

IDENTIDADES NAS ORGANIZAÇÕES: BASE INTELECTUAL E TENDÊNCIAS DO CAMPO DE PESQUISAS POR MEIO DE UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

ALEXANDRA REZENDE SILVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)
alexandrarezende_mg@hotmail.com

KELLY CARVALHO VIEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)
kellycarvalho1108@hotmail.com

TATIANA CUBIAKI PIRES
tatianacubiaki@hotmail.com

JOEL YUTAKA SUGANO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)
joel.sugano@dae.ufla.br

IDENTIDADES NAS ORGANIZAÇÕES: BASE INTELLECTUAL E TENDÊNCIAS DO CAMPO DE PESQUISAS POR MEIO DE UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

1 INTRODUÇÃO

O tema identidade tem sido muito discutido em estudos alusivos a fenômenos sociais contemporâneos (BAUMAN, 2005; HALL, 2006). O estudo da identidade tornou-se aparente no universo de pesquisas organizacionais no final dos anos 1980 e desde então tem se desenvolvido em múltiplos níveis de análise, dentre os quais destacam-se estudos sobre a temática de identidade pessoal (construção individual do “eu”) e social (visão do “eu” criada a partir da vinculação com grupos), além de pesquisas sobre os temas identidade cultural, organizacional, no trabalho e outras. Os diversos níveis de identidade têm se mostrado importante para melhor compreensão das práticas individuais e coletivas, que ampliam diretamente nas organizações e conseqüentemente no seu funcionamento (MACHADO, 2003; CARRIERI; PAULA; DAVEL, 2008; RAVASI; CANATO, 2013).

Além da visão da identidade social e pessoal, a identidade nas organizações se apresenta com uma multiplicidade de caminhos possíveis (CARRIERI; PAULA; DAVEL, 2008) dentre as quais se destacam os conceitos de identidade no trabalho (SAINSAULIEU, 1977; MACHADO, 2003) e principalmente identidade organizacional (WHETTEN; GODFREY, 1998; BROWN; STARKEY, 2000; GIOIA, SCHULTZ; CORLEY, 2000; PRATT; FOREMAN, 2000; SCOTT; LANE, 2000) embasadas no comportamento de indivíduos e/ou grupos no cotidiano ou nas organizações. Especialmente, para Ravasi e Canato (2013) a identidade organizacional tem ganhado espaço nos estudos organizacionais a medida que o vocabulário e perspectivas têm se adequado a essa área. Porém, ainda necessita aprimoramento nos aspectos metodológicos de modo que os pesquisadores possam ser direcionados para questões de pesquisa.

Em destaque, Ravasi e Canato (2013) argumentam que existem várias perspectivas para tratar a questão da identidade o que causa muitas vezes confusões em como conduzir os estudos. Sob essa perspectiva realizar uma pesquisa sobre as relações possíveis entre os termos identidades e organizações é fundamental. Portanto, devido a multiplicidade de percepções sobre a identidade nas organizações e em relação as organizações, este artigo pretendeu responder a segunda indagação: Como se configura o campo de pesquisas sobre identidades nas organizações? Nesse sentido, objetiva-se neste artigo identificar e analisar a base intelectual e as tendências do campo de pesquisa sobre identidades nas organizações.

Dentre as justificativas para realização desse estudo destaca-se: i) não foram encontrados estudos sistemáticos bibliométricos sobre as pesquisas que contemplam simultaneamente os diversos tipos de identidades presentes no âmbito das organizações (como identidade no trabalho, identidade organizacional, identidade social, identidade pessoal e outras); ii) o artigo contribuir ao estabelecer nesse campo tendências e perspectivas de pesquisas; e iii) identifica possíveis lacunas de pesquisas teóricas e empíricas. Portanto, apresenta as bases do campo, a partir qual podem se erguer novas pesquisas teóricas e empíricas.

Cabe destacar que já foram desenvolvidos trabalhos com a temática de identidade e organizações, como o de Ravasi e Canato (2013) em que os autores buscaram rever os métodos de pesquisa adotados por estudos de identidade organizacional publicados em periódicos de alto nível, com o objetivo de obter conhecimentos sobre o estado atual das práticas de pesquisa. (RAVASI; CANATO, 2013). Todavia, este e outros artigos (FREIRE; MURITIBA, 2013; GRESELE; OBANA; SOUZA, 2015) focaram o conceito de identidade organizacional em periódicos específicos, que não é o caso desse trabalho que não delimitou periódicos específicos nem teve por foco identidade organizacional, objetivando abarcar

conceitos como identidade pessoal, social, de grupo, de trabalho e outras nas suas relações com as organizações e os processos de organizar.

2 IDENTIDADES E ORGANIZAÇÕES

2.1 Conceitos de Identidade

Existe um campo vasto no que se trata de identidade para ser estudado, em suas diversas configurações e níveis. A identidade é tema recorrente nos estudos em sociologia, consumo, filosofia e organizações (BARBOSA, 2004; BAUMAN, 2005; HALL, 2006; WHETTEN; GODFREY, 1998; BROWN; STARKEY, 2000; GIOIA, SCHULTZ; CORLEY, 2000; PRATT; FOREMAN, 2000; SCOTT; LANE, 2000).

Isso se torna factível na sociedade contemporânea, a partir do momento que é nela, que livres das amarradas das tradições (BAUMAN, 2005) pode-se segundo Giddens (2005) buscar reflexivamente novas identidades e construir identidades de resistência ou projeto (CASTELLS, 1999). Isso só se fez presente após a queda, segundo diagnóstico de Bauman (2005), Giddens (2005) e Hall (2006), das ‘velhas identidades fixas’ já que “[...] perguntar ‘quem você é’ só faz sentido se você acredita que possa ser outra coisa além de você mesmo” (BAUMAN, 2005, p. 25). Seja no âmbito da vida pessoal ou dentro das organizações.

Contudo, as teorias contemporâneas de identidade indicam que mesmo sendo construídas reflexivamente, as identidades não se constroem e reconstroem (HALL, 2006) em um vácuo, mas tão somente nas relações entre indivíduos, grupos, organizações e sociedade em sentido amplo, portanto, as organizações, que hoje são parte central da vida social são fundamentais nos processos de construção, reconstrução, resistências, identificações, enfim, em processos que envolvem as identidades (WHETTEN; GODFREY, 1998; BROWN; STARKEY, 2000; GIOIA, SCHULTZ; CORLEY, 2000; PRATT; FOREMAN, 2000; SCOTT; LANE, 2000).

Segundo Stuart Hall (2006, p. 7) “a questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social”. Para o autor, “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como sujeito unificado” (Hall, 2006, p. 7). Sobre isso, Zygmunt Bauman (2005) nos informa que a identidade é uma questão central hoje, um ‘dilema intrigante’ e ‘papo do momento’.

Desta forma mostra-se como “um dos mais populares tópicos nos estudos organizacionais contemporâneos, bem como em outras áreas de conhecimento das ciências sociais [...]” (CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015, p. 352). Sendo abordado em temas como consumo, relações de poder e gênero, cultura, empreendedorismo, tomada de decisão, estratégia, dentre outros (CARRIERI; PAULA; DAVEL, 2008; FREIRE; MURITIBA, 2013; GIOIA; SCHULTZ; CORLEY, 2013; RAVASI; CANATO, 2013; CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015; GRESELE; OBANA; SOUZA, 2015).

Especificamente, Hall (2006) apresenta três concepções de identidade: a) sujeito do iluminismo, b) sujeito sociológico; e c) sujeito pós-moderno. A primeira compreende que o sujeito estava baseado num conceito de pessoa unificada que possui, de certa forma, um núcleo rígido (HALL, 2006). Nessa primeira visão é marcante as abordagens do positivismo, funcionalismo, mas também algumas abordagens críticas. No que se refere à perspectiva do sujeito sociológico se compreende que a identidade é formada na interação entre o ‘eu’ e a ‘sociedade’. Nessa é notório as visões do interacionismo simbólicos especialmente a partir ds texto de “*Mind, Self and Society*” de George Herbert Mead.

No que tange ao sujeito pós-moderno, ele passa a ser compreendido como fragmentado ou líquido (BAUMAN, 2005), composto por várias identidades e que se transformam constantemente – a mudança é emento constituinte (HALL, 2006). Essa perspectiva retira também a ideia que uma identidade possa ser dada ao nascer, e passa a ser

um projeto que vai se transformando durante toda a vida (CASTELLS, 1999; BAUMAN, 2005). A questão central é a existente de uma identidade sempre “idêntica a um eu”, racional e coerente consigo mesma, que, conforme se observa abaixo reflete no entendimento sobre identidades e organizações.

Em outra classificação, Castells (2003, p. 2) ao tratar da construção de identidade nos informa que ela é “[...] “fonte de significado e experiência de um povo”, e, portanto de identificação simbólica. Trazendo para o âmbito dos atores, Castells (2003, p. 2) considera: “No que diz respeito aos actores sociais, entendo por identidade o processo de construção do significado com base num atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevale(m) sobre outras formas de significado” (CASTELLS, 2003, p. 3). Para ele as identidades podem ser múltiplas e “essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quando na acção social” (CASTELLS, 2003, p. 3). Além disso, para Castells (2003) a construção de identidade é marcada por um contexto permeado por relações de poder e segundo este autor é possível identificar três formas de identidade, a identidade legitimadora relacionadas aquelas introduzidas pelas instituições hegemônicas; a identidade de resistência que é criada como uma forma contrária ou oposta as identidades dominantes, daí a ideia de resistência e, por fim, a identidade de projeto que se relaciona com as possibilidades de redefinição da identidade.

No campo da administração e dos estudos organizacionais essas concepções têm seus momentos e subcampos de estudos, entretanto, a visão chamada por Hall (2006) de pós-moderna e hoje bastante utilizada (CARRIERI; PAULA; DAVEL, 2008; CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015). Adiante, em Cardoso, Hanashiro & Barros (2015) se observa menção de que os estudos no campo acrescentaram nos últimos anos. Ravasi e Canato (2013) destacam, no que tange ao conceito de identidade organizacional, o crescimento e uma diversidade de temas, áreas e perspectivas de pesquisas.

Todavia, a identidade é em todas as áreas um conceito multifacetado que permite diversas abordagens como na sociologia: identidade nacional; identidade geracional; identidade de gênero; identidade étnica; identidade cultural, entre outras (COSTA, 2008). Ao tratar do contexto organizacionais, Machado (2003), identifica o uso dos conceitos de identidade pessoal, identidade social, identidade no trabalho e identidade organizacional.

Essa **identidade pessoal** “[...] constitui uma tentativa de explicação do conceito de si, sendo fruto de uma construção psicológica [podendo ocorrer] participação dos outros na construção da própria identidade” (MACHADO, 2003, p. 55), trazendo assim a ideia de identidade social, ou seja, por mais que se configurem como níveis interdependentes de identidade estes estão interconectados. A **identidade social** se refere ao desejo de pertencer a um grupo e também a auto percepção como componente do grupo, ambas se constituem como resultado da combinação de psicológico e fatores sociais (MACHADO, 2003). Configura-se assim como uma percepção de unidade com um grupo de pessoas, decorrente da categorização de indivíduos, do carácter distintivo e o prestígio do grupo, levando a atividades que são condizentes com a identidade como o apoio à instituições que encarnam a identidade, percepções do “eu” e do “outro”, concepções estas associada as formações de grupos (ASHFORTH; MAEL, 1989).

Essa identificação social leva de acordo com Worchel (1998) muitas vezes ao sacrifício da vida pessoal (como tempo e recursos financeiros), como pode-se ver claramente nos contextos profissionais onde “os papéis ligados ao mundo do trabalho compõem uma face da estrutura indenitária dos indivíduos” (MACHADO, 2003, p. 58). Neste contexto, destaca-se os níveis de identidade no trabalho e identidade organizacional.

A **identidade no trabalho** tem ligação direta com as “relações de trabalho e de poder que é mantido no universo empresarial influencia sobremaneira a construção de identidades” que “geram normas coletivas de comportamento e fornecem a possibilidade de construir uma

identidade no trabalho” (MACHADO, 2003, p. 58). Já **identidade organizacional** “tem suas raízes nos estudos relacionados à formação de identidade presentes na filosofia, psicologia, sociologia e antropologia” (CARRIERI; PAULA; DAVEL, 2008, p. 130) e faz alusão ao processo em que a organização se torna parte da mente dos seus integrantes, ou seja, é modeladora da identidade pessoal do trabalhador (SCOTT; LANE, 2000). Albert e Whetten (1985) apresentaram o conceito de identidade organizacional relacionando-o com crenças compartilhadas pelos membros da organização (CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015, p. 352). Sobre estes conceitos de identidade Machado (2003) apresenta um modelo de integração ente níveis de estudos da identidade (Figura 1).

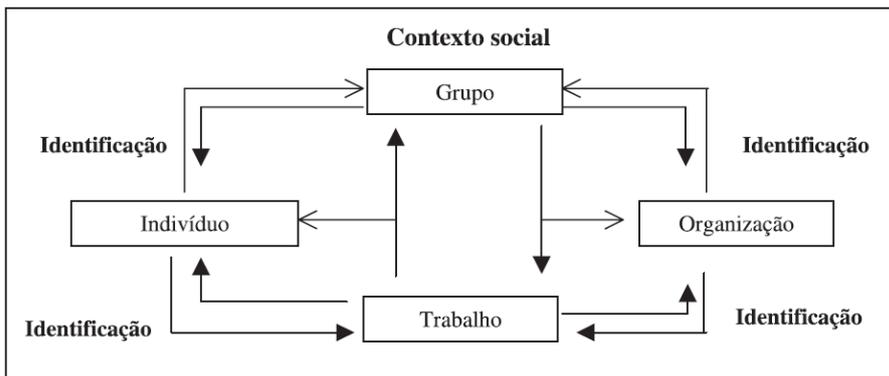


Figura 1: Integração ente níveis de estudos da identidade.
Fonte: Machado (2003, p. 65).

Assim, esses níveis e abordagens de identidade são profundamente inter-relacionados nesse sentido a “formação do autoconceito [aparece] englobando a noção de grupo, incorporando o trabalho e as organizações, alicerça-se em etapas gradativas, construídas sobre processos de identificação, originalidade e conformação, os quais são permeados pela emoção e pela cognição”. Para a autora a identidade pessoal percorre os âmbitos do trabalho, dos grupos e das organizações em constante construção e desconstrução, confirmando o caráter dinâmico e complexo do contexto social (MACHADO, 2003, p. 64). Além disso, o Quadro 1 destaca estes conceitos de identidade (pessoal, social, no trabalho e organizacional) e uma diversidade de textos que fazem menção as mesmas, mesmo que não seja de forma exclusiva.

Identidade	Autores
Identidade pessoal	Machado (2003); Fernandes e Zanelli (2006); Machado-da-Silva, Clóvis e Nogueira (2016); Santos (1994); Caldas e Wood Júnior (1997).
Identidade social	Machado (2003); Carrieri, Paula e Davel (2008); Ashforth; Mael (1998).
Identidade no trabalho	Sainsaulieu (1977); Machado (2003).
Identidade organizacional	Albert e Whetten (1985); Whetten e Godfrey (1998); Brown e Starkey (2000); Gioia, Schultz e Corley (2000); Pratt; Foreman (2000); Scott e Lane (2000); Machado (2003); Wood Júnior (1997).

Quadro 1: Concepções de identidades.
Fonte: Elaborado pelos autores.

Apresentado algumas visões, níveis de análise e a diversidade de temas e variantes de pesquisas sobre identidades e organizações, apresenta-se na subseção abaixo algumas pesquisas (revisões bibliográficas) anteriormente realizadas.

2.2 Identidades e Organizações: Revisões Bibliográficas Anteriores

Aqui, destacamos alguns estudos previamente realizados e que tem como foco alguma forma de revisão de literatura envolvendo de forma direta ou indireta identidade e organizações. Como exemplo de estudos nacionais temos “Identidade organizacional: análise

bibliométrica da produção brasileira de 2000 a 2011” onde os autores, Freire e Patricia (2013), trazem uma contribuição para os estudos teóricos e empíricos sobre identidade organizacional no Brasil, ao realizar uma análise bibliométrica de estudos sobre identidade organizacional no período de 2000 à 2011, seguindo o modelo proposto por Caldas e Wood Junior (1997). Colocam também que:

Considerando-se os subtemas relacionados à identidade organizacional, pôde-se verificar que a cultura organizacional, os processos de projeção da identidade e identificação organizacional foram os mais comuns dentre os artigos analisados, possibilitando a construção de novas relações. Apenas dois artigos trabalharam a relação da cultura Organizacional, apontando para oportunidades de estudos dessas possíveis interações. [...] (FREIRE; MURITIBA, 2013, p. 12).

Outro trabalho de revisão bibliométrica nacional desenvolvido acerca de identidade e organizações é dos autores Gresele, Obana e Souza (2015) e trata sobre os temas identidade organizacional, *organizing* e *sensemaking*. Neste trabalho destacam que:

[...], houve uma evolução no número de publicações sobre os temas, apesar de uma pequena retração em *sensemaking*; em todas os campos, nos artigos mais referenciados, pode se dar destaque aos trabalhos de Karl Weick, que também está entre os mais prolíficos e, pela análise das correlações das citações, há um destaque nas relações com os campos; por fim, na análise das palavras-chave e palavras dos títulos, constatou-se a presença de um relacionamentos dos temas, principalmente da identidade organizacional na pesquisa de *sensemaking* [...]. (GRESELE; OBANA; SOUZA, 2015, p. 11).

Já sobre a perspectiva dos estudos internacionais, Ravasi e Canato (2013) no trabalho “*How do i know who you think you are? a review of research methods on organizational identity*” buscaram rever os métodos de pesquisa adotados por estudos de identidade organizacional publicados em periódicos de alto nível, com o objectivo de obter conhecimentos sobre o estado atual das práticas de pesquisa, descobrindo seus pressupostos ontológicos e epistemológicos. Como resultado Ravasi e Canato (2013) sugerem que diferentes premissas paradigmáticas levaram pesquisadores a usar o mesmo rótulo para se referir a diferentes facetas de um amplo fenômeno associado com a construção da identidade dos membros, expressões e promulgação de representações de sua organização. Para Ravasi e Canato (2013) até certo ponto, esses múltiplos focos têm enriquecido compreensão do fenômeno global – conforme ele cita autores que defendem essa abordagem – todavia para os autores da revisão isso pode causar equívocos nas pesquisas, especialmente em termos do uso adequado de conceitos.

Assim, para concluir essa seção, indica-se que apesar das revisões já realizadas, não foi encontrado nenhum trabalho que se caracterize como uma revisão bibliométrica sistemática da produção acadêmica sobre identidade e organizações dos anos de 1989 a 2016, em especial, dado que as revisões realizadas já delimitam de forma inicial o conceito de “identidade organizacional” (ou outros temas como a revisão acima citada que tratava de identidade organizacional, *organizing* e *sensemaking*) e com isso já fazem corte em pesquisas que tratem de identidade e organizações sem fazer referência ao outros conceitos conceito ou que lidam com identidade no trabalho, identidade social ou identidade individual.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Para atingir os objetivos deste estudo, foi utilizado a bibliometria dentro de um conjunto de publicações possibilitando aplicações como a identificação dos autores mais citados, das obras mais referenciadas, as tendências e crescimento do conhecimento, das instituições e países que mais discutem determinado tema, as palavras-chave mais utilizadas, os periódicos mais produtivos em determinado tema, dentre outras possibilidades (PINTO;

SERRA; FERREIRA, 2014; PRADO et al., 2016). Portanto, nessa perspectiva orienta-se por uma visão ampla de tendências, padrões. (CHEN, 2006; PRADO et al., 2016).

Desta forma, no intuito de conhecer a produção acadêmica sobre identidade e organizações foi realizada uma análise bibliométrica de artigos científicos disponíveis na base *Web of Science* (uma das bases internacionais com maior número de artigos) fornecendo assim um padrão para as buscas. Apesar das limitações de pesquisas realizadas em uma única base e outras decorrentes dos procedimentos (BITTAR; SILVA; HAYASHI. 2011; TAŞKIN; et al., 2014), ela oferece dados em qualidade e quantidade para uma análise bibliométrica coerente (PRADO et al., 2016).

Para a busca foi utilizada a expressão “*identit**” (permite as possibilidades de “identidade”, “identidades” e “identitário”) e “*organi?ation**” (permite as possibilidades de “organização”, “organizações” e “organizacional” em inglês norte-americano e britânico, o sinal “?” indica que pode ser “s” ou “z”) no campo ‘título’. Os filtros utilizados para refinamento foram somente artigos científicos, apenas categoria *Management or Business* e todos os anos até 2016 e qualquer idioma. A escolha por somente *Management or Business* na *Web of Science* direciona os artigos para o campo de estudos organizacionais e das ciências administrativas como um todo.

Com isso o primeiro encontrado foi de 1989 e no total foram encontrados 217 artigos. Após isso, iniciou-se os processos, salvamentos e organização dos dados com o auxílio dos softwares *EndNote* e *CiteSpace* (CHEN, 2006) bem como de planilha eletrônica. As análises foram focadas nos artigos seminais, no volume das publicações e tendências temporais, nos artigos mais citados, nos periódicos, no país de origem dos primeiros autores, nas categorias (áreas) das publicações e nas palavras-chave.

Especificamente, foram geradas redes de tendências nas publicações da base intelectual do campo (CHEN, 2006). Essa base intelectual diz respeito aos artigos citados, neste caso, pelos 217 artigos que compõe nosso banco de dados. Cabe destacar, por fim, que as redes foram utilizadas tendo por intuito para visualizar o campo de publicações e suas principais tendências (PRADO et al., 2016), e não cálculos específicos como de centralidade e intermediação comuns nas análises sociométricas. Na parte seguinte, apresenta-se os resultados e análises.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente, buscou-se analisar as tendências temporais de publicação. Nota-se que, apesar de algumas oscilações, o número de publicações vem crescendo até o presente momento, podendo constatar que 2015 foi o ano com maior número de artigos publicados (22 artigos). O crescimento das publicações a partir dos anos 2000 está em consonância com as considerações de Cardoso, Hanashiro e Barros (2015) e Ravasi e Canato (2013) acerca do crescimento do campo de estudos em identidade organizacional, tanto em nível internacional quanto nacional. É relevante ressaltar que o primeiro artigo encontrado é de 1989 e que até 2005 o número de artigos era relativamente baixo. Observa-se um grande salto no número de publicações a partir do ano de 2006, um possível motivo é o aumento de interesse dos pesquisadores pelo tema.

Os primeiros artigos do campo são “*Social identity theory and the organization*” (ASHFORTH; MAEL, 1989) e “*Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation*” (DUTTON; DUKERICH, 1991), estes são os primeiros artigos encontrados na nossa busca. Contudo, o artigo de 1989 (ASHFORTH; MAEL, 1989) não é o artigo que funda o campo, mas um dos principais, já que como indica as redes de co-citação o texto seminal é “*Organizational Identity*” (ALBERT; WHETTEN, 1985) e foi publicado como capítulo de livro “*Research in Organizational Behavior*” – em destaque esse texto é citado por Ashforth e Mael (1989). Cabe considerar que Albert e Whetten (1985) distinguem

entre organizações holográficas em que os indivíduos em todas as subunidades compartilham uma identidade comum (ou identidades) e as organizações ideográficas em que os indivíduos mostram identidades específicas das subunidades. Além disso, para Albert e Whetten (1985) aponta que organizações criam uma identidade, na medida em que há uma compreensão compartilhada e duradoura entre seus membros. Segundo Cardoso, Hanashiro e Barros (2015, p. 352) “Albert e Whetten (1985) introduzem o conceito de identidade organizacional (IO) como um conjunto de crenças partilhadas por seus membros sobre aspectos vistos como a essência da organização (centralidade), aspectos que distinguem a organização de outras (distinção) e aspectos que a organização ou seus membros desejam manter ao longo do tempo (continuidade)”.

Contudo, a proposta de Albert e Whetten (1985) já foi criticada por outros autores dado que seu conceito de identidade organizacional pressupõe elementos como centralidade, distinção e durabilidade (CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015) – críticas que se estendem aos textos Albert (1998) e Whetten (2006). Nisso, textos como de Gioia et al. (2013) apostam na ideia de uma identidade mais dinâmica.

“Identidade nas organizações”, “identidade com a organização”, identificação” e “imagem” são termos que aparecem recorrentemente na literatura. Teoria e pesquisas sugerem que a identidade individual e a organizacional estão intimamente ligadas (ASHFORTH e MAEL, 1989; DUTTON, DUKERICH e HARQUAIL, 1994; ELSBACH e KRAMER, 1996) da mesma forma como imagem organizacional e IO (DUTTON e DUKERICH, 1991; HATCH e SCHULTZ, 1997). Os aspectos de distinção da IO estão relacionados à percepção de exclusividade da organização, referência para garantir a identificação (ASHFORTH e MAEL, 1989). (CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015, p. 355).

Além disso, Scott e Lane (2000) sugerem que a identidade organizacional deve ser entendida em um sentido mais relacional e negocial – considerando assim interações e a aderência (CARDOSO; HANASHIRO; BARROS, 2015).

Finalmente, sobre as tendências temporais, cabe destacar que de certa forma o campo de estudos emerge na década de 1980 e ganha força em meados da de 1990 e volta posteriormente a crescer de forma mais marcante a partir de 2005.

Desconsiderou-se o ano de 2016 tendo em vista não influenciar na linha de tendência, todavia, até o momento da coleta de dados já foram publicados 15 artigos, com destaque par ao texto “*Cultivating foreignness: how organizations maintain and leverage minority identities*” (EDMAN, 2016) publicado no *Journal of Management Studies* que já foi citado 3 vezes (por periódicos indexados na *Web of Science*). Segundo Edman (2016) o seu trabalho buscou discutir no campo de estudos organizacionais a questão das identidades minoritárias que são ligados com lógicas alternativas sobre as quais existe “silêncio” na academia. Nisso, ele desenvolve seu trabalho a partir do seguinte questionamento: “*How do organizations successfully defend and maintain identities that diverge from the dominant logics of their institutional field?*” (EDMAN, 2016, p. 55).

O autor encontrou que as identidades minoritárias são geradas e sustentadas e possuem implicações para a agência organizacional. E que “*by contrasting the actions of minority and majority identities in the introduction and subsequent legitimization of a deviant innovation, the findings contribute to our understanding of how different identities together shape processes of institutional transformation*” (EDMAN, 2016, p. 56).

Desta forma, a discussão inicial destes textos revela um campo em crescimento e com perspectivas diversas internamente marcadas, por exemplo, pelo debate sobre identidades fixas, múltiplas ou perspectivas que buscam superar essas possibilidades (cf. ALBERT; WHETTEN, 1985; ASHFORTH; MAEL, 1989; DUTTON; DUKERICH, 1991; SCOTT; LANE, 2000; EDMAN, 2016).

Adiante, no que se refere aos artigos mais citados (considerando a indexação da *Web of Science*) o artigo mais citado é “*Social Identity Theory and the Organization*” citado 2.153 vezes (1989), sendo seguido por “*Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation*” citado 879 vezes (1991) sendo estes os artigos centrais do campo. Os 10 artigos mais citados estão apresentados na Tabela 1. Destaca-se inicialmente que foram publicados em periódicos de alto impacto como *Academy of Management Review*, *Academy of Management Journal*, *Administrative Science Quarterly*, *Human Relations* e *Organization Science*. Portanto, com entrada nos periódicos considerados centrais do campo de organizações internacionalmente. Abaixo apresenta-se uma síntese dos três primeiros artigos.

Tabela 1: Os 10 artigos mais citados (indexação na *Web of Science*)

Título	Autores	Periódico	Cit.
<i>Social Identity Theory and the Organization</i>	Ashforth e Mael (1989)	<i>Academy of Management Review</i>	2153
<i>Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation</i>	Dutton e Dukerich (1991)	<i>Academy of Management Journal</i>	879
<i>Organizational identity, image, and adaptive instability</i>	Gioia, Schultz e Corley (2000)	<i>Academy of Management Review</i>	471
<i>Members' responses to organizational identity threats: Encountering and countering the Business Week rankings</i>	Elsbach e Kramer (1996)	<i>Administrative Science Quarterly</i>	371
<i>Managing managerial identities: Organizational fragmentation, discourse and identity struggle</i>	Sveningsson e Alvesson (2003)	<i>Human Relations</i>	286
<i>Beauty is in the eye of the beholder: The impact of organizational identification identity and image on the cooperative behaviors of physicians</i>	Dukerich, Golden e Shortell (2002)	<i>Administrative Science Quarterly</i>	256
<i>Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture</i>	Ravasi e Schultz (2006)	<i>Academy of Management Journal</i>	221
<i>The Effects of Organizational Demographics and Social Identity on Relationships Among Professional Women</i>	Ely (1994)	<i>Administrative Science Quarterly</i>	220
<i>When cymbals become symbols: Conflict over organizational identity within a symphony orchestra</i>	Glynn (2000)	<i>Organization Science</i>	205
<i>The dynamics of organizational identity</i>	Hatch e Schultz (2002)	<i>Human Relations</i>	180

Fonte: Elaborado pelas autoras.

O Artigo escrito por Ashforth e Mael (1989), “*Social Identity Theory and the Organization*”, relata sobre a identidade social, destacando que a mesma é guiada pela necessidade do indivíduo de ser no mundo, assim como pela sua necessidade de pertencer a grupos sociais, isso ocorre segundo os autores porque a definição do outro e de si mesmo é amplamente relacionada e comparativa. Nesse sentido ressaltam que, “identificar é reconhecer (eu sou), é demonstrar afinidade, atração, de que resulta um processo de internalização (eu acredito) e de incorporação de crenças, valores, atitudes, num processo de emulação” (ASHFORTH; MAEL, 1989), ou seja, o eu vai se confirmando pelas interações vividas.

Contudo eles relatam que não somente a emulação e acumulação de valores e crenças faz com que os indivíduos se identifiquem com a organização, sendo outras formas destacadas na teoria organizacional, como também a percepção de prestígio que uniu-se ao desejo das pessoas de aumentarem sua autoestima reforçando a dependência psicológica com a organização. Sendo assim, a identificação organizacional constitui “um envolvimento baseado no desejo de afiliação” (ASHFORTH; MAEL, 1989, p. 23). Os autores dão ênfase em outros fatores (interações interpessoais, similaridade, proximidade, objetivos partilhados, história em comum, entre outros), pois estes podem afetar a abrangência da identificação dos indivíduos com o grupo e com o líder. Nesse mesmo sentido, a identificação com a organização tem uma

associação linear e positiva com a realização de desejos, pois as organizações são entendidas como um tipo específico de categoria social quando estas expressam características semiliares a dos seus membros (ASHFORTH; MAEL, 1989, p. 23).

Ashforth e Mael (1989) salientam que a identificação organizacional pode ter efeitos positivos e negativos sobre o autoconceito dos membros da organização, neste sentido, chamam a atenção para a identificação cega, que pode se tornar problemática para a instituição ou para o equilíbrio de seus integrantes. Sendo assim, existem três consequências gerais da identificação do grupo, que são especialmente relevantes para o comportamento organizacional. Segundo eles, os indivíduos tendem a escolher atividades e instituições que sejam equivalentes com suas identificações mais evidentes; a identificação afeta os resultados, como a coesão e a interação intragrupal; e a identificação reforça a fixação ao grupo e a seus valores, e aumenta a competição com grupos externos. Em resumo, o artigo conclui que o conceito de identificação tem sido negligenciado em pesquisa organizacional, podendo o mesmo ser mais explorado.

O segundo artigo de Dutton e Dukerich (1991), “*Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation*”, trata da identificação organizacional, levando em consideração que sem identificação não há identidade. Uma identificação forte com a organização aumenta a cooperação entre os membros e a competição com os não membros. Os autores ressaltam que para entender identidade algumas perguntas têm que ser respondidas, e caracteriza a instituição em um universo simbólico, concluíram, num estudo empírico, que a identidade determina as ações organizacionais, ou a resposta organizacional aos assuntos organizacionais (cultura organizacional).

A imagem das organizações pode ser vista como os membros pensam ser a percepção dos não membros, ou seja, a imagem organizacional é a representação que os membros da organização têm sobre o que os públicos externos pensam desta (DUTTON; DUKERICH, 1991) Nesse sentido a identidade organizacional é uma das imagens que a organização possui, ou seja, a identidade se refere a perspectiva dos membros da organização sobre quem são e olham a imagem também a partir de dentro, como o que os membros da organização pensam que os públicos externos pensam deles.

Outro ponto, diz respeito a imagem externa construída, sendo esta uma tipologia enunciada pelos autores e que corresponde ao que membros da organização pensam ser as percepções dos não membros sobre esta. Trata-se de um fenômeno a que outros autores se referem com a designação de prestígio externo percebido, podendo afetar a identificação organizacional (DUTTON; DUKERICH, 1991). Em suma, a ideia de que a identidade de uma organização e imagem são fundamentais para a compreensão de como as questões são interpretados, como reações são gerados como e quais os tipos de emoções são evocadas, e como esses estão se relacionando uns com os outros em um contexto organizacional. Por fim os indivíduos inseridos nas organizações devem manter um olho no espelho organizacional quando a interpretam, a reagir, e se comprometerem com a organização (DUTTON; DUKERICH 1991).

O terceiro artigo mais citado foi “*Organizational identity, image, and adaptive instability*” os autores (GIOIA; SCHULTZ; CORLEY, 2000) 471 vezes, trata sobre como identidade e imagem vem sendo considerados conceitos chaves empregados para descrever e explicar o comportamento individual e organizacional. Esta temática também é abordado por Hatch e Schultz (2002) no artigo “*The dynamics of organizational identity*” onde os autores enfatizam as relações entre as identidades e imagens organizacionais, refletindo sobre a incorporação da identidade na cultura organizacional e como esta identidade expressa entendimentos culturais através de símbolos, este artigo foi citado 180 vezes.

Cabe ressaltar que as abordagens de identidade que se destacam nos dez textos são identidade organizacional e identidade social. Já referente aos conceitos a maioria trabalha com grupos, identificação, imagem e cultura.

Passando para a análise de autoria observou-se que os autores que mais publicam são Corley (7 artigos), Ashforth (5 artigos) e Gioia (5 artigos) totalizando 17 artigos. A Tabela 2 apresenta 13 artigos publicados por esses autores – são 13 em decorrência da publicação em co-autoria como o trabalho Gioia, Schultz e Corley (2000).

Kevin G. Corley (Ph.D., Universidade Estadual da Pensilvânia) é professor assistente de comportamento organizacional da Universidade de Illinois e professor convidado no Mestrado Executivo Internacional de Programa de Comunicação Corporativa da Rotterdam School of Management (Universidade Erasmus, Holanda). Suas principais linhas de estudo centram-se na mudança organizacional, especialmente no que se refere a questões de identidade organizacional, imagem, reputação, identificação e aprendizagem e apresenta índice-H de 27. Dentre suas premiações está o prêmio Newman William H. 2003 (COLLEGE OF BUSINESS AT ILLINOIS, 2006).

Blake Ashforth tem Ph.D pela University of Toronto, atualmente é Professor na Arizona State University desde 1996. Suas principais áreas de investigação dizem respeito à mudança em curso entre indivíduos e organizações, incluindo a identidade e identificação, socialização, as ligações entre indivíduos, grupos e os fenômenos de nível organizacional. Dentre os seus prêmios destacam-se o de Melhor Livro entregue pelo *Journal of Management* em 2013 (ARIZONA STATE UNIVERSITY, 2016).

Já Dennis A. Gioia tem doutorado em gestão pela Universidade Estadual da Flórida, atualmente é o professor do departamento de gestão e organização, e tem servido como um conselheiro em muitos outros programas de desenvolvimento executivo (para organizações públicas e privadas). Além disso, está ativamente envolvido em pesquisa básica e aplicada nas organizações. Suas principais áreas de teoria e pesquisa centram-se no estudo da organização da identidade, imagem e reputação. Ele também estuda construção de sentido organizacional e a dinâmica *sensegiving*, aprendizagem organizacional e conhecimentos, bem como processos de mudança organizacional (DENNY GIOIA, 2016).

Observa-se que existe uma profícua rede de publicação entre estes autores (Corley, Ashforth e Gioia) conforme Figura 3. Especialmente, destaca-se Corley como sendo um elemento de ligação já que publica em co-autoria tanto com Ashforth quanto com Gioia.

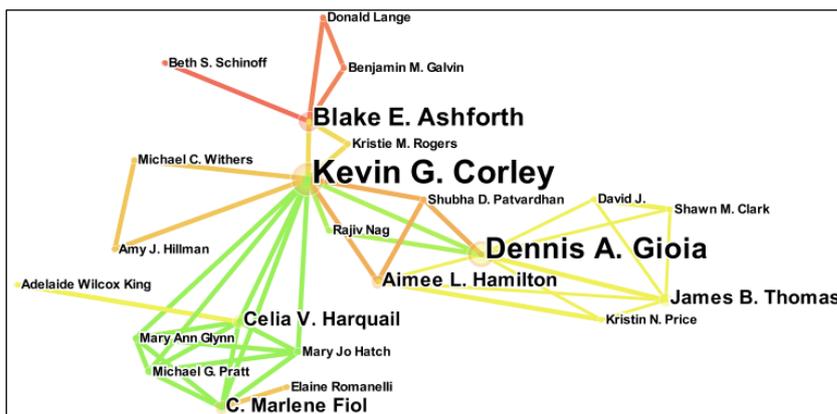


Figura 3: Rede de co-autoria entre Corley, Ashforth e Gioia.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

No que se refere aos periódicos, constatou-se uma ampla margem para publicação, contando com o total de 84 periódicos diferentes. Dentre os que mais publicaram destacam-se *Organization Science* (JCR de 3.360), *Human Relations* (JCR de 2.619), *Organization Studies*

(2.798), *British Journal of Management* (2.188), *Academy of Management Journal* (6.233), *Academy of Management Review* (7.288), *Administrative Science Quarterly* (5.316), *Journal of Business Ethics* (1.837), *Journal of Organizational Change Management* (0.577), *Journal of Management Studies* (4.260), *Scandinavian Journal of Management* (1.076) que detém um índice elevado de concentração, a saber: 47% das publicações da área conforme ilustra a Tabela 3 (o ponto de corte foi feito com igual ou maior que 5 artigos por periódicos).

Tabela 3: Periódicos, quantidade de artigos e fator de impacto

Periódico	JCR	Artigos	Porcentagem
<i>Organization Science</i>	3.360	18	8,29%
<i>Human Relations</i>	2.619	14	6,45%
<i>Organization Studies</i>	2.798	12	5,53%
<i>British Journal of Management</i>	2.188	11	5,07%
<i>Academy of Management Journal</i>	6.233	9	4,15%
<i>Academy of Management Review</i>	7.288	8	3,69%
<i>Administrative Science Quarterly</i>	5.316	7	3,23%
<i>Journal of Business Ethics</i>	1.837	7	3,23%
<i>Journal of Organizational Change Management</i>	0.577	6	2,76%
<i>Journal of Management Studies</i>	4.260	5	2,30%
<i>Scandinavian Journal of Management</i>	1.076	5	2,30%
Total parcial		102	47,00%
Total de artigos da base		217	100%

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A *Organization Science* possui hoje o maior número de artigo e interessantemente começou a publicar sobre o tema apenas em 1997 com o artigo “*Breaches in the boardroom: Organizational identity and conflicts of commitment in a nonprofit organization*” (GOLDEN-BIDDLE; RAO, 1997) que possui elevado número de citações (151 vezes). O artigo mais citado publicado no periódico foi “*When cymbals become symbols: Conflict over organizational identity within a symphony orchestra*” de Glynn (2000), já resenhado acima.

Cabe mencionar as publicações nos dois periódicos com maior fator de impactos a *Academy of Management Journal* e a *Academy of Management Review*. Na *Academy of Management Review* a primeira publicação é o clássico de Ashforth e Mael (1989), sendo seguido em 2000 por dois artigos: “*Organizational identity, image, and adaptive instability*” (GIOIA; SCHULTZ; CORLEY, 2000) com 471 citações e “*The impact of identity orientation on individual and organizational outcomes in demographically diverse settings*” (BRICKSON, 2000) com 158 citações. No que se refere a *Academy of Management Journal* destaca-se como primeiro artigo “*Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation*” (DUTTON; DUKERICH, 1991) com 879 artigos e em segundo “*Resource partitioning and the evolution of specialist organizations: The role of location and identity in the US wine industry*” (SWAMINATHAN, 2001) com 58 citações. Todavia, em número de citações o segundo é “*Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture*” (Ravasi; Schultz, 2006) com 221 citações.

Cabe destacar que outros periódicos com diversos focos também publicaram como os focados em empreendedorismo, estratégia, relações públicas, gênero e trabalho, marketing, psicologia aplicada administração, liderança, história organizacional e gestão da aprendizagem – destacando uma tendência a estudos em várias áreas dos estudos organizacionais e das ciências da administração como um todo.

Quanto aos países do primeiro autor destaca-se Estados Unidos com 94 artigos (o primeiro artigo publicado 1989), Inglaterra com 31 (1999), Austrália com 18 (1997), Canadá com 15 (1997), Suíça, Dinamarca e Países Baixos com 8 (primeiro artigo publicado em 2006, 2000, 2002 consecutivamente), China, Alemanha e Suécia com 7 (2012, 2006 e 2003 sucessivamente) – conforme se observa na Figura 4.

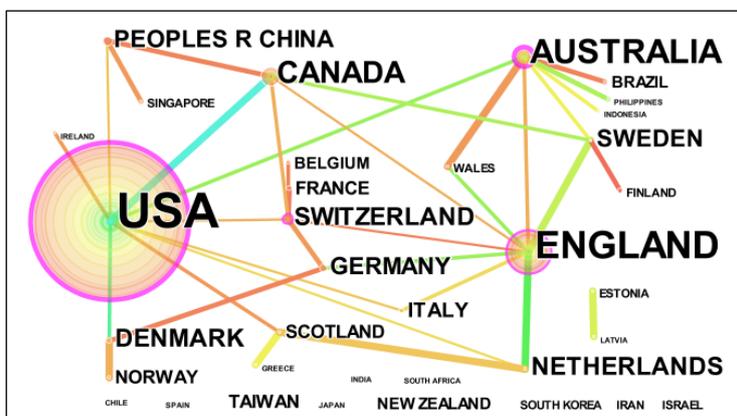


Figura 4: Países do primeiro autor.
Fonte: Elaborado pelas autoras.

Destaca-se que autores mais profícuos Ashforth, Dutton, Corley e Gioia são todos norte-americanos. Adiante, sobre as tendências de publicação nos Estados Unidos e na Inglaterra cabe destacar que no primeiro país a primeira publicação é o texto clássico de Ashforth e Mael (1989) enquanto na Inglaterra o primeiro trabalho foi publicado em 1999 e é intitulado “*Intergroup behavior in organizations: a field test of social identity theory*” de autoria de West e Hennessy (1999) no periódico *Small Group Research*. O artigo em questão testa a teoria da identidade social e a teoria do conflito realista examinando as relações intra e intergrupais em uma organização de cuidados comunitários para a saúde baseada em equipe.

Observa-se que existem somente três publicações brasileiras relativas ao tema, sendo a primeira “*The politics of identity in organizational ethnographic research: ethnicity and tropicalist intrusions*” (ALCADIPANI; WESTWOOD; ROSA, 2014), publicada no ano de 2014 pela *Human Relations*, a segunda publicação é intitulada “*Appreciate with moderation: the organization's identity as drama and act of performance*” (BIRGES; MEDEIROS, 2011) publicado na Revista de Administração de Empresas e, por último, “*Valuing knowledge: meaning and identity in organizational activities*” (CHERMAN; PINTO, 2013) publicado também na Revista de Administração de Empresas.

Cabe destacar por fim que no que tange aos países as análises devem ser relativizadas dado que a tendência da base escolhida é de periódicos norte-americanos e ingleses (PRADO et al., 2016), portanto, para compreender a questão das publicações sobre identidades em países, especialmente, da América Latina, outras pesquisas devem ser operacionalizadas.

Outro ponto interessante é relativo as áreas de publicação, dado que selecionou-se inicialmente artigos das áreas de *Management or Business*, todavia, um artigo pode ser indexado em mais de uma área. Dessa forma, essa parte serve para constar que o tema da identidade é interdisciplinar (Figura 6), mesmo quando publicado em periódicos específicos do campo da administração. Assim, quanto as áreas de conhecimento destacam-se *Business & Economics* com 217 artigos (o primeiro artigo publicado em 1989), precedido por *Management* com 183 artigos (1989), *Business* com 95 artigos (1989), *Social Sciences and Other Topics* com 27 artigos (1997), *Psychology* com 25 artigos (1997), *Social Sciences* com 15 artigos (1997), *Ethics* com 9 artigos (2007), *Communication* com 8 citações (o artigo

publicado em 2009), *Public Administration* com 5 citações (2009), *Behavioral Sciences* com 4 artigos (2008) e *Woman Studies* com 4 artigos (2016).

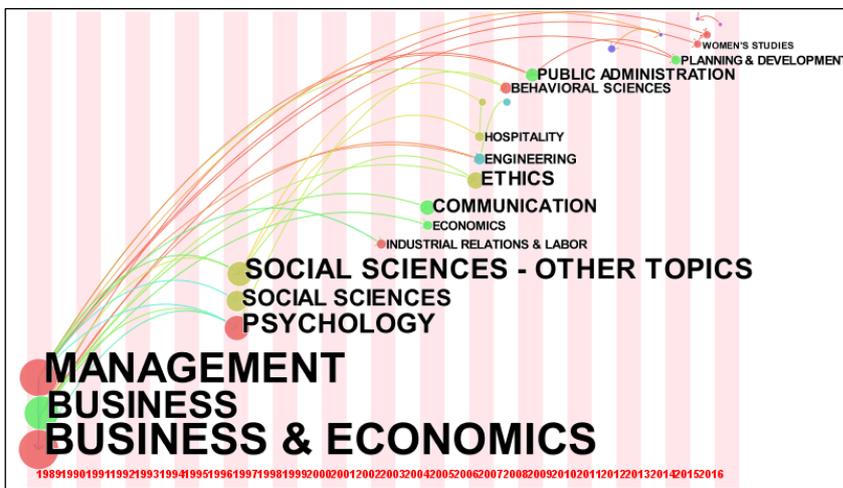


Figura 6: Áreas de publicação (indexação).

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como exemplo, dessa interdisciplinaridade, destaca-se que o texto “*You can't be a stone if you're cement: Reevaluating the emic identities of scientists in organizations*” de Zabusky (1997) e publicado no periódico *Research in Organizational Behavior* está indexado nas áreas “administração” e “psicologia”.

Ao que se refere as palavras chaves as principais são: identificação 71 vezes (primeiro artigo publicado 1996), posteriormente imagem (56 vezes, 1996), identidade organizacional é mencionada 51 vezes (1996), trabalho (41 vezes, 1994), performance (41 vezes, 1991), identidade social (38 vezes, 1996), perspectiva (28 vezes, 2005), identidade (28 vezes, 2000), legitimidade (27 vezes, 1996) e cultura (27 vezes, 1995).

Além destas 10 primeiras aparecem outras como conhecimento, dinâmica, sensemaking, identificação organizacional, comunicação, resistência, construção, self, dentre outras, que não estão em destaque na rede (devido ao número baixo de vezes que se repetem) como liderança, subjetividade, narrativa, confiança, poder, metáfora, hegemonia, reputação, inovação, coletivismo, isomorfismo, diferenciação, integração, paradoxo e mudança institucional.

Ravasi e Canato (2013) destacam que a partir da noção de identidade organizacional proposta por Albert e Whetten (1985) emergiram uma variedade de temas de pesquisa como identidades múltiplas, mudança de identidade e interrelações entre identidade, imagem e cultura. Gioia, Schultz e Corley (2013), por exemplo, apresenta discussões sobre identidade organizacional, imagem e instabilidade adaptativa. Observa-se, assim, que as palavras-chaves acima apresentadas destacam que essa tendência se mantém atual especialmente no que diz respeito aos temas como identidade organizacional, imagem e cultura destacado por Ravasi e Canato (2013).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema identidade tem sido muito discutido em estudos sobre diversos fenômenos sociais contemporâneos. O estudo da identidade tornou-se aparente no universo de pesquisas organizacionais no final dos anos 1980, e desde então tem se desenvolvido em múltiplos níveis de análise, com destaque para os estudos sobre identidade pessoal, cultural, organizacional, social, no trabalho e outras. Nisso, existem várias perspectivas para tratar a questão da identidade, no entanto, isso também proporciona confusões em como conduzir os

estudos (RAVASI; CANATO, 2013). Portanto, devido a multiplicidade de percepções sobre as identidades nas organizações e em relação as organizações artigo pretendeu responder a seguinte indagação: Como se configura o campo de pesquisas sobre identidades nas organizações? Nesse sentido, objetiva-se neste artigo identificar e analisar a base intelectual e as tendências do campo de pesquisa sobre identidades nas organizações.

Para atingir o objetivo proposto foi realizada uma análise bibliométrica da literatura em periódicos presentes na base *Web of Science* no período de 1989 a 2016. Para a busca foi utilizada a expressão “*identit**” e “*organi?ation**” no campo ‘título’ as ferramentas utilizadas para refinamento foram somente artigos científicos, apenas categoria *Management or Business* e todos os anos até 2016 e qualquer idioma, o primeiro encontrado foi de 1989, obtendo como resultado um total de 217 artigos. Para coleta de dados foram os *softwares EndNote e CiteSpace* bem como de planilhas eletrônicas (CHEN, 2006).

Observou-se que existe um campo relativamente autônomo de estudo sobre identidades e organizações, marcado por diferentes abordagens e perspectivas. Relativo as tendências temporais de publicação, pode-se observar que, apesar de algumas oscilações, o número de publicações vem crescendo, com um grande salto a partir do ano de 2006, um possível motivo é o aumento de interesse dos pesquisadores pelo tema. Os textos de Albert e Whetten (1985), Dutton e Dukerich (1991), Gioia, Schultz e Corley (2000), Ashforth e Mael (1989) e Dutton, Dukerich e Harquail (1994) despontam como os principais do campo, sendo de fundamental leitura para pesquisadores da área de identidade nas organizações. Destaca-se que são em sua maioria textos publicados no final da década de 1980 e início de 1990.

O artigo seminal do campo é “*Organizational Identity*” (ALBERT; WHETTEN, 1985) e foi publicado como capítulo de livro “*Research in Organizational Behavior*” (STAW, 1985). Já os primeiros artigos do campo, também se constituem como centrais, estes são “*Social identity theory and the organization*” (ASHFORTH; MAEL, 1989) e “*Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation*” (DUTTON; DUKERICH, 1991), e também os mais citados com 2.153 e 879 citações, respectivamente.

Quanto aos países do primeiro autor destaca-se Estados Unidos com 94 artigos, a Inglaterra com 31, a Austrália com 18, o Canadá com 15 seguido pela Suíça, Dinamarca e Países Baixos com 8 e a China, Alemanha e Suécia com 7. O Brasil apresenta somente 3 artigos, fato esse que pode estar atrelado a poucos periódicos indexados na base utilizada para busca. Os principais autores do campo são Dutton; Ashforth; Albert; Gioia; Pratt; Elsbach; Alvesson; Tajfel; Corley e Brown, dando uma ênfase para os autores Dutton, Ashforth e Gioia que foram os que mais publicaram no campo e até mesmo alguns em conjunto.

Os principais periódicos são *Organization Science; Human Relations; Organization Studies; British Journal of Management; Academy of Management Journal e Academy of Management Review*, todos estes com alto fator de impacto, além desse fato notou-se que os periódicos apresentam focos distintos, mostrando uma tendência a pesquisas em várias áreas dos estudos organizacionais e das ciências da administração como um todo.

Conclui-se que estas são as bases do campo de identidade nas organizações, a partir da qual podem se erguer novas pesquisas teóricas e empíricas. Dentre as limitações destaca-se a utilização de apenas uma base para a pesquisa e que essa possui poucos periódicos brasileiros. Outra limitação do presente estudo é o foco geral adotado, destacando a necessidade de futuras pesquisas que aprofundem mais nos dados obtidos do campo.

Como agenda de pesquisa apresenta-se: i) pesquisa com bases que abranjam artigos da América Latina; ii) pesquisa bibliográfica sistemática sobre os diferentes tipos de identidade e que abranjam o conceito de *organizing* (organizar) e iii) pesquisa empírica para identificação dos diferentes níveis e abordagens da identidade em organizações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: CUMMINGS, L. L.; STAW, B. M. (Eds.). **Research in organizational behavior**. Greenwich: Jay Press, 1985. p. 263-295.
- ARIZONA STATE UNIVERSITY. Names. **Biography**. Disponível em: <<https://apps.wpcarey.asu.edu/directory/people/profile.cfm?person=1039541>> Acesso em: 09 ago. 2016
- ASHFORTH, B.; MAEL, F. Social identity theory and the organizational. **Academy of Management Review**, n. 14, p. 20-39, 1989.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- BITTAR, M.; SILVA, M. R.; HAYASHI, M. C. P. I. Produção científica em dois periódicos da área de educação. **Avaliação (Campinas)**, v. 16, n. 3, p. 655-674, 2011.
- BROWN, A.; STARKEY, K. Organizational identity and learning: a psychodynamic perspective. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 102-118, 2000.
- CALDAS, M. P.; WOOD JR, T. Identidade Organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v.37, n.1, p.6-17, São Paulo: jan./mar., 1997.
- CARDOSO, M. A. F.; HANASHIRO, D. M. M.; BARROS, D. L. P. Um caminho metodológico pela análise semiótica de discurso para pesquisas em identidade organizacional. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 14, n. 2, p. 351-376, 2016.
- CARRIERI, A. de P; PAES-DE-PAULA, A. P; DAVEL, E. Identidade nas organizações: múltipla? Fluída? Autônoma? **Revista Organização & Sociedade**, v. 15, n. 45, p. 127-144, 2008.
- CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura – O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHEN, C. CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. **Journal of the American Society for information Science and Technology**, v. 57, n. 3, p. 359-377, 2006.
- COLLEGE OF BUSINESS AT ILLINOIS. **Faculty and Research College of Business**. Disponível em: <<https://www.business.illinois.edu/faculty/biographies/corley.html>> Acesso em: 06 ago 2016.
- COSTA, L. V. **Gestão por competências aplicada a uma empresa hospitalar**. Monografia (Especialização em Gestão de Pessoas). Universidade de Brasília (UnB), 2008
- DENNY GIOIA. **Home**. Disponível em: <<http://www.personal.psu.edu/dag4/blogs/dennygioia/>> Acesso em: 09 ago. 2016
- DUTTON, J. E.; DUKERICH, J. M. Keeping and eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. **Academy of Management Journal**, v. 34, n. 3,1 517-544, 1991.
- DUTTON, J. E.; DUKERICH, J. M.; HARQUAIL, C. V. Organizational images and member identification. **Administrative Science Quarterly**, v. 39, p. 239-263, 1994.
- FERNANDES, Karina Ribeiro; ZANELLI, José Carlos. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 10, n. 1, p. 55-72, Mar. 200.
- FREIRE, D. A. L.; MURITIBA, P. M. Identidade Organizacional: Análise Bibliométrica da Produção Brasileira de 2000 a 2011. **RACER**, v. 4, n. 2, 2013.
- GIDDENS, A. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.
- GIOIA, D. A.; SCHULTZ, M.; CORLEY, K. G. Organizational identity, image and adaptive instability. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 63-81, 2000.

- GRESELE, W. D.; OBAMA, R. S.; SOUZA, A. O. . Identidade organizacional, organizing e sensemaking: uma análise bibliométrica. In: **Congresso Internacional de Administração**, 2015, Ponta Grossa. ADM 2015, 2015.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- MACHADO, H. V. A Identidade e o Contexto Organizacional: Perspectivas de Análise. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 7, n. SPE, p. 51-73, 2003.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. S. Identidade organizacional: um caso de manutenção, outro de mudança. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, n. spe, p. 35-58, 2001.
- PINTO, C. F.; SERRA, F. R.; FERREIRA, M. P. A bibliometric study on culture research in International Business. **Brazilian Administration Review**, v. 11, n. 3, p. 340-363, 2014.
- PINTO, C. L. **Queijos finos: aspectos simbólicos e identitários do consumo**. 2013. 134 f. 2013. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado)–Programa de Pós-Graduação em Gestão Estratégica, Marketing e Inovação, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013.
- PRADO, J. W.; ALCANTARA, V. C.; CARVALHO, F. M.; VIEIRA, K. C.; MACHADO, L. K. C.; TONELLI, D. F. Multivariate analysis of credit risk and bankruptcy research data: a bibliometric study involving different knowledge fields (1968-2014). **Scientometrics**, v. 106, n. 3, p. 1007-1029, 2016.
- PRATT, M. G.; FOREMAN, P. O. Classifying managerial responses to multiple organizational identities. **The Academy of Management Review**, v. 25, 1, p. 18-42, 2000.
- RAVASI, D.; CANATO, A. How do I know who you think you are? A review of research methods on organizational identity. **International Journal of Management Reviews**, v. 15, p. 185-204, 2013.
- SANTOS, M. F.S. Representação social e a relação indivíduo-sociedade. **Temas de Psicologia**, v. 2, n. 3, p. 133-142, 1994.
- SANTOS, S. C.P. “**Aqui eles são muito desconfiados**”: letramento, identidades e educação do campo. 2013. 170f. Dissertação (Mestrado em Linguagem, Identidade Subjetividade)-Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2013.
- SAINSAULIEU, Renaud, **Sociologia da empresa: organização, cultura e desenvolvimento**, Lisboa, Instituto Piaget, pp. 44-45, 1997.
- SCOTT; LANE. A stakeholder approach to organizational identity. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 43-62, 2000.
- TASKIN, Z., & AL, U. Standardization problem of author affiliations in citation indexes. **Scientometrics**, n. 98, v. 1, p. 347-368, 2014.
- WHETTEN, D.; GODFREY, P. **Identity in organizations**. London: Sage Publications, 1998.
- WORCHEL, S. Social identity and individual productivity within groups. **British Journal of Social Psychology**, n. 37, p. 389-413, 1998.