



ANÁLISE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE IDENTIDADE NOS PRINCIPAIS PERIÓDICOS E EVENTOS CIENTÍFICOS DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO NOS ANOS DE 2007 A 2017

ANALYSIS OF THE SCIENTIFIC PRODUCTION ON IDENTITY IN MAIN JOURNALS AND SCIENTIFIC EVENTS OF THE ADMINISTRATION AREA FROM 2007 TO 2017

Nágila Giovanna Silva Vilela, Universidade de São Paulo, Brasil, nagilavilela@gmail.com

Mariane Lemos Lourenço, Universidade Federal do Paraná, Brasil, psimari@uol.br

Resumo

O tema “identidade”, presente em diversas áreas do conhecimento, é investigado nesse artigo no campo de Ciências Sociais Aplicadas, em especial, na Administração. O objetivo da presente pesquisa é analisar a produção científica brasileira sobre identidade nos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração nos anos de 2007 a 2017. Trata-se de uma pesquisa de caráter quantitativo e descritivo, cuja estratégia de pesquisa é a bibliometria. 138 artigos foram selecionados sendo 29 provenientes de periódicos e 109 de eventos. O tratamento dos dados foi realizado com a utilização de estatística descritiva a partir das informações levantadas a respeito dos artigos. Os resultados revelaram que o ano de 2017 foi o mais profícuo em termos de quantidade de artigos publicados, e que, em geral, a maioria dos artigos foi publicada em eventos em detrimento de periódicos. Além disso, a produção nacional em identidade é desenvolvida principalmente de forma empírica e qualitativa, contemplando especialmente o nível de análise organizacional por meio de estudos de caso, história de vida e revisão bibliográfica. As principais técnicas de coleta de dados utilizadas foram entrevistas, documentos e observações e a análise de conteúdo foi a principal estratégia para análise dos dados. A ausência de esclarecimentos metodológicos ocorreu com certa frequência nos artigos selecionados, o que pode ser justificado pela limitação de palavras e páginas imposta para submissão em periódicos e eventos científicos. Ao final do artigo são destacadas algumas perspectivas para estudos e investigações futuras.

Palavras-chave: Identidade; Produção Científica; Bibliometria.

Abstract

The theme "identity", present in several areas of knowledge, is investigated in this article in the field of Applied Social Sciences, especially in Administration. The objective of the present research is to analyze the Brazilian scientific production on identity in the main journals and scientific events of the Administration area from 2007 to 2017. It is a quantitative and descriptive research whose research strategy is bibliometrics. 138 articles were selected, 29 from periodicals and 109 from events. The data treatment was performed using descriptive statistics based on the information collected about the articles. The results showed that 2017 was the most profitable in terms of the number of articles published, and that, in general, most articles were published in events rather than journals. In addition, the national identity production is developed mainly in an empirical and qualitative way, especially considering the level of organizational analysis through case studies, life history and bibliographic review. The main techniques of data collection used were interviews, documents and observations and content analysis was the main strategy for data analysis. The absence of methodological clarifications occurred with certain frequency in the selected articles, which can be justified by the limitation of words and pages imposed for submission in journals



and scientific events. At the end of the article are highlighted some perspectives for studies and future investigations.

Keywords: Identity; Scientific production; Bibliometrics.

1. INTRODUÇÃO

O tema identidade tem sido estudado em diferentes áreas do conhecimento como a filosofia, religião, história, psicologia, sociologia e antropologia (Borges & Medeiros, 2011; Pimentel & Carrieri, 2011; Jacques, 2011). A princípio, quando se considera o nível individual, a identidade remete à questão “Quem sou eu?” (Martins, 2013). No âmbito organizacional, a pergunta é “Quem somos nós como organização?” (Martins, 2013).

A construção e o desenvolvimento da identidade de um indivíduo se dão a partir da sua relação com outras pessoas e pela sua presença em cenários organizacionais e sociais (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). O processo de identidade, de acordo com Santos (2005), é dinâmico e composto por interações entre as particularidades do indivíduo, sua consciência e os construtos por ele organizados e as estruturas e os processos sociais pertencentes ao contexto em que o mesmo está inserido.

Fundamentado nas múltiplas pesquisas a respeito da identidade individual, estudiosos de Administração vêm progredindo e enriquecendo o conceito de identidade da organização (Borges & Medeiros, 2011). Além disso, o conceito de identidade é associado a diferentes níveis, como o individual, interpessoal, organizacional e societário, que constantemente se relacionam em interações multiformes e correlatas (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). Sendo assim, “[...] a identidade nunca é “estabelecida” como uma “realização”, na forma de uma armadura da personalidade ou de qualquer coisa estática e imutável” (Erikson, 1976, p. 22), mas sim transformada e remodelada com frequência.

Em razão da amplitude da temática identidade, o objetivo desse trabalho é analisar a produção científica brasileira sobre identidade nos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração nos anos de 2007 a 2017. A delimitação de nível de análise da identidade incluiu os níveis pessoal, profissional, social, organizacional e regional. Para atingir o objetivo proposto, foi feito um levantamento do tipo estado da arte dos artigos publicados entre 2007 e 2017 nos seguintes periódicos: Cadernos EBAPE, Organizações & Sociedade (O&S), Revista de Administração Contemporânea (RAC), Revista de Administração Pública (RAP), *Brazilian Business Review* (BBR), Revista de Administração Mackenzie (RAM), Revista Eletrônica de Administração (REAd), Transinformação e Revista de Administração da USP (RAUSP) e também nos seguintes eventos da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (AnPAD): Encontro da AnPAD (EnANPAD), Encontro de Estudos Organizacionais da AnPAD (EnEO), Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho (EnGPR), Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ). Os demais eventos da associação como o Encontro de Estudos em Estratégia (3Es), Encontro de Marketing da ANPAD (EMA), Encontro de Administração Pública da ANPAD (EnAPG), Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica e Encontro de Administração da Informação (EnADI) não foram considerados por possuírem escopo distinto ao que é proposto nesta pesquisa. Utilizando a bibliometria como estratégia de pesquisa, os artigos sobre identidade nos níveis especificados serão explorados aqui sob diferentes aspectos.



Essa pesquisa se justifica por contribuir para o campo de pesquisa em Identidade ao abordar o estado da arte sobre o tema nos principais eventos da área de Ciências Sociais Aplicadas no Brasil, em especial a Administração. Contribui também ao contemplar os níveis de análise, as metodologias e abordagens escolhidas pelos pesquisadores brasileiros em seus estudos.

Este trabalho está estruturado em cinco tópicos principais: o primeiro refere-se à introdução; o segundo apresenta a fundamentação teórica a respeito do conceito de identidade e os níveis de análise associados a esse conceito; o terceiro aborda os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa; no quarto tópico são apresentados os resultados e as discussões e, por último, o quinto tópico contém as considerações finais.

2. CONCEITO DE IDENTIDADE

O tema identidade pode ser encontrado em diferentes campos do conhecimento (Borges & Medeiros, 2011). Até que chegasse às ciências sociais, em especial aos estudos organizacionais, essa temática passou pela filosofia, religião, história e psicologia (Pimentel & Carrieri, 2011). Foi a partir da segunda metade do século XX e principalmente após o artigo de Albert e Whetten, em 1985, que a identidade começou a se difundir nos estudos organizacionais (Pimentel & Carrieri, 2011).

O termo identidade é a junção dos termos latinos *idem* e *identitas*, que significam *o mesmo* e *entitas*, que quer dizer *entidade*. A união dessas raízes forma “a mesma entidade” (Caldas & Wood Jr., 1997). A definição de identidade envolve os conceitos de “identidade para si” e “identidade para o outro” (Chies, 2010). Enquanto a “identidade para si” reflete o reconhecimento do indivíduo de si mesmo, a “identidade para o outro” diz respeito à forma como as pessoas caracterizam um indivíduo (Chies, 2010).

Pela perspectiva sociológica, toda identidade é construída (Castells, 2013). Sendo assim, o que de fato interessa aos pesquisadores é entender como, a partir de quê, por quem e para quê isso acontece (Castells, 2013). A identidade se constrói pelo processamento de materiais – como os fornecidos pela história, geografia, biologia, instituições, memória coletiva, entre outros – pelos indivíduos, grupos sociais e sociedade em geral, que reestruturam seu significado em conformidade com as orientações sociais, culturais e a visão de tempo e espaço em determinada circunstância (Castells, 2013). No âmbito psicológico, considera-se que a identidade é produzida pela socialização e garantida pela individualização (Jacques, 2011).

O conceito de identidade frequentemente é associado a expressões como imagem, representação e conceito de si, referindo-se a traços, imagens e sentimentos que um indivíduo caracteriza como atributo de si mesmo (Jacques, 2011). Bauman (2005) considera que “identificar-se com...” é acolher um acaso misterioso, acaso esse impossível de ser influenciado ou controlado.

Os processos identificatórios, segundo Jacques (2011), podem ser qualificados como identidade pessoal (características singulares do indivíduo) e identidade social (atributos que remontam à pertença em determinados grupos ou categorias). Além desses, diferentes níveis de análise podem ser associados ao conceito de identidade (Machado, 2003). Os níveis considerados nesse trabalho são: pessoal, profissional, social, organizacional e regional e estão descritos a seguir.



3. NÍVEIS DE ANÁLISE DE IDENTIDADE

A seguir estão descritos alguns níveis de análise possíveis ao considerar a identidade. Destaca-se que não foi pretendido explorar todos os níveis existentes, mas sim abordar aqueles considerados para fins desse trabalho. Dessa forma, as definições expostas para identidade pessoal/individual, identidade profissional, identidade social/grupal, identidade organizacional e identidade regional/territorial, são a base para a determinação do nível de análise de cada um dos artigos publicados nos eventos da ANPAD, conforme apresentado mais a frente nos resultados da pesquisa.

Identidade pessoal/individual

A identidade pessoal enfatiza a formação da identidade individual, entendida como resultado da construção social (Colares & Saraiva, 2016). Trata-se também de um produto da construção psicológica (Machado, 2003). “Em nível pessoal, a identidade, ou o conceito de si mesmo, orienta a ação individual” (Machado, 2003, p. 52).

Por meio de relações e trocas sociais os indivíduos detectam assuntos que lhes são relevantes e outros que tendem a contestar (Colares; Saraiva, 2016). Desse modo, destaca-se que a socialização é referência essencial na construção das identidades, visto que ainda que cada pessoa tenha sua individualidade, a criação do autoconceito é indissociável do outro (Machado, 2003). Considerando que os indivíduos constantemente se relacionam com outras pessoas, suas estruturas identitárias se constroem e reconstroem frequentemente (Machado, 2003).

A identidade, de acordo com a psicologia social é um fenômeno social, de modo que resulta das relações do indivíduo com outras pessoas e grupos e organizações em que está inserido (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). Ainda de acordo com os autores mencionados anteriormente, a identidade também pode ser considerada como tendo uma natureza reflexiva. Sendo assim, a forma como o indivíduo enxerga a si mesmo é o seu autoconceito (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001).

Por último, a identidade não é inata nem específica do indivíduo (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). Ela “[...] está relacionada com o sentido de unicidade pessoal e de continuidade histórica” (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001, p. 40). A identidade também pode se estender a profissões, grupos sociais, organizações e territórios, conforme apresentado a seguir.

Identidade profissional

A identidade profissional, um dos aspectos da identidade total, frequentemente é confundida com a identidade pessoal (Terêncio & Soares, 2003). Mazer e Melo-Silva (2010) consideram a identidade profissional como um dos alicerces da identidade pessoal. Esse tipo de identidade é “[...] ancorada nas representações, práticas e saberes profissionais, que depende do contexto de exercício profissional do indivíduo” (Sales & Chamon, 2011, p. 187).

Assim como a identidade pessoal, a identidade profissional é formada pela relação de fatores internos e externos ao indivíduo (Terêncio & Soares, 2003). A multiplicidade de papéis



exercidos pelo indivíduo e trabalhador durante sua vida compõem a identidade profissional (Mazer & Melo-Silva, 2010). Sendo assim, a identidade profissional é parte da identidade do indivíduo, sendo determinada e também determinante da personalidade do mesmo (Mazer & Melo-Silva, 2010).

Parte significativa da identidade profissional é construída a partir da vivência e do exercício de uma determinada atividade profissional (Santos, 2005). A formação desse tipo de identidade também leva em consideração a identidade virtual, composta por aquilo que é imposto ou sugerido por terceiros, e a identidade real, aquela interiorizada pelo indivíduo (Santos, 2005).

A perda da identidade profissional pode resultar na desconstrução da concepção do indivíduo de si e dos outros, impedindo-o de constituir uma nova vida, com novos relacionamentos sociais e até mesmo influenciando a essência de sua individualidade (Santos, 2005).

Identidade social/grupal

Os indivíduos são socializados em determinadas sociedades (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). A identidade social está relacionada com os grupos sociais a que os indivíduos pertencem, sendo, portanto, estabelecida em âmbito grupal (Colares & Saraiva, 2016). Pela identidade social busca-se explicar como a identidade se constrói fundamentada no pertencimento a grupos específicos (Reis & Puente-Palacios, 2016). O sentimento de pertença contribui para que o indivíduo seja obediente às normas do grupo de tal forma que desrespeitar tais regras resulta em um auto julgamento de culpa profunda (Bohoslavsky, 1998).

Nesse sentido, grupo, em conformidade com a Teoria da Identidade Social, refere-se a uma agregação de indivíduos que se reconhecem como pertencentes a uma mesma categoria social (Tajfel & Turner, 1979). O termo “grupo” é amplo e pode abranger desde equipes de trabalho até nacionalidade e gênero (Reis & Puente-Palacios, 2016). Os indivíduos de um grupo compartilham de alguma relação emocional no momento em que se definem como semelhantes, bem como possuem um nível de consenso sobre o grupo e sua aprovação e pertença no mesmo (Tajfel & Turner, 1979).

Cada pessoa se orienta em conformidade com o grupo a que pertence - seja por meio de gesticulações, ritos, postura ou comportamento – a fim de ser aceito pelo grupo e para que possa fazer parte do mesmo (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). Sendo assim, na concepção sociológica, a identidade pode ser compreendida como resultado da interação de diferentes realidades (Carrieri, Paula & Davel, 2008).

No nível social, a identidade de um indivíduo também pode ser entendida como fruto da auto concepção de si próprio dentro de um ou mais grupos (Machado, 2003). Para cada categoria social que o indivíduo participa, ele desempenha diferentes papéis que o permite caracterizar a si mesmo como integrante daquele ambiente social (Carrieri, Paula & Davel, 2008).

A construção identitária social é concebida pela união das escolhas pessoais de cada indivíduo, o contexto, os agentes sociais e as instituições, sendo que esses três últimos exercem intervenção significativa em tal processo (Colares & Saraiva, 2016). Nesse sentido, a identidade social é que conduz a movimentos que reproduzem a ação coletiva (Machado, 2003).



Identidade organizacional

A identidade nas organizações começou a se desenvolver como um campo do conhecimento científico a partir do final dos anos 1980 (Machado, 2003). Albert e Whetten (1985), ao tratar da identidade organizacional, destacam que o termo pode ser usado de duas formas: o primeiro é o conceito científico de identidade organizacional, isto é, aquele utilizado por cientistas para tratar do assunto em termos de definição e caracterização dos aspectos da organização; o segundo é um conceito utilizado pelas organizações para descrever a si próprias, nesse caso a identidade é como um questionamento auto reflexivo (Albert & Whetten, 1985).

Esse tipo de identidade manifesta-se com base nos estudos organizacionais, podendo ser entendida como uma metáfora cuja ideia central é a de que, considerando crenças e princípios estabelecidos e difundidos pelos membros organizacionais, esses podem responder ao seguinte questionamento: “Quem somos nós como organização?” (Borges & Medeiros, 2011; Fernandes, Marques & Carrieri, 2008).

A identidade organizacional integra o que é percebido pelos membros como central, distintivo e duradouro nas organizações (Albert & Whetten, 1985). A centralidade diz respeito à essência da organização, como os seus objetivos, missão, valores e crenças que orientam a ação e o comportamento individual (Albert & Whetten, 1985). O caráter distintivo refere-se às características que diferem a organização de outras (Albert & Whetten, 1985). Por último, a durabilidade ou a continuidade temporal corresponde aos aspectos organizacionais que perduram com o passar do tempo (Albert & Whetten, 1985).

Como imagem cognitiva dos membros, a identidade se constitui mediante os processos de identificação do indivíduo com a organização (Machado, 2005). Elemento que contribui nesse processo de construção da identidade é a cultura organizacional (Machado, 2005). No ambiente organizacional a cultura determina uma identidade, isto é, aqueles que participam ou interagem com essa cultura tornam-se distintos dos demais e similares em algum aspecto, seja na maneira de executar determinadas tarefas, de comunicar-se, relacionar-se e até mesmo no próprio jeito de ser (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). Enquanto a identidade remete a quem o indivíduo é, a cultura indica os valores que conduzem os pensamentos; ambos os temas complementares quando se trata do plano organizacional (Machado, 2005).

Esse processo de identificação do indivíduo com a organização propicia: (a) um meio pelo qual o membro atribui existência material à organização e vivencia sentimentos de lealdade e comprometimento com a mesma, independentemente dos outros membros; e (b) uma forma indireta em que a socialização pode ampliar a internalização dos valores e crenças da organização (Ashforth & Mael, 1989).

A identidade organizacional, portanto, resulta de um entendimento compartilhado dos membros que com ela interagem, podendo ser considerada elemento significativo de uma percepção comum de realidade (Machado-da-Silva & Nogueira, 2001). A partir dessa identidade, que é consolidada pelas representações dos membros organizacionais, a ação e o comportamento desses indivíduos são moldados (Machado, 2005).



Identidade territorial e identidade regional

Território e identidade se influenciam reciprocamente uma vez que a identidade se desenvolve a partir das relações sociais e essas relações não acontecem no vácuo, mas em um território, considerado, portanto, uma dimensão fundamental para as construções identitárias (Davel, Santos & Reis, 2016). Dessa forma, o termo “identidade territorial” evidencia essa relação entre território e identidade, tendo em conta que o território é produto de seus aspectos materiais e simbólicos (Davel, Santos & Reis, 2016).

Chelotti (2010) afirma que a construção da identidade territorial ocorre por meio dos significados objetivos e subjetivos e dos sentimentos de pertença de um grupo social em determinado espaço geográfico, seja uma região, um lugar ou um território.

A identidade regional, semelhante à identidade territorial, trata de um “conjunto de valores através dos quais um grupo social se reconhece e se identifica em determinado nível como pertencente a um território geograficamente comum (a região)” (Costa, 1988, p. 26-27).

Elucidados os níveis de análise do conceito de identidade considerados nessa pesquisa, a seguir são apresentados os procedimentos metodológicos norteadores da investigação.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa, de caráter quantitativo (Mascarenhas, 2012) e descritivo (Barros & Leheld, 2007) tem o objetivo de analisar a produção científica brasileira sobre identidade nos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração nos anos de 2007 a 2017. A estratégia de pesquisa utilizada para atingir esse fim é a bibliometria, técnica que se vale da aplicação de métodos quantitativos para analisar estatisticamente publicações científicas (Silva, Hayashi & Hayashi, 2011).

Optou-se pelos periódicos classificados no Qualis/Capes como A2 e B1 e os eventos científicos da AnPAD como unidade de análise, em especial o EnANPAD, EnEPQ, EnEO e EnGPR. Destaca-se que dentre os eventos somente o EnANPAD possui periodicidade anual, sendo que os demais acontecem a cada dois anos.

A busca pelos artigos com o tema “identidade” foi feita no próprio site dos periódicos e da AnPAD. Nos periódicos, a busca pelo termo resultou em 44 artigos. Desses, 15 foram excluídos da amostra, pois apesar da presença da palavra “identidade” em alguma parte do artigo, o objetivo do trabalho não era alinhado ao que é proposto aqui. Sendo assim, a quantidade final de artigo sobre o tema publicado em periódicos resultou em 29 trabalhos.

Quanto aos eventos científicos, a primeira apuração foi feita exclusivamente com base no título dos artigos. Nessa etapa 113 trabalhos foram selecionados. Dois desses artigos não puderam ser acessados, pois ao selecionar a opção “abrir PDF”, a nova guia abria um artigo diferente daquele inicialmente buscado. Visto que é possível visualizar informações do artigo como título, autores e resumo mesmo sem acessá-lo na íntegra, os autores desses dois artigos foram contatados via *e-mail* e *LinkedIn*. Um dos artigos foi publicado no EnEPQ, em 2011, e o outro no EnANPAD, em 2009. Os autores do trabalho apresentado no EnEPQ retornaram o contato, e enviaram o artigo publicado; o autor do artigo do EnANPAD, não. Sendo assim, a segunda análise foi feita com 112 artigos. Em uma segunda etapa, foi realizada a leitura do resumo e da metodologia dos



trabalhos. Foram selecionados 108 artigos que tratavam de identidade nos níveis pessoal, profissional, social, organizacional e regional. Os três artigos excluídos se referiam à identidade por meio de abordagens de *marketing*, e por essa razão foram desconsiderados. A análise final, portanto, abrangeu 138 artigos sendo 29 provenientes de periódicos e 109 de eventos.

Tendo selecionado os artigos para compor o portfólio dessa pesquisa, os dados foram tratados no software Excel. Com o objetivo de tornar mais simples a visualização e compreensão, o tratamento e análise desses dados foram feitos com a utilização de estatística descritiva.

Foi feito um levantamento das seguintes informações em cada artigo: evento em que foi publicado; ano de publicação; tipo de estudo; natureza do estudo; nível de análise (pessoal, profissional, social, organizacional e/ou regional); estratégia de pesquisa; técnicas de coleta de dados; e técnicas de análise dos dados. Os resultados e as discussões a respeito dessas informações estão descritos a seguir.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta sessão destina-se a apresentar os dados e as discussões a respeito dos 138 artigos selecionados sobre identidade, conforme detalhado nos procedimentos metodológicos.

A Tabela 1 apresenta o número de artigos publicados por ano em cada um dos principais periódicos e eventos da área de Administração.

Periódico/Evento	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total	Frequência
EnANPAD	6	7	10	6	3	5	2	8	4	5	15	71	51,4%
EnEO		9		7		1		2		2		21	15,2%
EnGPR	2		2		3		2		3		3	15	10,9%
Cadernos EBAPE	1	1	1		3	2	1			2		11	8,0%
RAM								3	2			5	3,6%
O&S		1					1		1	1	1	5	3,6%
BBR							1				3	4	2,9%
EnEPQ	1				1							2	1,4%
RAP	1				1							2	1,4%
RAC				1							1	2	1,4%
Total	11	18	13	14	11	8	7	13	10	10	23	138	100,0%

Tabela 1 – Produção científica sobre identidade nos principais periódicos e eventos da área de Administração nos anos de 2007 a 2017

Fonte: Elaborada pelas autoras (2018).

Entre os eventos, é notória a predominância de artigos no EnANPAD, evento responsável por metade (51,4%) das publicações sobre a temática na última década. O EnEO também tem significância nesse cenário (15,2% dos artigos). A predominância desses eventos se deve principalmente à existência de temas de interesse relacionados especificamente à identidade em suas edições e à periodicidade anual do EnANPAD. No EnANPAD, na categoria Estudos Organizacionais, o Tema 08 (Simbolismos, Culturas e Identidades em Organizações) relaciona-se com a temática, bem como os Temas 04 (Liderança e Desenvolvimento Gerencial) e 06 (Trabalho, Gestão e Subjetividade), na categoria Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. No EnEO, o Tema 08 (Simbolismos, Culturas e Identidades em Organizações) também remete ao



tema em questão. Já nos periódicos, destaque para o Cadernos EBAPE, com 11 publicações sobre a temática. Destaca-se que o maior volume de publicações ocorreu em 2017, ano em que 23 artigos trataram de identidade, sendo quinze no EnANPAD, três no EnGPR, três no BBR, um na O&S, e um na RAC, que corresponde a 16,6% das publicações presentes nos onze anos considerados nessa pesquisa.

A Figura 1 apresenta a quantidade de artigos sobre identidade publicados nos anos de 2007 a 2017. Como já indicado anteriormente, o ano de 2017 foi o mais profícuo, seguido pelos anos de 2008, 2010 e 2009/2014, com 18, 14 e 13 artigos, respectivamente. Também é possível notar que não há nenhuma tendência de aumento ou decréscimo de publicações sobre identidade no decorrer dos anos nos eventos analisados, exceto o EnANPAD, que no ano de 2017 teve significativo aumento de publicações, 15 no total. Entre 2010 e 2013 há uma diminuição constante à medida que os anos passam, no entanto, há um acréscimo em 2014, seguido mais uma vez de uma atenuação no ano de 2015. O número se mantém em 2016 e em 2017 há um aumento significativo de artigos devido ao evento EnANPAD, que tem se mantido como o maior evento científico com publicação sobre o assunto.

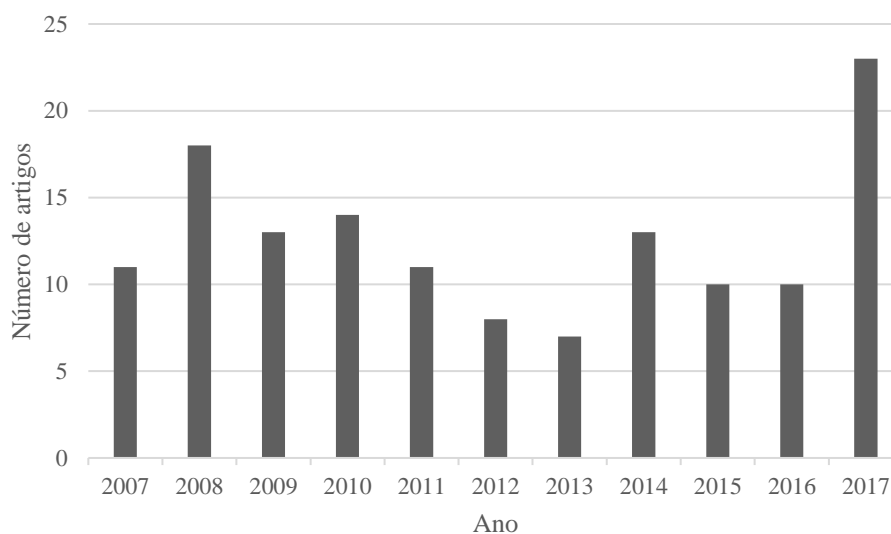


Figura 1 – Número de artigos publicados por ano na última década
Fonte: Elaborada pelas autoras (2018).

Do total de 138 artigos selecionados, foi analisado o tipo de estudo, sendo a pesquisa de cunho empírico predominante em relação aos ensaios teóricos, conforme exposto na Tabela 2. Tais pesquisas empíricas trataram da identidade em diferentes níveis de análise e sob diferentes contextos como organizações em processo de fusão, universidades públicas, instituições de ensino particular, indústria têxtil, polícia militar, entre outros.



Tipo de estudo	Frequência absoluta	Frequência relativa
Pesquisa empírica	119	86,2%
Ensaio Teórico	19	13,8%
Total	138	100,0%

Tabela 2 – Tipo de estudo

Fonte: Elaborada pelas autoras (2018).

No que diz respeito à natureza do estudo dos artigos analisados, a classificação considerou pesquisas qualitativas, quantitativas e de métodos mistos, isto é, qualitativas e quantitativas. A maior parte dos artigos (88,4%) utilizou a abordagem qualitativa como delineamento de pesquisa, como mostra a Tabela 3. Esse resultado pode estar relacionado ao fato de a identidade nos estudos organizacionais ser fundamentada em áreas de proeminência qualitativa, como a filosofia, antropologia, sociologia e psicologia (Jacques, 2011). Além disso, foi constatada nos artigos analisados a escolha pela pesquisa qualitativa devido à natureza dos fenômenos estudados; por considerar principalmente dados constituídos por palavras; pela complexidade das experiências pessoais e da dinâmica identitária, entre outros. Dessa forma, a pesquisa qualitativa, com o objetivo de compreender e detalhar diferentes aspectos relacionados aos fenômenos de maneira aprofundada (Gibbs, 2009), bem como entender as particularidades do objeto de estudo (Gerhardt & Silveira, 2009), foi o principal tipo de estudo adotado nos artigos selecionados.

Natureza do estudo	Frequência absoluta	Frequência relativa
Qualitativa	122	88,4%
Quantitativa	15	10,9%
Mista	1	0,7%
Total	138	100,0%

Tabela 3 – Natureza do estudo

Fonte: Elaborada pelas autoras (2018).

Conforme destacado na fundamentação teórica, os níveis de análise associados ao conceito de identidade apresentados aqui incluem: pessoal, profissional, social, organizacional e regional. Essa variedade de níveis de análise e contextos encontrados nos artigos selecionados corrobora com a afirmação de Machado-da-Silva e Nogueira (2001) sobre a relação do conceito de identidade com diferentes níveis em interações multiformes e correlatas.

No nível pessoal/individual foram considerados os artigos que tratavam, por exemplo, da interpretação e reconstrução da identidade de alunos, das relações entre imagem, identidade e moda para jovens executivas, das mudanças na identidade da mulher, entre outros. Sendo assim, consideraram-se como análise pessoal e individual os artigos que tratavam especificamente do indivíduo, sem contemplar nenhum tipo de identidade com a profissão, com a organização ou com algum território ou região específica. Vale ressaltar que, em alguns artigos, apesar de ser mencionada a profissão dos indivíduos pesquisados, o foco estava na dinâmica identitária do indivíduo, sendo esses, portanto, classificados no nível pessoal e não profissional.



Os artigos alocados no nível de análise profissional eram referentes a assuntos como a construção da identidade profissional de faxineiras, o significado dado pelo tutor a seu trabalho, a construção discursiva da identidade de garçons, entre outros. Na maioria desses trabalhos o termo “identidade profissional” aparecia no próprio artigo. Aqueles que não traziam o termo de forma nítida abordavam termos característicos e relacionados à identidade profissional, como atividade profissional e identidade gerencial.

No âmbito social/grupal foram categorizados os artigos relacionados, por exemplo, à identidade coletiva de um grupo de atores, construção da identidade social de profissionais do setor bancário e dilemas de indivíduos em relação às suas identidades sociais. Quanto ao nível de análise organizacional, foram considerados os artigos que tratavam de assuntos como: identificação organizacional, perfil identitário de micro e pequenas empresas e identidades organizacionais em contextos de fusão, em barbearias, no setor industrial e a partir de sua cultura e imagem. Finalmente, no nível territorial/regional estão os artigos que versam sobre a construção de identidades capixabas e quilombolas, a (re) construção da identidade de indivíduos que foram deslocados de seus territórios e a forma como a identidade territorial afeta a identidade organizacional.

Esclarecida a forma como foi feita a classificação do nível de análise, na Tabela 4 se encontra a relação entre cada um dos níveis e a frequência com que aparece nos artigos selecionados. Dos 138 artigos, 35 compreenderam mais de um nível de análise. Ressalta-se que, apesar de o indivíduo ser o sujeito de análise em grande parte dos artigos, estes se encontraram imersos em um ambiente organizacional, contribuindo para o destaque desse nível de análise nas publicações selecionadas da última década.

Nível de análise	Frequência absoluta	Frequência relativa
Organizacional	46	33,3%
Profissional	23	16,7%
Pessoal/individual	16	11,6%
Territorial/regional	11	8,0%
Pessoal/individual e profissional	9	6,5%
Pessoal/individual e social/grupal	9	6,5%
Pessoal/individual e organizacional	7	5,1%
Social/grupal	7	5,1%
Profissional e social/grupal	3	2,2%
Profissional e organizacional	2	1,4%
Organizacional e social/grupal	1	0,7%
Organizacional, territorial/regional e social/grupal	1	0,7%
Pessoal/individual e territorial/regional	1	0,7%
Pessoal/individual, social/grupal e organizacional	1	0,7%
Territorial/regional e organizacional	1	0,7%
Total	138	100,0%

Tabela 4 – Nível de análise

Fonte: Elaborada pelas autoras (2018).



Foram verificadas também as estratégias de pesquisa utilizadas nos estudos sobre identidade. Nove diferentes estratégias foram utilizadas nos 138 artigos selecionados. Entre elas, destaca-se uma predominância de trabalhos que utilizaram o estudo de caso, representando 42% do total de artigos. A opção pelo estudo de caso pode estar associada a uma preocupação dos pesquisadores em explorar “[...] profundamente um programa, um evento, uma atividade, um processo ou um ou mais indivíduos” (Creswell, 2010, p. 38). A revisão bibliográfica e a história de vida também foram técnicas presentes em parte significativa dos artigos selecionados. Ainda quanto à estratégia de pesquisa, é importante considerar que em 26 artigos a estratégia não foi especificada, impossibilitando uma análise completa de como os artigos sobre identidade tem sido estruturados em termos metodológicos.

Estratégia de pesquisa	Frequência absoluta	Frequência relativa
Estudo de caso	58	42,0%
Não especificado	26	18,8%
Revisão bibliográfica	17	12,3%
História de vida	15	10,9%
<i>Survey</i>	6	4,3%
Etnografia	5	3,6%
<i>Grounded Theory</i>	5	3,6%
Fenomenologia	4	2,9%
Netnografia da comunicação	1	0,7%
Pesquisa fenomenográfica	1	0,7%
Total	138	100,0%

Tabela 5 – Estratégia de pesquisa

Fonte: Elaborada pelas autoras (2017).

No que diz respeito às técnicas de coleta de dados utilizadas nos estudos analisados, foram encontrados diferentes meios para tal. É importante salientar também que grande parte dos artigos valeu-se de mais uma de uma técnica, motivo pelo qual a Tabela 6 – que apresenta essas informações – não contém uma última linha especificada “Total”.

Técnica de coleta de dados	Frequência absoluta
Entrevista	100
Documentos	34
Observação	27
Não especificado	20
Questionário	11
<i>Focus group</i>	2
Conversa coletiva	1
Resultados de uma pesquisa	1
Mailing	1

Tabela 6 – Técnicas de coleta de dados

Fonte: Elaborada pelas autoras (2017).



Mais da metade dos artigos selecionados (100 utilizaram a entrevista como técnica de coleta de dados. A utilidade das entrevistas, conforme destacado por Creswell (2007) se relaciona com a possibilidade de os indivíduos concederem informações históricas. Essa técnica também permite descobrir aspectos que seriam inexplicáveis pela simples observação (Stake, 2010). Os documentos e a observação também se mostraram importantes fontes de dados nos artigos analisados, presentes em 34 e 27 trabalhos, respectivamente. Mais uma vez, em 20 artigos as técnicas utilizadas não foram especificadas.

Finalmente, os dados dos artigos selecionados foram analisados por meio de diferentes técnicas. Tal como explicado nas considerações da tabela 6, na Tabela 7 não há uma linha de “Total” ao final, pois alguns artigos utilizaram mais de uma técnica de análise de dados. Sendo assim, o total da frequência absoluta não resultaria em 138, número de artigos analisados.

Técnica de análise de dados	Frequência absoluta
Análise de conteúdo	43
Não especificado	38
Análise do discurso	26
Análise estatística	13
Análise da narrativa	2

Tabela 7 – Técnicas de análise dos dados

Fonte: Elaborada pelas autoras (2017).

Nos trabalhos de cunho qualitativo, a principal técnica de análise dos dados foi a análise de conteúdo, presente em 43 dos artigos. Também foi recorrente a análise do discurso e análise da narrativa. Já nos trabalhos quantitativos, a técnica mais utilizada foi a análise estatística (presente em 13 dos artigos). Coincidentemente, no único trabalho de natureza qualitativa e quantitativa, as técnicas utilizadas para análise foram as mesmas mais empregadas em trabalhos exclusivamente qualitativos e exclusivamente quantitativos: a análise de conteúdo e a análise estatística. Por último, ressalta-se que 38 artigos não mencionaram as técnicas utilizadas para analisar os dados.

Feitas algumas análises a respeito da produção científica sobre identidade nos principais periódicos e eventos brasileiros da área de Administração, o próximo tópico apresenta as considerações finais desse estudo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da presente pesquisa foi analisar a produção científica brasileira sobre identidade nos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração nos anos de 2007 a 2017. Haja vista o número de artigos selecionados (138 artigos) é notório que passadas mais de três décadas após a publicação do trabalho de Albert e Whetten (1985) a respeito de identidade nos estudos organizacionais, esse campo de pesquisa continua a se desenvolver envolvendo diferentes níveis de análise e contextos.

Com base nas publicações sobre identidade foi analisado: a quantidade de artigos por evento e por ano, o tipo de estudo, a natureza do estudo, o nível de análise (pessoal, profissional, social,



organizacional e/ou regional), a estratégia de pesquisa, as técnicas de coleta de dados e as técnicas de análise dos dados.

Constatou-se que o ano de 2017 foi o mais profícuo em termos de quantidade de artigos publicados, e que, em geral, a maioria dos artigos foram publicados no EnANPAD e no EnEO, eventos científicos com temas de interesse voltados especificamente para “identidade”. Quanto à metodologia dos 138 artigos selecionados, tem-se que: a produção nacional em identidade é desenvolvida principalmente de forma empírica (86,2%) e qualitativa (88,4%), contemplando níveis de análise diversos (destaque para o nível organizacional, presente em 33,3% dos artigos selecionados) e desenvolvidos principalmente por meio de estudos de caso (42%), revisão bibliográfica (12,3%) e história de vida (10,9%). Quanto às técnicas de coleta de dados, as entrevistas (87%), documentos (29,6%) e observações (23,5%) foram as principais fontes utilizadas. No que diz respeito às técnicas de análise de dados, em estudos qualitativos e quantitativos as formas de análise mais empregadas foram a análise de conteúdo (37,4%) e análise estatística (11,3%), respectivamente.

Apesar de grande parte dos artigos terem sua sessão de procedimentos metodológicos bem especificada, houve ausência de esclarecimento do percurso metodológico em alguns artigos, principalmente no que diz respeito à estratégia de pesquisa e técnicas de coleta e análise dos dados. Tais deficiências metodológicas, apesar de poderem ser “justificadas” pela limitação de número de palavras e páginas exigidas por periódicos e eventos científicos, podem causar equívocos metodológicos e dispersões conceituais (Lourenço, Vogt & Correa, 2014).

Como perspectiva para estudos posteriores sugere-se uma ampliação da base de dados referente aos estudos relacionados à identidade, incluindo periódicos internacionais. Outra opção é ampliar as formas de análises, o que pode ser feito, por exemplo, contabilizando o número de autores por artigo e a relação entre eles, bem como a análise dos autores que tem mais publicações a respeito do tema; e também pela análise de citações, considerando os principais autores e obras nacionais e internacionais que têm sido referenciados nos artigos publicados.

REFERÊNCIAS

- Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263-296.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Barros, A. J. S.; Leheld, N. A. (2007). *Fundamentos de metodologia científica*. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Bauman, Z. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Bohoslavsky, R. (1998). *Orientação vocacional: a estratégia clínica*. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes.
- Borges, J. F. & Medeiros, C. R. O. (2011). “Aprecie com Moderação”: A Identidade da Organização como Drama e Atos de Performance. *Revista de Administração de Empresas*, 51(2), p. 132-142.
- Caldas, M. P., & Wood Jr, T. (1997). Identidade organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, 37(1), 6-17.



- Carrieri, A. D. P., Paula, A. P. P. D., & Davel, E. (2008). Identidade nas Organizações: múltipla? fluida? autônoma?. *Organizações & Sociedade*, 15(45), 127-144.
- Castells, M. (2013). *O poder da identidade*. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra.
- Chelotti, M. C. (2010). Reterritorialização e Identidade Territorial. *Sociedade & Natureza*, 22(1), 165-180.
- Chies, P. V. (2010). Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. *Estudos Feministas*, 18(2), 507-528, 2010.
- Colares, A. F. V. & Saraiva, L. A. S. (2016). O Processo de Construção Identitária em Organizações: Uma Releitura Sobre Identidade. *Revista Alcance*, 23(4), 568-577.
- Costa, R. H. (1988). *Latifúndio e identidade regional*. Porto Alegre: Mercado Aberto.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Davel, E., Santos, F. P., & Reis, J. M. D. (2016). Identidade cultural de territórios como política de gestão. *Anais do XL Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*.
- Erikson, E. H. (1976). *Identidade: Juventude e crise*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- Fernandes, M. E. R., Marques, A. L. & Carrieri, A. P. (2009). Identidade organizacional e os componentes do processo de identificação: uma proposta de integração. *CADERNOS EBAPE. BR*, 7(4), 688-703.
- Gerhardt, T. E. & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Gibbs, G. (2009). *Análise de dados qualitativos: coleção pesquisa qualitativa*. Bookman Editora.
- Jacques, M. G. (2011). Identidade. In: Strey, M. N. (org.) *Psicologia social contemporânea*. Editora Vozes: Petrópolis, 58-72.
- Lourenço, M. L., Vogt, S. & Correa, M. V. P. (2014). Identidade em organizações: produção científica no Brasil no período de 2004-2013. *Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Aplicadas*, 19(2), 439-462.
- Machado, H. V. (2003). A Identidade e o Contexto Organizacional: Perspectivas de Análise. *RAC*, Edição Especial, 51-73.
- Machado, H. V. (2005). Identidade Organizacional: Um Estudo de Caso no Contexto da Cultura Brasileira. *RAE-eletrônica*, 4(1), 1-18.
- Machado-da-Silva, C. L. & Nogueira, E. E. S. (2001). Identidade Organizacional: um Caso de Manutenção, outro de Mudança. *RAC*, Edição Especial, 35-58.
- Martins, F. R. (2013). Identidade e Estudos Organizacionais: em Direção a um Novo Paradigma?. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 11(1), 62-82.
- Mascarenhas, S. A. (2012). *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.



- Mazer, S. M. & Melo-Silva, L. L. (2010). Identidade Profissional do Psicólogo: Uma Revisão da Produção Científica no Brasil. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 30(2), 276-295.
- Pimentel, T. D. & Carrieri, A. P. (2011). A espacialidade na construção da identidade. *CADERNOS EBAPE. BR*, 9(1), 1-21.
- Reis, D. P. & Puente-Palacios, K. E. (2016). Identidade com equipes de trabalho: Teoria e medida. *Estudos de Psicologia*, 21(2), 167-178.
- Sales, A. C. M. & Chamon, E. M. Q. O. (2011). Escolha da carreira e processo de construção da identidade profissional docente. *Educação em Revista*, 27(3), 183-210.
- Santos, C. (2005). A Construção Social do Conceito de Identidade Profissional. *Interacções*, (8), 123-144.
- Silva, M. R., Hayashi, C. R. M. & Hayashi, M. C. P. I. (2011). Análise bibliométrica e cientométrica: desafios para especialistas que atuam no campo. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 2(1), 110-129.
- Stake, R. E. (2010). *Qualitative research: studying how things work*. New York: The Guilford Press.
- Tajfel, H. & Turner, J. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In: Austin, W. G. & Worchel, S. (Eds.) *The Social Psychology of Intergroup Relations*. 1st edition. Brooks Cole Publishing, 38-43.
- Terêncio, M. G. & Soares, D. H. P. (2003). A internet como ferramenta para o desenvolvimento da identidade profissional. *Psicologia em Estudo*, 8(2), 139-145.