

Identidade e cultura organizacional: o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação stricto sensu em administração em instituições públicas e privadas

Organizational identity and organizational culture: the process of identification of business administration students in graduate programs in public and private institutions

Sergio Vogt ¹

Mariane Lemos Lourenço²

Resumo: Uma vez que a cultura exprime, afeta e também estabelece uma identidade, surge a relação entre identidade e cultura. Dessa forma, o principal objetivo deste trabalho é analisar como ocorre o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação stricto sensu em Administração, a partir dos aspectos da identidade e da cultura de tais programas. Assim, por meio de entrevistas realizadas com os alunos de quatro programas, pode-se perceber que os aspectos contextuais e históricos possuem impacto na forma como o programa é visto pelos seus alunos. Ainda, pôde-se identificar quais são os principais elementos que se tornam objeto de identificação por parte dos alunos pesquisados. Também se evidenciou que a ocupação que os alunos possuem e o(s) motivo(s) que os levaram a ingressar em um curso stricto sensu são questões iniciais para o entendimento do processo de identificação, que envolve também aspectos ligados ao tempo de permanência na instituição.

Palavras-chave: Identidade Organizacional; Cultura Organizacional; Identificação; Programa de pós-graduação.

Abstract: Since the culture expresses, affects and, also establishes an identity, appears the relationship between the identity and culture. Thereby, the main objective of this work is to analyze how is the process of identification of business administration students of graduate programs, from the aspects of identity and culture of these programs. Thus, through interviews with students of four programs, can be seen that, on the observation of the cases studied, the contextual and historical aspects have impact on how the graduate program is seen by the students, it can also be verified, what are the main elements that become object identification by the surveyed students and the occupation that students have and also the reasons that led them to join a graduate program in business administration are initial issues for understanding the identification process, it also involves aspects related to the time spent in the institution.

Keywords: Organizational Identity; Organizational Culture; Identification; Graduate Program.

1 Introdução

Enquanto indivíduos, estamos imersos em um ambiente que propicia uma base para a constituição da nossa identidade. Essa identidade torna-se, assim, fruto de um processo de socialização. Esse processo ocorre na medida em que existe a interação social dos indivíduos na vida cotidiana (BERGER; LUCKMANN, 2003). Dentro deste processo, contribuindo para a constituição da identidade do indivíduo, existem também elementos culturais que exercem determinada influência sobre a construção identitária (RAVASI; REKOM, 2003; FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2010). É nesse sentido que surge a relação entre a identidade e a cultura, uma vez que a cultura

¹ Doutorando em Administração na Universidade Positivo – POSITIVO. Professor no Instituto Federal do Paraná – UFPR.

² Doutorado em Psicologia pela Universidade de São Paulo – USP. Professora na Universidade Federal do Paraná – UFPR.

exprime, afeta e também estabelece uma identidade (SROUR, 1998; MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001; SARAIVA; DUARTE, 2010).

A identidade tem a ver com a ideia de singularidade e unicidade, conforme destacam Caldas e Wood Jr. (1999). Ela pode ser considerada como um fator que identifica e também diferencia tanto um indivíduo como uma organização. Já a cultura, enquanto aspecto que se relaciona com a identidade, é definida por Boas (1930, p. 79) como sendo “as manifestações dos hábitos sociais de uma comunidade”.

Assim, haja vista que existe uma relação entre a identidade e a cultura enquanto aspectos constituintes dos indivíduos e também das organizações, este trabalho tem como objetivo geral analisar como ocorre o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação *stricto sensu* em Administração, a partir dos aspectos da identidade e da cultura destes mesmos programas. Para o atingimento deste objetivo, tem-se que a identificação é um “processo psicológico pelo qual um sujeito assimila um aspecto, uma prioridade, um atributo e se transforma, total ou parcialmente, segundo o modelo desse outro” (LAPLANCHE; PONTALIS, 1992, p. 226). Essa pode ser tanto com um objeto, com uma pessoa, ou então conter características destes objetos ou pessoas.

Dessa forma, este trabalho é baseado na afirmação de Machado (2005, p. 16), que ressalta que a compreensão da identidade é “enriquecida quando se analisam as narrativas a partir de traços culturais, sendo que esses dão significado à identidade, ou seja, não se pode compreender a identidade sem considerar a cultura e vice-versa”. Assim, buscou-se identificar e analisar estes dois conceitos distintos - a identidade e a cultura - e relacionar estes aspectos com o processo de identificação dos indivíduos que cursam programas de pós-graduação *stricto sensu*. Vai ao encontro do que é sugerido por Miranda; Cappelle e Mafra (2012) os quais afirmam que os estudos futuros devem abordar a questão da identidade, também dentro do contexto de organização de ensino superior com relação aos aspectos de (re)construção da identidade, considerando a cultura organizacional como questão que permeia esta (re)construção da identidade. Além disso, busca preencher uma lacuna existente no campo de estudos das instituições de ensino, conforme mencionam Bulgacov e Canhada (2011), ao revelarem um gap para futuras pesquisas em instituições de ensino superior (IES), ao afirmarem que existem poucos trabalhos que envolvem a pós-graduação *stricto sensu*.

Portanto, compreender como os elementos da identidade e da cultura das IES refletem nos alunos que cursam os programas de pós-graduação *stricto sensu* que as instituições oferecem pode contribuir para que as IES (re)avaliem seus programas e também sua práticas com relação à formação de seus alunos. Dessa forma, para que se atinja o objetivo proposto neste trabalho, o mesmo irá abordar na próxima seção os aspectos teóricos que foram compilados na literatura disponível sobre as temáticas envolvidas nesta pesquisa. A seção seguinte busca descrever os aspectos metodológicos norteadores da pesquisa quanto à sua operacionalização. Nas duas últimas seções serão apresentados os resultados obtidos e as considerações finais.

2 Referencial Teórico

2.1 Identidade

Segundo Caldas e Wood Jr. (1999), o emprego do termo “identidade” relaciona-se com a filosófica clássica, uma vez que esta “traz a noção de identidade associada à ideia de permanência, singularidade e unicidade do que constitui a realidade das coisas” (CALDAS; WOOD JR., 1999, p. 116). Ravasi e Rekom (2003) também fazem referência às primeiras abordagens que focaram na identidade em termos do “ser” (being), no sentido de que a identidade era algo que somente poderia ser observado e definido, correspondendo a algo dado, estático. Somente depois, passou-se a abordar o aspecto do “tornar-se” (becoming), no sentido de que a(s) identidade(s) se constitui(em) e se desenvolve(m), adquirindo uma conotação de dinamicidade e transformação. Foi principalmente no período pós-moderno, ou seja, na segunda metade do século XX, que, de acordo com Fernandes, Marques e Carrieri (2010), as “concepções de sujeito assumiram uma perspectiva mais dinâmica e também plural” (FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2010, p. 44).

Para Freitas, “o sentimento de identidade habita em todo ser consciente de si mesmo” (FREITAS, 2006, p. 40). Já Nogueira (2010, p. 128) destaca que a identidade desempenha a “interligação entre o entendimento que as pessoas atribuem ao seu agir e o sistema cultural em que ocorrem”. Nas palavras de Castells, a “identidade é a fonte pessoal de significado e experiência” (CASTELLS, 2003, p. 6). A construção da identidade ocorre de forma gradativa no contexto relacional e é considerada como um processo contínuo, que se dá durante o tempo. É através da socialização secundária que “os indivíduos incorporam determinadas maneiras de pensar e agir, ativando uma identidade de orientação coletiva” (SARAIVA; DUARTE, 2010, p. 123).

2.2 Identidade organizacional

O conceito de identidade organizacional, segundo Fernandes, Marques e Carrieri (2010), surge na metade da década de 80 e, foi somente a partir dos anos 90 que as pesquisas empíricas foram iniciadas. Existem há pouco mais de 20 anos estudos relacionados a este campo, o qual, devido à complexidade e multiformidade de abordagens e perspectivas, revela-se ainda bastante amplo.

No trabalho seminal sobre Identidade Organizacional, Albert e Whetten (1985) argumentam que a identidade organizacional é composta por aquilo que é considerado como os “atributos centrais” da organização pelos membros organizacionais; também por aquilo que faz a organização distinta, ou seja, única diante de outras organizações na perspectiva dos membros desta e pelo que é percebido como duradouro ou contínuo. O trabalho de Albert e Whetten (1985) introduz e desenvolve o conceito de identidade organizacional, além de abordar os conceitos relacionados a identidades múltiplas. Já o conceito de identidade organizacional para Hatch e Schultz (1997, p. 357) é definido como aquilo que é disseminado na organização sobre “o que os membros percebem, sentem e pensam sobre a sua organização”. É assumido de forma coletiva, e trata-se de “um entendimento comumente compartilhado dos valores distintivos e das características da organização” (HATCH; SCHULTZ, 1997, p. 357). Para as autoras, a identidade organizacional é vista como algo fundamentado nos significados e nos símbolos organizacionais que são firmados na própria cultura organizacional.

Whetten (2006) resgata o conceito de identidade organizacional vinte anos após ter escrito, juntamente com Stuart Albert, o texto seminal sobre a temática. Afirma que são os atributos centrais e permanentes de uma organi-

zação que a distingue de outras. Esses atributos centrais e permanentes o autor denomina “declaração da identidade organizacional”.

Ravasi e Rekom (2003) ressaltam que, além de contribuir com a compreensão de como as organizações são, a identidade organizacional também contribui para que se conheça o comportamento organizacional e o comportamento dos membros organizacionais e como o compartilhamento dos entendimentos impacta nas suas ações.

A identidade organizacional, segundo Whetten e Mackey (2002), é um ponto de referência comum para posteriores definições de imagem e reputação organizacional. Para tanto, os autores descrevem as diferenças entre tais aspectos. Isso se relaciona à questão levantada já no surgimento dos estudos sobre identidade organizacional que abordavam a identidade da organização e a identidade na organização. Para os autores, a centralidade entre essas duas perspectivas está no fato de que a identidade pode ser vista como um compartilhamento de percepções entre os membros organizacionais, assim como também pode ser vista como uma institucionalização do que está disponível aos membros dessa mesma organização. Assim, a identidade organizacional “pode ser considerada como resultante de uma representação compartilhada dos membros de uma organização e daqueles com quem ela interagem” (MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2000, p. 2).

Conforme já descrito, Dutton e Dukerich (1991) ressaltam também que, além da identidade organizacional, a imagem organizacional guia e pode catalisar as interpretações dos indivíduos com relação à determinada organização. De acordo com Saraiva e Duarte (2010, p. 121), a imagem da organização é “outro processo pelo qual se pode chegar à identidade organizacional”, podendo esta ser percebida pelas pessoas que interagem na organização. Estas fazem representações a respeito desta entidade.

Uma vez que o presente referencial teórico tem por objetivo construir um embasamento sobre a temática da identidade e suscitar aspectos e elementos que visam à compreensão dos fenômenos envolvidos na sua formação, desenvolvimento e transformação das identidades, torna-se necessário abordar a identificação. Dessa forma, a seção seguinte irá abordar os aspectos da identificação para os indivíduos dentro das organizações.

2.3 Identificação

Uma vez que “não há identidade sem identificação”, como afirma Machado (2003, p. 62), torna-se necessário abordar esta questão. Carrieri et al. (2010, p. 13) complementam essa ideia ao afirmar que “a nossa vida é uma trajetória de múltiplas identificações com outros indivíduos e grupos, bem como com as suas ideias e ideologias”. Freitas (2006, p. 46) também reforça essa ideia ao dizer que “é impensável falar em identidade sem fazer referência aos grupos”, ao mesmo tempo em que adiciona que “essa referência pode variar de acordo com o momento e o lugar, marcando singularidades e pluralidades de nossas identidades”. E complementa que em um determinado grupo, “quanto maior similaridade for significativa, maior a possibilidade de a identificação estabelecer um vínculo entre os membros” (FREITAS, 2006, p. 91).

Para Saraiva; Carrieri; Enoque e Gandolfi (2010, p. 184), a identidade é vista como um “processo dialético de identificação e diferenciação expresso, sobretudo, nas relações sociais”. Tais aspectos são também destacados por Fernandes; Marques e Carrieri (2009, p. 688) ao afirmarem que é mediante a identificação que ocorre a mediação entre a identidade do indivíduo e a identidade da organização. O que também é defendido por Guimarães e Celes

(2007, p. 341) quando sugerem que a “identificação permite compreender o psíquico e o social como instâncias do sujeito e que, por isso, não devem ser pensadas isoladamente”. A identificação é um processo que se torna “indispensável para a constituição do humano, ou seja, é por intermédio da identificação que a relação com o outro se efetiva em busca de individuação e de socialização” (GUIMARÃES; CELES, 2007, p. 343).

Para Laplanche e Pontalis (1992, p. 226), a identificação é um “processo psicológico pelo qual um sujeito assimila um aspecto, uma prioridade, um atributo e se transforma, total ou parcialmente, segundo o modelo desse outro”. Tal identificação pode ser tanto com um objeto, com uma pessoa, ou então com algumas características destes objetos ou pessoas. A identificação, segundo estes autores, no sentido de identificar-se, também envolve questões como: imitação, empatia e simpatia, assim como projeção. Pagès et al. (1987, p. 147) definem identificação como o “ter algo em comum [ou], obter algo para se constituir” e Freitas (2006, p. 41 e pp. 90-91) como “o reconhecimento de algo ou alguém” e/ou “o reconhecer-se em algo ou alguém”.

Para Pratt (1998), a identificação refere-se ao ato de “agir igualmente” ou “de forma idêntica”. A identificação ocorre porque os indivíduos acreditam que as organizações possuem valores similares aos seus. Assim, a identificação é vista como um processo cognitivo, emocional, simbólico e que possui uma resposta comportamental e perceptiva. Freitas (2006, pp. 90-91) ressalta que a identificação é “um processo psicológico pelo qual um sujeito assimila um aspecto, uma propriedade ou um atributo do outro e se transforma, total ou parcialmente, sob o modelo daquele”. É, portanto, um processo que ocorre dentro do “aparelho” psíquico e não precisa ser necessariamente percebido pelo indivíduo que se identifica.

Conforme destaca Machado (2003, p. 62), “a identidade organizacional cria um senso de identificação entre os membros da organização”. A identificação também pode ocorrer com os atributos da identidade da organização (ASHFORTH; MAEL, 1996, FERNANDES; MARQUES; CARRIERI, 2009). Além do mais, conforme também destaca Machado em seu outro trabalho, a identidade “se estrutura por meio dos processos de identificação do indivíduo com a organização. Há, contudo, outro elemento que interage nesse processo de formação da identidade: a cultura” (MACHADO, 2005, p. 4).

Assim, mais uma vez, para que se atinja o objetivo proposto neste trabalho, torna-se necessário adentrar na temática ‘cultura’, sendo que, segundo Freitas (2007) a identificação com a cultura organizacional está “associada ao que o pesquisador considera como cultura” (FREITAS, 2007, p. 35). Para tanto, será apresentada a seguir essa temática, que se constitui como um conceito que se relaciona com a identidade em todos os seus níveis e também com o processo de identificação.

2.4 Cultura organizacional

Como informa Machado, a “identidade organizacional tem uma relação estreita com a cultura” (MACHADO, 2005, p. 2). Ou então, de acordo com Cuche (1999), a cultura está associada à identidade. Isso também é afirmado por Srour, ao dizer que “a cultura organizacional exprime a identidade da organização” (SROUR, 1998, p. 174). Hatch e Schultz (1997) argumentam que a cultura precisa ser vista não como uma variável a ser mensurada, explicada e controlada, mas como o contexto em que as interpretações da identidade organizacional são formadas.

A temática “cultura organizacional” tem sido trabalhada de forma mais intensa desde a década de 80 (FLEURY, 1989). Por sua vez, no início da década de 90, Freitas, com a intenção de levantar os aspectos mais destacados por pesquisadores que abordavam o tema no período de 1979 a 1989, estabeleceu que valores, crenças e pressupostos, ritos, rituais e cerimônias, estórias e mitos, tabus, heróis, normas e processo de comunicação são os principais elementos para se estudar cultura e também a cultura no contexto organizacional (FREITAS, 1991).

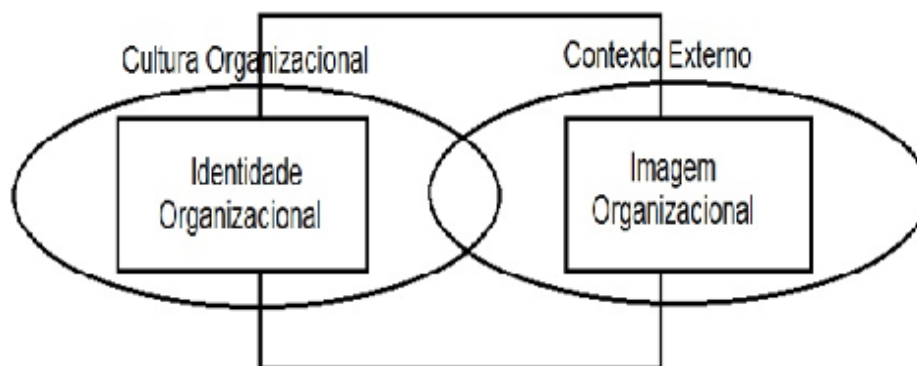
Assim, ao se estudar sobre cultura, adentra-se em um campo vasto, que pode ser tratado e revelado de diferentes perspectivas. Dessa forma, para que haja um esclarecimento para os pesquisadores que estudam essa temática, a contribuição de Smircich (1983) sugere que, na análise organizacional existem diferentes conceitos de cultura, que permitem uma multiplicidade de perspectivas para seu estudo. O trabalho de Smircich (1983) traz sua contribuição ao se utilizar de diferentes conceitos de cultura oriundos da antropologia e também de diferentes conceitos de organização que derivaram da teoria organizacional, estabelecendo uma relação entre tais conceitos. No modelo desenvolvido pela autora, cinco diferentes tipos de programas de pesquisa originam com os conceitos de cultura e de organização. Nos dois nos primeiros, a cultura é considerada como uma variável, algo que a organização possui. Nos três últimos programas de pesquisa apresentados por Linda Smircich, a cultura não é considerada como uma variável organizacional, mas é uma metáfora utilizada para conceituar a organização. Assim, a cultura não é algo que a organização tem, mas cultura é algo que a organização é. Vista como uma metáfora organizacional, a cultura promove a visão de que as organizações são como formas expressivas, como a manifestação da consciência humana. Ou seja, as organizações são analisadas segundo seus aspectos simbólicos (SMIRCICH, 1983).

Essa questão também pode ser identificada na definição de cultura organizacional declarada por Ravasi e Schultz, quando estes definem a cultura organizacional como “o estabelecimento de pressupostos mentalmente compartilhados que guiam as interpretações e ações pela definição de um comportamento apropriado para várias situações” (RAVASI; SCHULTZ, 2006, p. 437). Já para Motta, uma vez que os indivíduos estão imersos em um mundo de significados, “eles codificam sem cessar não apenas as palavras de seus semelhantes, mas também as suas expressões, suas posturas, suas ações dos mais variados tipos, sempre lhes atribuindo um sentido” (MOTTA, 1996, pp. 3-4).

Mesmo que se afirme que a cultura “não é passível de ser observada e medida ou caracterizada a partir do que se considera como sua materialização (artefatos e valores)” (PEREIRA; BRITO, 2009, p. 73), esta pode passar a “ser compreendida como um processo simbólico, mediado pelas percepções dos membros organizacionais e passível de ser investigado pela produção discursiva” (PEREIRA; BRITO, 2009, p. 73).

Hatch e Schultz (1997) acreditam que a cultura, a identidade e também a imagem são três partes relacionadas que integram um sistema de significado e sentido que define a organização em suas várias constituições. Para as autoras, a cultura organizacional se relaciona com a identidade organizacional de forma similar ao que representa o contexto externo para a imagem organizacional, ou seja, pode-se visualizar a cultura organizacional como a atmosfera na qual a identidade organizacional é construída e firmada e o contexto externo como sendo o ambiente onde a imagem organizacional é formada. Conforme mostra a FIGURA 1:

Figura 1 - Cultura e Identidade Organizacional



Fonte: Extraído de Hatch e Schultz (1997, p. 361)

Portanto, é no contexto organizacional, através das relações e inter-relações estabelecidas entre indivíduos, grupos e organizações que se formam e se desenvolvem os aspectos da identidade individual e organizacional, da cultura, dos indivíduos e das organizações a que eles pertencem. Também é onde existe a ocorrência (ou não em alguns casos) do processo de identificação (SMIRCICH, 1983, ASHFORTH; MAEL, 1989; ALBERT; ASHFORTH; DUTTON, 2000; BERGER; LUCKMANN, 2003; CASTELLS, 2003; RAVASI; REKOM, 2003; CARRIERI et al., 2010).

Uma vez apresentados os aspectos teóricos extraídos da literatura sobre as temáticas envolvidas nesta pesquisa, na próxima seção serão descritos os aspectos metodológicos utilizados nesta pesquisa, com o intuito de atingir o objetivo proposto.

3 Metodologia

Este trabalho, ancorado principalmente na visão de mundo que considera a realidade como socialmente construída tem por base o objetivo de buscar a compreensão das relações e inter-relações que ocorrem nas organizações. Estas são consideradas como sistemas sociais. Através de uma abordagem qualitativa, analisou-se como ocorre o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação stricto sensu em Administração, a partir dos aspectos da identidade e da cultura desses programas.

Assim, quanto ao seu objetivo, esta pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa exploratória, com corte transversal, e, uma vez que este trabalho objetiva se debruçar sobre o fenômeno da identificação organizacional no contexto de instituições de ensino superior, optou-se pela utilização de estudo de casos múltiplos. Entende-se que os estudos de casos múltiplos “possibilitam o estabelecimento de comparações e a obtenção de resultados mais robustos” (GODOY, 2006, p. 129). Neste caso, foi realizada a pesquisa em 04 (quatro) instituições de ensino superior, sendo duas públicas e duas privadas. Em virtude do propósito firmado por este trabalho, o critério de seleção das IES empregado foi a existência de um programa de pós-graduação que tivesse cursos de Mestrado e de Doutorado em Administração com conceito 4 no mínimo na avaliação da CAPES. Também foi critério de seleção dos casos a localização das instituições no mesmo contexto. Assim, duas instituições, uma pública e outra privada estão

localizadas no Sudeste do país (ambas em uma mesma capital) e as outras duas instituições, uma pública e outra privada estão localizadas no Sul do país (na região metropolitana da capital do seu estado).

Para a coleta de dados, nesta pesquisa, foram utilizadas três diferentes formas: entrevistas semi-estruturadas, observação não participante realizada durante as entrevistas, pois a presença do pesquisador na instituição onde a coleta de dados foi realizada forneceu uma oportunidade para saber onde o fenômeno estaria ocorrendo. E, também, foi realizada uma investigação que se utilizou de coleta de dados secundários, visando a uma complementação da fonte de informações, mas também para que se pudesse realizar uma triangulação com os dados da pesquisa, conferindo-lhe maior validade e confiabilidade. Assim, os dados secundários foram coletados por meio de pesquisa documental. Anterior à coleta de dados, foram realizadas 03 (três) entrevistas de pré-teste (projeto-piloto), com a finalidade de verificar se os procedimentos escolhidos, principalmente o roteiro de entrevista, atingiam o(s) objetivo(s) que o mesmo se propunha.

Para esta pesquisa foram selecionados todos os alunos integrantes do quadro discente dos programas de pós-graduação em mestrado e doutorado em Administração das 04 (quatro) instituições de ensino superior escolhidas. A realização das entrevistas ocorreu por adesão dos alunos que demonstraram interesse em participar da pesquisa após serem contatados. Foram entrevistados 37 (trinta e sete) alunos, dos quais 8 (oito) são alunos da universidade pública localizada na região Sudeste; 6 (seis) da universidade privada desta mesma região; 13 (treze) da universidade pública localizada na região Sul e 10 (dez) da universidade privada desta mesma região. As entrevistas foram gravadas, com a devida autorização dos entrevistados, que assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas na íntegra.

A análise dos dados ocorreu por meio da análise da narrativa, método que foi avaliado e escolhido, pois, segundo sugere Flick (2009), a análise da narrativa deve ser utilizada quando se adequa à questão de pesquisa proposta. Para a análise da narrativa, conforme este autor, as narrativas “são estimuladas e coletadas na entrevista narrativa com a finalidade de reconstruir processos biográficos” (FLICK, 2009, p. 307).

Nas seções anteriores, foi introduzida a temática e apresentado o objetivo que norteia esta pesquisa, seguido do seu arcabouço teórico e apresentados os aspectos metodológicos adotados para que a pesquisa fosse realizada. Na próxima seção, serão apresentados os resultados obtidos.

4 Apresentação e análise de dados

Para a apresentação dos resultados obtidos com a pesquisa, foram preservados os nomes das instituições. Dessa forma, quando for necessário referir-se a alguma destas instituições será utilizada a nomenclatura Universidade, seguida das letras A, B, C e D. A Universidade A é uma instituição pública da região Sudeste e a Universidade B é uma instituição privada da mesma região. A Universidade C é uma instituição pública da região Sul e a Universidade D é uma instituição privada da mesma região.

Primeiramente, torna-se necessário destacar que, em um olhar sobre os aspectos regulatórios, administrativos e burocráticos das universidades e dos programas estudados, percebem-se elementos da sua cultura: normas,

regras, ritos e rituais, elementos que são apresentados por Freitas (1991) e novamente resgatados pela autora em seu trabalho em 2007. Também são abordados por Hatch (1993), que cita valores e artefatos como elementos culturais. Tais elementos são delineadores e tornam-se fontes para o ordenamento interno do programa e, de certa maneira, são determinantes para a condução das atividades e do comportamento do corpo docente e discente. Tais elementos normativos e regulatórios, destacados no regimento do programa, também participam do processo de constituição da identidade organizacional (SROUR, 1998, FREITAS, 2006, SARAIVA; DUARTE, 2010, RAVASI; SCHULTZ, 2006) e são os elementos com os quais os alunos podem se identificar (ou não).

Para que se possa atingir o objetivo proposto, a questão da ocupação do aluno e também os motivos que o levaram a ingressar em um curso stricto sensu em Administração são questões iniciais para o entendimento do processo de identificação. Assim, os aspectos que levaram os alunos a buscar um curso stricto sensu podem variar. São escolhas pessoais fruto de uma trajetória pessoal e profissional que transcende o tempo e o espaço. Para alguns, é um processo que ocorreu de forma natural antes mesmo da graduação. Ou então, durante a graduação, vindo a confirmar algo que já existia, ou como uma nova possibilidade, o período da graduação se revela como momento em que o contato com a academia ocorre de forma mais direta e concreta. Porém, conforme revelou a pesquisa nos quatro programas estudados, os motivos que levaram os alunos pesquisados a ingressar em um curso stricto sensu em Administração surgem principalmente após a graduação. Confirmam algo que havia surgido na graduação, ou então surgem como nova possibilidade de atuação, quando o indivíduo já desempenha alguma atividade, ou seja, já possui um papel profissional estabelecido.

Dessa forma, fica evidente, com base nos relatos dos alunos entrevistados, a questão do processo de socialização descrito por Dubar (1997), Freitas (1997) e, principalmente, por Berger e Luckmann (2003) sobre a construção da identidade. Também pode ser encontrado em Caldas e Wood Jr. (1999), Albert, Ashforth e Dutton (2000) e Saraiva e Duarte (2010, p. 123), que ressaltam ser através da socialização secundária que “os indivíduos incorporam determinadas maneiras de pensar e agir, ativando uma identidade de orientação coletiva”. Está presente em Carrieri et al. (2010, pp.12-13) quando afirmam que a identidade “não é uma substância ou atributo individual ou coletivo, mas uma elaboração determinada pelas estruturas mentais e processos psíquicos a partir das interações com outros indivíduos, grupos e comunidades”. Ou seja, é durante o curso da sua trajetória de vida, por meio de diferentes formas, que os indivíduos vão trilhando caminhos que os proporcionam uma “bagagem” para que se constituam. Nas narrativas dos entrevistados são descritos diferentes eventos que levaram os sujeitos (protagonistas) dessas histórias a ingressarem em um curso de pós-graduação stricto sensu.

Com relação à ocupação dos alunos, no que se refere à prática da docência, percebe-se que, além de levar os indivíduos a procurarem cursar uma pós-graduação stricto sensu, a profissão de professor está ligada à participação em um programa de pós-graduação, pois, dentre os alunos pesquisados, alguns já possuíam contato com a docência e, por desejo pessoal de crescimento, assim como também por uma exigência do mercado de trabalho, buscam essa qualificação. Outros passaram a ter esse desejo somente após ingressar no programa.

Diversas são as razões que levaram os alunos a quererem ingressar em um curso stricto sensu em Administração nas universidades pesquisadas. Por exemplo, o fato de já atuarem como docentes, ou desejarem atuar como tal no futuro. Em todas as universidades pesquisadas, uma das razões pela busca daquela instituição em específico

foi a questão da sua localização. O fato de os alunos já terem cursado graduação na própria universidade também é um motivo de escolha da pós-graduação. A imagem que o indivíduo possui da instituição, do seu corpo docente e a sua natureza (principalmente das Universidade A e C enquanto universidades públicas) enquanto instituição também aparecem como uma das razões que levam os indivíduos a buscarem ingressar em um curso *stricto sensu* em Administração nas universidades estudadas.

Além dos motivos apresentados anteriormente, está o fato de buscar um(a) orientador(a) em específico que faz parte do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração da universidade. A escolha também se faz pelo conceito do curso, conceito este que é atribuído pela CAPES e que apareceu de forma acentuada nos programas das Universidades A e D por possuírem respectivamente o melhor e o segundo melhor conceito da CAPES entre os programas analisados. Torna-se um fator legitimador do programa e pode relacionar-se com aspectos da imagem organizacional. Imagem esta que, segundo Dutton e Dukerich (1991), pode guiar e catalisar as interpretações dos indivíduos. Esse é um aspecto que pode ser percebido pelas pessoas que interagem com a organização, sendo considerado como um “processo pelo qual se pode chegar à identidade organizacional” (SARAIVA; DUARTE, 2010, p. 121). Assim, os motivos que levaram os atuais alunos de mestrado e doutorado em Administração das universidades pesquisadas a procurarem o programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração surgem como indícios do processo de identificação.

No que se refere à imagem da organização, denominada de imagem organizacional (DUTTON; DUKERICH, 1991, MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2000), enquanto parte formadora da identidade organizacional (HATCH; SCHULTZ, 1997, WHETTEN; MACKKEY, 2002, SARAIVA; DUARTE, 2010) temos que a identidade organizacional tem a ver com a questão de “como eu sou enquanto uma organização” e também de “como sou visto”. A identidade organizacional “surge na forma pela qual a organização é percebida pelo meio” (CALDAS; WOOD JR., 1999, p. 114). Isso se revelou importante no processo de identificação dos alunos como elemento que aparece antes de o indivíduo ingressar na instituição e também se torna um elemento que atua para a consolidação do processo de identificação. Lembra-se que a identidade organizacional não deve ser tratada como uma “coisa”, mas como um “processo”, segundo destacam Schultz e Hernes (2013). Neste ponto, surge um destaque que contribui para a questão da diferenciação entre a universidade e o programa de pós-graduação *stricto sensu*, pois mesmo estando inserido na universidade, compartilhando da mesma estrutura, o programa torna-se uma unidade de análise que pode ser diferenciada da universidade. Percebe-se que às vezes os alunos se referem à universidade e em outros momentos ao programa. É o caso da Entrevistada 03 que fala que: “existem dois pontos: tem o programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração da Universidade A que eu conheço e tem a Universidade A, como universidade”. O Entrevistado 15, ao falar sobre sua identificação, afirma possuir afinidade tanto com a universidade como também com o programa. Tais aspectos são identificados na seguinte narrativa: “Na Universidade C eu me identifiquei plenamente com o curso, tanto com a instituição quanto com o programa também”.

Foram apresentados aspectos ligados aos motivos que levaram os entrevistados a cursarem um programa de pós-graduação *stricto sensu* e a escolherem o programa de pós-graduação em Administração da Universidade A, B, C ou D. Além disso, foram ressaltados aspectos da imagem da universidade e do seu programa de pós-graduação

stricto sensu em Administração. Estes surgem como os primeiros indícios de identificação do indivíduo com a instituição, levando à temática da identidade organizacional. Lembra-se que, dos aspectos acima citados, a questão da imagem que os alunos possuem quando já membros das instituições pode também contribuir para a construção do conceito de identidade organizacional que possuem sobre a organização (MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001; WHETTEN; MACKEY, 2002; SARAIVA; DUARTE, 2010; NOGUEIRA, 2010).

A identidade organizacional enquanto temática, apresentada de forma seminal por Albert e Whetten (1985) e, posteriormente por Hatch e Schultz (1997), Gioia et al. (1998), Ravasi e Rekom (2003), Fernandes; Marques e Carrieri (2010), revelou-se como um fenômeno difícil de ser captado, uma vez que é um conceito complexo, amplo e que permite ao indivíduo questionado falar sobre a identidade da sua organização e realizar diferentes interpretações sobre o conceito de identidade no nível organizacional.

No caso da Universidade A e C, referindo-se aos seus programas de pós-graduação stricto sensu em Administração, a identidade organizacional também pode revelar-se na sua natureza enquanto instituição. O fato de serem instituições públicas permite que sejam atribuídas algumas características consideradas similares às universidades com essa natureza. Tal aspecto é destacado na narrativa do Entrevistado 04 que menciona: “é lógico que não dá pra deixar passar o fato de ser pública, nas privadas é diferente, eles operam de um jeito um pouco diferente, não é a mesma coisa”. Nesse sentido a natureza da instituição aparece como sendo um dos principais aspectos da sua identidade. Essa identidade no nível organizacional possui uma forte relação com o reconhecimento que a instituição possui. O reconhecimento é relatado tanto em relação à universidade enquanto instituição e também ao programa e foi atribuído às Universidades A, B e C como característica da identidade organizacional. Essa questão é identificada na narrativa da Entrevistada 03 ao narrar que a Universidade A é “uma universidade que é reconhecida internacionalmente [...] um curso reconhecido internacionalmente”. E também do Entrevistado 09 ao narrar que: “a Universidade B para mim é referência, é a tradição, a história e tem reconhecimento, é isso que faz a ligação entre aluno e instituição”.

A identidade organizacional possui estreita relação com os membros internos da organização. Esses membros são os intérpretes da identidade organizacional (seja no que diz respeito à questão de reconhecimento ou não do que é central, distintivo e duradouro). Os membros organizacionais, os alunos ou os professores, são/fazem parte da identidade da universidade e do programa. Além de serem responsáveis pela definição da identidade organizacional, no caso, os alunos, enquanto membros organizacionais, apareceram como um fator que caracteriza a organização. Isso apareceu de forma mais evidente na Universidade A, uma vez que a qualidade do corpo discente foi um fator de destaque na pesquisa segundo relato dos próprios estudantes. Foi um aspecto atribuído principalmente ao processo seletivo de entrada no programa de pós-graduação. O corpo docente, enquanto característica essencial e que difere o programa, apareceu de forma mais acentuada nas Universidades A, B e D. E, e é representado pela narrativa da Entrevistada 03, ao afirmar que “um ponto forte aqui da universidade são os professores, tem professores que realmente, quando você olha o currículo deles, têm currículo gigante, eles têm uma experiência bem grande”. E, também pelo Entrevistado 13 quando afirma que: “O que difere a Universidade B, fortemente, são os professores; eles têm um nível assim de conhecimento, de qualidade de didática que não encontrei pelas outras instituições em que eu já passei”.

Além dos membros internos (alunos e também professores), como constituintes da identidade do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração das universidades pesquisadas, as instituições e programas possuem características que, mencionadas pelos entrevistados, são formas de expressão da identidade organizacional. Dentre estas, destacam-se o nível de exigência que existe na instituição, como apareceu no programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração da Universidade A. A estrutura interna também foi mencionada como algo que difere a instituição de outras de acordo com os alunos pesquisados. No caso das Universidades B, C e D, a questão da diversidade de pessoas e de pensamentos também foi uma característica que definiu a identidade organizacional. Nos programas das Universidades B e C, outro destaque com relação à identidade da organização que emergiu com a pesquisa foi os relacionamentos. No programa da Universidade B, foram atribuídas características paternalistas/maternalistas à instituição, como revelam as seguintes frases: “a Universidade B me parece muito materna” (Entrevistado 10) e também na narrativa da Entrevistada 13 quando diz que: “a gente realmente se sente acolhido aqui, eu acho que é uma coisa meio que paternalista”. E, no programa da Universidade C, o acesso aos professores e a rede de relações que são firmadas com estes e entre os alunos foi algo que, segundo os alunos entrevistados, também caracteriza a instituição.

Além de ter destacado alguns pontos que revelam a identidade organizacional dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em Administração das universidades A, B, C e D, para que se atinja o objetivo desta pesquisa, fez-se necessário também abordar outro termo - a cultura organizacional. Esta possui uma relação com a identidade organizacional, conforme destacado por Machado-da-Silva e Nogueira (2001), Srour (1998) e Saraiva e Duarte (2010). A cultura da organização torna-se o contexto em que a identidade é constituída.

Ao falar sobre cultura, adentra-se em um campo vasto que pode ser abordado e revelado de diferentes perspectivas, conforme destacado por Martin e Frost (2001), dado que a cultura é considerada um fenômeno complexo e difícil de ser conceituada devido à diversidade de perspectivas e abordagens que o tema permite (MOTTA, 1996; FLEURY, 2000). Além disso, conforme destacam Pereira e Brito (2009, p. 73), a cultura “não é passível de ser observada e medida ou caracterizada”, mas pode ser “compreendida como um processo simbólico, mediado pelas percepções dos membros organizacionais e passível de ser investigado pela produção discursiva” (PEREIRA; BRITO, 2009, p. 73). Assim, devido à amplitude do tema e à possibilidade da ocorrência de dispersões conceituais, para esta pesquisa com a intenção de se identificar aspectos da cultura organizacional, utilizou-se, principalmente, os trabalhos de Smircich (1983) e Freitas (2006, 2007).

Dada a importância de que se avalie o contexto no qual a organização se encontra, percebe-se, no decorrer da pesquisa, a relevância deste para a forma com que os membros organizacionais “olham” para a organização e para o seu comportamento, com base na própria localização em que a universidade e o programa se encontram. O fato da instituição estar inserida em um contexto de uma grande cidade brasileira, onde existe uma concentração de empresas superior à de outras regiões do país, parece delinear aspectos da própria universidade, do programa e do comportamento dos membros organizacionais, como o foi o caso da Universidade A e B, diferente das outras, que estão localizadas em uma região litorânea. Assim, tem-se como traço da cultura da organização, também, aspectos do meio no qual ela se insere. Tais aspectos foram identificados em diversas narrativas e são representados nas nar-

rativas da Entrevistada 03 que cita: “eu acho que existe muita influência do programa estar em uma cidade grande e, onde os estudos e tudo mais, se voltam mais para o mercado, eu acho que a cidade tem esse perfil”. A Entrevistada 27 menciona que: “eu acho que tem a coisa de ser litoral, de estar em uma cidade litorânea; a cidade imprime pra mim essa característica, em comparação a outras capitais, eu acho que traz isso da própria cultura local”.

Dessa forma, pode-se inferir que a cultura organizacional dos programas de pós-graduação analisados parece ter influência da cultura da região em que eles se encontram. A cultura, no conceito de Morgan, “não é algo imposto sobre uma situação social. Ao contrário, ela se desenvolve durante o curso da interação social” (MORGAN, 1996, p. 131). Ou seja, a cidade, a região, possui características que lhe são próprias. Assim, este aspecto do ambiente em que o programa se insere e também a diversidade de pessoas e suas características que se encontram no contexto, podem contribuir para a realização do processo interpretativo que ocorre nos indivíduos quando estes refletem sobre aspectos da cultura organizacional. Isso pois a cultura organizacional é considerada “como o estabelecimento de pressupostos mentalmente compartilhados que guiam as interpretações e ações pela definição de um comportamento apropriado para várias situações” (RAVASI; SCHULTZ, 2006, p. 437). Tal aspecto é destacado pela Entrevistada 36 ao relatar que: “talvez a maior riqueza do programa é essa diversidade de regiões, de alunos”. É também encontrado na seguinte narrativa: “Em qualquer aspecto que você quiser tem diversidade. Aqui tem médico, tem gente do Amapá, tem hippie, tem engenheiro” (Entrevistada 02). Portanto, de acordo com Carrieri (2008, p. 20), “nenhuma manifestação cultural nunca pode ser compreendida fora de um contexto, sem levar em consideração a biografia, a história, a percepção e interpretação dos atores”.

Outros fatores podem ser destacados pelo fato de os alunos entrevistados descreverem aspectos relacionados à instituição e ao programa em que eles cursam mestrado ou doutorado em Administração e que se referem a elementos culturais. Dentre estes, são destacados a abertura para a participação discente no programa de pós-graduação em Administração da Universidade A e a impessoalidade das relações que são estabelecidas. Diferente do programa da Universidade B, no qual persistiu a pessoalidade e um ambiente mais humanizado, onde, segundo os relatos, tem-se uma liberdade de livre expressão. Tal aspecto também apareceu na Universidade C. No que se refere a elementos da cultura organizacional, teve como predominância a questão dos mitos, primeiramente com relação ao corpo docente. Diversos alunos mencionaram que o programa “é caracterizado por causa da influência que teve de [nome do professor fundador do programa]”, conforme expresso através da narrativa do Entrevistado 21. Já na pesquisa realizada com os alunos do programa de pós-graduação da Universidade D, no que tange à questão da cultura organizacional, a interação dos membros organizacionais e a competitividade interna do programa entre os alunos e do próprio programa com o meio, principalmente com relação a avaliação pela CAPES foram os aspectos mais evidentes.

Uma vez relatados aspectos da identidade organizacional e da cultura organizacional, assim como também questões ligadas à inserção dos indivíduos em um curso de pós-graduação, obtêm-se fundamentos preliminares para que seja verificado e atingido o objetivo desta pesquisa: analisar como ocorre o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação stricto sensu em Administração, a partir dos aspectos da identidade e da cultura destes programas.

A identificação ocorre no momento em que o indivíduo (aluno) entra ou está em contato com a organiza-

ção (no caso, o programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração da universidade em questão). Porém, o processo de identificação pode ter seu início anteriormente a essa relação estabelecida; por isso, investigou-se o(s) motivo(s) que levaram os alunos a ingressarem em um curso *stricto sensu* e a escolherem o programa. Nesta pesquisa, diversos foram os objetos de identificação, seja no que se refere à identidade ou à cultura da organização, lembrando que, conforme já mencionado, a cultura estabelece uma identidade e a identidade revela a cultura (MACHADO-DA-SILVA; NOGUEIRA, 2001; SARAIVA; DUARTE, 2010; SROUR, 1998).

Dado que o processo de identificação, caracterizado acima, é um processo psicológico e intrínseco aos indivíduos, Dutton e Dukerich (1991) descobriram que a identidade organizacional, ou então, como os membros da organização viam a identidade da organização, desempenhava um papel fundamental nas interpretações, emoções e ações dos indivíduos. Isso também é afirmado por Fernandes; Marques e Carrieri (2009), os quais relatam que é mediante a identificação que ocorre a mediação entre a identidade do indivíduo e a da organização. É nesse sentido que a identificação com um dos atributos da identidade da organização pode ocorrer. Por exemplo, a questão da exigência que a instituição impõe foi um elemento de identificação dos alunos do programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração da Universidade A. Expomos a questão relatada na narrativa do Entrevistado 04:

A exigência é alta aqui; de fato eles cobram bastante. Então, nesse ponto, eu me identifico bastante, me sinto confortável. Como deveria ser em qualquer boa instituição de ensino, o fato de selecionarem em função daquilo que você é capaz de fazer significa que você está num patamar melhor do que a média dos outros (Entrevistado 04).

Outro aspecto da identificação com a instituição e com o programa envolve a relação que é estabelecida pelo tempo em que o aluno é membro da organização. Para alguns, a trajetória acadêmica no *stricto sensu* é uma extensão da graduação, devido ao local ser o mesmo de outro curso realizado. Essa identificação se consolida no decorrer do contato com a organização. Tal questão pode ser identificada nas narrativas de alguns dos entrevistados, como é o caso da Entrevistada 06, que cursou a graduação, mestrado e doutorado pelo mesmo programa e relata que: “Eu estou aqui desde 98 e, depois veio a relação afetiva, pois grande parte dos meus amigos que eu tenho hoje eu fiz aqui, ou por causa daqui, inclusive o meu marido”. E também quanto o Entrevistado 25 diz que “eu me identifico muito com a universidade, gosto muito da Universidade C, tanto que eu não quis sair daqui”.

A identificação dos alunos com os programas de pós-graduação *stricto sensu* em Administração e com as universidades onde estudam possui relação com o quadro docente, temas de pesquisa e reconhecimento da instituição, reconhecimento que não possui tanta associação com a avaliação conforme os critérios da CAPES, mas com outros atributos da universidade, como o seu nome e tradição. A identificação com o programa, através do tema de pesquisa e do corpo docente, principalmente na figura do professor orientador, se revela como o objeto principal de identificação por parte dos alunos em todos os casos estudados. São aspectos que foram predominantes na pesquisa e aparecem nas seguintes narrativas: “Eu me identifico profundamente com o meu orientador, em como ele enxerga a ciência” (Entrevistada 02 – Universidade A). E, no relato do entrevistado 15 que diz que: “foi por causa da linha de pesquisa que eu me identifiquei com eles aqui, pois era o que eu realmente queria fazer” (Universidade C). A Entrevistada 03 (Universidade A) afirma que: “eu me identifico porque eu percebo que existem alguns projetos aqui dentro, pelos quais eu me interesso; é o tema que eu gosto muito de estudar, eu me identifico com o tema daquilo que eu estudo, com os projetos que estão aqui nesse grupo de pesquisa”. Lembramos que, conforme relata um dos

entrevistados: “eu acho que a gente se identifica mais com as pessoas do que com a instituição em si” (Entrevistado 33 – Universidade D), ou seja, muitos dos objetos de identificação podem estar atrelados também as pessoas, como por exemplo, o tema de pesquisa, através do(s) professor(es) que estudam determinada temática.”

O fato de pertencerem à universidade em que o programa de pós-graduação stricto sensu em Administração está vinculado também é fonte de identificação em decorrência da imagem que os alunos possuem da sua universidade e do programa. Isso pode ser verificado na narrativa do Entrevistado 24 (Universidade C) ao afirmar que: “Eu tenho identificação porque eu tenho um carimbo e se, eu vou em um evento, na própria inscrição do evento eles pedem qual a universidade que você está vinculado”. Deve-se destacar ainda que aqui esse “pertencer” não é empregado simplesmente no sentido de estar vinculado, mas possui conotação de um envolvimento mais profundo. Entretanto, o fato de estar vinculado à instituição não caracteriza a existência da identificação com esta; a identificação pode ocorrer com um ou mais elementos, podendo abranger um ou mais níveis, como por exemplo a identificação que acontece de forma mais acentuada com a universidade do que com o programa.

Essa identificação também se revela como sendo algo que está ligado ao sentimento de semelhança que o aluno possui com relação à instituição. Não somente como já resgatado na questão do pertencimento, são “significados individualmente atribuídos e de relevância para os próprios indivíduos” (SARAIVA; DUARTE, 2010, p. 123) quando os indivíduos reconhecem semelhanças entre a instituição e si mesmos. Por exemplo, a universidade e/ou o programa são espaços que oportunizam a livre expressão? Caso afirmativo, e havendo o compartilhar disso por parte do aluno, tem-se que o mesmo se identifica. Isso pode ocorrer tanto com aspectos da identidade, como da cultura da universidade e também do programa de pós-graduação stricto sensu desta. Ou seja, a identificação é um processo cognitivo, emocional, simbólico e possui uma resposta comportamental e perceptiva (PRATT, 1998).

5 Considerações finais

Tendo em vista que este trabalho tinha como principal objetivo analisar como ocorre o processo de identificação dos alunos de programas de pós-graduação stricto sensu em Administração a partir dos seus aspectos da identidade e da cultura. Essa busca pautou-se, principalmente, em virtude do interesse pessoal de aprofundar a compreensão da relação dos aspectos da identidade organizacional e da cultura organizacional, no sentido de que isto fosse realizado no contexto organizacional de instituições de ensino.

No que se refere às organizações estudadas: as quatro instituições, cada uma de acordo com suas características, em virtude da sua natureza e do contexto histórico e cultural, revelaram uma gama de possibilidades de diferentes leituras realizadas pelos seus membros organizacionais, no caso, os alunos dos programas estudados. Baseando-se na narrativa destes alunos pode-se definir alguns aspectos da identidade e da cultura destas instituições e definir como ocorre seu processo de identificação.

Os resultados destacaram as particularidades de cada universidade e de cada programa. Tais particularidades revelaram principalmente o que é central e distintivo nestas instituições e programas. Por outro lado, também destacaram aspectos da cultura destes locais estudados. Nestes resultados, os aspectos da natureza da instituição (pública e/ou privada) assim como a localização da universidade em que os programas estavam inseridos apareceram como

os principais elementos que identificam e são responsáveis por constituir a cultura organizacional. Além disso, a imagem que os alunos possuem da organização e que acreditam que os demais também possuem torna-se outro aspecto relevante e que, de alguma forma, está envolvido na formação da identidade organizacional.

No que se refere à identificação, pode-se perceber que a ocupação profissional do aluno e também os motivos que o levaram a ingressar em um curso *stricto sensu* em Administração são questões iniciais para o entendimento do processo de identificação, pois, principalmente, a escolha do programa onde o indivíduo realiza o mestrado ou o doutorado em Administração, aparece como um aspecto que contribui com o processo de identificação deste indivíduo. A imagem que o aluno possuía antes de ingressar no curso é um indicativo da identificação com o programa de pós-graduação *stricto sensu* em Administração e com a universidade.

No que se refere à identificação com elementos da universidade e do programa, o professor e o tema de estudo vinculado à linha de pesquisa tornam-se os principais objetos de identificação por parte dos alunos. A identificação é um processo basicamente psicológico. Dessa maneira, esse processo revela-se como algo que ocorre de forma individual, podendo ter diferentes aspectos geradores e motivadores para que a identificação ocorra.

Esta pesquisa, bem como toda e qualquer outra, possui algumas limitações; os próprios métodos utilizados, por vezes, se revelam como agentes limitadores de uma captura real dos fenômenos que se está buscando. E, se os métodos pudessem abarcar a captura dos fenômenos com máxima eficácia, o elevado grau de subjetividade envolvido nos fenômenos que se está pesquisando poderiam surgir (e de fato surgiram) como limitações, pois, por vezes, mesmo que ocorra o entendimento dos aspectos da identidade e da cultura das organizações, o processo de identificação nem sempre é consciente ao indivíduo que é responsável por narrar sua identificação.

Diante da realização de um estudo que se pautou no levantamento da literatura acerca dos diferentes fenômenos organizacionais e dada à imersão no campo para a realização de uma pesquisa empírica que visava a compreensão de tais fenômenos, surgiram alguns pontos que podem vir a ser alvo de futuras pesquisas. Sendo assim, primeiramente sugere-se que, baseado nesta pesquisa e nos aspectos aqui destacados, que o tema se estenda também para outras instituições que oferecem cursos de pós-graduação *stricto sensu*, seja em Administração ou outras áreas. Sugerimos a realização de estudos que abordem a identidade e a cultura organizacional das IES e dos seus programas e visem a analisar o processo de identificação dos membros organizacionais, principalmente dos alunos destes programas. Além de programas de pós-graduação *stricto sensu*, esta pesquisa pode ser replicada em outros cursos, como os de *lato sensu*, principalmente devido ao aumento do número de cursos de Especialização em todas as áreas do conhecimento e, também, em nível de Graduação. Além disso, é possível realizar estudos em outras organizações da esfera pública e/ou privada que pertençam a diferentes setores, sejam indústria, serviços e/ou o terceiro setor.

Referências

ALBERT, S.; ASHFORTH, B. E.; DUTTON, J. E. Organizational identity and identification: Charting new waters and building new bridges. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 13–17, 2000.

ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: CUMMINGS, L. L.; STAW, B. M. (Eds.). *Research in*

organizational behavior. **An annual series of analytical essays and critical reviews**. Greenwich: JAI Press, 1985. p. 263–295.

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F. A. Organizational identity and strategy as a context for the individual. **Advances in Strategic Management**, v. 13, p. 19-64, 1996.

ASHFORTH, B. E.; MAEL, F. A. **Social Identity Theory and the Organization**. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 1, p. 20–39, 1989.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BERVIAN, P. A.; CERVO, A. L.; SILVA, R. da. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pretince Hall, 2002.

BOAS, F. Anthropology. In: SELIGMAN, E. R. A (Ed.). **Encyclopedia of the Social Sciences**. 2. ed. New York: Macmillan, 1930. p. 73–110.

BULGACOV, S.; CANHADA, D. I. D. Práticas sociais estratégicas e resultados acadêmicos: o doutorado em Administração na USP e na UFRGS. **RAP**, v. 45, n. 1, p. 7–32, 2011.

CALDAS, M. P.; WOOD JR., T. W. Identidade Organizacional. In: _____. **Transformação e realidade organizacional**: uma perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 1999. p. 113–134.

CARRIERI, A. DE P. A opção teórico-metodológica para pesquisas sobre culturas nas organizações. In: CARRIERI, A. P. et al. **Cultura nas organizações**: uma abordagem contemporânea. Curitiba: Juruá, 2008.

CARRIERI, A. DE P.; SARAIVA, L.; ENOQUE, A.; GANDOLFI, P. As questões identitárias nas organizações. In: CARRIERI, A. DE P. et al. **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010. p. 17–28.

CASTELLS, M. **The power of identity**: The information age: Economy, society and culture. New Jersey: Blackwell Publishing, 2003.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CUCHE, D. **A Noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DOMINGUES, J. M. Sociologia da cultura, memória e criatividade social. **Dados [online]**, v. 42, n. 2, 1999. Disponível em: <<http://goo.gl/ljEzSm>>. Acesso em: 26/05/2014.

DUBAR, C. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. Porto: Porto Editora, 1997.

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

FERNANDES, M. E. R.; MARQUES, A. L.; CARRIERI, A. D. P. Identidade organizacional e os componentes do processo de identificação: uma proposta de integração. **Cadernos EBAPE**, v. 7, n. 4, p. 687–703, 2009.

FERNANDES, M. E. R.; MARQUES, A. L.; CARRIERI, A. DE P. Elementos para a compreensão dos estudos de identidade em teoria organizacional. In: CARRIERI, A. DE P. et al. (Orgs). **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010.

FLEURY, M. T. L. Cultura Organizacional os modismos, as pesquisas, as intervenções: uma discussão metodológica. **RAUSP**, v. 24, n. 1, p. 3-9, 1989.

FLEURY, M. T. L. Estórias, mitos, heróis: cultura organizacional e relações do trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v. 27, n. 4, p. 7-18, 1987.

FLEURY, M. T. L. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. **Revista de Adminis-**

tração de Empresas, v. 40, n. 3, p. 18-25, 2000.

FLICK, U. **Introdução à coleção pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREITAS, M. E. DE. **Cultura organizacional: identidade, sedução e carisma?** 5. ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

FREITAS, M. E. DE. **Cultura organizacional: evolução e crítica**. Boston: Ed. Cengage Learning, 2007.

FREITAS, M. E. DE. Cultura organizacional grandes temas em debate. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, n. 3, p. 73–82, 1991.

FREITAS, M. E. DE. Cultura organizacional: o doce controle no clube dos raros In: CALDAS, M. P.; MOTTA, F. C. P. **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997. p. 293-304.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. 1.ed., 13. reimpr. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIOIA, D. A. et al. Identity in organizations. In: WHETTEN, D. A.; GODFREY, P. C. (Eds.). **Identity in organizations: building theory through conversations**. London: Sage Publications, Inc., 1998. p. 33–80.

GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. D. (Eds.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 115–146.

GUIMARÃES, V. C.; CELES, L. A. M. O psíquico e o social numa perspectiva metapsicológica: o conceito de identificação em Freud. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, n. 3, p. 341–346, 2007.

HATCH, M. J. The Dynamics of Organizational Culture. **The Academy of Management Review**, v. 18, n. 4, p. 657–693, 1993.

HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of marketing*, v. 31, n. 5, p. 356–365, 1997.

LAPLANCHE, J.; PONTALIS, J. B. **Vocabulário de psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

MACHADO, H. V. A identidade e o Contexto Organizacional Perspectivas de Análise. **Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial, p. 51-73, 2003.

MACHADO, H. V. Identidade Organizacional: um estudo de caso no contexto da cultura brasileira. **Revista de Administração de Empresas**, v. 4, RAE–Eletrônica, 2005.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. DA S. Identidade Organizacional: um Caso de Manutenção, outro de Mudança. **RAC - Edição Especial**, p. 35–58, 2001.

MACHADO-DA-SILVA, C. L.; NOGUEIRA, E. E. DA S. Instituições, cultura e identidade organizacional. In: EnEO. **Anais**. Curitiba: 2000.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTIN, J.; FROST, P. Jogos de guerra da cultura organizacional: a luta pelo domínio Intelectual. In: CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. R. **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 219-246.

MIRANDA, A.; CAPPELLE, C. A.; MAFRA, L. N. Trabalho, Socialização e Identidade: um estudo com professores-gerentes de uma universidade pública. In: XXXVI EnANPAD. **Anais**. Rio de Janeiro: 2012.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MOTTA, F. C. P. Cultura e organizações no Brasil. Núcleo de Pesquisa e Publicações – Relatório final de pesquisa apresentado ao Núcleo de Pesquisas e Publicações EAESP-FGV, **Relatório** n. 15, p. 1-18. 1996.

- NOGUEIRA, E. E. DA S. O estudo de caso da identidade organizacional de uma organização extinta: o caso da alfândega brasileira. In: CARRIERI, A. DE P. et al. (Orgs.). **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010. p. 124–147.
- PAGÈS, M.; BONETTI, M.; DE GAULEJAC, V.; DESCENDRE, D. **O poder das organizações**. São Paulo: Atlas, 1987.
- PEREIRA, M. C.; BRITO, M. J. DE. A análise do discurso como prática e processo de produção de sentidos: proposta teórico-metodológica. In: CARRIERI, A. DE P. et al. (Eds.). **Análise do discurso em estudos organizacionais**. Curitiba: Juruá, 2009. p. 53–78.
- PRATT, M. G. To be or not to be: Central questions in organizational identification. In: WHETTEN, D. A.; GODFREY, P. C. (Eds.). **Identity in organizations: building theory through conversations**. London: Sage Publications, Inc., 1998. p. 171–207.
- RAVASI, D.; REKOM, J. V. Key issues in organizational identity and identification theory. **Corporate Reputation Review**, v. 6, n. 2, p. 118–132, 2003.
- RAVASI, D.; SCHULTZ, M. Responding to organizational identity threats: Exploring the role of organizational culture. **AMJ**, v. 49, n. 3, p. 433–458, 2006.
- RECKWITZ, A. Toward a Theory of Social Practices: A development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, v. 5, n. 2, p. 243–263, 2002.
- SARAIVA, L.; CARRIERI, A. DE P.; ENOQUE, A.; GANDOLFI, P. Identidade nas organizações: Uma questão polêmica em curso. In: CARRIERI, A. DE P. et al. **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010. p. 183–186.
- SARAIVA, L. A. S.; DUARTE, A. C. O. Dimensões da identidade em duas organizações do terceiro setor. In: CARRIERI, A. DE P. et al. (Orgs.). **Identidade nas organizações**. Curitiba: Juruá, 2010. p. 107–124.
- SCHULTZ, M.; HERNES, T. A temporal perspective on organizational identity. **Organization Science**, v. 24, n. 1, p. 1–21, 2013.
- SMIRCICH, L. Concepts of culture and organizational analysis. **Administrative Science Quarterly**, v. 28, n. 3, p. 339–358, 1983.
- SROUR, R. H. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- WHETTEN, D. A. Albert and Whetten revisited: Strengthening the concept of organizational identity. **Journal of Management Inquiry**, v. 15, n. 3, p. 219–234, 2006.
- WHETTEN, D. A.; MACKEY, A. A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation. **Business & Society**, v. 41, n. 4, p. 393–414, 2002.

