

IDENTIDADE ORGANIZACIONAL: ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO BRASILEIRA DE 2000 A 2011

Denilson Aparecida Leite Freire^a e Patricia Morilha Muritiba^b.

^aUniversidade Nove de Julho
denilson.freire@hotmail.com

^bUniversidade Nove de Julho
pmorilha@gmail.com

Palavras-chave:

Identidade Organizacional. Análise Bibliométrica. Produção científica brasileira.

Resumo Este estudo apresenta uma análise bibliométrica da produção científica brasileira sobre Identidade Organizacional (I.O) no período de 2000 a 2011, e sugere um enquadramento dos artigos no modelo proposto por Caldas e Wood Jr (1997). Foram analisados 68 artigos em eventos e periódicos nacionais disponíveis em meio eletrônico, a partir de um protocolo de critérios para validar a análise de dados. Os resultados revelam, a partir da sugestão de se complementar o modelo teórico para mapeamento dos estudos sobre identidade propostos por Caldas e Wood Jr (1997), uma agenda de pesquisa que poderá guiar novas perspectivas neste tema. Os dados revelaram que a maioria dos estudos é de caráter qualitativo, apontando para a necessidade de pesquisas quantitativas futuras. Além disso, ao se realizar o enquadramento dos artigos no modelo proposto por Caldas e Wood Jr (1987) ficou evidente a importância de se criar uma nova categoria classificatória que contemplasse a relação entre comportamento e Identidade Organizacional, uma vez que foram encontrados 14 artigos nessa dimensão. Esses achados podem ser uma importante contribuição aos estudos teóricos e empíricos sobre Identidade Organizacional no Brasil.

Key words:

Organizational Identity.
Bibliometric Analysis.
Brazilian scientific
production

Abstract *This study presents a bibliometric analysis of Brazilian scientific production on Identity Organizational (IO) in the period 2000 to 2011, and suggests a framework of articles in the model proposed by Wood and Caldas Jr. (1997). We analyzed 68 events and articles in national journals available electronically, using a protocol with criteria to validate the data analysis. The results reveal, from the suggestion to complement the theoretical model for mapping studies of identity proposed by Caldas and Wood Jr. (1997), a research agenda that can guide new perspectives on this issue. The data revealed that most studies are qualitative in nature, pointing to the need for future quantitative research. Furthermore, when performing the framing of Articles in the model proposed by Wood and Caldas Jr. (1987) made clear the importance of creating a new classificatory category that encompassed the relationship between organizational behavior and identity, since this resulted in 14 dimension. These findings may be an important contribution to theoretical and empirical studies on Organizational Identity in Brazil.*

1 INTRODUÇÃO

No seu artigo seminal, Albert e Whetten (1985) afirmaram que há duas formas para se estudar a Identidade Organizacional (I.O), uma ideográfica, de caráter múltiplo, demonstrando haver, nas organizações múltiplas visões compartilhadas pelos indivíduos, pelos grupos e pela alta administração. A outra perspectiva é a holográfica que parte da premissa que a identidade organizacional é um reflexo da visão da alta administração que se instaura, se dissemina e é percebida em toda a organização (ALBERT; WHETTEN, 1985).

Os estudos sobre identidade também podem ser analisados a partir de uma dimensão objetiva, marcada pela objetividade e pela definição de critérios estruturais de análise ou pela dimensão subjetiva, caracterizada pelo seu dinamismo, pela ausência de variáveis fixas de análise e pela interpretação relacional da noção de identidade nas organizações (PIMENTEL; LEITE-DA-SILVA, 2006).

A perspectiva ideográfica se complementa com a dimensão da subjetividade, uma vez que oferece uma concepção de identidade baseada nas múltiplas representações de identidade que podem ser elaboradas a partir da percepção dos indivíduos sobre as suas realidades sociais e organizacionais (PIMENTEL; LEITE-DA-SILVA, 2006).

A produção brasileira é um exemplo dessas perspectivas, uma vez que são encontrados artigos em múltiplas percepções. Desta forma, este estudo visa identificar e caracterizar a publicação nacional sobre o tema da Identidade Organizacional,

buscando contribuir para o aprofundamento dos estudos e a possibilidade de novas agendas de pesquisas no Brasil.

Para isso, foi realizada uma análise bibliométrica de 68 estudos nacionais sobre o tema, no período de 2000 a 2011. Tais pesquisas foram classificadas de acordo com sua autoria, método utilizado e setores abordados. Com relação a sua temática, foi feita uma análise de conteúdo dos artigos, utilizando-se o modelo teórico proposto por Caldas e Wood Jr (1997).

Este estudo, então, apresenta a seguir este modelo, os procedimentos metodológicos que foram utilizados neste estudo, seguidos da apresentação e discussão dos resultados obtidos.

2 MODELO TEÓRICO

No intuito de organizar os estudos sobre identidade, foi definida como base de estudo a perspectiva ideográfica. Para isso foi proposta uma matriz correlacionando duas dimensões: uma dependente da percepção do objeto, podendo ser estudada ao nível do indivíduo, do grupo, da organização e da humanidade, denominada de Dimensão do Objeto Focal e que pode variar a partir dos diferentes pontos de observação, internos ou externos, traduzindo-se no ponto de vista do self (ego), do comportamento, da autopercepção e da imagem percebida externamente. Essas variáveis constituem a Dimensão da Observação. Na interseção dessas duas dimensões surgem os possíveis campos

de estudos sobre o fenômeno da identidade (CALDAS; WOORD JR, 1997), conforme podem ser demonstrados na Figura 1.

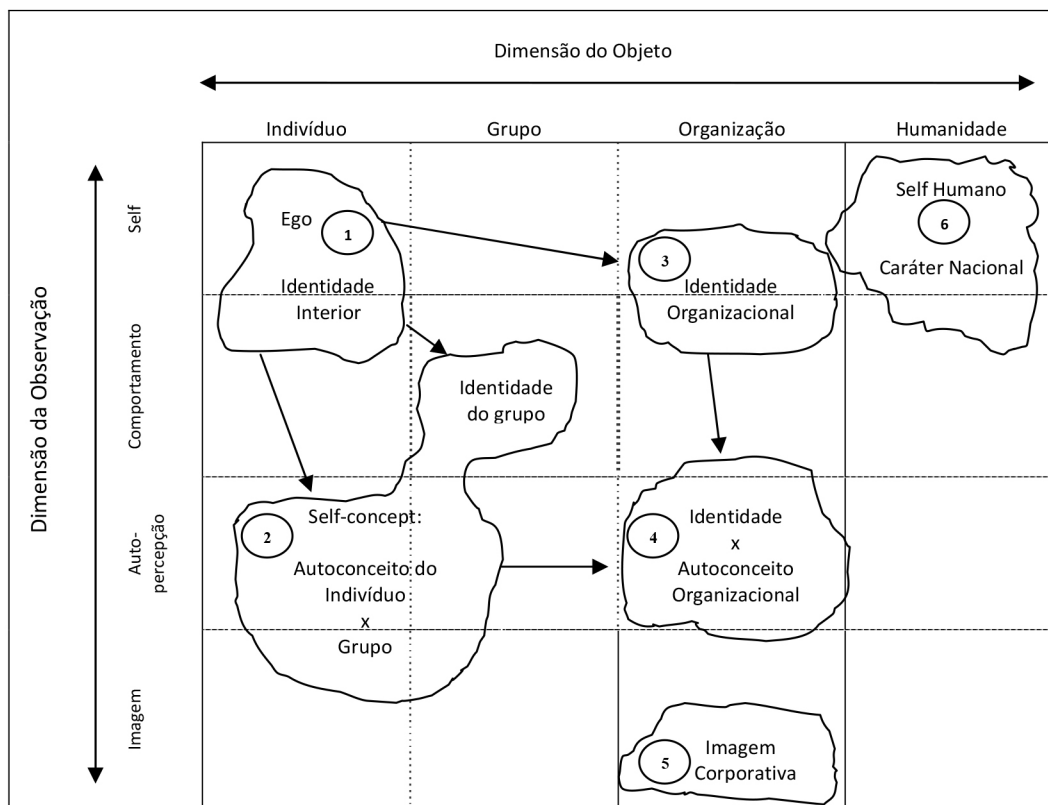
Percebe-se que os estudos sobre Identidade Organizacional podem ser enquadrados nos campos 3, 4 e 5 da Figura 1. Desta forma os estudos podem ser analisados ao nível do self (ego), ou seja, a partir da percepção da própria organização, denominado de Identidade Organizacional; ao nível da autopercepção, denominados de Identidade x Autoconceito Organizacional e ao nível da Imagem, denominados de Imagem Corporativa.

O campo 3 – Identidade Organizacional – compreende as crenças compartilhadas pelos membros do que é central, distintivo e duradouro na organização. Nesse campo podem ser enquadrados os trabalhos que procuram rever o conceito de

Identidade Organizacional, apresentar modelos alternativos e complementares ou ainda diferenciar o conceito de Identidade Organizacional de outros conceitos, como, por exemplo, cultura organizacional (CALDAS; WOORD JR, 1997).

O campo 4 – Identidade vs. Autoconceito Organizacional – tem origem nos estudos sobre Identidade Organizacional baseados nos conceitos de Psicologia Social, a partir dos anos 90. Pretende analisar como a organização percebe a si mesma. Incluem-se, nesse campo, os artigos que discutem a relação entre identificação organizacional e autoconceito ou, ainda, a relação entre a imagem da organização com a identificação dos indivíduos (CALDAS; WOORD JR, 1997).

Figura 1 – Mapa dos Estudos sobre Identidade



Fonte: Caldas e Wood Jr (1997, p. 11)

O campo 5 – Imagem Corporativa – Discute o conceito de Identidade Organizacional de modo mais instrumental, na esfera da identidade corporativa. Isto é, tenta compreender como a organização administra a sua imagem externa e como tal imagem pode afetá-la (CALDAS; WOORD JR, 1997).

Será analisado nesse artigo, também o campo 6 – Caráter Nacional, do modelo de Caldas e Wood

Jr. (op.cit.) – que diz respeito aos debates sobre a Identidade Organizacional em um nível mais macro, dentro ou fora da área organizacional. Nesse campo serão enquadrados trabalhos que discutem a influência da cultura externa, como das nações, na identidade das organizações.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método baseou-se na análise bibliométrica, técnica através da qual se faz uma revisão estruturada da literatura, seguindo-se parâmetros determinados, da qual são apresentadas medidas dos principais temas abordados, categorias de estudos publicados e outras características dos artigos em si (COOPER; LINDSAY, 1998).

O universo estudado constituiu-se de artigos brasileiros, em língua Portuguesa, publicados no período de 2000 a 2011 e que tratavam do tema Identidade Organizacional. Um dos critérios de qualidade que maior influenciam a validade das pesquisas bibliométricas é a escolha da amostra de estudos que farão parte da análise (BAKKER et al., 2005). Por isso, para seleção dos estudos, foi utilizado como recurso de busca o termo: “Identidade Organizacional” nos títulos e nos

resumos dos trabalhos dos principais eventos e periódicos em Administração no Brasil: ANPAD – Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração e do SEMEAD – Seminários em Administração da FEA/USP. Foi também pesquisado o termo no Google Acadêmico, onde se obteve a indicação de artigos publicados em outros periódicos e eventos conforme consta na Tabela 2. Foram encontrados 97 artigos com o tema sobre Identidade Organizacional. Foram descartados 29 artigos que trabalham o fenômeno da Identidade em nível do Indivíduo, do grupo e da humanidade, segundo a classificação de Caldas e Wood Jr (1997). Deu-se foco, assim, somente, aos 68 artigos que trabalharam a perspectiva da identidade nas organizações.

Para analisar os estudos selecionados como amostra, foi definido um protocolo de pesquisa com os critérios para a categorização dos estudos, expressos no Quadro 1.

Quadro 1 – Protocolo de Variáveis

Variáveis	Definição	Referência
Classificação <i>Qualis</i>	A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5 e C para periódicos e E1 e E2 para eventos.	(CAPES, 2009)
Estratégia de Pesquisa	Categorias: Pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa experimental, levantamento (<i>survey</i>), estudo de caso, pesquisa-ação, pesquisa etnográfica, <i>grounded theory</i> e discurso do sujeito coletivo.	(MARTINS; THEÓPHILO, 2009)
Técnica de Coleta de Dados	De acordo com técnica declarada pelo próprio autor dos artigos pesquisados.	-
Dimensões da Identidade	Campos 3 – Identidade Organizacional, 4 – Identidade vs. Autoconceito Organizacional, 5 – Imagem Corporativa e 6 – Caráter Nacional.	(CALDAS; WOOD JR, 1997)
Setor da Economia	Categorias: setor público, setor privado ou terceiro setor.	(BNDES, 2001)
Porte da Empresa	Categorias: Grande (na indústria acima de 500 funcionários e no setor de comércio e serviço acima de 100 funcionários); Média (na indústria de 100 a 499 funcionários e no setor de comércio e serviço de 50 a 99 funcionários); Pequena (na indústria de 20 a 99 funcionários e no setor de comércio e serviços de 10 a 49 funcionários) e Micro (na indústria até 19 funcionários e no setor de comércio e serviço até 9 funcionários).	(SEBRAE; DIEESE, 2010)

Fonte: Elaborado pelos autores.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos artigos analisados

Em relação à classificação *Qualis* percebeu-se que 16,2% dos artigos encontram-se em periódicos nível B1 e que 61,8% em eventos nível E1. Foi encontrado somente um artigo em revista com *Qualis* Capes A2; 16 encontraram-se nos extratos B1 e B2 e 5 artigos nos extratos B3 até B5. A maior parte dos artigos analisados foi publicada em eventos: 42 deles em eventos considerados E1 pela *Qualis* e 4 em eventos E2.

Esse dado revela que existe uma grande concentração de publicações em eventos e que,

desses, muito pouco foi, posteriormente, publicado em periódicos nacionais. Dos artigos pesquisados apenas o intitulado: “Identidade Organizacional e Comunicação Interna” (NASCIMENTO, 2009) foi publicado em evento e em periódico. O artigo sobre a relação entre identidade e privatização (SOUZA et al, 2008) poderia ser classificado em evento e periódico, contudo, a pequenas alterações no conteúdo e nos autores relacionados.

Analisando-se a origem na qual os artigos foram publicados, percebeu-se que 45,5% estavam concentrados em eventos da ANPAD – Associação Nacional de Pesquisa em Administração como o EnANPAD e o EnEO conforme expresso na Tabela 1. Revelando a força desses eventos na publicação do tema em análise.

Tabela 1 – Origem dos Artigos Publicados

Periódicos e Eventos	Quant.	%
EnANPAD	19	27,9
EnEO	12	17,6
Organização e Sociedade	5	7,4
R.A.E	4	5,9
Congresso de Ciências da Comunicação	4	5,9
R.A.E Eletrônica, RAC, Cadernos EBAPE BH, ENAPG e SEMEAD – com 2 artigos cada	10	14,5
Outros: 3eS, RAC Eletrônica, BAR, Bienal da Redpor, Colóquio internacional de educação e contemporaneidade, Colóquio internacional de Gestão Universitária da América do Sul, EMA, ENADI, ENPQ, ENGEPR, Organicom, Revista de Estudos de Psicologia, Revista da FAE, Revista Mediação – com 1 artigo em cada.	14	1,5
Total	68	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Dos artigos analisados, em relação ao número de autores, percebeu-se predominância de dois autores, pois foram encontrados 31 artigos nessa situação, ou seja, 45,6% das publicações. Com um autor foram encontrados 18 artigos (26,5%), com três autores, 16 artigos (23,5%) e com quatro foram encontrados apenas 3 publicações, ou seja, apenas 4,4% das publicações.

Quanto ao tipo de avaliação de pesquisa (MARTINS; THEÓPHILO, 2009), verifica-se a predominância da pesquisa Qualitativa com 88,2%, ou seja, sessenta (60) artigos analisados; 8,8%, ou

seja, apenas seis (6) artigos referiam-se à pesquisa Quantitativa e 2,9%, o equivalente a 2 artigos, eram Qualitativos e Quantitativos.

Dentre os qualitativos, os métodos mais empregados foram os de estudo de caso e a revisão de literatura, correspondendo a 95% dos artigos pesquisados, conforme pode ser vislumbrado na Tabela 2. Esse resultado indica a necessidade de maiores pesquisas quantitativas.

Tabela 2 – Tipos de Métodos Qualitativos

Métodos Qualitativos	Quant.	%
Estudo de Caso	35	58,3
Revisão de Literatura	19	31,7
Est. Caso Comparado	3	5,0
Grounded Theory	2	3,3
Pesquisa Exploratória	1	1,7
Total	60	100

Fonte: Dados da pesquisa.

Chama a atenção ao método de *Grounded Theory*, cuja metodologia é pouco divulgada ainda no Brasil. Ele está presente em 2 artigos. Um deles procurou compreender a cultura organizacional da Prefeitura Municipal de Joinville, sob o ponto de vista da cúpula estratégica da organização e que revelou que a identidade desta organização reflete traços culturais específicos da sociedade na qual ela esta inserida, o que é resultado da heterogeneidade cultural brasileira (SILVA et al., 2004) e no artigo que procurou discutir o conceito de identidade e

sua relação com os mecanismos de construção (e perda) da identidade no trabalho (VASCONCELOS; VASCONCELOS, 2001).

Detalhando as técnicas utilizadas para coleta de dados dos estudos de caso, observou-se a predominância do uso de entrevistas semiestruturadas utilizadas isoladamente ou em conjunto com a pesquisa documental, correspondendo a 51,4%. As demais técnicas empregadas encontram-se detalhadas na Tabela 3.

Tabela 3 – Técnicas de Coleta de Dados nos Estudos de Caso

Estudos de Caso	Quant.	%
Entrevista Semiestruturada e Análise Documental	12	34,3
Entrevista Semiestruturada	4	11,4
Análise Documental	2	5,7
Entrevistas Abertas	2	5,7
Outros: Grupos Focais; Análise Drama Social; Diário de Campo; Ensaio Teórico; Entrevista em Profundidade; Entrevistas, Observações e Análise Documental; Múltiplas fontes de Evidências – Com apenas 1 artigo cada.	1	20,0
Não obtido	8	22,9
Total	35,0	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Além dos métodos de pesquisa utilizados nos artigos, também foi verificado quais os subtemas mais frequentes na temática da identidade organizacional. Para isso, foi contado o número de artigos com determinada sub-temática. A Tabela 4

apresenta os resultados desta análise. Nela, pode-se ver que três subtemas foram mais frequentes: cultura organizacional, a identidade projetada e a identificação organizacional.

Tabela 4 – Temas Relacionados à Identidade Organizacional com mais de 2 publicações

Variáveis de Relação	Quant.	%
Cultura Organizacional	8	10,3
Identidade Projetada	8	10,3
Identificação Organizacional	6	7,7
Comunicação Organizacional	5	6,4
Identidade Individual/Pessoal	5	6,4
Imagem Organizacional	4	5,1
Campo Organizacional	3	3,8
Reputação Organizacional	3	3,8
Redes	3	3,8
Outros: Cooperativismo, Espacialidade, Identidade Corporativa, Identidade Profissional, Terceiro Setor, mudanças Organizacionais e Identidade Organizacional – 2 artigos cada.	14	18,2

Fonte: Dados da pesquisa.

Com exceção do tema sobre cultura organizacional, tanto a identidade projetada quanto a identificação organizacional trabalham com a perspectiva do outro, isto é, sobre a percepção externa (como clientes e sociedade) ou interna (colaboradores), respectivamente.

Outros temas relacionados à Identidade Organizacional foram: Antropologia da Performance, Contrato de Trabalho, Cultura Brasileira, Estratégia Organizacional, Humor e Riso, Gestão Acadêmica, Identidade Social, Identidade Saliente, Liderança, Marketing Social, Metáforas, Privatização, Práticas Gerenciais, Relações Interpessoais, Símbolos, Valores e Crenças, Sequestro Emocional e Poder.

Apurou-se que 44,1%, ou seja, 30 artigos, tiveram suas pesquisas em organizações privadas, apenas 11,8%, cerca de 8 artigos estudaram o tema Identidade Organizacional em organizações públicas, revelando que o tema está mais direcionado à pesquisa em empresas privadas. Já o Terceiro Setor contou com 16,2% das publicações, ou seja, 11 artigos. Já 19 artigos (27,9%) foram revisões de literaturas e sem aplicação a algum segmento específico.

Dos artigos que estudaram a Identidade Organizacional no setor privado, 46,6% foram concentrados em atividades de Serviços, 40% industriais e apenas 10% em atividades comerciais. Apenas um artigo estudou o tema de Identidade Organizacional nas diversas atividades econômicas. Todos os artigos que foram pesquisados no setor público referiam-se às atividades de serviços.

No terceiro setor percebeu-se que 63,6% estavam em atividades de serviços, 27,3% em atividades

industriais e apenas 9,1%, isto é, um artigo referia-se a atividades comerciais.

Nota-se pelos dados que as pesquisas sobre Identidade Organizacional estão mais fortemente concentradas em atividades de serviços e menos em atividades comerciais, revelando, assim, uma nova fonte de futuras pesquisas nesse segmento econômico.

Em relação ao porte das empresas, notou-se que poucos artigos preocuparam-se em revelar o tamanho das organizações pesquisadas - 55,9% dos artigos não identificaram o porte das empresas, em 10,3% deles não se conseguiu obter o porte, apesar de identificar a organização. Do que se pode identificar, 20,6% referiam-se a grandes empresas, 8,8% a pequenas empresas e apenas 4,4%, isto é, 3 empresas identificadas como médias empresas, revelando a importância de se efetuar futuras pesquisas em empresas desse porte. Revela-se ainda a importância dos autores em procurarem identificar o porte das empresas nas suas publicações favorecendo estatísticas posteriores.

4.2 Classificação no Modelo de Caldas e Wood Jr (1987)

Foram encontrados 20 artigos, correspondendo a 29,4% dos artigos que puderam ser enquadrados no campo 3 – Identidade Organizacional (I.O) – que compreende as crenças compartilhadas pelos membros do que é central, distintivo e duradouro na organização (CALDAS; WOOD JR, 1997), expressos no Quadro 2.

Quadro 2 – Artigos Enquadrados no Campo 3 – Identidade Organizacional

Citação	Teoria, tema ou questão de pesquisa	Principal conclusão ou achado
(MEDEIROS <i>et al.</i> , 2011)	Discutir como o espaço e os artefatos materiais refletem na I. O.	A análise da cultura material e do espaço é relevante para a I.O
(BEYDA; MACEDO_SOARES, 2010)	Analisar a Produção Brasileira de I.O de 2004 a 2009	Apontam para as similaridades na crítica das produções brasileira e internacional.
(SOUZA; SANTOS, 2010)	Expor uma visão diferenciada da identidade nos estudos	Propõe-se a integração das concepções da identidade como prática cotidiana.
(MIRANDA <i>et al.</i> , 2009)	Compreender a identidade de uma organização a partir de sua cultura.	Verifica-se que a cultura está fundamentada no universo simbólico.
(CARRIERI <i>et al.</i> , 2008)	Expor a multiplicidade de caminhos possíveis para estudos de Identidade.	Estuda-se I.O. no prisma da multiplicidade, da fluidez e da autonomia.
(FONSECA; AUGUSTO, 2008)	Discutir a possibilidade de visualizar a noção de identidade de organizações enquanto elemento essencial na construção e na delimitação do campo organizacional.	
(NOGUEIRA, 2007)	Analisar imagens como recursos simbólicos para construção da identidade.	Realça a correlação dessas imagens simbólicas com a I.O
(NOGUEIRA; MACHADO-DA-SILVA, 2007)	Verificar os fatores que delineiam a identidade da Aduana brasileira.	Conclui a importância dos valores e crenças nos processos pós- incorporação.
(FONTENELLE, 2006)	Refletir a construção e desconstrução identidades na modernidade líquida.	Conclui que as identidades e fronteiras organizacionais são “bênçãos ambíguas”.
(GHADIRI; DAVEL, 2006)	Examinar como a identidade é formada e alterada nos contextos empresariais	Deve-se priorizar o plano individual e interpessoal de análise da I.O
(PIMENTEL <i>et al.</i> , 2005)	Analisar a transformação da identidade da Feira de Arte e Artesanato de B.H.	Indicaram a transformação da identidade para uma lógica de “mercado”
(PIMENTEL, 2009)	Propor a introdução da dimensão espacial nos estudos sobre identidade.	Propõe-se a incorporação da espacialidade, nos estudos de I.O.
(SANTOS, 2004)	Lançar luz sobre temas de cultura e identidade nas organizações.	Pressupõe que na criação de uma cultura de empresa há a negação de seus membros.
(SANTOS; ICHIKAWA, 2004)	Tratar o conceito de identidade e dos seus conflitos no Terceiro Setor.	Mostra o desafio em construir uma identidade coerente com os propósitos.
(MACHADO, 2003)	Explorar a identidade, no âmbito teórico, ressaltando a sua aplicabilidade.	Verifica que são múltiplos os estudos e há espaços a serem explorados.
(GHADIRI; DAVEL, 2002)	Examinar como a identidade é formada e alterada nos contextos organizacionais.	Deve-se priorizar o plano individual e interpessoal de análise da I.O.
(MACHADO; KOPITKE, 2002)	Explorar a identidade, ressaltando sua aplicabilidade à teoria organizacional.	Verificam-se as múltiplas as perspectivas de estudos e campos a serem explorados.
(RODRIGUES; CHILD, 2002)	Abordar os ciclos de construção e desconstrução da identidade.	Argumenta que a identidade perdura se for coletivamente reiterada às rotinas.
(MACHADO-DA-SILVA; EROS, 2001)	Verificar os fatores que delineiam a identidade de 2 organizações brasileiras.	Verifica-se a existência de valores centrais, distintivos e duradouros na I.O.
(MACHADO-DA-SILVA; SILVA-NOGUEIRA, 2000)	Verificar os fatores que delineiam a I.O de organizações brasileiras.	Conclui que os preceitos culturais trazem conteúdos simbólicos que afetam a I.O.

Fonte: Elaborado pelos autores.

No campo 4 – Identidade vs. Autoconceito Organizacional – foram enquadrados 20, ou seja, 29,4% dos artigos que analisaram como a organização percebe a si mesma. Incluíram-se os artigos que discutem a relação entre identificação organizacional e autoconceito e a relação entre a imagem da organização com a identificação dos indivíduos (CALDAS; WOORD JR, 1997) conforme demonstrado no Quadro 3.

Quadro 3 – Artigos enquadrados no Campo 4 – Identidade vs. Autoconceito

Citação	Teoria, tema ou questão de pesquisa	Principal conclusão ou achado dos autores
(DUARTE <i>et al.</i> , 2011)	Analisar a identidade projetada na identificação de seu corpo discente.	Revelam que é significativo o grau de concordância com a identidade projetada.
(FERNANDES <i>et al.</i> , 2009)	Analisar como se configurara o processo de identificação em uma organização.	Concluiu-se que tais processos resultam numa relação mais racional de troca de interesses.
(NASCIMENTO, 2009a)	Apresentar a construção da identidade nas percepções dos públicos internos.	A comunicação interna pode ser fundamental na construção da Identidade Organizacional.
(NASCIMENTO, 2009b)	Apresentar a construção da identidade nas percepções dos públicos internos.	A comunicação interna pode ser fundamental na construção da Identidade Organizacional.
(SARAIVA <i>et al.</i> , 2009)	Analisar como se constrói e se percebe a noção da identidade em ONGs.	Conclui que a identidade é construída ao longo do tempo e que os indivíduos se identificam por meio de objetivos, crenças e valores.
(BARRETO; DINIZ, 2008)	Buscou-se analisar a construção da identidade de uma Cooperativa de Artigos Têxteis.	Conclui a mudança de parâmetros poderá desenvolver uma identidade própria.
(CAPPELLE <i>et al.</i> , 2008)	Presume que as mudanças nas sociedades reordenam os valores dos indivíduos que deslocam para as empresas a responsabilidade de lhes dar uma referência de identificação.	
(CORRÊA; VIEIRA, 2008)	Estudar, sob a perspectiva dos gestores, a influência do MSC na identidade.	Apontam que a comunicação das indústrias é direcionada a determinados stakeholders.
(SOUZA <i>et al.</i> , 2008)	Analisar a identidade projetada de uma ferrovia privatizada no Brasil.	Conclui que a projeção de identidade ocorre de maneira diversa e contraditória.
(CANÇADO <i>et al.</i> , 2007)	Discutir como o contrato de trabalho interfere na identidade dos colaboradores.	Indica que a I.O. está condicionada pelas relações contratuais, em estrutura em rede.
(LABAN; YAMAMOTO, 2007)	Compreender por que as iniciativas de gestão do conhecimento tende a falhar nas organizações.	Argumenta-se que a falta de identificação entre o empregado e a organização está no cerne de muitas dessas questões.
(NEVES, 2007)	Analisa-se a identidade de restaurantes na óptica dos empregados.	Indicam que os empregados incorporaram uma identidade focada principalmente na atividade.
(SANTANA, 2006)	Analisar a reforma e interiorização do Ensino Superior no Brasil.	Identifica-se o contraste, disputas e práticas acadêmicas difusas na construção da identidade.
(SOUZA, 2006)	Analisar a identidade projetada de uma ferrovia recentemente privatizada.	Conclui que a projeção de identidade ocorre de maneira diversa e contraditória.
(BUNCHAFT; GONDIM, 2004a)	Analisar o significado de cooperativa para um grupo de costureiras.	Expõe que o significado abrange 5 dimensões: social, organizacional, racional, político-econômica e legal.
(BUNCHAFT; GONDIM, 2004b)	Relatar a experiência de aplicação dos grupos focais na investigação da Identidade Organizacional.	Conclui-se que a identidade se dá a partir das relações entre organizações, grupos, pares e das cooperadas consigo mesmas.
(THOMAZ; BRITO, 2004)	Discute a identidade baseada na filosofia, histórias, ritos, valores e comportamentos dos membros de uma organização.	Os resultados evidenciam que não se pode afirmar que há correlação entre a identidade e a percepção pelos membros.
(FERRAZ; FISCHER, 2001)	Examinar o discurso de dois líderes na construção de identidades organizacionais.	Apesar do destino ímpar desses 2 líderes, eles construíram espaços para novas identidades.
(SILVA; SCHMIDT, 2001)	Analisar, à luz da cultura organizacional, a construção da cultura organizacional em uma empresa de administração pública.	Conclui que os indivíduos se identificam com a organização e que a identidade tem relação com a cultura organizacional da empresa.
(VASCONCELOS; VASCONCELOS, 2001)	Discutir os mecanismos de construção (e perda) da identidade no trabalho.	Ressalta a importância do passado da organização como essencial para a construção de seu futuro.

Fonte: Elaborado pelos autores.

No campo 5 – Imagem Corporativa – foram encontrados 17,7%, ou seja, 12 artigos que procuravam discutir o conceito de Identidade Organizacional (I.O) na esfera da identidade corporativa. Isto é, tentavam compreender como a organização administra a sua imagem externa e como tal imagem poderia afetá-la (CALDAS; WOORD JR, 1997). Os artigos estão resumidos no Quadro 4.

Quadro 4 – Artigos Enquadrados no Campo 5 – Imagem Corporativa

Citação	Teoria, tema ou questão de pesquisa	Principal conclusão ou achado
(BERTELLI; NASCIMENTO, 2011)	Investigar se a relação museu e escola apresenta-se institucionalizada pelas políticas educacionais.	Demonstram a busca da organização por uma aproximação com seu público, principalmente o escolar.
(ALBINO <i>et al.</i> , 2010)	Compreender os processos de constituição e projeção da identidade de marca.	Conclui-se que a grife apresenta uma identidade multifacetada.
(PIMENTA <i>et al.</i> , 2010)	Analisar a complexidade que marca a I.O nos processos de fusões e aquisições	Conclui que há múltiplas contradições na relação entre imagem corporativa e I.O
(THOMAZ <i>et al.</i> , 2008)	Estudar a influência da I.O, da imagem e da comunicação sobre a reputação corporativa.	Constatou-se que os construtos identidade e imagem estão fortemente correlacionados.
(ALMEIRA; BERTUCCI, 2007)	Avaliar os impactos da identidade e da percepção de prestígio externo sobre a identificação do público interno.	Indica que, quanto melhor a percepção dos funcionários sobre o prestígio externo da organização, maior a sua identificação.
(IASBECK, 2007)	Estudar os conceitos de imagem e reputação à vista dos discursos de Identidade Organizacional.	
(OLIVEIRA, 2007)	Relação entre identidade e reputação no setor automotivo.	Verifica que a identidade projetada é a de fato percebida por seus consumidores.
(VASCONCELOS <i>et al.</i> , 2006)	Verificar a existência de congruência entre a I.O e a imagem projetada.	Expõe a projeção da imagem têm efeito negativo por não ter congruência com a I.O.
(MACHADO, 2005)	Analisa como as trocas sociais entre uma organização sem fins lucrativos e seus doadores são construídas.	Os resultados apontaram para a importância da identidade entre cliente e empresa para sua satisfação e comprometimento.
(RODRIGUES; CHILD, 2005)	Ilustrar como os membros da organização e seus sindicatos percebem a identidade.	A relação entre a identidade e a imagem tem dimensões emocionais e políticas.
(FARIAS, 2002)	Discutir como a comunicação organizacional pode promover efeitos no contexto dos resultados do produto, em um determinado mercado, envolvido por sua marca.	
(CARRIERI, 2001)	Estudar as metáforas como formas de pensar e ver as identidades da organização.	Para a alta administração I.O é identificada como referência; para o sindicato, como a pecadora; para os gerentes, como a família e para os técnicos, como a mãe e a madrasta.

Fonte: Elaborado pelos autores.

No campo 6 – Caráter Nacional – foram encontrados 2 artigos (2,9%) que realizaram debates sobre a Identidade Organizacional em um nível mais macro, dentro ou fora da área organizacional. Nesse campo foram enquadrados trabalhos que discutem a influência da cultura externa, como das nações, na identidade das organizações. O resultado encontra-se detalhado no Quadro 5.

Quadro 5 – Artigos Enquadrados no Campo 6 – Caráter Nacional

Citação	Teoria, Tema ou questão de pesquisa	Principal conclusão ou achado
(MACHADO <i>et al.</i> , 2005)	Compreender a identidade de uma organização a partir de traços da cultura brasileira.	Verifica-se que os fatores que contribuíram para a construção da identidade foram os relacionamentos.
(SILVA <i>et al.</i> , 2004)	Compreender a cultura organizacional sob o ponto de vista da cúpula estratégica da organização	Verifica-se que a identidade desta organização reflete traços culturais específicos da sociedade na qual ela esta inserida.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Foram encontrados, ainda, 14 artigos (20,59%) que possuíam características comportamentais e que estariam oscilando entre os campos 3 – Identidade Organizacional (I.O) e campo 4 – Identidade x Autoconceito. No mapa estruturado por Caldas e Wood Jr não existe uma denominação específica para esse campo. A título de estratégia esse campo será denominado de Identidade versus Comportamento, conforme realizado no Quadro 6.

Quadro 6 – Artigos Enquadrados no Campo: Identidade vs. Comportamento

Citação	Teoria, tema ou questão de pesquisa	Principal conclusão ou achado
(BORGES; MEDEIROS, 2011)	Relacionar identidade com os conceitos “drama social” e “atos de performance”.	Evidencia performances dramáticas visando comunicar, convencer, educar, seduzir e transformar diferentes plateias na empresa Ambev.
(CAMATTI, 2011)	Compreender a função do processo de comunicação na identidade.	Verifica-se que a cultura individual fomenta, pela interação, o coletivo.
(MASCARENHAS, 2010)	Examinar o que leva um indivíduo torna-se “sujeito trabalhador”	Defende que a identidade fornecida pela gestão é modificada pelos sujeitos enquanto “trabalhador”
(CARASSAI; FONSECA, 2009)	Verificar a influência de uma mudança estratégica na identidade de uma instituição de ensino particular.	Revelou que a implantação da mudança estratégica investigada provocou modificações nos atributos da Identidade Organizacional especificados.
(CAVEDON; STEFANOWSKI, 2008)	Verificar como o humor e o riso podem evidenciar a I.O	O riso acaba revelando quem são essas pessoas, quais os seus valores e suas identidades.
(NOCERA; AUGUSTO, 2008)	Verificar o impacto das práticas de gestão na I.O da organização militar.	Não foi possível evidenciar impacto na Identidade Organizacional até o momento do estudo.
(SANTOS, 2007)	Aprofundar o conhecimento sobre o conceito de identidade e sua importância para a comunicação.	Salienta a importância da atuação das Relações Públicas, através dos mecanismos de comunicação organizacional, na consolidação da identidade.
(VIEIRA <i>et al.</i> , 2006)	Tem como intuito introduzir o conceito de sequestro emocional na literatura de estudos organizacionais.	Expôs que o sequestro emocional se caracteriza como um processo de apropriação do trabalho, formação de identidade e definição de poder.
(BAUER; ZILÁ, 2004a)	Analisar o papel da identidade na relação dos indivíduos com as organizações.	Conclui que a I.O só pode ser compreendida pelos indivíduos como uma construção social, portanto intersubjetiva e relacional.
(BAUER; ZILÁ, 2004b)	Explorar a interação entre os diversos níveis de identidade, bem como o seu processo de construção.	Verifica-se que a agroecologia representa tanto uma identidade de um movimento social emergente, quanto uma realidade social partilhada.
(SILVA; VERGARA, 2004)	Levantar a influência do processo de mudança organizacional no processo de reconstrução das identidades.	Procurou-se construir um quadro referencial no modo como as suas identidades pessoais, coletivas e institucionais são reconstruídas.
(BARBOSA; CESAR, 2003)	Tentar aproximação dos conceitos de identidade e estratégia organizacional.	Há aproximação entre Identidade e Estratégia Organizacional
(BAUER, 2003)	Através de uma discussão teórica elaboraram-se algumas proposições sobre redes e identidades.	Acredita-se que a adoção de uma identidade busca legitimação e conformidade a uma realidade social construída pelos atores que compõem o ambiente.
(CESAR; MACHADO-DA-SILVA, 2002)	Verificar o efeito da privatização na identidade da Telepar Brasil Telecom no período de 1996 a 2000	Os resultados da análise permitiram concluir que ocorreu alteração significativa da Identidade Organizacional da Telepar Brasil Telecom.

Fonte: Elaborado pelos autores.

5 PRINCIPAIS ACHADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando-se a produção brasileira acerca do tema Identidade Organizacional, foram reveladas várias conclusões que proporcionam novos olhares e novas possibilidades de estudos.

Os resultados mostraram que a maioria dos estudos é de caráter qualitativo, apontando para a necessidade de pesquisas quantitativas futuras. Além disso, as publicações estão muito mais presentes em eventos do que em periódicos. Esse dado incentiva uma nova pesquisa para se investigar o porquê desse fenômeno.

A grande maioria dos artigos tratou dos setores privados e terceiro setor, apontando a necessidade de trabalhos no setor público. Ainda em relação aos setores econômicos, foi encontrada uma grande concentração de trabalhos nos setores industriais e de serviços, apontando a necessidade de estudos no setor comercial. Foi possível perceber ainda que as muitas pesquisas não se preocuparam em definir o porte das organizações. Dentre os artigos que identificaram o porte das empresas, havia artigos em grandes e pequenas empresas, abrindo uma lacuna de pesquisa nas organizações de médio porte.

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

externa (sociedade) e seus impactos na Identidade Organizacional, apontando para oportunidades de estudos dessas possíveis interações.

Além disso, ao se realizar o enquadramento dos artigos no modelo proposto por Caldas e Wood Jr (1987) ficou evidente a importância de se criar uma nova categoria classificatória que contemplasse a relação entre comportamento e Identidade Organizacional, uma vez que foram encontrados 14 artigos nessa dimensão.

Esses achados podem ser uma importante contribuição aos estudos teóricos e empíricos sobre Identidade Organizacional no Brasil. Primeiramente, eles podem inspirar uma agenda de pesquisa nesta temática, que inclua empresas de diferentes portes, métodos mais robustos e publicações em periódicos além dos eventos científicos.

Para a comunidade empresarial, pode levar a uma difusão do conceito de identidade organizacional – conceito este que não é ainda tão difundido nas empresas, mas que se relaciona à capacidade da mesma em desenhar sua visão e missão organizacionais.

No entanto, estes achados devem ser vistos considerando-se as limitações deste estudo: trata-se de uma análise bibliométrica realizada somente no Brasil, e não considerou o desenvolvimento internacional do tema; como considerou somente parte dos periódicos e congressos existentes, e não teses e dissertações, entre outros meios de comunicação, esta análise se refere somente a parte do que é publicado sobre o tema da identidade organização.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational Identity. In: L. . Climmings; B. . Staw (Eds.); **Research in Organizational Behavior**, 1985. Greenwich: Jay Press.
- ALBINO, J. C. A.; CAMARGOS, S. P.; OLIVEIRA, L. M. Compreendendo o Processo de Constituição e Projeção da identidade Corporativa de Marca Seguidora do Campo da Moda: Um Estudo de Caso da Grife Mineira Patogêi. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2010. Rio de Janeiro: ANPAD.
- ALMEIRA, A. L. C.; BERTUCCI, J. L. O. O Impacto da Identidade Projetada na Identificação dos Empregados com a Organização: O Caso da Fundação Dom Cabral. Encontro da Administração Pública e Governança (EnAPG). **Anais...**, 2007. Florianópolis: ANPAD.
- BAKKER, F. G.; GROENEWEGEN, P.; HOND, F. D. A Bibliometric Analysis of 30 Years of Research and Theory on Corporate Social Responsibility and Corporate Social Performance. **Business & Society**, v. 44, n. 3, p. 283, 2005.
- BARBOSA, S.; CESAR, CLAUDINE. Estratégia e Identidade Organizacional: Uma Aproximação mais que Conceitual. Encontro de Estudos de Estratégias (3es). **Anais...**, 2003. Curitiba: ANPAD.
- BARRETO, R. .; DINIZ, A. P. . Da Indústria à Cooperativa: A Influência do Passado na Configuração Identitária Presente. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2008. Belo Horizonte: ANPAD.
- BAUER, M. A. L. Redes e Identidades: Perspectivas Estratégicas e Institucionais. Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2003. Atibaia, São Paulo.: ANPAD.
- BAUER, M. A. L.; ZILÁ, M. As Concepções de Identidade e as Relações entre Indivíduos e Organizações: um Olhar sobre a Realidade da Agricultura Ecológica. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2004a. Curitiba: ANPAD.
- BAUER, M. A. L.; ZILÁ, M. Agroecologia: Identidade e Realidade. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2004b. Atibaia, São Paulo: ANPAD.
- BERTELLI, M. DE Q.; NASCIMENTO, S. S. DO. A dimensão educativa de um museu de ciência sob enfoque dos conceitos de identidade e papel organizacional. XII Bienal da Redpor. **Anais...**, 2011. Campinas, SP: Fapesp.
- BEYDA, T. T.; MACEDO_SOARES, T. D. L. V. A. DE. Identidade Organizacional: Análise Crítica da Produção Acadêmica Brasileira de 2004 a 2009. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 45, n. 4, p. 400-414, 2010.
- BNDES. **TERCEIRO SETOR E DESENVOLVIMENTO SOCIAL**. 2001.
- BORGES, J. F.; MEDEIROS, C. R. DE O. “Aprecie com Moderação”: A Identidade da Organização como Drama e Atos de Performance. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 51, n. 2, p. 132-142, 2011.
- BUNCHAFT, A. F.; GONDIM, S. M. G. A Cooperativa Popular de Trabalho: Uma Contribuição à Compreensão do Significado de Cooperativas para as Costureiras do Parque São Bartolomeu em Salvador, Bahia. **Organização e Sociedade (O&S)**, v. 11, n. 30, p. 117-127, 2004a.
- BUNCHAFT, A. F.; GONDIM, S. M. G. Grupos Focais na Investigação Qualitativa da Identidade Organizacional: Exemplo de Aplicação. **Revista de Estudos de Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 63-77, 2004b.
- CALDAS, M. P.; WOODJR, T. Identidade organizacional. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 37, n. 1, p. 6-17, 1997.
- CALDAS, M. P.; WOORD JR, T. Identidade Organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v. 37, n. 1, p. 6-17, 1997.
- CAMATTI, T. B. Comunicação Organizacional como Construção de Identidade: O Caso Espaço Médico. Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. **Anais...** p.1-15, 2011. Londrina - PR: Intercom.

- CANÇADO, V. L.; CAMPOS, M.; BAÊTA, A. M. C. Identidade Organizacional em Empresas de Rede: Um Estudo de Caso na EBE - Escola Brasileira de Executivos. Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (ENGEPR). **Anais...**, 2007. Natal - RN: ANPAD.
- CAPES. Qualis. Disponível em: <<http://www.capes.gov.br/avaliacao/qualis>>. Acesso em: 16/1/2011.
- CAPPELLE, M. ; FONSECA, F. P.; MIRANDA, A. R. A. O Papel da Organização e do Sujeito na Dinâmica de (Re) Construção da Identidade: uma Proposta Teórica. Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2008. Rio de Janeiro: ANPAD.
- CARASSAI, G. L.; FONSECA, V. S. Identidade Organizacional e Mudança Estratégica: O Caso de Uma Instituição de Ensino Superior Curitiba. Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2009. São Paulo: ANPAD.
- CARRIERI, A. As Metáforas de Identidade de Uma Empresa de Telecomunicações Antes e Depois de Sua Privatização. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2001. Campinas, SP: ANPAD.
- CARRIERI, A. DE P.; PAULA, A. P. P. DE; DAVEL, E. Identidade nas Organizações: Múltipla? Fluida? Autônoma? **Organização e Sociedade (O&S)**, v. 15, n. 45, p. 127-144, 2008.
- CAVEDON, N. R.; STEFANOWSKI, F. D. L. O Riso que Integra, o Riso que Separa: Identidade Organizacional em um Sebo de Porto Alegre. **Organização e Sociedade (O&S)**, v. 15, n. 46, p. 137-152, 2008.
- CESAR, C.; MACHADO-DA-SILVA, C. Identidade Organizacional: O Caso Telepar Brasil Telecom. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2002. Salvador: ANPAD.
- COOPER, H. M.; LINDSAY, J. J. Research Synthesis and Meta-analysis. In: L. Bickman;; D. J. Rog (Eds.); **Handbook of Applied Social Research Methods**. p.315-342, 1998. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- CORRÊA, P. S. A.; VIEIRA, F. G. D. A Influência do Marketing Social na Identidade Corporativa das Indústrias de Alimentos do Paraná. Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). **Anais...**, 2008. Curitiba: ANPAD.
- DUARTE, L. J.; VIEIRA, A.; GARCIA, F. C. O Impacto da Identidade Projetada na Identificação dos Alunos com a Instituição: O Caso do CEFET-MG. Seminários de Estudos em Administração (SEMEAD). **Anais...** p.1-13, 2011. São Paulo: USP.
- FARIAS, L. A. B. DE. Comunicação Organizacional: Identidade e Imagem Corporativas Fortalecendo Marca e Produto. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** p.25, 2002. São Paulo: Intercom.
- FERRAZ, M. A. V.; FISCHER, T. Liderança e Mediação da Identidade: A palavra dos Líderes e a Voz da Mídia. **Organização e Sociedade (O&S)**, v. 8, n. 22, p. 1-15, 2001.
- FONSECA, V. S.; AUGUSTO, P. O. M. Identidade e Campo Organizacional: Uma Possibilidade Analítica. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2008. Belo Horizonte: ANPAD.
- FONTENELLE, I. A. CONSTRUÇÃO E DESCONSTRUÇÃO DE FRONTEIRAS E IDENTIDADES ORGANIZACIONAIS : HISTÓRIA E DESAFIOS DO MCDONALD ' S. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, v. 47, n. 1, p. 60-70, 2006.
- GHADIRI, D. P.; DAVEL, E. Identity and Organizations in Becoming. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2002. Salvador: ANPAD.

- GHADIRI, D. P.; DAVEL, E. Do Sólido ao Fluido: Contradição Organizacional e Paradoxo na Reconstrução de Identidade. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica (RAE Eletrônica)**, v. 5, n. 1, 2006.
- IASBECK, L. C. A. Imagem e Reputação na Gestão da Identidade Organizacional. **Organicom**, v. 7, n. 4, 2007.
- LABAN, Y. Y. F. S.; YAMAMOTO, C. S. Identity Mismatching in Corporate Communities as Possible Reason for Knowledge Management Failures: An Exploratory Study. Encontro de Administração da Informação (Enadi). **Anais...**, 2007. Florianópolis: ANPAD.
- MACHADO, E. C.; GONÇALVES FILHO, C.; MONTEIRO, P. R. R.; MACHADO, M. A. Marketing de Relacionamento, Trocas Sociais e Identidade Saliente: Construção de um Modelo no Terceiro Setor. Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2005. Brasília: ANPAD.
- MACHADO, H.V. A Identidade e o Contexto Organizacional: Perspectivas de Análise. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, v. Especial, p. 51-73, 2003.
- MACHADO, HILKA VIER. Identidade Organizacional: Um Estudo de Caso no Contexto da Cultura Brasileira. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica (RAE Eletrônica)**, v. 4, n. 1, 2005.
- MACHADO, HILKA VIER; KOPITKE, B. A Identidade no Contexto Organizacional: Perspectivas Múltiplas de Estudo. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2002. Recife: ANPAD.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; EROS, E. S. N. Identidade Organizacional: um Caso de Manutenção, outro de Mudança. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, v. Edição Especial, p. 35-58, 2001.
- MACHADO-DA-SILVA, C. L.; SILVA-NOGUEIRA, E. Instituições, Cultura e Identidade Organizacional. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2000. Curitiba.
- MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2nd ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.
- MASCARENHAS, L. Identidade Organizacional, no limiar entre Indivíduo que Produz e Sujeito Trabalhador. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...**, 2010. Florianópolis: ANPAD.
- MEDEIROS, C. R. DE O.; AQUINO, A. L. R. DE; PEREIRA, M. C. et al. Quando a Praça não é uma Praça: O Espaço e a Cultura Material na Construção da Identidade Organizacional. Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (ENEPQ). **Anais...**, 2011. João Pessoa: ANPAD.
- MIRANDA, A. R. A; PESSANHA, G. R. G.; MOREIRA, L. B. Compreendendo a Identidade Organizacional a Partir do Estudo de sua Cultura e Imagem. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2009. São Paulo: ANPAD.
- NASCIMENTO, I. M. DO. Identidade organizacional e comunicação interna : explorando um pouco os temas. **Mediação**, v. 9, n. 9, 2009a.
- NASCIMENTO, I. M. DO. Identidade Organizacional e Comunicação Interna: Um Breve Olhar sobre os Temas. Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. **Anais...** p.1-13, 2009b. Rio de Janeiro: Intercom.
- NEVES, J. A. D. A Identidade e a Focagem dos Empregados de Restaurantes de Fortaleza. **Revista de Administração da USP (RAUSP)**, v. 42, n. 4, p. 443-453, 2007.
- NOCERA, C.; AUGUSTO, P. O. M. Práticas Gerenciais e Identidade Organizacional: O caso de uma Organização Militar. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...**, 2008. Rio de Janeiro: ANPAD.
- NOGUEIRA, E. E. S. Símbolo e Identidade Organizacional – Função da Figura ou Imagem Conceitual. **Revista de Administração Contemporânea Eletrônica (RAC - Eletrônica)**, v. 1, n. 2, p. 81-96, 2007.

- NOGUEIRA, E.E.S.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Identidade Organizacional - A Importância dos Valores e Crenças: Estudo de Caso em uma Organização Extinta por Incorporação. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2007. Atibaia, São Paulo: ANPAD.
- OLIVEIRA, D. F. Identidade e Reputação no Setor Automotivo: Relacionando as formas de Imagem. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2007. Rio de Janeiro: ANPAD.
- PIMENTA, S. M.; CORRÊA, M. L.; LOPES, M. R. Identidade Organizacional e Processos de Aquisição e Fusão: Dimensões e Complexidade das Transformações Organizacionais. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2010. Florianópolis: ANPAD.
- PIMENTEL, T. D.; CARRIERI, A.; LEITE-DA-SILVA, A. R.; ABATE JÚNIOR, C. B. De "Woodstock Mineira" a "Camelódromo": percurso semântico da transformação da identidade em uma feira. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2005. Brasília: ANPAD.
- PIMENTEL, T. D.; LEITE-DA-SILVA, A. R. Artesão ou Pequeno Industrial: Ambiguidades Identitárias na "Feira Hippie." Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2006. Porto Alegre: ANPAD.
- PIMENTEL, T. D. A Espacialidade na Construção da Identidade. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 1, p. 1 - 21, 2009.
- RODRIGUES, S. B.; CHILD, J. The Dynamics of Organizational Identity Construction and Deconstruction. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2002. Salvador: ANPAD.
- RODRIGUES, S. B.; CHILD, J. Corporate Identity and the Breach of the Psychological Contract: Reflective Imaging Through Metaphors. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2005. Brasília: ANPAD.
- SANTANA, C. M. DE. Reforma e Interiorização do Ensino Superior no Brasil: ICADS-BAHIA: Arquitetura e Identidade Organizacional em Des(re)construção. Colóquio Internacional de Educação e Contemporaneidade. **Anais...** , 2006.
- SANTOS, C. G. Cultura e Identidade nas Organizações: uma Visão Crítica. Encontro da Administração Pública e Governança (EnAPG). **Anais...** , 2004. Rio de Janeiro: ANPAD.
- SANTOS, E. M.; ICHIKAWA, E. Y. Severino, Sua Saga e o Terceiro Setor: Construindo, Mantendo e Desconstruindo Identidades. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2004. Brasília: ANPAD.
- SANTOS, L. C. A Importância dos estudos sobre Identidade para a Comunicação Organizacional. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** p.1-10, 2007. Santos: Intercom.
- SARAIVA, L. A. S.; DUARTE, A. C. O.; MAGALHÃES, Y. T.; OLIVEIRA, D. A. Identidade Organizacional no Terceiro Setor: Um Estudo Organizações Não-Governamentais de uma Cidade Mineira. Seminários de Estudos em Administração (SEMEAD). **Anais...** p.1-16, 2009. São Paulo: USP.
- SEBRAE; DIEESE. Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2009. **SEBRAE;DIEESE**, 2010.
- SILVA, J. R.; VERGARA, S. C. Mudança Organizacional e as Múltiplas Relações que Afetam a Reconstrução das Identidades dos Indivíduos. Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2004. Salvador: ANPAD.
- SILVA, J. V. A.; SCHMIDT, M. DO C. Identidade e cultura organizacional em uma empresa pública paranaense. **Revista da FAE**, v. 11, n. 1, p. 1-7, 2001.

- SILVA, M. .; MORAES, L. V. S.; MARTINS, E. S. A Identidade Organizacional da Prefeitura Municipal de Joinville: o Ponto de Vista da Cúpula Estratégica. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2004. Atibaia, SP: ANPAD.
- SOUZA, F. DAS C. A Formação Acadêmica de Bibliotecários e Cientistas da Informação e sua Visibilidade, Identidade e Reconhecimento Social no Brasil. **Informação e Sociedade: Estudos**, v. 16, n. 1, p. 23-34, 2006.
- SOUZA, M. M.; CARRIERI, A.; FARIA, A. A. The Construction of Organizational Identity : Discourses on a Brazilian Private Railroad. **Brazilian Administration Review (BAR)**, v. 5, n. 3, p. 177-192, 2008.
- SOUZA, M. M. P.; SANTOS, A. Repensando a Identidade nas Organizações: Por uma visão integrativa de Práticas, Discursos e Racionalidades. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2010. Florianópolis: ANPAD.
- THOMAZ, J. C.; BRITO, E. P. Z. Identidade Corporativa: Avaliação dos Empregados e dos Clientes. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2004. Atibaia, SP: ANPAD.
- THOMAZ, J. C.; SILVA, A. A.; CASELANI, D. M. C. Reputação Corporativa de Organizações Hospitalares: Influências da Identidade, da Imagem e da Comunicação Corporativas. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. **Anais...** , 2008. Rio de Janeiro: ANPAD.
- VASCONCELOS, E.; ALPERSTEDT, G. D.; MORAES, M. C. B. Gestão Estratégica da Imagem e da Identidade Organizacional em Instituições de Ensino Superior. Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul. **Anais...** v. 2003, p.1-16, 2006. Blumenau, SC.
- VASCONCELOS, I. F. G. DE; VASCONCELOS, F. C. DE. Identidade e Mudança: O Passado como Ativo Estratégico. **Organização e Sociedade (O&S)**, v. 8, n. 21, p. 45-57, 2001.
- VIEIRA, F. G. D; MACHADO, H. P. V.; OLIVEIRA, R. S. Sequestro Emocional: Apropriando Trabalho, Formando Identidade e Definindo Poder nas Organizações. Encontro de Estudos Organizacionais (EnEO). **Anais...** , 2006. Porto Alegre: ANPAD.