

## A ESTRUTURA INTELLECTUAL DA IDENTIDADE ORGANIZACIONAL E A OPORTUNIDADE DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA

Recebido: 28/10/2020

Aprovado: 15/02/2021

<sup>1</sup>Fernando Ribeiro Serra

<sup>2</sup>Fabio Pinotti

<sup>3</sup>Luiz Camargo Guerrazzi

<sup>4</sup>June Alisson Westarb Cruz

### Resumo

**Objetivo:** Este artigo tem como objetivo central compreender a evolução intelectual da Identidade Organizacional (IO) e as oportunidades de estudos futuros em estratégia.

**Método:** Usamos as técnicas bibliométricas de citação e cocitação para avaliar a estrutura intelectual que suporta os estudos sobre IO. A partir de uma amostra de 587 artigos disponíveis na base Web of Science, identificamos os 26 artigos referenciados que suportam os trabalhos atuais.

**Originalidade/Relevância:** Passaram-se 35 anos desde o artigo seminal de Albert e Whetten (1985). Os estudos sobre identidade organizacional cresceram significativamente deste então. Pelo reconhecimento da importância do conceito e pela aparente maturidade do campo, é importante revisitar e compreender os trabalhos que têm influenciado os trabalhos atuais sobre identidade organizacional.

**Resultados:** Os resultados indicaram que a partir do trabalho seminal mencionado, estudos foram influenciados sobre identidade organizacional e mudança estratégica segundo três abordagens: visão socialmente construída; visão do ator social; e visão institucionalista. Além destes estudos também foram influenciados por trabalhos relacionados às práticas e processos na identificação organizacional.

**Contribuições teóricas:** O estudo permitiu compreender a estrutura intelectual dos estudos em identidade organizacional, proporcionando a indicação de pesquisa futura.

**Palavras-chave:** Estratégia. Identidade organizacional. Identificação Organizacional.

### Como Citar:

Serra, F., Pinotti, F., Guerrazzi, L., & Cruz, J. (2021). A Estrutura Intelectual da Identidade Organizacional e a Oportunidade de Estudos em Estratégia. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies [FSRJ]*, 13(2), 149-169. doi: <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2021.v13i2.552>

<sup>1</sup> Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, (Brasil). E-mail: [fernandorserra@gmail.com](mailto:fernandorserra@gmail.com) Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-8178-7313>

<sup>2</sup> Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC, (Brasil). E-mail: [fabio-pinotti1976@gmail.com](mailto:fabio-pinotti1976@gmail.com)

<sup>3</sup> ISMAT - Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes, (Portugal). E-mail: [luizguerrazzi@hotmail.com](mailto:luizguerrazzi@hotmail.com) Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-7100-5314>

<sup>4</sup> Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC, Paraná, (Brasil). E-mail: [june.cruz@pucpr.br](mailto:june.cruz@pucpr.br) Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-4183-9983>

## THE INTELLECTUAL STRUCTURE OF ORGANIZATIONAL IDENTITY AND THE OPPORTUNITY OF STUDIES IN STRATEGY

### Abstract

**Purpose:** This article aims to understand the intellectual evolution of Organizational Identity (IO) and the opportunities for future studies in strategic management.

**Design/methodology/approach:** We use bibliometric citation and cocitation techniques to assess the intellectual structure that supports IO studies. From a sample of 587 articles available on the Web of Science database, we identified the 26 referenced articles that support current works.

**Originality/value:** Thirty-five years have passed since the seminal article by Albert and Whetten (1985). Studies on organizational identity have grown significantly since then. In recognition of the importance of the concept and the apparent maturity of the field, it is important to revisit and understand the works that have influenced the current works on organizational identity.

**Findings:** The results indicated that departing from the seminal work mentioned, studies were influenced on organizational identity and strategic change according to three approaches: socially constructed vision; view of the social actor; and institutionalist vision. In addition to these studies, they were also influenced by works related to practices and processes in organizational identification.

**Theoretical contributions:** The study presents the intellectual structure of the studies on organizational identity, providing an indication of future research.

**Keywords:** Strategy. Organizational Identity. Organizational Identification.

## LA ESTRUCTURA INTELECTUAL DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL Y LA OPORTUNIDAD DE ESTUDIOS EN ESTRATEGIA

### Resumen

**Objetivo:** Este artículo tiene como objetivo comprender la evolución intelectual de la Identidad Organizacional (IO) y las oportunidades para futuros estudios en estrategia.

**Método:** Utilizamos técnicas bibliométricas de citación y cocitación para evaluar la estructura intelectual que sustenta los estudios sobre IO. De una muestra de 587 artículos disponibles en la base de datos de Web of Science, identificamos los 26 artículos referenciados que respaldan trabajos actuales.

**Originalidad / Relevancia:** Han pasado 35 años desde el artículo fundamental de Albert y Whetten (1985). Los estudios sobre identidad organizacional han crecido significativamente desde entonces. En reconocimiento a la importancia del concepto y la aparente madurez del campo, es importante revisar y comprender los trabajos que han influido en los trabajos actuales sobre identidad organizacional.

**Resultados:** Los resultados indicaron que a partir del trabajo seminal mencionado se incidió en estudios sobre identidad organizacional y cambio estratégico de acuerdo con tres enfoques: visión socialmente construida; visión del actor social; y visión institucionalista. Además de estos estudios, también fueron influenciados por trabajos relacionados con prácticas y procesos en la identificación organizacional.

**Aportes teóricos:** El estudio permitió comprender la estructura intelectual de los estudios sobre identidad organizacional, dando un indicio de futuras investigaciones.

**Palabras-clave:** Identificación organizacional. Identificación organizacional. Estrategia.

## 1 INTRODUÇÃO

A compreensão da identidade no nível organizacional permite a compreensão do sentido da organização para as pessoas que fazem parte dela, e demais *stakeholders*. A identidade organizacional procura responder: "Quem somos nós como organização?" (Whetten, 2006, p. 220). Como foi mencionado, a identidade organizacional pode ser considerada como uma *capability* que pode gerar vantagem competitiva (Fiol, 2001). Pelos aspectos levantados na definição seminal de (Albert & Whetten, 1985) na qual a identidade organizacional está relacionada a características centrais, distintivas e duradouras da organização, que se ajustam às características VRIN de recursos que podem gerar vantagem competitiva sustentável (Barney et al., 2011). Adicionalmente, a partir da contribuição (Gioia & Thomas, 1996) pode ser dinâmica, apesar de duradoura.

Gioia et al. (2013) em sua revisão sobre identidade organizacional e mudança argumentam que os estudos em identidade organizacional passam para um estágio de buscar relacionamento com outros temas, como estratégia. Um conjunto relativamente pequeno de estudos existentes mostram esta tendência, embora exista um reconhecimento de que a identidade organizacional possa ser uma fonte de vantagem competitiva (Fiol 1991; Barney & Stewart, 2000; Fiol 2001; Barney et al., 2011). Principalmente, considerando a inimitabilidade, a identidade organizacional pela sua característica de ser socialmente complexa, pode ser uma fonte de vantagem competitiva (Barney, 1992; Stimpert, Gustafson & Sarason 1998), ou até mesmo como inibidora ou ajudando no desenvolvimento de *capabilities* (Goussevskaia & Arruda, 2016).

Apesar desta possibilidade, a identidade organizacional também tem sido considerada como um elemento de inércia ou de resistência ao processo de mudança normalmente relacionado à estratégia (Dutton & Dukerich, 1991; Ashforth & Mael, 1996; Gioia and Thomas 1996). Apesar disso, existe um reconhecimento que a identidade organizacional é importante para a avaliação dos desafios estratégicos (Dutton & Dukerich, 1991).

Passaram-se 35 anos desde o artigo seminal de Albert e Whetten (1985). Independentemente do reconhecimento das suas origens, após este período de tempo, e pelo reconhecimento da importância do conceito, é importante revisar e compreender os trabalhos que têm influenciado os trabalhos atuais sobre identidade organizacional.

Para avaliar a estrutura intelectual que tem suportado os estudos atuais, realizamos uma revisão semisistemática (Snyder, 2019) suportada por um estudo bibliométrico. A bibliometria é uma técnica quantitativa e estatística que tem por finalidade medir os índices de produção e disseminação do conhecimento científico (Vogel & Güttel, 2013; Zupic & Čater, 2015), bem como identificar os principais autores de uma disciplina, medir o crescimento de determinadas áreas e surgimento de novos temas, identificar as revistas

do núcleo de uma disciplina e avaliar os aspectos estatísticos da linguagem das palavras e das frases.

O estudo bibliométrico de citação, baseia-se na premissa de que os autores citam artigos nos quais consideram importante no desenvolvimento de uma pesquisa, enquanto o bibliométrico de cocitação registra o número de artigos que citaram qualquer par de documentos, e é entendida como uma similaridade dos conteúdos desses artigos. Os estudos bibliométrico proporcionam maior rigor ao processo de revisão bibliográfica (Vogel & Güttel, 2013; Zupic & Čater, 2015) e servem como complemento a outras formas de revisão (Ramos-Rodríguez & Ruíz-Navarro, 2004).

O estudo bibliométrico de citação e cocitação permitiu compreender as abordagens conceituais, neste caso, ligadas à Identidade Organizacional, bem como sua evolução partindo do trabalho de Albert e Wetten (1985).

Deste então o tema passou a ser estudado de forma com crescente ao interesse, principalmente para estudos organizacionais. Partindo do CED (Centrality, Enduring, Distinctiveness) proposto por Albert e Wetten (1985) foram ponto de partida para identidade organizacional e mudança estratégica segundo três abordagens: visão socialmente construída pelo trabalho de Gioia, Schultz e Corley (2000); visão do ator social, por Whetten & Mackey (2002); e visão institucionalista por Glyn & Azug, (2002). Também deu origem a trabalhos relacionados à práticas e processos na Identificação organizacional (ex., Dutton, Dukerich & Harquail, 1994).

## 2 MÉTODO

Neste trabalho conduzimos uma análise bibliométrica de cocitação com o uso de análise fatorial e de redes. O uso da bibliometria pode, dentre outros, compreender a estrutura intelectual que orienta a pesquisa nos temas (Habib & Afzal, 2019). O uso da bibliometria, como revisão semi-sistemática (Snyder, 2019), permite controlar vieses dos pesquisadores, usuais das pesquisas qualitativas, pelo uso das ferramentas empíricas tools (Gregoire et al., 2006).

### 2.1 Coleta de dados e amostra

Os documentos para a amostra foram coletados da Web of Science. A base apresenta uma cobertura ampla de publicações em ciências sociais aplicadas. Foram considerados todos os periódicos de *business* e *management* disponíveis no *Journal Citation Reports* da base. Para a seleção foi utilizado o termo chave "organization\* identit\*". As palavras que o compõe complementadas com asterisco (\*), com a finalidade de possibilitar a procura de todas as variações possíveis do termo chave. Foram considerados os artigos empíricos e de revisões disponíveis em toda a base, em periódicos específicos na área de administração e áreas afins. Foram selecionados artigos até o final do ano de 2019 (Figura

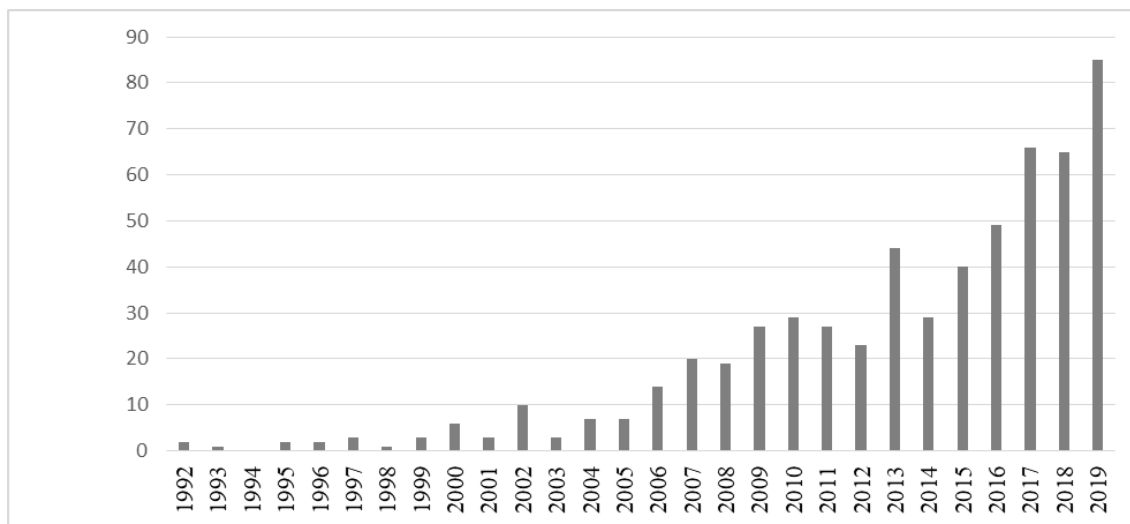
2). A pesquisa identificou 587 documentos disponíveis em 110 periódicos, dos quais, os 27 com mais trabalhos estão destacados e apresentados na Tabela 1. Os critérios para seleção dos artigos foram estarem publicados em periódicos com ênfase em estratégia e gestão, e especificamente relacionados ao tema Identidade Organizacional.

A amostra foi considerada totalmente na co-citação para estabelecer os autores mais citados. Para o levantamento bibliométrico foi utilizado o software Bibexcel. Foram selecionados 26 trabalhos com no mínimo 37 citações, respeitando a lei de Lotka, pois representam mais de 5% (Lotka, 1926; Nath & Jackson, 1991) das, aproximadamente, 47.500 referências dos 587 artigos.

**Tabela 1.** Periódicos e quantidade de artigos selecionados

Periódico	Fator Impacto	Total Artigos	%
Organizations Science	3,775	72	12%
Journal of Business Ethics	1,326	39	7%
Academy of Management Review	7,475	33	6%
Journal of Management Studies	3,763	31	5%
Human Relations	2,398	32	5%
British Journal of Management	1,584	18	3%
Journal of Organizational Change Management	0,462	19	3%
Academy of Management Journal	6,448	22	4%
Administrative Science Quarterly	3,333	17	3%
Organizations Studies	2,886	18	3%
Organization	1,809	16	3%
Scandinavian Journal of Management	0,981	18	3%
Entrepreneurship Theory and Practice	3,144	11	2%
Management Communication Quarterly	2,085	10	2%
Journal of Management Inquiry	1,446	12	2%
Higher Education	0	9	2%
Journal of Business Research		9	2%
European Journal of Marketing	1,006	8	1%
Industrial Marketing Management	1,82	7	1%
Public Relations Review	0,656	7	1%
Management Decision	1,429	9	2%
Journal of Occupational and Organizational Psychol	1,667	5	1%
Management & Organizational History		5	1%
Strategic Management Journal		5	1%
Nonprofit Management & Leadership		5	1%
Corporate Communications		5	1%
Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly	0	5	1%
Quantidade menor de 5 (83 títulos)		140	24%
		<b>587</b>	<b>100%</b>

A evolução da quantidade de artigos ao longo do tempo indica um crescimento significativo de estudos em identidade organizacional a partir de 2006 (Figura 2).



**Figura 1.** Evolução das publicações de 1992 a 2019

## 2.2 Procedimentos de análise

A análise de cocitação considera a frequência pela qual um par de artigos são citados em conjunto em uma amostra. Neste caso, a citação conjunta das referências nos artigos é uma indicação de conceitos relacionados. Esta proximidade conceitual entre trabalhos indica estruturas intelectuais de base que estão dando suporte à pesquisa atual (Vogel & Güttel, 2013). O software Bibexcell permite a geração de uma matriz de co-ocorrência que possibilita o uso da análise fatorial e análise de redes (Bernard & Ryan, 2010). A análise pela matriz de co-ocorrência é usada em pesquisas qualitativas, onde os códigos (artigos e revisões, neste caso) são colocados em linhas e colunas (Russell & Ryan, 2010). A matriz é a base para proceder-se à análise multivariada (Bazeley & Jackson, 2013).

Para identificação dos grupos de trabalhos e sua relação, utilizamos análise fatorial e análise de redes. O uso de métodos complementares ajuda a dar robustez à análise (Scazziota, Andreassi, Serra & Guerrazzi, 2020). Na análise fatorial usamos os fatores usando o método de componentes principais, com rotação Varimax (Lin & Cheng, 2010), e normalização de Kaiser, no software SPSS. Foi utilizada a rotação Varimax, pois seus resultados são mais facilmente interpretáveis, porque forçam os vetores de resultado, representados pelos fatores para a menor correlação entre eles (Fabrigar, Wegener, MacCallum, & Strahan, 1999). As cargas fatoriais acima de 0,4 foram consideradas (Serra et al., 2018). Na análise fatorial em bibliometria, os artigos que compõem um mesmo fator, possuem conceitos relacionados, o que ajuda na identificação de subcampos de conhecimento (Lin & Cheng 2010).

A análise de redes, sobreposta pelos resultados na análise fatorial, além de dar robustez aos resultados, permite a visualização da estrutura de um campo no diagrama de redes. Nesta visualização, os "nós" representam os artigos, e as "ligações" representam a força e proximidade da sua relação. (Serra et al., 2018). A rede foi representada com auxílio do software Ucinet.

A leitura da rede de cocitações (Figura 2), que pode ser feita em conjunto ou por cada um dos pares de autores separadamente, permitiu obter uma compreensão geral da importância relativa dada a estes trabalhos. Importante notar que o software Ucinet dispõe os artigos de acordo com medidas de proximidade baseadas na frequência de cocitações, e que a posição é uma medida de centralidade relativa, pois nas posições mais centrais estão dispostos os trabalhos mais cocitados em termos absolutos (Serra et al., 2018).

A interpretação dos resultados e denominação dos fatores foi realizada a partir de tarefa recursiva considerando os dados e o conteúdo dos artigos (Vogel and Güttel, 2013). Neste artigo foi seguida a recomendação de Denyer e Tranfield (2009) para estruturar uma revisão de literatura qualitativa.

### **3 ESTRUTURA INTELCTUAL DOS TRABALHOS DE IDENTIDADE ORGANIZACIONAL**

#### 3.1 Análise das citações

A Tabela 2 apresenta, dentre as referências, as mais citadas. As colunas trazem a frequência de citações para os trabalhos publicados no período e a frequência relativa, indicando sua relevância em percentuais. Albert & Whetten (1985) com uma frequência foi o mais citado representando 10% da amostra total. Gioia, Schultz, & Corley (2000) com uma frequência de citações que correspondem a 8% da amostra total.

Os 26 artigos da Tabela 2 representam as referências mais citadas da amostra de 587, e que possuem no mínimo que 37 (trinta e sete) citações dos trabalhos que foram objeto da análise.

A Figura 2 apresentou a evolução da quantidade de artigos sobre identidade organizacional ao longo do tempo. Talvez, mesmo considerando o trabalho de Albert e Whetten, (1985) como o que fixou o tema de identidade organizacional, o aumento do interesse pelo tema a partir de 2006 tenha relação com o contraponto e complemento do artigo de Gioia, Schultz e Corley, (2000). Os autores argumentaram que o conceito de identidade organizacional não necessariamente duradouro como preconizado pelo trabalho de Albert e Whetten, (1985), mas estável, porém fluido, podendo evoluir com o tempo. Interpretamos que é importante, pois desta forma suporta melhor o argumento da identidade organizacional como *capability*, como proposto por Fiol (1991, 2001).



Tabela 2. Os 26 trabalhos mais citados nas referências dos 587 trabalhos

#	Referências	% de Citações
1	Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. <i>Research in Organizational Behavior</i> , 7, 263–295	10%
2	Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. <i>Academy of Management Review</i> , 25(1), 63–81.	8%
3	Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping An Eye on the Mirror: Image and Identity In Organizational Adaptation. <i>Academy of Management Journal</i> , 34(3), 517–554	7%
4	Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 39(2), 239–263	6%
5	Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. <i>The Academy of Management Review</i> , 14(1), 20–39.	5%
6	Elsbach, K. D., & Kramer, R. M. (1996). Members' Responses to Organizational Identity Threats: Encountering and Countering the Business Week Rankings. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 41(3), 442–476	5%
7	Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 41(3), 370–403.	5%
8	Scott, S. G., & Lane, V. R. (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. <i>The Academy of Management Review</i> , 25(1), 43–62.	4%
9	Pratt, M. G., & Foreman, P. O. (2000). Classifying Managerial Responses to Multiple Organizational Identities. <i>The Academy of Management Review</i> , 25(1), 18–42	4%
10	Weick, K. E. (1995). What Theory is Not, Theorizing Is. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 40(3), 385–390.	4%
11	Glynn, M. A. (2000). When Cymbals Become Symbols: Conflict Over Organizational Identity Within a Symphony Orchestra. <i>Organization Science</i> , 11(3), 285–298.	4%
12	Humphreys, M., & Brown, A. D. (2002). Narratives of Organizational Identity and Identification: A Case Study of Hegemony and Resistance. <i>Organization Studies</i> , 23(3), 421–447.	3%
13	Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to Organizational Identity Threats: Exploring the Role of Organizational Culture. <i>Academy of Management Journal</i> , 49(3), 433–458	3%
14	Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2004). Identity Ambiguity and Change in the Wake of a Corporate Spin-off. <i>Administrative Science Quarterly</i> , 49(2), 173–208.	3%

15	Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). The Dynamics of Organizational Identity. <i>Human Relations</i> , 55(8), 989–1018.	3%
16	Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. <i>The Academy of Management Review</i> , 14(4), 532–550	3%
17	Golden-Biddle, K., & Rao, H. (1997). Breaches in the Boardroom: Organizational Identity and Conflicts of Commitment in a Nonprofit Organization. <i>Organization Science</i> , 8(6), 593–611.	3%
18	Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. <i>The Academy of Management Review</i> , 20(3), 571–610.	3%
19	Alvesson, M., & Willmott, H. (2002). Identity Regulation as Organizational Control: Producing the Appropriate Individual. <i>Journal of Management Studies</i> , 39(5), 619–644	2%
20	Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. <i>American Journal of Sociology</i> , 83(2), 340–363.	2%
21	Whetten, D. A., & Mackey, A. (2002). A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation. <i>Business &amp; Society</i> , 41(4), 393–414.	2%
22	Fiol, C. M. (2002). Capitalizing on Paradox: The Role of Language in Transforming Organizational Identities. <i>Organization Science</i> , 13(6), 653–666	2%
23	Albert, S., Ashforth, B. E., & Dutton, J. E. (2000). Organizational Identity and Identification: Charting New Waters and Building New Bridges. <i>Academy of Management Review</i> , 25(1), 13–17.	2%
24	Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten Revisited: Strengthening the Concept of Organizational Identity. <i>Journal of Management Inquiry</i> , 15(3), 219–234.	2%
25	Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. <i>Journal of Organizational Behavior</i> , 13(2), 103–123.	2%
26	DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. <i>American Sociological Review</i> , 48(2), 147–160	2%

### 3.2 Análise das citações

A análise fatorial da citação está apresentada na Tabela 2. Nesta pesquisa, a análise fatorial identificou três fatores, baseado na análise do diagrama de sedimentação (Hair et al., 1995), com 61,463% da variância explicada, foram desconsiderados valores inferiores a 0,40 e ordenado os resultados por ordem crescente de valores. Os fatores foram identificados como: Fator 1 - Identidade Organizacional e Mudança Estratégica;

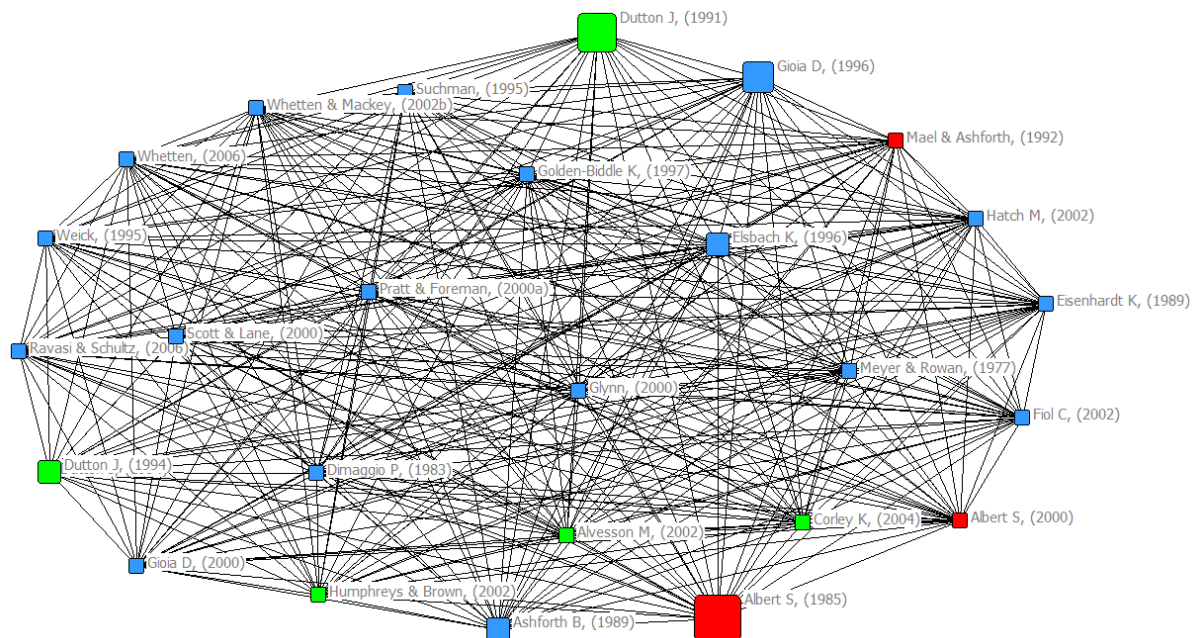
Fator 2 - Práticas e Processos na Identificação Organizacional; Fator 3 - Definições e Conceitos de Identidade e Identificação Organizacional. É conceitualmente possível que, apesar de um artigo estar num fator, também contribua com outras vertentes conceituais, a partir das cargas cruzadas. Por este motivo, todas as cargas acima de 0,4 são reportadas.

**Tabela 2** Análise Fatorial dos 26 trabalhos selecionados

	Componente		
	1 Identidade Organizacional e Mudança Estratégica	2 Práticas e Processos na Identificação Organizacional	3 Definições e Conceitos de Identidade e Identificação Organizacional
Gioia e Thomas (1996)	,920		
Gioia, Schultz e Corley (2000)	,906		
Eisenhardt (1989)	,724	,428	
Ashforth & Mael (1989)	,723		
Glynn (2000)	,689	,496	
Weick (1995)	,678	,421	,405
Whetten e Mackey (2002)	,672	,459	,434
Golden-Biddle e Rao (1997)	,670		,456
Meyer e Rowan (1977)	,669	,420	
Fiol (2002)	,664	,477	
Mael e Ashforth (1992)	,628		
Pratt e Foreman (2000)	,625	,556	
Whetten (2006)	,623	,608	
Hatch e Schultz (2002)	,620	,498	,483
Scott e Lane (2000)	,614	,466	
Elsbach e Kramer (1996)	,611		,403
Suchman (1995)	,603	,496	
DiMaggio e Powell (1983)	,602		
Ravasi e Schultz (2006)	,584	,414	,413
Dutton e Dukerich, (1991)		,952	
Dutton, Dukerich e Harquail (1994)		,906	
Humphreyse Brown, (2002)	,471	,581	,467
Alvesson e Willmott (2002)	,442	,556	
Corley e Gioia, (2004)	,510	,533	,411
Albert e Whetten (1985)			,951
Albert, Ashforth e Dutton (2000)			,923

A rede de cocitação está apresentada na Figura 2, apresentando as ligações entre os artigos da amostra. A leitura da rede de cocitações permite obter uma compreensão geral da importância relativa dada a estes trabalhos. Os trabalhos de maior centralidade são

Albert e Whetten (1985), seguido por Dutton e Dukerich (1991) e Gioia et al. (2000). Estes trabalhos correspondem a cada um dos fatores da AFE, Fator 3, Fator 2 e Fator 1, respectivamente.



**Figura 2.** Rede de Cocitação

Para orientar a apresentação dos resultados de forma organizada e orientada para a discussão posterior, os fatores não serão organizados pela ordem da análise fatorial, mas pela ordem de argumentação. Sendo assim, a discussão será organizada iniciando pelo Fator 3, depois para o Fator 1 e finalmente o Fator 2. Pelos resultados, pode se observar que os fatores, com exceção dos trabalhos que os caracterizam especificamente, poderiam estar presentes nos demais, como um grande campo, sem uma fronteira definida se comunicando.

O Fator 3 foi denominado “**Definições e Conceitos de Identidade e Identificação Organizacional**”. Este fator é composto por somente dois trabalhos. O primeiro deles é o artigo seminal de Albert e Whetten, (1985) que serviu de base para a conceituação de identidade organizacional. Os autores definiram a identidade organizacional como os aspectos percebidos pelos membros da organização como centrais para caracterizar a organização, e que são distintivos em relação a outras organizações similares, e duradouros pela continuidade ao longo do tempo. Estes aspectos centrais, distintivos e duradouros serão resumidos como CED no restante desta dissertação.

O segundo trabalho deste fator, Albert Ashforth e Dutton (2000), é a apresentação do fórum de tópico especial editado pela Academy of Management Review (AMR), sobre identidade organizacional e identificação. De certa forma, este número especial, 15 anos depois do artigo de Albert e Whetten (1985), apresenta um conjunto de seis trabalhos que

representam a evolução do conceito a partir da perspectiva de diversos autores (Pratt & Foreman, 2000; Scott & Lane, 2000; Gioia, Schultz & Corley, 2000). O conjunto de artigos apresenta definições, conceitos e objetos, ainda diversos e por amadurecer, de identidade, identificação e imagem.

Em especial, nesta publicação do fórum de tópico especial da AMR, está o artigo de Gioia, Schultz e Corley (2000), que reforça o posicionamento do artigo de Gioia e Thomas (1996), de que a identidade organizacional pode mudar em função dos desafios e contextos, e de forma planejada. Considerando a definição original de Albert e Whetten (1985), existem três pilares relacionados ao conceito de identidade organizacional. O primeiro deles é o de características centrais aos olhos dos seus membros, que definem “quem somos nós” (valores-chave, rótulos, produtos, serviços, práticas etc). O segundo, o que torna a organização distintiva das outras, ou seja, um compromisso entre ser diferente, apesar das pressões institucionais que levam ao contrário. O terceiro, que é desafiado por estes artigos, que fazem parte do Fator1, é o fato da identidade organizacional ser “duradoura”, ou seja, ter “continuidade ao longo do tempo” (Gioia et al., 2013).

O Fator 1, “**Identidade Organizacional e Mudança Estratégica**”, é composto por 19 artigos. Em geral, investiga o papel das equipes de alta gerência no processo de mudança estratégica. Como foi mencionado, este Fator 1, tem como artigo central os trabalhos que desafiam o terceiro pilar da definição de identidade organizacional proposta por Albert e Whetten (1985). A identidade organizacional segundo os dois primeiros trabalhos da análise, Gioia e Thomas (1996) e Gioia et al. (2000), pode mudar em períodos de tempo, mesmo que não profundamente, apesar da percepção dos membros da organização da estabilidade da identidade organizacional. Conforme Gioia et al. (2000) os rótulos são estáveis, mas os significados são maleáveis.

O Fator 1, também apresenta outra característica, a de aglutinar as três abordagens de identidade organizacional (Gioia et al., 2013): a visão socialmente construída (Gioia et al., 2000); a visão do ator social (Whetten & Mackey, 2002); a visão institucionalista (Glynn & Azug, 2002). Também indica as frentes de pesquisa que dão sequência ao artigo de Albert e Whetten (1985).

A primeira das quatro abordagens de identidade organizacional, a visão socialmente construída, está representada por uma série de artigos. O artigo de Gioia e Thomas (1996) investiga equipes de topo de IES que planejaram a adaptação da identidade organizacional a partir da imagem desejada para o futuro. Além de apresentar uma ligação clara com a estratégia da organização, o artigo faz uma ligação com *sensemaking*<sup>5</sup> prospectivo para uma imagem do futuro, representado no Fator 1 pelo livro de Weick (1995).

<sup>5</sup> Sensemaking é o processo pelo qual as pessoas dão significado à experiência (Weick, 1995).

O artigo de Gioia, Schultz, e Corley (2000) também faz parte da primeira abordagem. Reforçam, ao contrário de Albert e Whetten (1985), que a identidade não é necessariamente durável, mas coloca as implicações da identidade mutável. Outros autores como Hatch e Schultz (2002) e Ravasi e Schultz (2006) concordam com a argumentação. Hatch e Schultz (2002) reforçam a relação entre identidade organizacional e imagem, e do seu dinamismo. Como Gioia et al. (2000), também Hatch e Schultz (2002) colocam a possibilidade de a identidade ajudar as organizações a adaptarem-se às mudanças. Scott e Lane (2000) argumentam que a identidade organizacional é construída continuamente ao longo do tempo.

Ashforth e Mael (1989), por sua vez, argumentam que os membros de uma organização preservam suas identidades sociais a partir da percepção de uma identidade duradora, levanta a uma forte identificação com a organização. Identificação é o senso de pertencimento de uma pessoa com a organização (Mael & Ashforth, 1992). Os membros da organização tendem a resistir às mudanças visto que a identidade organizacional, como caracterizada por Ashforth e Mael (1989) constitui a “alma” da organização para eles.

O trabalho de Whetten, (2006), critica a abordagem da visão socialmente construída, pois existe problema de tratar a identidade organizacional como se fosse a identidade do indivíduo (antropomorfismo<sup>6</sup>), além de colocar muita ênfase dos rótulos e significados. De certa forma também é uma defesa à abordagem da perspectiva do ator social apresentada a seguir.

Independentemente das críticas e da perspectiva da visão socialmente construída, Fiol (2002) concorda que a identidade organizacional pode mudar. Esta mudança pode ser incremental, mas a autora sugere que pode ser radical caso a mudança organizacional possa ser fundamental para a manutenção da competitividade da organização, e do papel da liderança neste processo.

A segunda abordagem é a da identidade organizacional a partir da visão do ator social, representada pelo trabalho de Whetten e Mackey, (2002). Esta abordagem argumenta que as organizações declaram quem são como atores na sociedade a partir dos seus atributos de identidade organizacional. Apesar de também considerar a organização como referencial para os seus membros como a abordagem anterior. Outro aspecto, é que este trabalho também mantém os conceitos CED do trabalho original de Albert e Whetten (1985). O artigo de Whetten e Mackey (2002) segundo os autores teve como objetivo aprimorar a compreensão da relação entre identidade organizacional, imagem e reputação.

A perspectiva do ator social, até pela presença de David Whetten como um dos autores do trabalho que apresenta a abordagem, pode ser vista como uma continuação do que foi levantado no trabalho de Albert e Whetten (1985). Um dos aspectos abordados no artigo original e a possibilidade de múltiplas identidades existentes em uma organização.

---

<sup>6</sup> Neste caso, o antropomorfismo é dar características humanas ao que não é humano.

O trabalho de Pratt e Foreman (2000) que faz parte desta abordagem, apresenta uma tipologia a partir de uma argumentação consistente para as múltiplas identidades organizacionais e o seu gerenciamento.

Em uma possível crítica a esta abordagem, Elsbach e Kramer (1996) argumentam que o atributo de a identidade organizacional ser distintiva não foi trabalhado profundamente e sequer demonstrado. Os autores colocam a existência de possíveis ameaças à identidade organizacional, pela possibilidade de diferenças de percepções entre os membros da organização e como a imagem da empresa é percebida no mercado.

A terceira abordagem de identidade organizacional representada pelos artigos no Fator 1, é a abordagem institucionalista. Esta abordagem, talvez capitaneada pelo artigo (Glynn & Abzug, 2002) trata da questão da legitimidade e das pressões isomórficas sobre a identidade organizacional nesta busca. Naturalmente, a presença do trabalho de DiMaggio e Powel (1983) está enquadrado nesta abordagem, por se tratar do trabalho seminal de isomorfismo. Abzug (2002) argumentam que as pressões isomórficas se manifestam pelas práticas e padrões que impactam a identidade organizacional.

Esta abordagem, de certa forma, estende as abordagens anteriores, seja pela relação do isomorfismo de práticas e padrões, ou de rótulos artigo (Glynn & Abzug, 2002), relacionada a abordagem do ator social. No entanto, pela mudança do ambiente institucional pressionar a adaptação da identidade organizacional, concordando que é maleável conforme a abordagem da visão socialmente construída.

Suchman (1995), por exemplo, argumenta que as organizações sobrevivem se conseguirem conquistar e manter a legitimidade no ambiente em que competem. Os trabalhos de Golden-Biddle e Rao (1997) e de Glynn (2000) apesar de apresentarem possíveis consequências para as identidades organizacionais múltiplas, estão enquadrados nesta abordagem pela relação entre a mudança institucional e seu impacto na identidade organizacional.

O artigo de Eisenhardt (1989) apesar de fazer parte do Fator 1, é na verdade que apresenta uma das vertentes predominantes de trabalhar estudos multicase. Isto indica uma aparente predominância de pesquisas qualitativas com o interesse de responder a perguntas de como e por que.

Finalmente, o Fator 2, denominado **“Práticas e Processos na Identificação Organizacional”** é composto por cinco trabalhos. Como apresentado no trabalho de Dutton, Dukerich & Harquail (1994), as pessoas identificadas com a organização têm uma percepção de como que está fora da organização a vê. Muitas vezes, como verificado pelos autores, existe uma visão favorável interna, apesar de uma imagem desfavorável externa. No trabalho de Corley e Gioia (2004) os autores constatam um estudo de “ambiguidade de identidade”, durante a transição na mudança de identidade organizacional. Nestes

momentos os gestores de topo trabalham fortemente esforços de *sensegiving* para tentar reduzir os efeitos da ambiguidade de identidade.

Humpreys e Brown (2002) argumento das narrativas conflituosas e múltiplas relacionadas a identidade organizacional em organizações complexas. O seu trabalho está relacionado com instituições educacionais, e de especial interesse para esta dissertação. O trabalho investiga a mudança de identidade em relação à transição de formas de ensino tradicionais e mais modernas, pela tentativa de anular narrativas de identidade anteriores em relação à nova identidade.

Finalmente, o trabalho de Alvesson e Willmott (2002) apresenta a influência da empresa sobre os funcionários para influenciar a imagem em relação aos objetivos organizacionais.

#### 4 DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas permitem observar as ligações intelectuais e abordagens conceituais relacionadas ao tema. A Figura 3, apresentada a seguir ilustra a evolução do tema a partir dos resultados encontrados.

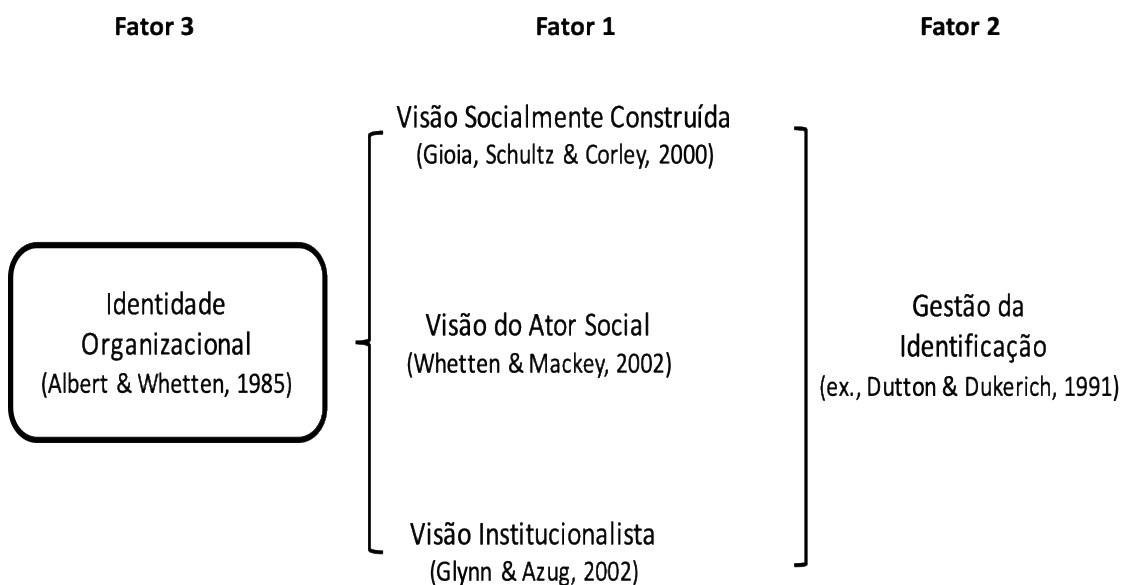


Figura 3. Evolução intelectual da identidade organizacional

Conforme Figura 3, o tema de identidade organizacional evoluiu a partir do trabalho de Albert e Whetten (1985). Os conceitos fundamentais da definição de identidade organizacional propostos pelos autores é que serviram base para a evolução dos trabalhos. CED (*centrality, eduring, distinctiveness*) foram o ponto de partida para os trabalhos em três abordagens: visão socialmente construída, com muitas pesquisas e organizada



predominantemente pelo trabalho de Gioia, Schultz e Corley (2000); visão do ator social (Whetten & Mackey, 2002); e visão institucionalista (Glynn & Azug, 2002).

Desde a publicação do artigo de Albert & Whetten (1985) o tema passou a ser estudado e gradativamente crescendo de interesse, principalmente para estudos organizacionais. Partindo do CED proposto por Albert e Whetten (1985), parece haver a concordância que a identidade organizacional está ligada às características centrais aos olhos dos seus membros. Embora autores tenham enfatizado a pesquisa em como a identidade organizacional nasce e muda (Gioia et al, 2013), ainda assim, considerando estudos possíveis em estratégia, existe a possibilidade de compreender a relação destas características centrais como fonte para vantagem competitiva. Existem, por exemplo em marketing estudos que investigam imagem de marca (ex., Micelotta & Raynard, 2011).

Nesse sentido, uma relevante questão apresenta-se: os elementos centrais de uma identidade organizacional, como visão e missão, carregam aspectos importantes para a comunicação interna e com o mercado? Por exemplo, existem organizações orientadas pela missão que se propõem, neste caso, não necessariamente a missão organizacional. Por exemplo, as ONGs e outras organizações humanitárias são direcionadas pela sua missão em relação ao ambiente ou ao próximo (por ex., Wang & Lin, 2011). Um outro tipo de organizações que são orientadas pela missão são as organizações católicas, nas quais as atividades de ordens e congregações deveriam considerar os carismas dos fundadores (Sanders, 2010). De certa forma, se trata de uma condição de contorno extrema para teste de visão e missão organizacional em relação ao carisma do fundador. Aliás, é uma condição interessante para qualquer trabalho acadêmico ligado à identidade e identificação.

Outro elemento do CED é o que torna a organização distintiva das outras. Neste caso, existem críticas a se foi realmente testado e em que condições acontece (Gioia et al., 2013). Neste elemento, a influência do ambiente institucional parece ser fundamental. O Brasil, como país emergente (Lazzarini, 2012) pode trazer condições e contribuições bastante importantes na competição entre a distinção a partir da identidade organizacional ou a adaptação da identidade ao ambiente institucional em busca de legitimidade. Em especial, é uma situação das IES brasileiras extremamente reguladas e num ambiente competitivo bastante intenso.

O terceiro elemento da CED e que foi desafiado pelo trabalho de Gioia e Thomas (1996) e Gioia et al. (2000), está relacionado à identidade organizacional ser duradoura e com mudanças de longo prazo na proposta de Albert e Whetten (1985), e pelos autores de ser mais de curto prazo ou maleável. Novamente, reforça a possibilidade de trabalhar no ambiente institucional brasileiro.

Em relação aos desafios metodológicos, o predomínio de trabalhos qualitativos, em especial estudos de casos, a partir da referência de Eisenhardt (1989) em dois fatores,

remete ao apelo de compreender como a identidade organizacional nasce, muda ou resiste, assim como a identificação.

Por fim, vale destacar que apesar de muito ainda poder ser estudado sobre o tema, os estudos indicam a possibilidade de relacionar a identidade organizacional com outras perspectivas, sobretudo para responder outros problemas. Pelo nosso interesse em estratégia e considerando que a identidade organizacional pode ser uma possibilidade como recurso, ou mesmo *capability* que proporcione a possibilidade de vantagem competitiva (Fiol, 1991), ou mesmo pela identidade em transição apontada por Barney et al. (2011) como uma das possibilidades de estudos futuros de identidade e estratégia.

## REFERÊNCIAS

Albert, S., Ashforth, B. E., & Dutton, J. E. (2000). Organizational Identity and Identification: Charting New Waters and Building New Bridges. *Academy of Management Review*, 25(1), 13–17. <https://doi.org/10.5465/AMR.2000.2791600>

Albert, S., & Whetten, D. A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*, 7, 263–295.

Alvesson, M., & Willmott, H. (2002). Identity Regulation as Organizational Control: Producing the Appropriate Individual. *Journal of Management Studies*, 39(5), 619–644. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00305>

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20–39. <https://doi.org/10.2307/258189>

Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., Wright, M., Barney, J. B., Ketchen Jr, D. J., & Wright, M. (2011). The future of resource-based theory: revitalization or decline? *Journal of Management*, 37(5), 1299–1315.

Barney, J. (1992). Integrating organizational behavior and strategy formulation research: a resource based analysis. In: Shrivastava P., Huff A., Dutton J., editors. *Advances in Strategic Management*, 8, 39-62. Greenwich, CT: JAI Press.

Barney, Jay B., and Alice C. Stewart. (2000). Organizational identity as moral philosophy: competitive implications for diversified corporations. (eds.), In Majken, J. Schultz., Mary Jo Hatch., and Mogens H. Larsen. *The expressive organization*, 36-47. New York: Oxford University Press.

Bazeley, P. & Jackson, K. (2013). *Qualitative Data Analysis with NVivo* (2nd ed.). London: Sage.

Bernard, H. R., & Ryan, G. W. (2010). *Analyzing qualitative data: Systematic approaches*. Los Angeles, CA: Sage.

Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2004). Identity Ambiguity and Change in the Wake of a Corporate Spin-off. *Administrative Science Quarterly*, 49(2), 173–208.

Denyer, D. & Tranfield, D. (2009), Producing a systematic review, in Buchanan, D.A. and Bryman, A. (Eds), *The Sage Handbook of Organizational Research Methods*, Sage, Thousand Oaks, CA, p. 671-689.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160

Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an Eye on the Mirror: Image and Identity in Organizational Adaptation. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517–554. <https://doi.org/10.2307/256405>

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239–263

Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532–550

Elsbach, K. D., & Kramer, R. M. (1996). Members' Responses to Organizational Identity Threats: Encountering and Countering the Business Week Rankings. *Administrative Science Quarterly*, 41(3), 442–476

Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological Methods*, 4(3), 272–299. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.3.272>

Fiol, C. M. (1991). Managing culture as a competitive resource: An identity-based view of sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 191–211.

Fiol, C. M. (2001). Revisiting an identity-based view of sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 27(6), 691–699.

Fiol, C. M. (2002). Capitalizing on Paradox: The Role of Language in Transforming Organizational Identities. *Organization Science*, 13(6), 653–666

Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. *Academy of Management Review*, 25(1), 63–81. <https://doi.org/10.5465/AMR.2000.2791603>

Gioia, D. A., & Thomas, J. B. (1996). Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia. *Administrative Science Quarterly*, 41(3), 370–403. <https://doi.org/10.2307/2393936>

Gioia, D. A., Patvardhan, S. D., Hamilton, A. L., & Corley, K. G. 2013: Organizational Identity Formation and Change. *Academy of Management Annals*, 7, 123–193, <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.762225>

Glynn, M. A. (2000). When Cymbals Become Symbols: Conflict Over Organizational Identity Within a Symphony Orchestra. *Organization Science*, 11(3), 285–298. <https://doi.org/10.1287/orsc.11.3.285.12496>

Glynn, M. A., & Abzug, R. (2002). Institutionalizing Identity: Symbolic Isomorphism and Organizational Names. *Academy of Management Journal*, 45(1), 267–280. <https://doi.org/10.2307/3069296>

Golden-Biddle, K., & Rao, H. (1997). Breaches in the Boardroom: Organizational Identity and Conflicts of Commitment in a Nonprofit Organization. *Organization Science*, 8(6), 593–611.

Goussevskaia, A., & Arruda, C. (2016). The Intersection of Organizational Identity and Capabilities. *Academy of Management Proceedings*, 2016(1), 17954. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2016.17954abstract>

Habib, R. & Afzal, M. (2019). =Sections-based bibliographic coupling for research paper recommendation. *Scientometrics*, 119(2), 643-656.

Hatch, M. J., & Schultz, M. (2002). The Dynamics of Organizational Identity. *Human Relations*, 55(8), 989-1018.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariable data analysis reading*. USA: Prentice Hall International Editions.

Humphreys, M., & Brown, A. D. (2002). Narratives of Organizational Identity and Identification: A Case Study of Hegemony and Resistance. *Organization Studies*, 23(3), 421-447.

Lin, T.-Y., & Cheng, Y.-Y. (2010). Exploring the knowledge network of strategic alliance research: A co-citation analysis. *International Journal of Electronic Business Management*, 8(2), 152.

Lotka, A. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(2), 317-323.

Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.

Nath, R. & Jackson, W. (1991), Productivity of management information system researchers: does Lotka's law apply? *Information Processing and Management*, 27( 2/3), 203-209.

Pratt, M. G., & Foreman, P. O. (2000). Classifying Managerial Responses to Multiple Organizational Identities. *Academy of Management Review*, 25(1), 18-42

Ramos-Rodríguez, A.-R., & Ruíz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. <https://doi.org/10.1002/smj.397>

Ravasi, D., & Schultz, M. (2006). Responding to Organizational Identity Threats: Exploring the Role of Organizational Culture. *Academy of Management Journal*, 49(3), 433-458

Scazziota, V., Andreassi, T., Serra, F., & Guerrazzi, L. (2020). Expanding knowledge frontiers in entrepreneurship: examining bricolage and effectuation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1043-1065. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2019-0638>

Scott, S. G., & Lane, V. R. (2000). A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *Academy of Management Review*, 25(1), 43-62.

---

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.

Stimpert, J. L., Gustafson, L. T., & Sarason, Y. (1998). Organizational identity within the strategic management conversation: Contributions and assumptions. *Identity in Organizations: Building Theory through Conversations*, 83-98.

Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.

Vogel, R., & Güttel, W. H. (2013). The Dynamic Capability View in Strategic Management: A Bibliometric Review. *International Journal of Management Reviews*, 15(4), 426-446. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12000>

Weick, K. E. (1995). What Theory is Not, Theorizing Is. *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 385-390. <https://doi.org/10.2307/2393789>

Whetten, D. A., & Mackey, A. (2002). A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation. *Business & Society*, 41(4), 393-414. <https://doi.org/10.1177/0007650302238775>

Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten Revisited: Strengthening the Concept of Organizational Identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219-234. <https://doi.org/10.1177/1056492606291200>

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>