MAIO/19

DATA	TÍTULO	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS
4/5/19	Brasileiro mais jovem a conquistar doutorado, egresso da UFPR é eleito membro de Instituições Internacionais de Biologia. #OrgulhoDeSerUFPR #UniversidadePública #EuDefendo	12.000	462	7.200
5/5/19	Aperta o play! #UniversidadePública #EuDefendo	8.700	656	21.000
6/5/19	"Alunos da UFPR são finalistas em competição em Harvard". #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	6.400	192	14.000
7/5/19	Nota à comunidade: cortes anunciados pelo governo ameaçam a continuidade das atividades da UFPR. #UniversidadePública #EuDefendo	19.000	4.200	18.000

#OrgulhoDeSerUFPR			
	46.100	5.510	60.200

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Como dito anteriormente, durante o percurso de coleta, observou-se que um volume de 9 postagens, de maio de 2019, todas com o uso das *hashtags* #UniversidadePública, #EuDefendo, e #OrgulhoDeSerUFPR, eram postagens de outros períodos que foram reprisadas em maio de 2019. Todas estas mensagens, por atender aos critérios de agrupamento mencionados anteriormente, foram organizadas no grupo “defesa direta”, e demonstram expressivo impacto e correspondência com comunidade de seguidores. No total, perfazem 29.325 compartilhamentos e 39.900 curtidas (Tabela 3).

TABELA 3: POSTAGENS REPRISADAS MAIS CURTIDAS E COMPARTILHADAS – MAIO/19

11	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS
Egressos de Arquitetura e Urbanismo vencem premiação internacional de melhor nova edificação do mundo. #OrgulhoDeSerUFPR #UniversidadePública #EuDefendo	1.500	43	866
Projeto de estudante da UFPR Litoral vira lei em Matinhos. #OrgulhoDeSerUFPR #UniversidadePública #EuDefendo	1.100	29	455
Pesquisadores da UFPR publicam estudo sobre câncer na revista norte-americana Science; resultados podem contribuir com novas estratégias terapêuticas. #OrgulhoDeSerUFPR #UniversidadePública #EuDefendo	6.000	130	4
Brasileiro mais jovem a conquistar doutorado, egresso da UFPR é eleito membro de Instituições Internacionais de Biologia. #OrgulhoDeSerUFPR #UniversidadePública #EuDefendo	12.000	462	7200
UFPR é a universidade com mais bolsas de produtividade em pesquisa do CNPq no Paraná	3.900	78	1.600
"Alunos da UFPR são finalistas em competição em Harvard"	6.400	192	140.00
Profissionais da UFPR pesquisam técnica inédita para medir pressão cerebral. #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	4.800	98	2.800
UFPR: A 8º INSTITUIÇÃO QUE MAIS PRODUZ CONHECIMENTO NO BRASIL #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	2.100	45	1.200
UFPR: A 8º INSTITUIÇÃO QUE MAIS PRODUZ CONHECIMENTO NO BRASIL #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	2.100	45	1.200
TOTAL	39.900	1.122	29.325

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Destaque para o impacto em sua rede de seguidores para os posts: "Alunos da UFPR são finalistas em competição em Harvard" e "brasileiro mais jovem a conquistar doutorado, egresso da UFPR é eleito membro de Instituições Internacionais de Biologia". Estas duas postagens, aqui destacadas, figuram entre as mais compartilhadas no período, conforme mostra Tabela 4.

TABELA 4: PRINCIPAIS POSTS COMPARTILHADOS MAIO/18 E MAIO/19

ANO	TÍTULO	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTI-LHAMENTOS
2018	A palestra será ministrada por Nanette Blitz Konig, conhecida por ter sido amiga da escritora Anne Frank, morta no campo de concentração Bergen-Belsen. Dia 19 de junho, a partir das 19h, no Teatro da Reitoria! HAVERÁ TRANSMISSÃO AO VIVO!	5.100	2.600	2.100
	Pelo direito de amar sem preconceitos.	2.800	84	654
	A 8ª melhor universidade do Brasil, com MUITO orgulho	1.400	65	476
		9300	2749	3230
2019	Em defesa da educação #UniversidadePública #EuDefendo	9.700	354	4.200
	Grupo de pesquisa da UFPR identifica achados relevantes para a doença de Parkinson Pesquisas do Laboratório de Neurofisiologia do Programa de Pós-graduação em Fisiologia apontaram descobertas inéditas referentes à doença de Parkinson. #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	5.500	170	3.000
	Alunos da UFPR vão participar de competição mundial de biologia sintética. #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	5.500	120	2.200
	Professora da UFPR é a única mulher das Américas a receber prêmio da Unesco. #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	17.000	403	6.900
	Doutor mais jovem do Brasil é graduado pela UFPR #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	6.500	319	2.300
	60% dos aprovados no vestibular da UFPR cursaram Ensino Médio em escolas públicas #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	8.100	478	2.700
	Brasileiro mais jovem a conquistar doutorado, egresso da UFPR é eleito membro de Instituições Internacionais de Biologia #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	12.000	462	7.200
	Pesquisas da UFPR sobre código de cores para cegos e moda funcional para deficientes recebem prêmio de inclusão #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	6.500	126	3.500
	Os professores do Núcleo de Tradução da UFPR levaram 10 títulos nos últimos anos no Jabuti, na APCA (Associação Paulista de Críticos da Arte)	5.200	85	2.400

ANO	TÍTULO	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS
	e na Biblioteca Nacional. #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR			
	Confira nove importantes pesquisas realizadas pela UFPR que podem mudar a sociedade #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	3.600	109	2.600
	"Cientistas brasileiros criam tecnologia inédita para conforto térmico e são premiados nos EUA" #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	8.700	174	5.200
	Aperta o play! #UniversidadePública #EuDefendo	8.700	656	21.000
	"Alunos da UFPR são finalistas em competição em Harvard" #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	6.400	192	14.000
	Aluno de universidade federal desenvolve concreto permeável sustentável #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	5.500	178	4.500
	Profissionais da UFPR pesquisam técnica inédita para medir pressão cerebral #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	4.800	98	2.800
	Novas bactérias desenvolvidas pela UFPR devem diminuir uso de fertilizantes nitrogenados e aumentar produtividade agrícola no Brasil #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	7.300	167	5.800
	Nota à comunidade: cortes anunciados pelo governo ameaçam a continuidade das atividades da UFPR #UniversidadePública #EuDefendo #OrgulhoDeSerUFPR	19.000	4.200	18.000
		140.000	8.291	108.300

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Outro aspecto relevante, é que em maio de 2018, as três postagens com maior volume de compartilhamento, destacadas na tabela 4, não se aproximaram do volume compartilhado em maio de 2019. Em maio de 2019, 17 postagens ficaram acima dos 2100 compartilhamentos cada (melhor volume de maio de 2018), perfazendo um volume total de mais de 108 mil compartilhamentos. Quando se compara o impacto das publicações na comunidade de seguidores, segregada por grupo de análise, antes e pós corte, observa-se claramente (Tabela 5) a correspondência de sua comunidade, refletida em forma de curtidas e compartilhamentos.

Outro aspecto que fica evidente é a necessidade de recuo no atendimento aos serviços de utilidade pública, bem como às questões da comunidade acadêmica. Lembrando que estes dois grupos organizam, respectivamente, as postagens relacionadas a algum tipo de prestação de serviços de ajuda à comunidade em geral (solicitações para doações de sangue, medula, entre outras de mesma natureza), e as postagens relacionadas aos serviços prestados com exclusividade para a comunidade acadêmica (manutenções prediais, funcionamento dos

restaurantes universitários, entre outras. Cabe ressaltar, que a instituição continuou publicando esses serviços em sua página oficial (www.ufpr.com.br).

TABELA 5: VARIAÇÃO MAIO/18 E MAIO/19 POR GRUPO DE ANÁLISE

VOLUME DE "CURTIDAS"	mai/18	mai/19	Δ%
DEFESA DIRETA	577	221.683	38320%
RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE EM GERAL	7.907	14.834	88%
SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA	1.479		
SERVIÇOS À COMUNIDADE ACADÊMICA	4.457		
MANUTENÇÃO / DEFESA INDIRETA	9.509	40.290	324%
TOTAL	23.929	276.807	1057%
VOLUME DE "COMENTÁRIOS"	mai/18	mai/19	Δ%
DEFESA DIRETA	69	11.829	17043%
RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE EM GERAL	3.222	1.041	-68%
SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA	185		
SERVIÇOS À COMUNIDADE ACADÊMICA	821		
MANUTENÇÃO / DEFESA INDIRETA	595	1334	124%
TOTAL	4.892	14.204	190%
VOLUME DE "COMPARTILHAMENTOS"	mai/18	mai/19	Δ%
DEFESA DIRETA	205	132.701	64632%
RELACIONAMENTO COM A COMUNIDADE EM GERAL	2.625	3.919	49%
SERVIÇO DE UTILIDADE PÚBLICA	456		
SERVIÇOS À COMUNIDADE ACADÊMICA	1.058		
MANUTENÇÃO / DEFESA INDIRETA	2.250	18.526	723%
TOTAL	6.594	155146	2253%

FONTE: ELABORAÇÃO PRÓPRIA, BASE DE DADOS FACEBOOK (2019).

Como visto no início deste trabalho, a forma como as organizações elaboram ou defendem sua identidade pode ser entendida como um processo político-estratégico, e a perda de sua identidade pode corresponder a uma ameaça organizacional. Como resposta a essa ameaça, as organizações, em seus processos de socialização carregados de significados, atuarão de forma a influenciar a construção de sentidos dos demais praticantes envolvidos, promovendo o surgimento do papel do *sensegiver*. A análise o volume de postagens, segregadas por grupos categorizados, incluindo o reflexo em volume de curtidas, comentários e compartilhamentos, indica uma forte correspondência da comunidade com a qual a instituição estabelece seus vínculos. O aumento expressivo de comunicados, especialmente os de cunho defensivo, em maio de 2019, indica que a Instituição precisou reunir esforços em prol de sua legitimidade. Reforçando, ainda, o zelo por sua imagem de uma Instituição responsável pelo espaço que ocupa nos rankings de produção acadêmica (nacional e internacional). Além de garantir a manutenção de sua imagem de Instituição que preza pela excelência no que se do tripé: ensino, pesquisa e extensão, em atenção total aos pressupostos constitucionais. Como dito anteriormente, todos estes esforços encontram correspondência junto a sua comunidade seguidora, na referida rede social escolhida para análise.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os movimentos no contexto econômico, político e social brasileiro contribuem, atualmente, para o surgimento de uma multiplicidade de opiniões e posições ideológicas que acabam por colocar no centro deste debate o papel da universidade na sociedade. Este artigo teve como objetivo analisar de que maneira, diante do anúncio de corte de verbas, realizado pelo Governo Federal, em 29 de abril de 2019, uma universidade pública federal, buscou por meio das redes sociais sustentar a sua identidade organizacional, como um local de excelência em ensino, pesquisa e extensão. De forma mais específica, intencionou-se analisar os significados imbricados na sua comunicação após o anúncio do corte.

Uma investigação que transitou pelo campo da análise sociológica e da psicologia social, intencionou apoiar as análises dos dados coletados. Neste sentido, Maitlis e Christianson (2014) em seus estudos que abordam questões sobre choques ambientais e crises organizacionais, oferecem explicações sobre como as organizações reúnem esforços, muitas vezes, repetidos para responder a mudanças exógenas significativas. Os dados coletados e analisados fornecem pistas que indicam uma mudança de posicionamento em mídia social, sugerindo que há uma defesa da sua legitimidade identidade organizacional, após o anúncio de corte orçamentário, indicando, inclusive, um potencial desajuste ao ambiente externo.

Identidade organizacional, embora um conceito não unívoco, foi tratado neste artigo pela perspectiva dos autores Albert e Whetten (1985) que a definem como algo que é central, distintivo e duradouro, com base nas crenças e valores organizacionais e que representa o propósito existencial da organização, ou seja, a missão da organização e que pode representar sua autoimagem ou auto percepção, ou ainda, sua imagem externa. Considerando que as universidades públicas são pautadas por determinações previstas na Constituição Federal/88, considerou-se que o anúncio do corte de verbas, muito questionado por especialistas em educação, no que se refere ao viés político e ideológico, configurou uma ameaça à identidade organizacional da referida Instituição estudada.

Nesta pesquisa, utilizou-se da perspectiva do *sensemaking* como uma espécie de lente exploratória para analisar quais os significados imbricados na comunicação após o anúncio do corte. Neste sentido, observou-se que, em especial, as postagens com as mensagens #UniversidadePública #EuDefendo, e #OrgulhoDeSerUFPR, buscavam legitimar o papel da universidade investigada, frente às ameaças em torno de sua identidade organizacional, e eliminar qualquer forma de obscurantismo de sua imagem. Entretanto, cabe observar que há argumentos na literatura, conforme assevera Weick (1995), que conduziriam esta pesquisa para outro nível de análise: o das relações de poder. No argumento deste autor, outras definições posicionam o *sensemaking* como um processo social que ocorre entre as pessoas. Nesta perspectiva, o significado seria fruto de uma negociação, podendo ser contestado e mutuamente co-construído. Entretanto, os estudos sobre as relações de poder e os mecanismos do seu respectivo controle não foram objetos de análise. Sugerindo, assim uma agenda para novas pesquisas, que explore as narrativas ocultas no posicionamento do Estado neste processo de negociação estratégica. Por fim, observa-se que o residual desta pesquisa se consolida na compreensão de como o processo de *sensemaking* e *sensegiving* contorna as práticas estratégicas organizacionais em defesa da identidade organizacional.

REFERÊNCIAS

- ALBERT, Stuart e WHETTEN, David A. *Organizational Identity*, 1985. In: HATCH, Mary Jo; SCHULTZ, Majken (Ed.). *Organizational identity: A reader*. Oxford University Press on Demand, 2004.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BRANT, Danielle. SALDAÑA, Paulo. **Orçamento do MEC tem perdas reais desde 2015 após série de cortes**. Jornal Folha de São Paulo. Educação. Brasília. Disponível em: < <http://bit.ly/2LiQuuU> >. Acesso em: 07 mai. 2019.
- DUNKER, L. I. Christian. **A Balbúrdia de Weintraub**. Jornal Folha de São Paulo. Opinião. São Paulo. Disponível em: < <http://bit.ly/2NfzynV> >. Acesso em: 07 mai. 2019.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra. 2013.
- CBN Curitiba. Sete universidades do Paraná estão entre as melhores da América Latina. Curitiba, Paraná, 2019 Disponível em: < <http://bit.ly/2Yh0Knm> >. Acessado em 23 de jun. de 2019.
- CENI, J. O PROCESSO DE SENSEGIVING NAS NARRATIVAS DA SAMARCO: A prática de storytelling referente ao rompimento na barragem de Fundão em Mariana. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2018 Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/54501>. Acessado em 14.07.2019.
- CORDEIRO, Vinicius. **UFPR é a melhor do Paraná em lista das 400 melhores universidades da América Latina**. Paraná Portal. Curitiba, Paraná, 2019. Disponível em: < <http://bit.ly/2IKFSPS> >. Acessado em 21 de jun. de 2019.
- CORREA, M. V. P.; LOURENÇO, M. L. **A constituição da identidade dos professores de pós-graduação stricto sensu em duas instituições de ensino superior: um estudo baseado nas relações de poder e papéis em organizações**. Cadernos EBAPÉ.BR, v. 14, n. 4, p. 858-864, 2016
- DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. *The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*. American Sociological Review, v. 48, 1983.
- FARIA, J. H. **Poder, controle e gestão**. Curitiba: Juruá, 2017.
- FERNANDES, M. E. R.; MARQUES, A. L.; CARRIERI, A. P. **Elementos para compreensão dos estudos de identidade em teoria organizacional**. In: CARRIERI, A. P. (org.) et al. Identidade nas organizações. 29-62. Curitiba: Editora Juruá, 2010.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. INEP. **Censo da Educação Superior: Notas Estatísticas de 2017**. Ministério da Educação, Brasil, 2018. Disponível em: < <http://bit.ly/2LfgFyV> >. Acessado em 23 de jun. de 2019.

MACHADO-DA-SILVA, C.L.; NOGUEIRA, E. E.S. **Identidade Organizacional: um Caso de Manutenção, outro de Mudança**. RAC, Edição Especial 2001:

MACHADO, H. V. **A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise**. Revista de Administração Contemporânea, v. 7, n. n.spe, p. 51-73, 2003.

MAITLIS, S.; CHRISTIANSON, M. **Sensemaking in Organizations: Taking Stock and Moving Forward**. *The Academy of Management Annals*, v. 8, n. 1, 2014.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. **Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony**. *American Journal of Sociology*, v. 83, n. 2, 1977.

Portal do Governo Federal. Ministério da Educação, MEC. **Bloqueio total do MEC nas universidades foi de 3,4%. Ministério da Educação**. Assessoria de comunicação social. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=75781>>. Acesso em: 07 mai. 2019.

Portal do Ministério da Educação. **Qual é a diferença entre faculdades, centros universitários e universidades?** Brasil, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2FwLH1y>>. Acessado em 20 de jun. de 2019.

Portal *The World University Rankings*. **Latin America University Rankings 2019**. Disponível em: <<http://bit.ly/2Xw9ZmE>>. Acessado em 24 de jun. de 2019.

Portal da Universidade Federal do Paraná, UFPR. **Nota à comunidade: cortes anunciados pelo governo ameaçam a continuidade das atividades da UFPR**. Superintendência de Comunicação Social. Disponível em: <<http://bit.ly/2Nb0vJj>>. Acesso em: 07 mai. 2019.

RESE, N. LAVARDA, R.A.B.; CARNEIRO, V. Estratégia como prática. In: Márcio Moutinho Abdalla, Marco Antonio Conejero e Murilo Alvarenga de Oliveira. (Org.). **Administração Estratégica: da teoria à prática no Brasil**. 1ed. São Paulo: GEN/Atlas, 2019, v. 1, p. 159-175.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations: ideas and interests**. 3. Ed. London: Sage, 2008.

SIMPSON, B.; CARROLL, B. **Re-viewing 'role' in processes of identity construction**. *Organization*, v. 15, n. 1, p. 29-33, 2015.

SUCHMAN, M. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, v. 20, n. 3, 1995.

VAN LEEUWEN, T. Legitimation in discourse and communication. *Discourse and Communication*, v.1, n. 1, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.

WEICK, K. E. **Sensemaking in Organizations: Foundations for Organizational Science**. London: Sage Publications, 1995.