



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS
INTERDISCIPLINARES SOBRE A UNIVERSIDADE

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR

OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA (UFBA):
VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS

Salvador

2018

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR

**OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA (UFBA):
VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade (PPGEISU), Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC), Universidade Federal da Bahia (UFBA), como requisito para obtenção do grau de Mestre em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade.

Área de concentração: Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade.

Orientador: Prof. Dr. Jorge Luiz Lordêlo de Sales Ribeiro

Salvador

2018

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA),
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bicalho Junior, Ademir Andrade
OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES
PERCEBIDOS / Ademir Andrade Bicalho Junior. --
Salvador, 2018.
125 f. : il

Orientador: Jorge Luiz Lordêlo de Sales Ribeiro.
Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em
Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade) --
Universidade Federal da Bahia, Instituto de
Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton
Santos, 2018.

1. Cultura organizacional. 2. Valores
organizacionais. 3. Valores laborais. 4. Hierarquia
de valores. 5. Universidade. I. Ribeiro, Jorge Luiz
Lordêlo de Sales. II. Título.

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR

**OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL
DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES
PERCEBIDOS**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre em Estudos Interdisciplinares sobre a Universidade, do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia.

Aprovada em 12 de dezembro de 2018.

Banca examinadora



Prof. Dr. Antônio Virgílio Bittencourt Bastos



Prof.ª Dra. Denise Ribeiro de Almeida



Prof.ª Dra. Renata Meira Vêras

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR

**OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE
FEDERAL DA BAHIA (UFBA):
VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do grau de Mestre em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade, do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC), da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Aprovada em 12 de dezembro de 2018.

Banca Examinadora

Profa. Dra. RENATA MEIRA VÉRAS

Doutora em Psicologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Professor Adjunto IV da Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. ANTÔNIO VIRGÍLIO BITTENCOURT BASTOS

Doutor em Psicologia pela Universidade de Brasília
Professor Titular da Universidade Federal da Bahia

Profa. Dra. DENISE RIBEIRO DE ALMEIDA

Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia
Professor Adjunto IV da Universidade Federal da Bahia

Aos servidores (corpo docente e corpo técnico-administrativo) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que tanto contribuíram para a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação representa três anos de MUITO trabalho e algumas renúncias; sem dúvida, os momentos de ausência foram um preço caro nesta jornada de dúvidas e amadurecimento... mas tudo valeu a pena, sobretudo porque jamais caminhei sozinho. A todos que direta ou indiretamente contribuíram para que fosse possível a realização deste trabalho, o meu muito obrigado, e em particular:

Aos meus familiares e amigos pela paciência, apoio e compreensão. Em especial, e de todo o meu coração, à minha mãe Marlene, por todo amor, dedicação e incentivo. À minha irmã Ana, pela colaboração, críticas e traduções.

Ao IHAC, pela coragem em estudar e buscar problemas (de pesquisa) na própria Universidade, e a todos os seus mestres, pelo conhecimento compartilhado e pelas perguntas sem resposta.

Aos colegas do grupo de pesquisa Alisson, Álon, Caillan, Ivana, Luiz Fernando e Vitor, pelos debates semanais e contribuições, em especial, às amigas de outras jornadas Joice e Taize. Ao orientador Jorge Sales, *Nosso Freudiano Favorito*, pelo exemplo e eterna disponibilidade.

Ao Instituto de Letras, em especial às minhas chefes, Risonete e Fernanda Vita, por compreenderem minhas dificuldades e incentivarem minha capacitação, e aos docentes Fernanda Mota, Leonardo Vieira e Rosinês Duarte, por participaram ativamente na construção dos artigos.

Aos ilustres membros da Banca Examinadora, Renata Meira Vêras, Antônio Virgílio Bittencourt Bastos e Denise Ribeiro de Almeida, pelo tempo dedicado e pelas valiosas contribuições ao meu trabalho.

À Deus, pela graça de poder lutar.

MUITO obrigado a todos!

Você poderia tirar de mim as minhas fábricas, queimar os meus prédios, mas se me der o meu pessoal, eu construirei, outra vez, todos os meus negócios.

(Henry Ford)

BICALHO JUNIOR, Ademir Andrade. **Os valores organizacionais na Universidade Federal da Bahia (UFBA): valores declarados e valores percebidos**. 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2018.

RESUMO

Esta dissertação, apresentada no formato de coletânea, constituída de dois artigos, procurou investigar a temática “valores organizacionais”. O primeiro artigo, intitulado VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, ENTRE 2012 E 2016, NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR, buscou apresentar o atual cenário da produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com áreas tradicionais (Administração e Psicologia) e contemporâneas (Interdisciplinar). Para tanto, foram analisados artigos científicos sobre o tema publicados, entre 2012 e 2016, em 23 periódicos nacionais – versão *on-line*, com classificação A, nas áreas de Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar, segundo o sistema de avaliação *Qualis Periódicos* da Capes, ano 2014. A pesquisa foi dividida em quatro etapas: levantamento dos periódicos; seleção dos periódicos; levantamentos e análise dos artigos; caracterização dos artigos, incluindo dados referentes à autoria, à metodologia e à abordagem dada aos valores organizacionais. Ao final, foram analisados 31 artigos. Verificou-se uma pluralidade de autores e uma predominância de pesquisas qualitativas, empíricas, do tipo estudo de caso, utilizando o questionário como principal instrumento de coleta de dados. O segundo artigo (pesquisa principal), intitulado OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS, buscou compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), por meio de duas estratégias: (1) averiguar a percepção (valores percebidos) que seus servidores possuem em relação aos valores existentes e praticados na Universidade, através do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO); (2) identificar os valores esposados pela alta administração (valores declarados), através da análise de conteúdo dos principais documentos da Universidade. Os resultados apontaram que, na percepção dos servidores, os fatores Prestígio e Tradição são os principais valores da organização, enquanto que os fatores Bem-estar do Empregado e Domínio ocuparam as últimas posições na hierarquia. Essa percepção é compartilhada por diferentes grupos. Na análise documental, os fatores Preocupação com a Coletividade e Autonomia foram identificados como os mais esposados nos textos, enquanto que os fatores Tradição e Bem-estar do Empregado foram os de menor destaque. Observou-se uma distinção significativa entre os valores declarados nos documentos e os valores percebidos pelos servidores, fato que pode comprometer o funcionamento e desenvolvimento da organização. Os conhecimentos adquiridos durante o estudo poderão ser aplicados em estratégias para aperfeiçoar a governança universitária e contribuir no alcance da missão e objetivos institucionais.

Palavras-chave: Cultura organizacional. Valores organizacionais. Valores laborais. Hierarquia de valores. Universidade.

BICALHO JUNIOR, Ademir Andrade. **The organizational values at the Federal University of Bahia (UFBA): declared values and perceived values.** 2018. 125 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade) – Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2018.

ABSTRACT

This dissertation, presented in the collection format, consisted of two articles, sought to investigate the theme of “organizational values”. The first article, titled ORGANIZATIONAL VALUES: A STUDY OF NATIONAL SCIENTIFIC PRODUCTION, BETWEEN 2012 AND 2016, IN THE AREAS OF ADMINISTRATION, PSYCHOLOGY AND INTERDISCIPLINARY, sought to present the current scenario of national scientific production on organizational values and its relation with traditional areas (Administration and Psychology) and contemporary areas (Interdisciplinary). For this purpose, scientific articles on the subject published between 2012 and 2016 in 23 national journals – online version, A classification, in the areas of Administration, Psychology and / or Interdisciplinary, according to the *Qualis Periódicos* evaluation system of Capes, 2014, were analyzed. The research was divided into four stages: survey of the journals; selection of the journals; surveys and analysis of the articles; characterization of the articles, including data related to authorship, methodology, and approach to organizational values. At the end, 31 articles were analyzed. A multiplicity of authors and a predominance of qualitative, empirical research of the case study type – employing the questionnaire as the main instrument of data collection – were observed. The second article (main research), titled THE ORGANIZATIONAL VALUES AT THE FEDERAL UNIVERSITY OF BAHIA (UFBA): DECLARED VALUES AND PERCEIVED VALUES, sought to understand the organizational values of the Federal University of Bahia (UFBA), through two strategies: (1) to ascertain the perception (perceived values) that its employees have in relation to existing and practiced values at the University, through the Inventory of Organizational Values Profiles (IPVO); (2) identify the values espoused by top management (declared values), through content analysis of the main documents of the University. The results demonstrated that, in the perception of the staff, the Prestige and Tradition factors are the main values of the organization, while the Employees and Domain Welfare factors occupied the last positions in the hierarchy. This perception is shared by different groups. In the documentary analysis, the factors Concern with the Collectivity and Autonomy were identified as the most espoused in the texts while the Employee’s Tradition and Welfare factors were the least prominent. It was observed a significant distinction between the values declared in the documents and the values perceived by the servers, which could compromise the functioning and development of the organization. The knowledge acquired during the study could apply to strategies to improve university governance and contribute to the achievement of the mission and institutional objectives.

Keywords: Organizational culture. Organizational values. Work values. Hierarchy of values. University.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Artigo I

Quadro 1	Periódicos nacionais selecionados para o estudo	24
----------	---	----

Artigo II

Quadro 1	Tipos motivacionais de valores	47
----------	--------------------------------------	----

Quadro 2	Fatores do IPVO e os tipos motivacionais e dimensões de valores correspondentes	49
----------	---	----

Quadro 3	Exemplo da categorização dos valores organizacionais nos documentos públicos	56
----------	--	----

Figura 1	UFBA. Valores organizacionais declarados, distribuídos por dimensão de valor: destaque para os fatores constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia.....	59
----------	--	----

Figura 2	UFBA. Valores organizacionais percebidos, distribuídos por dimensão de valor: destaque para os fatores constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia.....	63
----------	--	----

LISTA DE TABELAS

Artigo I

Tabela 1	Registros resultantes da consulta realizada na Plataforma Sucupira (<i>Qualis 2014</i>)	24
Tabela 2	Produção total dos periódicos selecionados e a distribuição dos artigos sobre valores organizacionais publicados entre 2012 e 2016.....	27
Tabela 3	Temas relacionados aos valores organizacionais nos artigos analisados	33

Artigo II

Tabela 1	UFBA: hierarquia dos valores organizacionais declarados, segundo os documentos	57
Tabela 2	UFBA: hierarquia dos valores organizacionais percebidos, segundo os servidores	61
Tabela 3	UFBA: hierarquia dos valores organizacionais em 2017 (declarados vs. percebidos)	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 ARTIGO I – VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, ENTRE 2012 E 2016, NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR	16
RESUMO	16
ABSTRACT	17
RESUMEN	17
RÉSUMÉ	17
INTRODUÇÃO	18
MARCO TEÓRICO: CULTURA(S), VALORES E ORGANIZAÇÕES	20
MÉTODO	22
Primeira etapa: levantamento dos periódicos	22
Segunda etapa: seleção dos periódicos	23
Terceira etapa: levantamento e análise dos artigos	25
Quarta etapa: caracterização dos artigos	26
DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	26
Autoria	29
Aspectos metodológicos	31
Temas relacionados aos valores organizacionais	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS	34

REFERÊNCIAS	36
3 ARTIGO II – OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS	38
RESUMO	38
ABSTRACT	39
RESUMEN	39
RÉSUMÉ	39
INTRODUÇÃO	40
MARCO TEÓRICO: CULTURAS E VALORES	43
Valores declarados e valores percebidos	44
Valores pessoais e valores organizacionais	47
MÉTODO	50
Caracterização da instituição	51
Universo da pesquisa	51
Análise de conteúdo documental	52
Caracterização do instrumento de pesquisa	53
Limitações do estudo	55
DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	56
Valores organizacionais declarados	56
Valores organizacionais percebidos	60
Valores declarados vs. Valores percebidos	64

CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS	68
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
REFERÊNCIAS	76
APÊNDICE A – Questionário de pesquisa (Artigo II)	78
ANEXO A – Congresso da UFBA 2017: caderno de resumos	95
ANEXO B – Revista Diálogos Interdisciplinares: publicação do Artigo I	100
ANEXO C – Congresso da UFBA 2018: caderno de resumos	119
ANEXO D – 8ª Conferência FORGES: carta de aceite	124

1 INTRODUÇÃO

“Nenhum homem é uma ilha, inteiramente isolado; todo homem é um pedaço de um continente, uma parte de um todo”, escreveu o poeta inglês no século XVI (DONNE, 2007, p. 105). Nunca estamos sozinhos; vivemos imersos em vários coletivos sociais, dos mais básicos (ex: família) aos mais abstratos (ex: sociedade). O conceito de *organização* incorpora, inevitavelmente, a ideia “de um agrupamento social ou a de indivíduos em interação”. Organizações são “criações ou ferramentas sociais, produtos de ações individuais e coletivas”; construções sociais com múltiplas definições, diferenciadas ênfases, diferentes amplitudes e complexidades (BASTOS, 2008, p. 9; 10). No centro deste construto estão os processos e dinâmicas entre o plano individual (cultura e valores pessoais) e o plano coletivo (cultura e valores organizacionais).

Considerando que o ambiente dessas interações está cada vez mais global, complexo e turbulento, a cultura torna-se um dos pontos-chave na compreensão das ações humanas e dos fenômenos organizacionais. A cultura organizacional funciona como padrão coletivo que identifica o grupo, seu modo de perceber, pensar, sentir e agir; mais do que um conjunto de regras, hábitos e artefatos, significa construção de significados partilhados pelo conjunto de pessoas pertencentes a este grupo social. (PIRES; MACÊDO, 2006).

Morgan (2006) oferece a metáfora da organização vista como um organismo buscando adaptar-se e sobreviver num (amplo) ambiente em mudança; um sistema vivo, aberto, sustentado por ciclos de estímulo, transformação interna, respostas e novos estímulos. Nesta ecologia social, as estratégias de sobrevivência são escolhidas por cada espécie de acordo com o DNA codificado em sua cultura (conjunto inter-relacionado dos subsistemas estratégico, humano-cultural, tecnológico, estrutural e administrativo).

Um dos principais componentes da cultura organizacional são seus valores, “princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a metas organizacionais desejáveis que orientam a vida da empresa e estão ao serviço de interesses individuais, coletivos ou mistos.” Os valores organizacionais são o núcleo da cultura organizacional,

“sustentam as atitudes, determinam a forma de julgar o comportamento organizacional e constituem uma motivação para a ação” (TAMAYO, 1996, p. 164).

No Brasil, o principal expoente sobre o tema foi o pesquisador Álvaro Tamayo Lombana, Professor Emérito da Universidade de Brasília, falecido em 2007. Autor de diversos e relevantes trabalhos científicos, participou da criação e validação dos três principais instrumentos nacionais para estudos dos valores organizacionais: a Escala de Valores Organizacionais (TAMAYO; GONDIM, 1996); o Inventário de Valores Organizacionais (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004); o Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000).

O pesquisador afirmou que “apesar do desenvolvimento espetacular do conceito de cultura organizacional e das numerosas pesquisas nesta área, poucos são os esforços dedicados ao estudo dos valores organizacionais.” (TAMAYO, 1996, p. 157). Essa lacuna, somada ao desafio imposto aos pesquisadores (servidores da UFBA) por um programa de pós-graduação, sediado na Universidade Federal da Bahia (UFBA), intitulado *Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade* e aos crescentes ataques neoliberais ao ensino público e aos valores republicanos da educação emancipadora (valor social, cultural e político do saber, sem esquecer a capacitação profissional) e da própria universidade (ver LAVAL, 2004), despertou-nos o interesse em compreender os valores organizacionais nesta Universidade.

Entretanto, durante as pesquisas iniciais, verificamos que os dois levantamentos localizados estavam restritos ao período entre 2000 e 2011 e às áreas de Administração e Psicologia; era necessário, primeiramente, revisar a literatura mais recente sobre o tema, a fim de verificar sua atual relevância, críticas e abordagens (incluindo o legado de Tamayo), bem como sua interação com a área Interdisciplinar. O estudo foi, portanto, dividido em duas etapas, cada uma delas gerando como produto um artigo científico, que compõem a coletânea ora apresentada como resultado final desta pesquisa de mestrado (dissertação).

Na primeira etapa do estudo, foi realizado um levantamento objetivando apresentar o atual cenário da produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com áreas tradicionais (Administração e Psicologia) e contemporâneas (Interdisciplinar), tendo como *corpus* os artigos científicos publicados em periódicos

nacionais – versão *on-line*, entre 2012 e 2016. Esta etapa resultou no Artigo I: VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, ENTRE 2012 E 2016, NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR. O texto foi: avaliado no Exame de Qualificação realizado em 20 de julho de 2017; apresentado no Congresso da UFBA 2017 – Pesquisa, Ensino e Extensão, realizado entre os dias 16 e 18 de outubro de 2017, na cidade de Salvador – Brasil, Caderno de Resumos (Anexo A); publicado pela Revista Diálogos Interdisciplinares (ISSN 2317-3793), da Universidade Braz Cubas, em 26 de novembro de 2018 (Anexo B).

Na segunda fase do estudo, vencidas as questões da etapa anterior e consideradas as críticas e observações da Banca de Qualificação, foi realizado um estudo empírico objetivando compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), por meio de duas estratégias: (1) averiguar a percepção (valores percebidos) que seus servidores (corpo docente e o corpo técnico-administrativo) possuem em relação aos valores existentes e praticados na Universidade; (2) identificar os valores esposados pela alta administração (valores declarados), através da análise de conteúdo dos principais documentos da Universidade. Esta etapa resultou no Artigo II: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS. O texto foi: apresentado no Congresso da UFBA 2018 – Pesquisa, Ensino e Extensão, realizado entre os dias 16 e 18 de outubro de 2018, na cidade de Salvador – Brasil, Caderno de Resumos (Anexo C); aceito para apresentação e publicação na 8ª Conferência da FORGES – Fórum da Gestão do Ensino Superior nos Países e Regiões de Língua Portuguesa, realizado entre os dias 28 e 30 de novembro de 2018, na cidade de Lisboa – Portugal, Carta de Aceite (Anexo D); submetido à periódico nacional, estando em fase de análise pelo Conselho Editorial.

Conforme se verifica, o primeiro artigo trouxe um panorama das recentes produções científicas sobre o tema e legitimou o uso do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais na etapa seguinte; enquanto que o segundo buscou aplicar, na prática organizacional, o modelo teórico validado pela literatura científica. A seguir, apresentamos os dois artigos e, logo após, as considerações finais do estudo e algumas perspectivas para futuras pesquisas.

2 ARTIGO I: VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, ENTRE 2012 E 2016, NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR

Organizational Values: a study of national scientific production, between 2012 and 2016, in the areas of Administration, Psychology and Interdisciplinary

Valores Organizacionales: un estudio de la producción científica nacional entre los años de 2012 a 2016 en las áreas de Administración, Psicología y Interdisciplinar

Valeurs Organisationnelles: une étude de la production scientifique nationale, entre 2012 et 2016, dans les domaines de l'Administration, de la Psychologie et de l'Interdisciplinaire.

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR*

RESUMO

Os valores organizacionais, núcleo da cultura organizacional, são princípios que orientam o comportamento, objetivos e interações organizacionais. O presente trabalho buscou apresentar o atual cenário da produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com áreas tradicionais (Administração e Psicologia) e contemporâneas (Interdisciplinar). Para tanto, foram analisados artigos científicos sobre o tema publicados, entre 2012 e 2016, em 23 periódicos nacionais – versão *on-line*, com classificação A, nas áreas de Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar, segundo o sistema de avaliação *Qualis Periódicos* da Capes, ano 2014. A pesquisa foi dividida em quatro etapas: levantamento dos periódicos; seleção dos periódicos; levantamentos e análise dos artigos; caracterização dos artigos, incluindo dados referentes à autoria, à metodologia e à abordagem dada aos valores organizacionais. Ao final, foram analisados 31 artigos. Verificou-se uma pluralidade de autores e uma predominância de pesquisas qualitativas, empíricas, do tipo estudo de caso, utilizando o questionário como principal instrumento de coleta de dados.

Palavras-chave: Cultura organizacional. Valores organizacionais. Valores laborais. Valores do trabalho.

* Secretário Executivo pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Faculdade Social da Bahia (FSBA). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade (PPGEISU), Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC/UFBA), linha de pesquisa: *Gestão, Formação e Universidade*. Estudante-pesquisador do Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Saúde, Violência e Subjetividade (SAVIS), linha de pesquisa: *Subjetividade, Instituições e Saúde na Contemporaneidade*. Atua como Secretário Executivo do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia (ILUFBA). E-mail: ademirbj@yahoo.com.br. Endereço para correspondências: Universidade Federal da Bahia, Rua Barão de Jeremoabo, nº 147, Campus Universitário, LET, Ondina, CEP: 40.170-115, Salvador, Bahia, Brasil.

ABSTRACT

Organizational values, the core of organizational culture, are principles that guide organizational behavior, aims and interactions. This work sought to present the current scenario of national scientific production on organizational values and its relation with traditional areas (Administration and Psychology) and contemporary areas (Interdisciplinary). For this purpose, scientific articles on the subject published between 2012 and 2016 in 23 national journals – online version, A classification, in the areas of Administration, Psychology and / or Interdisciplinary, according to the *Qualis Periódicos* evaluation system of Capes, 2014, were analyzed. The research was divided into four stages: survey of the journals; selection of the journals; surveys and analysis of the articles; characterization of the articles, including data related to authorship, methodology, and approach to organizational values. At the end, 31 articles were analyzed. A multiplicity of authors and a predominance of qualitative, empirical research of the case study type – employing the questionnaire as the main instrument of data collection – were observed.

Keywords: Organizational culture. Organizational values. Work values. Labor values.

RESUMEN

Los valores organizacionales, núcleo de la cultura organizativa, son principios que orientan el comportamiento, los objetivos y la interacción de las organizaciones. En ese trabajo pretendo mostrar cómo se presenta el escenario de la producción científica nacional con respecto a los valores organizacionales y su relación con áreas tradicionales (Administración y Psicología) y contemporáneas (Interdisciplinar). Para tanto, fueron analizados artículos científicos sobre el tema, publicados entre los años de 2012 a 2016, en 23 periódicos nacionales, versión en línea, con calificación A, en las áreas de Administración, Psicología y/o Interdisciplinar, de acuerdo con el sistema *Qualis Periódicos*, de la Capes, del año 2014. La investigación está dividida en cuatro etapas: búsqueda de los periódicos; selección de los periódicos; búsqueda y elección de los artículos; caracterización de los artículos, incluso datos referentes a la autoría, a la metodología y al abordaje empleado a los valores organizacionales. Fueron analizados un total de 31 artículos. Se constató una pluralidad de autores y una predominancia de investigaciones cualitativas empíricas, de tipo estudio de caso, utilizando el cuestionario como principal herramienta de recogida de datos.

Palabras clave: Cultura organizativa. Valores organizacionales. Valores laborales. Valores del trabajo.

RÉSUMÉ

Les valeurs organisationnelles, cœur de la culture organisationnelle, sont les principes qui orientent le comportement, les objectifs et les interactions organisationnelles. Cette étude se propose de présenter le scénario actuel de la production scientifique nationale sur les valeurs organisationnelles et sa relation avec les domaines traditionnels (Administration et Psychologie) et contemporains (Interdisciplinaire). Pour cela, nous avons analysé des articles scientifiques sur ce thème, publié entre 2012 et 2016 dans 23 revues nationales – version en ligne – classement A (selon le système d'évaluation de la Fondation CAPES *Qualis Periódicos*, année 2014), dans les domaines de l'Administration, de la Psychologie et/ou de l'Interdisciplinaire. Cette recherche a été divisée en quatre étapes: la collecte des revues; la sélection des revues; la collecte et l'analyse des articles; la caractérisation des articles (y compris les données concernant la paternité, la méthodologie et l'approche donnée aux valeurs organisationnelles). Nous avons analysé 31 articles au total où nous avons constaté une pluralité d'auteurs et une prédominance des recherches qualitatives, empiriques, du type étude de cas, dont le questionnaire est le principal instrument de collecte des données.

Mots-clés: Culture organisationnelle. Valeurs organisationnelles. Valeurs fondamentales du travail.

INTRODUÇÃO

Por que uma empresa sediada nos Estados Unidos (EUA) não possui o mesmo funcionamento de sua filial no Japão? Até a década de 1950, uma resposta aceitável seria a influência exercida pela “cultura nacional”, ou seja, os distintos processos de constituição, desenvolvimento, organização e identificação de cada país e sua respectiva população. Contudo, as pesquisas contemporâneas – influenciadas pela Sociologia, Antropologia e Psicologia, com ênfase nos estudos sobre *sistemas e psicologia transcultural* – verificaram que a “cultura nacional” não oferece uma resposta satisfatória à questão; prova disso é o fato de empresas sediadas numa mesma cidade também possuírem variações nos padrões de norma e comportamento. Assim, foi necessário buscar uma outra explicação para esses fenômenos organizacionais, que permitisse a distinção entre organizações dentro de uma mesma sociedade. O conceito de *cultura organizacional* tem servido bem a esse propósito (SCHEIN, 1990).

Nos últimos anos, o conceito de cultura organizacional tem recebido crescente atenção de acadêmicos e profissionais (SCHEIN, 1990). Tamayo, Mendes e Paz (2000, p. 291) ressaltam que a cultura organizacional possui um destaque crescente na literatura internacional, impondo-nos o importante desafio de elaborar teorias, modelos e perfis culturais das organizações. Para esta elaboração, os autores defendem os **valores organizacionais** como uma possibilidade de estudo, visto que “eles constituem o núcleo fundamental da cultura organizacional [...]”.

No âmbito nacional, existem vários estudos da produção científica brasileira sobre cultura, comportamento e/ou comprometimento organizacionais, sob diferentes enfoques, a exemplo dos trabalhos de Borges-Andrade e Pagotto (2010) e de Bastos e colaboradores (2014), referenciados na quarta etapa deste estudo (caracterização dos artigos). Contudo, especificamente sobre valores organizacionais, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009, p. 87) afirmam que os estudos começaram nos anos 1990, com grande impulso na década seguinte, e que já existe “uma razoável produção na área, o que torna pertinente a realização de um balanço de tal literatura. [...] No entanto, não foram localizados levantamentos desse tipo voltados especificamente à área de valores organizacionais [...]”.

Isto posto, as autoras realizaram uma análise dos artigos científicos sobre valores organizacionais publicados, entre 2000 a 2008, em 17 periódicos nacionais das áreas de Administração (oito) e Psicologia (nove) com classificação “A” na avaliação *Qualis 2007*, totalizando 56 artigos. De forma similar, Estivalet e colaboradores (2012) realizaram uma análise da produção científica sobre valores organizacionais em artigos publicados nos principais eventos (quatro) e periódicos (nove) nacionais da área de Administração, no período de 2002 a 2011, totalizando 46 artigos. Até a finalização deste artigo, não foram localizados outros levantamentos desta natureza.

Como se verifica nas pesquisas supracitadas, tradicionalmente, os estudos da cultura organizacional são trabalhados nas áreas da Administração e Psicologia – sobretudo na Psicologia Organizacional, conforme apontam Schein (1990) e Tamayo, Mendes e Paz (2000). Contudo, Schein (1990) defende que a cultura possui uma grande diversidade de abordagens, pois está na interseção de várias ciências sociais. O autor (2009) defende ainda que os estudos organizacionais estão se desenvolvendo em uma forma mais interdisciplinar de pensar e conduzir pesquisa. Por esse motivo, incluímos a área de avaliação Interdisciplinar na presente pesquisa. Mas, o que mudou nos últimos cinco anos? Qual a influência da área Interdisciplinar nos estudos sobre cultura organizacional e, conseqüentemente, sobre valores organizacionais? Como esses estudos estão sendo trabalhos por área? Como esta nova área (Interdisciplinar) se relaciona com as “áreas tradicionais” (Administração e Psicologia)?

O presente artigo visa analisar a produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com essas três áreas, através de um estudo dos artigos científicos publicados entre 2012 e 2016, em periódicos nacionais – versão *on-line*, com estrato A1 ou A2, nas áreas de avaliação Administração, Psicologia ou Interdisciplinar, segundo o sistema de avaliação *Qualis Periódico*, ano 2014 (*Qualis 2014*).

Este estudo não pretendeu estabelecer um método comparativo com os levantamentos anteriores, mas, sim, atualizar e complementar os dados existentes, distinguindo-se de seus antecessores, sobretudo, em três aspectos: a) serão analisados os artigos publicados no período de 2012 a 2016; b) serão levantadas características relativas à amostra selecionada pelas pesquisas (setor e segmento da economia, personalidade jurídica etc); c) serão pesquisados periódicos das áreas de Administração, Psicologia e Interdisciplinar, resultando em maior quantidade e variedade dos dados.

MARCO TEÓRICO: CULTURA(S), VALORES E ORGANIZAÇÕES

A cultura influencia a organização, impregna suas práticas, ajuda a entender e explicar diversos de seus aspectos (estratégia, estrutura, processos, sistemas etc). *Cultura e Cultura Organizacional* são objetos de uma vasta bibliografia, entre textos literários e científicos. Trata-se de tema complexo, dinâmico e de difícil conceituação (SCHEIN, 2009). Kroeber e Kluckhohn (1963 apud GORDON; DITOMASO, 1992) identificaram nada menos que 165 significados para a palavra “cultura”. O fato é que toda organização cria sua própria cultura, constituída por crenças, tradições, usos, rituais, rotinas, normas, valores e tabus próprios (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000).

Cultura pode ser definida como um padrão (onipresente) de suposições básicas, inventado, descoberto ou desenvolvido por um determinado grupo de pessoas, à medida que, ao longo de certo período de tempo, aprende a lidar com seus problemas de adaptação/sobrevivência (ambiente externo) e de integração (ambiente interno). O padrão deve funcionar bem o suficiente para ser considerado válido e, portanto, apto a ser transmitido aos novos membros como a forma correta de perceber, pensar e sentir em relação àqueles problemas. Essa transferência é simultaneamente um processo comportamental, cognitivo e emocional. O nível mais profundo da cultura será o cognitivo, no qual as percepções, a linguagem e os processos de pensamento compartilhados serão a causa raiz (determinante causal final) de sentimentos, atitudes, valores e comportamentos (SCHEIN, 1990).

Cultura Organizacional é “um conjunto complexo de valores, crenças, suposições e símbolos que definem a maneira como uma empresa conduz seu negócio.”. Apesar do pouco consenso quanto à sua definição, há ampla concordância quanto ao seu relevante papel no “desempenho financeiro superior sustentado” (*sustained superior financial performance*, taxa de retorno econômico alta e contínua), caracterizado por um conjunto de valores que promovem criatividade, inovação, flexibilidade, qualidade de vida no trabalho, excelência na gestão. A cultura de uma empresa pode ser uma fonte de vantagem competitiva; ela define quem são os funcionários, clientes, fornecedores e principais concorrentes, bem como a interação entre a organização e esses atores. (BARNEY, 1986, p. 657, tradução nossa). Deste modo, a cultura organizacional “[...] é

determinante do desempenho individual, da satisfação no trabalho e da produtividade da empresa.” (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000, p. 290).

Valores podem ser definidos como “princípios transsituacionais” que expressam interesses ou desejos (de tipo individual, coletivo ou misto), relativos a tipos motivacionais (estimulação e autodeterminação), ordenados segundo uma hierarquia (ordem de importância) e que orientam a vida do indivíduo (sua forma de pensar, agir e sentir). Basicamente, os valores são originados da busca (individual) de respostas apropriadas (e aceitáveis para o resto do grupo) para a sua satisfação de três exigências universais do ser humano: necessidades biológicas do organismo; necessidades sociais relativas à regulação das interações interpessoais; necessidades socioinstitucionais referentes à sobrevivência e bem-estar dos grupos. Uma subcategoria deste “universo axiológico” será chamada **valores organizacionais** (TAMAYO, 1996, p. 160).

Os valores organizacionais podem ser definidos como princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a metas organizacionais desejáveis que orientam a vida da empresa e estão ao serviço de interesses individuais, coletivos ou mistos. [...] Eles sustentam as atitudes, determinam a forma de julgar o comportamento organizacional e constituem uma motivação para a ação (TAMAYO, 1996, p. 164).

Valores Organizacionais são componentes essenciais nas organizações, atuando decisivamente como elementos integradores e orientadores, à medida que influenciam e denotam a preferência por certos comportamentos, estratégias e objetivos, bem como as interações sociais (ESTIVALETE et al, 2012). Os valores organizacionais – juntamente com as normas, crenças, símbolos e rituais – constituem os elementos da cultura de uma empresa; os padrões para perceber, pensar, agir e comunicar. Os valores e as normas são elementos integradores, compartilhados por todos (ou boa parte) os membros da organização. “Basicamente, os valores organizacionais são crenças sobre o que é bom e desejável para a empresa.” (TAMAYO, 1996, p. 64).

Segundo Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), os *valores pessoais* e os *valores organizacionais* possuem propriedades em comum (desejabilidade, significância ou importância), mas diferem-se quanto ao nível de análise: os primeiros constituem características dos indivíduos (nível micro de análise), enquanto que os segundos constituem características das organizações (nível macro de análise). Para Schein (1990), se a organização como um todo teve experiências compartilhadas haverá uma cultura organizacional total. Apesar disso, dentro de uma organização podem

coexistir muitas subculturas, culturas independentes e mesmo em conflitos entre si. De forma similar, Tamayo (1996, p. 171-172) adverte que “os valores organizacionais não devem ser confundidos com os valores pessoais dos membros da organização, nem com os valores que eles gostariam que existissem na empresa.”. Ou seja, mesmo sendo um elemento compartilhado, o sistema de valores da organização não é, necessariamente, idêntico aos de seus membros, pode haver conflitos, convergências e/ou divergências, totais ou parciais; essa dinâmica repercute em diversos fenômenos organizacionais.

Em seu trabalho, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), identificaram que os estudos brasileiros sobre valores organizacionais têm se dedicado principalmente a derivar suas tipologias (classificações, “tipo puros”) e estudá-los como variável (antecedente ou consequente) de diversos fenômenos macro e micro-organizacionais: identidade organizacional; aprendizagem organizacional; marketing interno; atitudes sobre mudanças organizacionais; avaliações sobre a organização; comportamentos de consumo; comportamentos de cidadania; estresse; *burnout* e prazer-sofrimento no trabalho. Uma análise da atual produção científica poderá contribuir para identificar os novos caminhos de investigação, bem como as tipologias e variáveis consolidadas.

MÉTODO

A pesquisa foi dividida em quatro etapas: levantamento dos periódicos; seleção dos periódicos; levantamentos e análise dos artigos; e, por fim, caracterização dos artigos, incluindo dados referentes à autoria, metodologia e temas relacionados aos valores organizacionais.

PRIMEIRA ETAPA: LEVANTAMENTO DOS PERIÓDICOS

A primeira etapa do estudo foi o levantamento dos periódicos, através da Plataforma Sucupira, sistema *on-line* gerido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que, dentre outras funções, fornece a estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação brasileiros,

aferida pelo sistema nacional de avaliação *Qualis Periódicos*. A avaliação divide os periódicos em oito níveis decrescentes de qualidade: A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5, C.

A consulta foi realizada em 25 de agosto de 2016, utilizando os seguintes parâmetros: a) Evento de classificação: Classificação de Periódicos 2014 (*Qualis 2014*)¹; b) Áreas de avaliação (três): “Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo”, “Interdisciplinar” e “Psicologia”; c) Classificação (duas): “A1” e “A2”.

Como resultado desta consulta, o sistema fornece um quadro com quatro colunas contendo as seguintes informações sobre cada periódico: ISSN; Título; Área de Avaliação; Classificação. A coluna *Título*, além do nome do periódico, por vezes, contém seu formato (impresso ou *on-line*), ano de criação, instituição responsável e/ou cidade-sede; informações que foram utilizadas para identificar os periódicos nacionais.

A partir desta consulta foram identificados 1.157 registros, entre periódicos nacionais e estrangeiros. Com base nas informações fornecidas pelo aludido sistema, realizou-se uma filtragem dos registros correspondentes a periódicos nacionais, na qual foram localizados 166 registros. Vale destacar que a quantidade de registros não corresponde efetivamente ao total de periódicos existentes, visto que alguns periódicos possuem registros distintos para as versões impressa e *on-line* e outros são registrados simultaneamente em duas ou mais áreas de avaliação.

SEGUNDA ETAPA: SELEÇÃO DOS PERIÓDICOS

A segunda etapa do estudo foi a seleção dos periódicos nacionais a serem utilizados na pesquisa. Dentre os 166 registros identificados como nacionais, foram selecionados aqueles correspondentes a periódicos *on-line*, geridos por instituições nacionais, de acesso livre e linha editorial relacionada à área de estudos organizacionais.

Ao final desta etapa, 31 registros atenderam aos critérios propostos. A distribuição dos registros entre as áreas de avaliação e estratos (classificação) está mais bem descrita na Tabela 1. Todos os demais registros identificados na consulta realizada

¹ Em novembro de 2016, a Capes divulgou uma atualização do Qualis Periódicos referente aos anos 2013 e 2014, sem alterações significativas para esta pesquisa. Na atualizadade, há apenas dos eventos de classificação de periódicos disponíveis na Plataforma: triênio 2010-2012 e quadriênio 2013-2016.

em agosto/2016 foram excluídos. Na área de avaliação “Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo”, por exemplo, foram excluídos os periódicos com linha editorial pautada exclusivamente às áreas Ciências Contábeis ou Turismo.

Tabela 1 – Registros resultantes da consulta realizada na Plataforma Sucupira (*Qualis 2014*)

Área / Classificação	Registros nacionais e estrangeiros			Registros nacionais localizados			Registros nacionais selecionados		
	A1	A2	Total	A1	A2	Total	A1	A2	Total
Administração [...]	68	139	207	00	19	19	00	08	08
Interdisciplinar	252	487	739	22	78	100	03	06	09
Psicologia	76	135	211	11	36	47	05	09	14
			1.157			166			31

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da Plataforma Sucupira

Ao analisar os 31 registros selecionados, observaram-se oito ocorrências de periódicos registrados simultaneamente em duas áreas de avaliação: uma entre dois periódicos na área Administração; uma entre periódicos nas áreas Administração e Interdisciplinar; seis entre periódicos nas áreas Psicologia e Interdisciplinar. Assim, concluindo a segunda etapa da pesquisa, verificou-se que os 31 registros correspondem efetivamente a 23 periódicos nacionais, elencados no Quadro 1.

Quadro 1 – Periódicos nacionais selecionados para o estudo

Periódico (conforme nomenclatura no <i>Qualis 2014</i>)	ISBN	Área	Estrato
Arquivos Brasileiros de Psicologia (Online)	1809-5267	Interdisciplinar	A2
		Psicologia	
BAR. Brazilian Administration Review	1807-7692	Administração	A2
		Interdisciplinar	
Cadernos EBAPE.BR (FGV)	1679-3951	Administração	A2
Estudos de Psicologia (Natal. Online)	1678-4669	Psicologia	A1
		Interdisciplinar	A2
Estudos e Pesquisas em Psicologia (Online)	1808-4281	Psicologia	A2
Horizontes Antropológicos (Online)	1806-9983	Interdisciplinar	A1
Organizações & Sociedade (Online)	1984-9230	Administração	A2
Paidéia (USP. Online)	1982-4327	Psicologia	A1
Psico (PUCRS. Online)	1980-8623	Psicologia	A2
Psicologia & Sociedade (Online)	1807-0310	Psicologia	A2
Psicologia em Estudo (Online)	1807-0329	Psicologia	A1
		Interdisciplinar	A2

Psicologia USP (Online)	1678-5177	Psicologia	A2
Psicologia: Ciência e Profissão (Online)	1982-3703	Interdisciplinar	A2
		Psicologia	
Psicologia: Reflexão e Crítica	1678-7153	Psicologia	A1
Psicologia: Teoria e Pesquisa (Brasília. Online)	1806-3446	Interdisciplinar	A1
		Psicologia	
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)	1982-7849	Administração	A2
RAE Eletrônica (Online)	1676-5648	Administração	A2
RAUSP. Revista de Administração	0080-2107	Administração	A2
Revista Brasileira de Educação	1809-449X	Interdisciplinar	A1
Revista Brasileira de Gestão de Negócios (Online)	1983-0807	Administração	A2
Revista de Psicologia: Teoria e Prática (Online)	1980-6906	Interdisciplinar	A2
		Psicologia	
Revista Psicologia: Organizações e Trabalho	1984-6657	Psicologia	A2
Temas em Psicologia (Ribeirão Preto)	1413-389X	Psicologia	A2

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da Plataforma Sucupira

TERCEIRA ETAPA: LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS ARTIGOS

A terceira etapa do estudo foi o levantamento e análise dos artigos. Todos os artigos científicos publicados, entre 2012 e 2016, nos diferentes volumes/fascículos dos 23 periódicos nacionais selecionados foram analisados. O levantamento dos artigos foi realizado no portal dos respectivos periódicos, no portal SciELO (*Scientific Electronic Library Online*) e/ou no portal PePSIC (Periódicos Eletrônicos de Psicologia).

Os artigos sobre valores organizacionais foram identificados utilizando-se como descritores os seguintes termos: “cultura”; “cultura organizacional”; “organizational values”; “organizational culture”; “valores”; “valores organizacionais”; “valores das organizações”; “valores laborais”; “valores do trabalho”. Os termos foram buscados no título, no resumo em língua portuguesa e nas palavras-chave de cada artigo.

Foram consultados apenas artigos com texto integral disponível, sem distinção entre os tipos (estudo teórico; estudo empírico; revisão da literatura; estudo metodológico; relatos de experiência; dossiê etc), excluindo-se as publicações limitadas a resumos, resenhas, comunicação de pesquisa ou teses, entrevistas, homenagens, notas técnicas, cartas ao editor, notícias e editoriais.

QUARTA ETAPA: CARACTERIZAÇÃO DOS ARTIGOS

A quarta e última etapa do estudo foi a caracterização dos artigos. Com base nos trabalhos de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), de Borges-Andrade e Pagotto (2010), de Estivalet e colaboradores (2012) e de Bastos e colaboradores (2014), os artigos científicos localizados foram analisados segundo as características a seguir: a) *autoria*: nome do autor; área de formação; titulação; instituição à qual está vinculado (lotação); localização geográfica; tipo de instituição; b) *aspectos metodológicos*: natureza do estudo; abordagem metodológica; classificação da pesquisa; finalidade/objetivo do artigo; tipo de pesquisa (objetivos técnicos); origem dos dados; instrumento de coleta de dados; tipo de amostragem; setor da economia estudado; segmento da economia estudado; procedimentos de análise de dados; referencial; c) *temas relacionados aos valores organizacionais*: papel desempenhado; tipo de variável.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados devem ser interpretados atendo-se às limitações postas à pesquisa, bem como às limitações inerentes ao método utilizado. Na terceira etapa, por exemplo, alguns artigos sobre valores organizacionais foram excluídos por não atenderem ao corpus da pesquisa, em especial em relação ao ano de publicação e ao conceito do periódico no sistema de avaliação *Qualis Periódico*. Além disso, não foram considerados trabalhos publicados em outros veículos (eventos, dissertações, teses, livros etc) ou periódicos de outras áreas, formatos, conceitos e/ou nacionalidades.

Ao final do levantamento, identificamos um total de 5.264 artigos científicos publicados pelos 23 periódicos nacionais selecionados (todos os volumes/fascículos), entre 2012 e 2016, dentre os quais 31 (0,59%) deles foram classificados como estudos sobre valores organizacionais, com base nos conceitos e características apresentadas no Marco Teórico deste estudo, em especial a conceituação proposta por Tamayo (1996, p. 164). A distribuição dos artigos por periódico está representada na Tabela 2.

Tabela 2 – Produção total dos periódicos selecionados e a distribuição dos artigos sobre valores organizacionais publicados entre 2012 e 2016

Periódico		Artigos		
Nome	Nº de fascículos	Total	Valores Org.	%
Arquivos Brasileiros de Psicologia (Online)	14	140	0	0,0
BAR. Brazilian Administration Review	21	123	0	0,0
Cadernos EBAPE.BR (FGV)	23	218	7	3,21
Estudos de Psicologia (Natal. Online)	18	173	0	0,0
Estudos e Pesquisas em Psicologia (Online)	14	248	0	0,0
Horizontes Antropológicos (Online)	10	132	0	0,0
Organizações & Sociedade (Online)	20	164	4	2,44
Paidéia (USP. Online)	15	195	1	0,51
Psico (PUCRS. Online)	20	256	1	0,39
Psicologia & Sociedade (Online)	20	418	0	0,0
Psicologia em Estudo (Online)	20	309	0	0,0
Psicologia USP (Online)	16	186	0	0,0
Psicologia: Ciência e Profissão (Online)	22	396	2	0,51
Psicologia: Reflexão e Crítica	18	415	0	0,0
Psicologia: Teoria e Pesquisa (Brasília. Online)	18	228	2	0,88
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)	34	208	4	1,92
RAE Eletrônica (Online)	30	211	0	0,0
RAUSP. Revista de Administração	20	218	3	1,38
Revista Brasileira de Educação	19	209	0	0,0
Revista Brasileira de Gestão de Negócios (Online)	21	160	2	1,25
Revista de Psicologia: Teoria e Prática (Online)	14	192	0	0,0
Revista Psicologia: Organizações e Trabalho	18	148	4	2,70
Temas em Psicologia (Ribeirão Preto)	17	317	1	0,32
Total	442	5.264	31	0,59

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Deste total, duas revistas quadrimestrais publicaram apenas dois números em 2016: *Arquivos Brasileiros de Psicologia* (v. 68, n. 1 e 2) e *Revista de Psicologia: Teoria e Prática* (v. 18, n. 1 e 2). A revista *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, também quadrimestral, publicou apenas um número em 2016 (v. 16, n. 1). A revista *Psicologia: Teoria e Pesquisa* (trimestral) publicou um único número em 2016 (v. 32, n. 1).

Considerando o percentual por área de avaliação, verifica-se que a área de Administração concentrou um percentual maior de artigos sobre o tema (64,52%), em comparação às áreas de Psicologia (22,58%) e Interdisciplinar (12,90%). É imperativo esclarecer que todos os artigos contabilizados na área Interdisciplinar foram publicados em periódicos registrados simultaneamente nas áreas de Psicologia e Interdisciplinar, o que corrobora o destaque de Borges-Andrade e Pagotto (2010, p. 37) ao uso da Psicologia aplicada às organizações e/ou ao trabalho para “[...] dar respostas a questões práticas concernentes a interações entre o comportamento humano, o trabalho e as organizações onde este comportamento pode ocorrer, bem como a questões relacionadas às práticas dessas organizações.”. Corrobora ainda com a tese de Schein (2009), de que os estudos organizacionais estão se desenvolvendo em uma forma mais interdisciplinar de pensar e conduzir pesquisa, ou, ao menos na forma de divulgar as publicações.

Em primeira análise, os resultados do estudo (31 artigos, 0,59%, média de 6,2 artigos/ano) podem indicar uma redução das publicações sobre valores organizacionais, em comparação aos dois levantamentos anteriores. Contudo, é necessário relativizá-los quanto ao lapso temporal e às áreas de avaliação selecionadas. Embora Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) tenham localizado um total (56) e um percentual (1,1%) maiores que esta pesquisa, a média de publicações é idêntica (6,2 artigos/ano); excluindo-se os periódicos registrados unicamente na área Interdisciplinar, o resultado percentual subiria de 0,59% para 0,63%. Já o estudo de Estivalete e colaboradores (2012) obteve uma média muito inferior (4,6 artigos/ano), sendo que 65,2% dos artigos por eles analisados foram retirados de anais de eventos; se considerássemos apenas os períodos da área Administração, o resultado percentual subiria de 0,59% para 1,54%.

Ademais, dois fatos merecem destaque devido ao seu potencial de impacto sobre o total de artigos localizados. O primeiro refere-se a não utilização, por força dos critérios adotados no estudo (versão *on-line*, Qualis A), de periódicos importantes na área, a exemplo da Revista de Administração Pública (RAP), que publicou 18% dos artigos examinados por Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), e da Revista de Administração Mackenzie (RAM), que publicou 8,7% dos artigos examinados por Estivalete e colaboradores (2012). O segundo fato refere-se ao falecimento do pesquisador Álvaro Tamayo Lombana, ocorrido em 02 de setembro de 2007, Professor Emérito da Universidade de Brasília, referência no campo, autor de diversos e relevantes trabalhos científicos sobre valores organizacionais.

Apesar das ponderações, conforme já apontado por Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), quando comparados à literatura internacional, o percentual de artigos ainda representa um baixo interesse dos pesquisadores nacionais sobre o tema. Essa influência da literatura internacional é verificada nas referências dos artigos, 77% deles possuíam mais referências em língua estrangeira do que em língua portuguesa; em média, 61% das obras citadas nos artigos estavam em língua estrangeira. Esses percentuais podem ser ainda maiores se avaliarmos que muitas das obras em língua portuguesa citadas nos artigos são, na verdade, traduções de obras internacionais.

No intuito de proporcionar uma melhor análise dos resultados da pesquisa, optou-se por subdividir esta seção conforme caracterização proposta no Método.

AUTORIA

A interdisciplinaridade dos estudos sobre valores organizacionais pôde ser observada também na autoria dos artigos: 58% deles foram produzidos por dois autores, 32% por três ou mais e 10% por uma única pessoa. O mesmo ocorreu nas áreas de formação/atuação dos autores: Administração (49%), Contabilidade (3%), Direito (1%), Educação (1%), Engenharias (10%), Ciências Sociais (4%) e Psicologia (32%). Ademais, dentre os artigos coletivos, 36% possuíam autores com áreas de formação/atuação diferentes: em um deles os pesquisadores eram das áreas de Direito e Psicologia; em todos os demais casos havia ao menos uma pessoa da área de Administração, associado à outra(s) área(s): Ciências Sociais (22%), Contabilidade (11%), Educação (11%), Engenharias (33%) ou Psicologia (22%). Estes dados denotam não apenas um crescente interesse por parte de pesquisadores de diferentes áreas de conhecimento, como também ratificam a natureza interdisciplinar do tema.

Constatou-se ainda uma grande pluralidade na autoria dos trabalhos, os 31 artigos analisados foram produzidos por 66 autores, sendo que apenas seis participaram de mais de um trabalho: um em três estudos e outros cinco em dois estudos cada. Isto destoa drasticamente da pesquisa de Estivalet e colaboradores (2012), na qual um único autor concentrava 28,26% das publicações. A atração de novos pesquisadores (74% doutores) e o ingresso de jovens pesquisadores (23% mestres e 3% mestrandos) denota

que o tema continua a despertar o interesse científico nacional, o que poderá melhorar o índice de trabalhos nacionais publicados e utilizados como referencial.

A pluralidade na autoria também pôde ser verificada com relação às instituições às quais os autores estavam vinculados à época da publicação. Em 52% dos artigos, ao menos um dos autores possuía vínculo institucional distinto, no total, os 66 autores pertenciam a 34 instituições diferentes, com destaque para a Universidade de Brasília (11%), a Universidade Presbiteriana Mackenzie (9%), a Universidade de São Paulo (9%) e a Universidade Federal do Espírito Santo (8%).

Assim como ocorreu na pesquisa de Estivalet e colaboradores (2012), a Universidade de Brasília e a Universidade Presbiteriana Mackenzie permaneceram no topo do *ranking*, a novidade ocorreu pela ascensão da Universidade Federal do Espírito Santo, não listada nos levantamentos anteriores. Segundo Bastos e colaboradores (2014), as relações entre autores de diferentes instituições demonstram esforço em superar a comodidade natural da aproximação geográfica e proporcionam heterogeneidade aos trabalhos, ampliando as discussões entre diferentes perspectivas e as possibilidades de interpretações e análises nos temas estudados.

Ainda sobre as instituições, a maioria dos artigos foi produzida na região Sudeste (52%), seguidas pelas regiões Centro-Oeste (19%), Sul (17%), Nordeste (8%), com destaque à existência de produção oriunda de instituições estrangeiras, especificamente de Portugal (4%). A distribuição obedeceu à mesma ordem apresentada na pesquisa de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), embora permaneça uma centralização no Sudeste, os percentuais demonstrem uma melhor distribuição entre as regiões, valores à época 45%, 27%, 23% e 5%, respectivamente. A região Norte permaneceu sem publicações nos dois levantamentos.

A hegemonia da região Sudeste é recorrente em levantamentos científicos e pode ser explicada, em parte, pela concentração de programas de pós-graduação *stricto sensu*, tanto qualitativa (total de programas) quanto qualitativamente (programas conceito 5 a 7), correspondendo, respectivamente, a 43% e 62% do total.

Embora muito mais sutil, a descentralização das publicações também foi verificada em relação à personalidade jurídica das instituições. Em comparação ao estudo de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), manteve-se o predomínio de

instituições públicas em contraste às privadas, mas os percentuais oscilaram, respectivamente, de 64% para 62% e de 36% para 38%.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

No que tange às escolhas metodológicas dos autores, não houve grandes mudanças em comparação aos levantamentos anteriores, verificou-se que, em sua maioria, os artigos analisados eram de natureza empírica (84%); a minoria de natureza teórica (16%) buscou relacionar os valores organizacionais a novas variáveis de contexto organizacional, especialmente aquelas vinculadas à identidade ou aprendizagem organizacionais. Dentre os estudos empíricos, 85% tinham como finalidade a construção de conhecimento e 15% visavam a elaboração de instrumentos para identificação/avaliação dos valores organizacionais.

Ainda sobre os estudos empíricos, 42% dos artigos utilizaram uma abordagem qualitativa, 38% quantitativa e 19% híbrida (quali-quantitativa). O aumento de pesquisas qualitativas, em comparação ao estudo de Estivalet e colaboradores (2012), pode evidenciar duas hipóteses: a) as estruturas quantitativas existentes atendem às necessidades dos pesquisadores, reduzindo pesquisas com este objetivo; b) a complexidade do tema impõe o uso de métodos mais subjetivos de interpretação.

As pesquisas foram classificadas, quanto aos objetivos fins, como descritivas (42%), causais/explicativas (31%) ou exploratórias (27%), e, quanto aos objetivos meios, como estudos de caso (81%), levantamentos de campo/survey (15%) ou bibliográficas (4%). Em seu estudo, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009, p. 97) demonstravam preocupação quanto ao percentual de pesquisas destinadas a “apenas descrever o grau de endosso daquela organização a um conjunto de valores”, visto que “pouco acrescentam ao avanço conceitual da área, já que não se mostram capazes de apontar direções futuras de pesquisa.”.

Quanto à coleta de dados, o questionário/escala (46%) manteve-se como o principal instrumento de coleta, seguido de multimétodos (42%), documentos (8%) e entrevistas (4%). Dentre os multimétodos, os dois conjuntos mais utilizados foram:

documentos, questionário e entrevistas; documentos, observação participante e entrevistas. Cada conjunto correspondeu a 27% do total.

Em comparação aos levantamentos anteriores, observa-se uma leve redução no uso de questionários ou escalas e um aumento significativo no uso de multimétodos, o que, segundo Estivalet e colaboradores (2012, p. 60), representa “uma tendência para consolidação e maior compreensão da temática, o que demonstra a preocupação dos pesquisadores em fundamentar os dados obtidos, através de diferentes fontes de evidência.”. Em outras palavras, a triangulação de dados proporciona uma melhoria metodológica dos estudos e, por conseguinte, uma maior qualidade das produções.

Em relação ao tipo de amostragem, verificou-se que as pesquisas utilizaram como amostra: uma única organização/sede (39%), múltiplas organizações (35%), filiais/escritórios de uma mesma organização (13%), público em geral ou documentos (13%). No que concerne ao setor da economia, as organizações estavam divididas em: setor privado (45%), setor público (19%), terceiro setor (10%), setores diversos (26%).

TEMAS RELACIONADOS AOS VALORES ORGANIZACIONAIS

As diferentes abordagens para os valores organizacionais utilizadas pelos artigos corroboram a complexidade e dinamicidade apontadas por Schein (2009). Neste item, verificou-se a principal distinção entre a atual pesquisa e o trabalho de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009); na época, as autoras identificaram que em 45% dos artigos os valores organizacionais eram utilizados como variável única de estudo, em 38% como variável antecedente e em 7% como variável consequente de fenômenos macro e micro-organizacionais. Agora, esses percentuais correspondem a 10%, 74% e 16%, respectivamente.

Esses dados ratificam a ideia de interdisciplinaridade, demonstrando estudos entre os valores organizacionais e duas ou mais variáveis (temas). Foram identificadas diversas pesquisas que buscavam estabelecer relações entre os valores e alguns desses fenômenos: aprendizagem; cidadania; competitividade; comprometimento e civismo; comunicação; cultura; desempenho; empreendedorismo; ergologia; estratégia; ética; governança; identidade; inovação; liderança; mudança; prazer e sofrimento;

profissionalização; qualidade de vida; recrutamento e seleção; redes interorganizacionais; religiosidade e espiritualidade; responsabilidade social; sustentabilidade; valores individuais. Os temas mais recorrentes estão compilados na Tabela 3.

Tabela 3 – Temas relacionados aos valores organizacionais nos artigos analisados

Temas	%
Competitividade, desempenho e estratégia	15,56
Cultura e identidade	14,44
Comprometimento e civismo	8,89
Liderança e comunicação	7,78
Qualidade de vida, prazer e sofrimento	7,78
Valores individuais	7,78
Cidadania, responsabilidade social e sustentabilidade	5,56
Religiosidade e espiritualidade	5,56
Mudança	4,44
Recrutamento, seleção e profissionalização	4,44
Aprendizagem	2,22
Governança	2,22
Inovação	2,22
Redes interorganizacionais	2,22
Outros temas	8,89
Total	100

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Como se verifica, além de temas recorrentes em outros levantamentos, tais como: aprendizagem organizacional, prazer-sofrimento, mudança organizacional, identificou-se pesquisas que buscavam relacionar fenômenos organizacionais mais contemporâneos, tais como: cidadania, responsabilidade social e sustentabilidade; religiosidade e espiritualidade; redes interorganizacionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou analisar a produção científica nacional sobre o tema valores organizacionais e sua relação com as áreas Administração, Psicologia (que tradicionalmente abordam o tema) e Interdisciplinar (nova abordagem), através de um estudo dos artigos científicos publicados em periódicos nacionais *on-line*, A1 ou A2, entre 2012 e 2016, nas áreas de avaliação Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar. Foram analisados 31 artigos, publicados em 23 periódicos nacionais.

A complexidade dos temas “cultura” e “valores” se manifestou durante o levantamento. Verificou-se considerável literatura sobre valores sociais, valores humanos, valores pessoais, valores profissionais, valores regionais/locais. Foram localizados artigos sobre a cultura organizacional em sentido amplo, bem como questões a ela relativas: civismo e comprometimento organizacional; clima organizacional; empreendedorismo; estresse e *burnout*; inovação; justiça organizacional; liderança; processo decisório; relações de poder. Localizaram-se, ainda, discussões sobre a influência dos valores pessoais (do fundador, do dirigente, do funcionário) ou coletivos (grupo social, classe profissional) sobre o trabalho e/ou a organização. Contudo, nenhum destes artigos foi contabilizado no presente levantamento porque os valores organizacionais, embora citados, não eram uma variável central do estudo/discussão.

A inclusão da área Interdisciplinar permitiu verificar como as “áreas tradicionais”, em especial a Psicologia, estão interagindo com outros campos científicos para estudar as interações (individuais e coletivas) entre o comportamento humano e as organizações. Permitiu também a análise de revistas voltadas às áreas de Antropologia e Educação, não estudadas nos levantamentos anteriores. Embora nenhum artigo tenha sido selecionado nestas áreas específicas, há de ser considerada, no resultado da pesquisa, a delimitação proposta ao tema: as organizações. Alguns artigos discutiam temas referentes à cultura e/ou valores em outros “locais”, tais como: grupos sociais (família, escola, igreja, “tribo”, movimento social etc) e espaços físicos (sala de aula, favela, aldeia, bairro, cidade, país etc). Na revista *Horizontes Antropológicos*, por exemplo, embora não tenha sido localizado nenhum artigo sobre valores organizacionais, foram identificados artigos que discutiam, dentre outros: o sistema de

valores no ambiente *on-line*; os valores ético-morais e as relações étnico-raciais no mundo do trabalho; as noções de produção, propriedade intelectual e cultura; a relação entre cultura, política e economia; as culturas morais na Noruega e na União Europeia; as culturas e valores dos grupos do movimento *software* livre brasileiro; a preservação da cultura nordestina; a relação entre cultura, economia e consumo.

Em relação às comparações entre os três levantamentos, as fontes pesquisadas, por vezes, divergiram quanto à área, classificação e meio de divulgação. Com base nos dados da pesquisa e sua comparação com as pesquisas de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) e Estivaleta e colaboradores (2012), evidenciou-se que a produção nacional sobre valores organizacionais continua concentrada na área de Administração e em autores vinculados a instituições públicas das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul; a maioria dos artigos permanece de natureza empírica e descritiva, utilizando-se de pesquisas do tipo estudo de caso e o questionário/escala como instrumento de coleta de dados.

Não obstante, a comparação entre eles também evidenciou algumas mudanças – ora sutis, ora expressivas – entre os artigos, dentre as quais se destacam: uma (expressiva) pluralidade e parceria entre autores e instituições, de diferentes áreas de conhecimento e espaços geográficos, incluindo a atração de novos pesquisadores; uma melhoria na distribuição das publicações entre as regiões do País; um aumento das pesquisas qualitativas e do uso de multimétodos para a coleta de dados; uma diversificação dos fenômenos organizacionais estudados.

Outro fato significativo foi a existência de artigos produzidos por pesquisadores estrangeiros, bem como por pesquisadores brasileiros, mas escritos em língua estrangeira. Os trabalhos discutiam: o impacto dos valores organizacionais sob a felicidade do trabalhador; a influência dos valores organizacionais no desempenho organizacional; a cultura e a participação da mulher no mercado de trabalho; a relação entre a motivação docente e variáveis organizacionais, como clima e cultura organizacionais; a relação entre valores organizacionais e estresse. Tais fatos reiteram a relevância dada ao tema na literatura internacional.

Em suma, apesar do número de produções ter se mantido estável, quando comparado com as pesquisas de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) e Estivaleta

e colaboradores (2012), o presente levantamento revelou amadurecimento dos estudos sobre valores organizacionais no Brasil. A atração de novos pesquisadores, de diferentes áreas do conhecimento e instituições, e os novos temas relacionados demonstram o crescente interesse científico nacional sobre a temática e a possibilidade de novas questões de investigação, com potencial para contribuir no aprimoramento das políticas e práticas voltadas à gestão de pessoas e à gestão organizacional.

REFERÊNCIAS

- BARNEY, Jay B. Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? **Academy of Management Review**, v. 11, n. 3, p. 656-665, jul. 1986. Disponível em: <<http://www.wiggo.com/mgmt8510/readings/readings8a/barney1986amr.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2017. ISSN 1930-3807. DOI: <http://www.jstor.org/stable/258317>.
- BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt et al. Vínculos dos Indivíduos com a Organização: Análise da Produção Científica Brasileira 2000-2010. **Psicologia: Teoria e Pesquisa** [impressa], Brasília, v. 30, n. 2, p. 153-162, jun. 2014. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v30n2/04.pdf>>. Acesso em: 24 fev. 2017. ISSN 0102-3772. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722014000200004>.
- BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; PAGOTTO, Cecília do Prado. O estado da arte da pesquisa brasileira em Psicologia do Trabalho e Organizacional. **Psicologia: Teoria e Pesquisa** [impressa], Brasília, v. 26, n. spe, p. 37-50, 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v26nspe/a04v26ns.pdf>>. Acesso em: 24 fev. 2017. ISSN 0102-3772. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722010000500004>.
- ESTIVALETE, Vânia de Fátima Barros et al. Valores organizacionais no Brasil: uma análise da produção científica na área da administração nos últimos 10 anos. **Gestão Contemporânea** [on-line]. Porto Alegre, ano 9, n. 12, p. 43-68, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://seer4.fapa.com.br/index.php/arquivo/article/view/150/108>>. Acesso em: 25 ago. 2016. ISSN 2177-3068.

FERREIRA, Maria Cristina; FERNANDES, Helenita de Araújo; CORRÊA E SILVA, Ana Paula. Valores organizacionais: um balanço da produção nacional do período de 2000 a 2008 nas áreas de administração e psicologia. **RAM – Revista de Administração Mackenzie** [on-line]. São Paulo, v. 10, n. 3, mai./jun. 2009. p. 84-100. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v10n3/a06v10n3.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016. ISSN 1678-6971. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712009000300006>.

GORDON, G. G., DITOMASO, N. Predicting corporate performance from organizational culture. **Journal of Management Studies**, v. 29, n. 6, p. 783-798, nov. 1992. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.1992.tb00689.x/full>>. Acesso em: 20 fev. 2017. ISSN 0022-2380.

SCHEIN, Edgar H. Organizational culture. **American Psychologist** [impressa], v. 45, n. 2, p. 109-119, fev. 1990. ISSN 0003-066X. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109>

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais. In: TAMAYO, Álvaro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; CODO, Wanderley (Org). **Trabalho, organizações e cultura**. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia (ANPEPP), 1996. Cap. 12, p. 157-172. Coletâneas da ANPEPP, v. 1, n. 11.

TAMAYO, Álvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres da. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia** [on-line], Natal, v. 5, n. 2, p. 289-315, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v5n2/a02v05n2.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2017. ISSN 1678-4669. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2000000200002>.

3 ARTIGO II: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS

The organizational values at the Federal University of Bahia (UFBA): declared values and perceived values

Los valores organizacionales en la Universidad Federal de Bahía (UFBA): valores declarados y valores percibidos

Les valeurs organisationnelles à l'Université Fédérale de Bahia (UFBA): valeurs déclarées et valeurs perçues

ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR*

RESUMO

Os valores organizacionais são o núcleo da cultura organizacional. São eles que orientam a vida da organização e o comportamento de seus membros, influenciam sua forma de pensar, agir e de sentir. A pesquisa buscou compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), por meio de duas estratégias: (1) averiguar a percepção (valores percebidos) que seus servidores possuem em relação aos valores existentes e praticados na Universidade, através do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO); (2) identificar os valores esposados pela alta administração (valores declarados), através da análise de conteúdo dos principais documentos da Universidade. Os resultados apontaram que, na percepção dos servidores, os fatores Prestígio e Tradição são os principais valores da organização, enquanto que os fatores Bem-estar do Empregado e Domínio ocuparam as últimas posições na hierarquia. Essa percepção é compartilhada por diferentes grupos. Na análise documental, os fatores Preocupação com a Coletividade e Autonomia foram identificados como os mais esposados nos textos, enquanto que os fatores Tradição e Bem-estar do Empregado foram os de menor destaque. Observou-se uma distinção significativa entre os valores declarados nos documentos e os valores percebidos pelos servidores, fato que pode comprometer o funcionamento e desenvolvimento da organização. Os conhecimentos adquiridos durante o estudo poderão ser aplicados em estratégias para aperfeiçoar a governança universitária e contribuir no alcance da missão e objetivos institucionais.

Palavras-chave: Cultura organizacional. Valores organizacionais. Hierarquia de valores. Universidade.

* Secretário Executivo pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Faculdade Social da Bahia (FSBA). Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade (PPGEISU), Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos (IHAC/UFBA), linha de pesquisa: *Gestão, Formação e Universidade*. Estudante-pesquisador do Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Saúde, Violência e Subjetividade (SAVIS), linha de pesquisa: *Subjetividade, Instituições e Saúde na Contemporaneidade*. Atua como Secretário Executivo do Instituto de Letras da Universidade Federal da Bahia (ILUFBA). E-mail: ademirbj@yahoo.com.br. Endereço para correspondências: Universidade Federal da Bahia, Rua Barão de Jeremoabo, nº 147, Campus Universitário, LET, Ondina, CEP: 40.170-115, Salvador, Bahia, Brasil.

ABSTRACT

Organizational values are the core of organizational culture. They are the values that guide the life of the organization and the behavior of its members, influence their way of thinking, acting and feeling. The research sought to understand the organizational values of the Federal University of Bahia (UFBA), through two strategies: (1) to ascertain the perception (perceived values) that its employees have in relation to existing and practiced values at the University, through the Inventory of Organizational Values Profiles (IPVO); (2) identify the values espoused by top management (declared values), through content analysis of the main documents of the University. The results demonstrated that, in the perception of the staff, the Prestige and Tradition factors are the main values of the organization, while the Employees and Domain Welfare factors occupied the last positions in the hierarchy. This perception is shared by different groups. In the documentary analysis, the factors Concern with the Collectivity and Autonomy were identified as the most espoused in the texts while the Employee's Tradition and Welfare factors were the least prominent. It was observed a significant distinction between the values declared in the documents and the values perceived by the servers, which could compromise the functioning and development of the organization. The knowledge acquired during the study could apply to strategies to improve university governance and contribute to the achievement of the mission and institutional objectives.

Keywords: Organizational culture. Organizational values. Hierarchy of values. University.

RESUMEN

Los valores organizacionales son núcleos de la cultura organizativa. Son ellos que orientan la vida de la organización y del comportamiento de sus miembros, influyen en su forma de pensar, actuar y sentir. La investigación tuvo el objetivo de comprender los valores organizacionales de la Universidad Federal de Bahía (UFBA), por medio de dos estrategias: (1) investigar la percepción (valores percibidos) que sus funcionarios poseen con relación a los valores existentes y practicados en la Universidad, a través del Inventario de Perfiles de Valores Organizativos (IPVO); (2) identificar los valores seguidos por los dirigentes administrativos superiores (valores declarados), a través del análisis de contenidos de los principales documentos de la Universidad. Los resultados mostraron que, en la percepción de los funcionarios, los factores Prestigio y Tradición son los principales valores, mientras que los factores Bienestar de los Empleados y Dominio se quedaron en los últimos lugares en la jerarquía. Esa percepción es compartida por diferentes grupos sociodemográficos. En el análisis documental, los factores Preocupación con el Colectivo y Autonomía fueron identificados como los más adoptado en los textos, mientras que Tradición y Bienestar del Empleado fueron los de menos relieve. Se observó una distinción significativa entre los valores declarados en los documentos y los valores percibidos por los funcionarios, hecho que puede poner en riesgo el funcionamiento y desarrollo de la organización. Los conocimientos adquiridos durante el estudio podrán ser aplicados en estrategias para perfeccionar la administración universitaria y contribuir en el logro de la misión y los objetivos institucionales.

Palabras clave: Cultura organizativa. Valores organizacionales. Jerarquía de valores. Universidad.

RÉSUMÉ

Les valeurs organisationnelles sont le cœur de la culture organisationnelle. Elles orientent la vie de l'organisation et le comportement de ses membres, elles influencent leur façon de réfléchir, d'agir et de sentir. Cette étude s'est proposée de comprendre les valeurs organisationnelles de l'Université Fédéral de Bahia (UFBA) à travers deux stratégies: (1) déterminer la perception (valeurs perçues) que ses agents ont par rapport aux valeurs existantes et pratiquées à l'Université, à l'aide de l'Inventaire des Profils de Valeurs Organisationnelles (IPVO); (2) identifier les valeurs adoptées par la direction (valeurs

déclarées), grâce à l'analyse du contenu des principaux documents de l'Université. Les résultats ont montré que, dans la perception des agents, les facteurs Prestige et Tradition sont les valeurs principales de l'organisation, tandis que les facteurs Bien-être des employés et Domaine ont occupé les dernières places de la hiérarchie. Cette perception est partagée par différents groupes sociodémographiques. Dans l'analyse documentaire, les facteurs Préoccupation avec la collectivité et Autonomie ont été identifiés comme les plus considérables dans les textes, tandis que les facteurs relatifs à la Tradition et au Bien-être de l'employé étaient les moins importants. Nous avons observé une distinction importante entre les valeurs déclarées dans les documents et les valeurs perçues par les agents, ce qui pourrait compromettre le fonctionnement et le développement de l'organisation. Les connaissances acquises au cours de cette étude pourront être appliquées à des stratégies visant à améliorer la gouvernance des universités et à contribuer à atteindre la mission et les objectifs institutionnels.

Mots-clés: Culture organisationnelle. Valeurs organisationnelles. Hiérarchie des valeurs. Université.

INTRODUÇÃO

Entre 1927 e 1932, em uma fábrica de componentes telefônicos da Western Electric Company, situada em Hawthorne (Chicago/EUA), George Élton Mayo coordenou uma pesquisa experimental com a finalidade de determinar, dentre outras condições de trabalho, a relação entre a intensidade da iluminação e a eficiência dos operários. A hipótese era de que quanto melhor a iluminação no ambiente, melhor a produtividade. Entretanto, ao final do estudo, a hipótese foi refutada. Resumidamente, concluiu-se que o aumento da produtividade não era determinado pela intensidade da luz (fator físico/fisiológico, aspecto formal, racional), mas por normas sociais, expectativas e coesão do grupo (fator psicológico, aspecto informal, subjetivo). O resultado da pesquisa contestava o rigor da racionalização do trabalho (estudo dos tempos e movimentos), princípio da administração científica proposta por Frederick Winslow Taylor no final do século XIX (CORDEIRO, 1961).

A *Experiência de Hawthorne* impulsionou os estudos sobre as relações humanas no trabalho; a organização passou a ser vista não apenas como um aglomerado de indivíduos (simples peças do processo produtivo) motivados exclusivamente por recompensas materiais (*homo economicus*), mas como um grupo de pessoas (personalidades distintas e complexas) motivado, também, pela satisfação de suas necessidades sociais e psicológicas (*homo sociale*). Essas pessoas estabelecem relações formais e informais entre si, com a organização e com a sociedade, impondo ao administrador, cujo poder de decisão influencia e orienta o sentido dessas relações, o

desafio de estabelecer um clima positivo e favorável, de forma que os objetivos institucionais (organização formal) possam ser alcançados ao mesmo tempo em que, tanto quanto possível, se promove a satisfação das necessidades pessoais/grupais de seus membros (organização informal) (CORDEIRO, 1961).

Os estudos de Mayo revelaram que as atividades laborais “são influenciadas tanto pela natureza dos seres humanos quanto pelo plano formal e que precisamos prestar muita atenção ao lado humano da organização.” (MORGAN, 2006, p. 56). Ao longo dos anos, esses estudos receberam críticas e contribuições; não obstante, dois fenômenos permanecem até os dias de hoje: o conflito entre as “organizações” (formal e informal) e a busca de um esforço cooperativo entre elas. Neste prisma, Oliveira e Tamayo (2004) defendem que os **valores organizacionais** atuam como mediadores nos conflitos, contribuindo para a solução dos problemas da organização e, por conseguinte, garantindo sua sobrevivência. Assim, eles desempenham um papel importante no alcance dos objetivos organizacionais e no atendimento das necessidades dos indivíduos.

Toda organização possui valores; crenças duradouras sobre a conveniência de certos modelos de condutas ou estados finais de existência (KABANOFF; DALY, 2002). Sua escolha inspira-se nos valores da sociedade e dos membros de maior influência e, frequentemente, precede sua própria existência física. Os valores organizacionais são elementos fundamentais e necessários para que um grupo de pessoas crie uma identidade coletiva e trabalhe em torno de ideais comuns (TAMAYO, 2008). Esses ideais são, em suma, a missão e os objetivos institucionais, a razão de ser de qualquer organização. Na concepção de Katz e Kahn (1976), como elemento norteador, os valores influenciam o funcionamento e o desenvolvimento da organização e dos indivíduos que a constituem, são as justificativas e aspirações ideológicas mais generalizadas, “atuam como elementos integradores, no sentido de que são compartilhados por todos ou pela maioria dos membros organizacionais.” (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004, p. 130).

As organizações (e os grupos que a compõem) desenvolvem culturas próprias que afetam o modo de pensar, sentir e agir dos seus membros (TAMAYO, 1996). Deste modo, a cultura organizacional é permeada por diferentes “culturas” (SCHEIN, 1990). Toda organização é complexa, multiface e paradoxal (MORGAN, 2006), um terreno de contradições em que grupos medem força, se defrontam, com base em interesses divergentes e em credos ou *ethos* dissonantes (SROUR, 1998). Cada um destes grupos (e

cada indivíduo em particular) possui expectativas e objetivos distintos, por vezes conflitantes, o que acaba por lhes proporcionar também uma percepção distinta dos valores organizacionais (TAMAYO, 2008). O alcance dos objetivos institucionais depende, portanto, da colaboração entre esses diferentes sujeitos; quanto maior a incongruência dos valores organizacionais percebidos pelos membros de uma organização, maior será a dificuldade para ela cumprir com seus objetivos.

Como toda organização, as universidades públicas possuem valores e objetivos institucionais (ainda que nem sempre formalmente enunciados), que são explicitados, percebidos e compartilhados por seus membros: o corpo discente, o corpo docente e o corpo técnico-administrativo; especialmente pelos dois últimos por representarem cargos de carreira, sujeitos detentores da estabilidade pública e responsáveis por todos os cargos administrativos e pelos principais postos decisórios.

Na construção destes valores, algumas universidades passaram pelo conflito entre diferentes culturas organizacionais pré-existentes. Conforme aponta Boaventura (2009), algumas universidades públicas brasileiras, em especial aquelas mais antigas, foram constituídas por aglutinação de instituições de ensino superior (IES) existentes à época (faculdades, escolas, institutos), cada uma delas com sua própria cultura e valores organizacionais. Esse foi o caso, por exemplo, da Universidade do Rio de Janeiro, criada em 1920 (atual Universidade Federal do Rio de Janeiro), da Universidade de Minas Gerais, criada em 1927 (atual Universidade Federal de Minas Gerais), da Universidade de São Paulo, criada em 1934, e da Universidade da Bahia, criada em 1946 (atual Universidade Federal da Bahia).

Outro conflito relacionado aos valores da universidade reside na crescente pressão do “mercado educativo”. Os valores neoliberais (aparentemente humanistas) têm provocado uma crise de legitimidade nas instituições de ensino, sobretudo as públicas, com repercussões negativas para alunos, professores, funcionários e a própria sociedade. Nesta visão utilitarista da educação, baseada em um bem articulado discurso sobre as deficiências da administração pública e a necessária modernização do ensino, a escola deve abandonar “saberes supérfluos” e ensinar apenas o que será mercadologicamente útil. Para tanto, são adotados “produtos” educacionais padronizados (uniformização das formas e conteúdos dos estudos) que tornam o processo educacional mais rápido, competitivo e lucrativo, ao tempo em que reduz as interações e ignora as diferenças

(LAVAL, 2004). Estabelece-se, portanto, uma clara oposição aos valores republicanos da educação emancipadora (valor social, cultural e político do saber, sem esquecer a capacitação profissional), aos princípios da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (BRASIL, 1996) – tais como: universalidade, liberdade, pluralismo, respeito, gratuidade, democracia e diversidade –, e aos valores basilares das universidades públicas brasileiras – tais como: tradição, indissociabilidade (ensino-pesquisa-extensão) e autonomia (didático-científica, administrativa, patrimonial e financeira).

A presente pesquisa buscou compreender os valores organizacionais de uma destas importantes instituições de ensino superior pública brasileira, analisando dois aspectos: os valores organizacionais declarados nos seus principais documentos e os valores organizacionais percebidos por seus servidores (corpo docente e corpo técnico-administrativo). A instituição selecionada foi a Universidade Federal da Bahia (UFBA).

MARCO TEÓRICO: CULTURAS E VALORES

A cultura organizacional é um conceito com muitas definições, diferentes e concorrentes, podendo ser descrita como um conjunto complexo de postulados (valores, crenças, suposições e símbolos), compartilhados pelos membros da organização, que lhes confere um sentido, define a maneira como os negócios serão conduzidos (BARNEY, 1986). A cultura organizacional exerce influência sobre a estratégia de negócio e de gestão (PINHO; BASTOS; ROWE, 2015); ela não apenas define quem são seus funcionários, clientes, fornecedores e concorrentes, mas também como a organização irá interagir com esses *stakeholders* (LOUIS, 1983 apud BARNEY, 1986), sendo, portanto, “determinante do desempenho individual, da satisfação no trabalho e da produtividade da empresa” (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000, p. 290).

A cultura de uma empresa pode ser uma fonte de vantagem competitiva. Ações gerenciais pautadas em valores que promovem inovação e flexibilidade podem promover um desempenho superior. Por outro lado, a cultura organizacional pode reduzir significativamente a sua eficácia, impedindo-a de perceber todas as suas opções competitivas/operacionais e de escolher as opções mais compatíveis com suas

necessidades competitivas/operacionais. Assim, quanto maior for a compreensão sobre os seus atributos culturais, maior será a probabilidade de que suas vantagens competitivas não sejam dissipadas por meio de má administração (BARNEY, 1986).

Segundo Schein (1990; 2009), a cultura de uma organização se manifesta em três níveis: (1) os pressupostos básicos, nível mais profundo, são crenças, percepções, pensamentos e sentimentos inconscientes e não observáveis, compartilhados e assumidos como verdadeiras inquestionáveis, que determinam a forma como as pessoas pensam e sentem; (2) os valores, nível intermediário, são estratégias e regras de comportamento reconhecidas, assumidas e compartilhadas, que explicam o comportamento do grupo e exercem uma função integradora. Na medida em que passam no teste do tempo, os valores podem se tornar pressupostos; (3) os artefatos, nível superficial, são as estruturas e processos organizacionais visíveis (*layout*, vestimenta, declarações, documentos etc).

Em suma, a essência da cultura de um grupo é seu padrão de pressupostos básicos, entretanto, esta cultura apenas se manifesta através das crenças e valores expostos e dos artefatos observáveis. Assim, para compreender a cultura organizacional é preciso estudar os valores e/ou os artefatos, razão pela qual as pesquisas sobre valores organizacionais costumam distingui-los entre valores declarados e valores percebidos.

VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS

As organizações, tal qual o indivíduo e os grupos em geral, também possuem exigências universais que precisam ser satisfeitas. Toda organização enfrenta três problemas fundamentais: a relação, sempre conflituosa, entre o indivíduo e o grupo (interesses do indivíduo vs. interesses da empresa); a necessidade de elaborar uma estrutura (papéis, normas, estratégias); a relação da organização com o meio ambiente natural (ambiente físico) e social (sociedade e outras organizações) (SCHWARTZ; ROS, 1995 apud TAMAYO, 1996). As alternativas de resposta a estes problemas fundamentais agregam um conjunto de valores, “as opções feitas pela organização implicam na valorização de determinadas formas de pensar, de agir e de sentir que constituem os valores organizacionais.” (TAMAYO, 1996, p. 167).

Os valores estão no cerne da cultura de uma organização, tão profundamente enraizados que não podemos vê-los, notamos apenas as formas através das quais eles se manifestam: opiniões, atitudes, preferências, desejos, medos etc. Ainda assim, eles refletem o que é importante e valioso para a organização, direcionam as centenas de decisões tomadas e ações praticadas em todos os níveis da organização, todos os dias (POSNER, 2010). Descobrir os valores centrais que determinam os padrões de cultura e subcultura corporativa constitui um dos passos para identificar doenças organizacionais e prescrever algum tipo de cura (MORGAN, 2006).

Os valores organizacionais declarados (esposados, adotados, defendidos ou expostos) são aqueles explicitados nos documentos públicos (oficiais, organizacionais ou institucionais). E, embora possam não ser endossados por todos os membros, são assim chamados porque são os valores que a organização defende ou, mais precisamente, aqueles que são defendidos em seu nome pelos ocupantes dos mais altos níveis hierárquicos. A alta administração “tem o direito e a responsabilidade de expressar um conjunto de valores em nome de suas organizações.” (KABANOFF; HOLT, 1996, p. 217, tradução nossa).

A cultura organizacional está em constante mudança e a alta administração pode ter efeito dominante sobre a cultura emergente. Ao escolher o que será cuidado, avaliado, controlado, recompensado e/ou valorizado; ao reagir aos incidentes e crises; ao estabelecer as normas e procedimentos organizacionais e ao determinar o espaço físico, os símbolos e as declarações formais, dentre outras ações, a alta administração está tentando incorporar seus pontos de vista de como as coisas deveriam ser (SCHEIN, 1990). Kabanoff e Daly (2002) enfatizam o potencial dos valores declarados em transmitir o posicionamento da alta administração, suas políticas e práticas organizacionais e muito de sua identidade, imagem, reputação e cultura. Na grande maioria dos casos, os valores declarados refletem, também, o que os administradores realmente acreditam que suas organizações são, o que eles prefeririam que elas fossem ou o que eles gostariam que seus *stakeholders* acreditassem que elas são. Segundo os autores, a análise documental pode ser utilizada, inclusive, para estudar a mudança nos valores organizacionais ao longo do tempo, visto que as organizações adotam valores congruentes com seu meio cultural.

Contudo, embora os valores da organização inspirem-se nos valores de seus fundadores e dos líderes posteriores, os pressupostos culturais compartilhados refletem a experiência do grupo total (SCHEIN, 1990). Ou seja, embora as organizações elaborem formalmente seus valores, aqueles explicitados nos documentos (valores declarados), eles só existem efetivamente na mente de seus membros (valores percebidos). Neste contexto, os valores organizacionais constituem o cerne da cultura organizacional, seu núcleo, eles orientam a vida da organização, guiam o comportamento dos membros, determinam sua força de pensar, agir e de sentir. Para tanto, precisam ser reconhecidos, aceitos e ratificados pelos membros, caso contrário não passarão de uma declaração de intenções (TAMAYO; GONDIM, 1996; TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000).

Os valores organizacionais percebidos são, obviamente, fruto de um processo de percepção. “Cada indivíduo é [...] uma reapropriação singular do universo social e histórico que o envolve”; assim, a percepção pode ser entendida como o resultado do processo de aquisição, interpretação, seleção, organização e valorização das informações obtidas do “mundo real” pelos sentidos –, estando, em sua própria conceituação, fortemente ligada às vivências e subjetividades (GOLDENBERG, 2000, p. 36). No “mundo organizacional”, “[...] quase todo empregado é capaz de detectar diferenças nos valores que dominam em determinadas organizações e que determinam o seu clima e a sua cultura organizacionais.” (TAMAYO; GONDIM, 1996, p. 62). Essas informações são obtidas não somente nos documentos públicos, mas, também, nos discursos e nas atitudes dos diretores, gerentes e colegas, bem como no que realmente acontece no dia-a-dia da organização (TAMAYO, 1996). A percepção não é invariável, ela pode mudar espontaneamente de acordo com as alterações na organização, na sociedade ou nos indivíduos; essa mudança pode resultar, dentre outros, na melhoria do clima organizacional, na transformação da cultura e no aumento da produtividade.

Ao longo dos anos, os valores organizacionais foram estudados sobre diferentes perspectivas, métodos e abordagens. Apesar de diferentes, muitos estudos adotaram o questionário em sua metodologia. Schein (1990), embora destacasse a natureza abstrata da cultura e seus elementos, considerou que essa “propriedade de grupos” pode ser medida por questionários que conduzem a perfis de tipo Likert. Em levantamentos realizados em 2011 e 2017, respectivamente, Melo e Domenico (2012) identificaram 31 teses e dissertações sobre valores organizacionais publicadas na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD), 81% deles aplicaram questionários

para a mensuração dos valores; Bicalho Junior e Ribeiro (2018) identificaram 31 artigos sobre o tema publicados em periódicos nacionais *on-line*, Qualis A, entre 2012 e 2016, nas áreas de avaliação Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar, 46% utilizaram o questionário/escala como o principal instrumento de coleta.

No Brasil, as pesquisas com maior destaque são: Tamayo e Gondim (1996), com base empírica, desenvolveram a Escala de Valores Organizacionais (EVO); Tamayo, Mendes e Paz (2000), baseados na teoria de valores culturais de Schwartz, desenvolveram o Inventário de Valores Organizacionais (IVO); Oliveira e Tamayo (2004), baseados na teoria de valores pessoais de Schwartz, desenvolveram o Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO). Nesta pesquisa, optamos por trabalhar com este último modelo teórico.

VALORES PESSOAIS E VALORES ORGANIZACIONAIS

Os valores pessoais são desenvolvidos durante as interações sociais do indivíduo; são originados da busca (individual) de respostas apropriadas (e aceitáveis para o resto do grupo) para a satisfação de três exigências universais do ser humano: necessidades biológicas do organismo; necessidades sociais relativas à regulação das interações interpessoais; necessidades socioinstitucionais referentes à sobrevivência e bem-estar dos grupos (SCHWARTZ, 1992; TAMAYO, 1996). A partir dessas exigências e das respostas aprendidas pelos indivíduos para satisfação dessas necessidades, o estudo de Schwartz (1992) apresentou uma tipologia contendo dez tipos motivacionais de valores (metas motivacionais do indivíduo), caracterizados no Quadro 1.

Quadro 1 – Tipos motivacionais de valores

Tipo	Meta
Autodeterminação	Independência de pensamento, ação e opção.
Benevolência	Promoção do bem-estar das pessoas íntimas.
Conformidade	Controle de impulsos e ações que podem violar normas sociais ou prejudicar os outros.
Estimulação	Excitação, novidade, mudança, desafio.
Hedonismo	Prazer e gratificação sensual para si mesmo; gratificação de necessidades físicas.
Poder social	Controle sobre as pessoas e os recursos, prestígio; dominação, status social.
Realização	Sucesso pessoal obtido através de demonstração de competência; reconhecimento social.

Segurança	Integridade pessoal, estabilidade da sociedade, do relacionamento e de si mesmo.
Tradição	Manutenção, respeito e aceitação dos ideais e costumes da sociedade.
Universalismo	Tolerância, compreensão e promoção do bem-estar de todos e da natureza.

Fonte: Schwartz (1992); Oliveira e Tamayo (2004)

Esses tipos formam padrões/estruturas de relações entre si, que podem envolver tanto compatibilidades (valores adjacentes ou complementares) quanto conflitos ou tensões (valores antagônicos ou concorrentes). Essa característica dá sentido às quatro dimensões de valores: abertura à mudança vs. conservação; autotranscendência vs. autopromoção (SCHWARTZ, 1992).

A dimensão **abertura à mudança versus conservação** opõe valores que enfatizam pensamento e ação independentes (Estimulação, Autodeterminação e Hedonismo), favorecendo a mudança, e, do outro lado, valores que dão ênfase a autorrestrrição, preservação de práticas tradicionais e proteção da estabilidade (Segurança, Conformidade e Tradição). A dimensão **autopromoção versus autotranscendência** apresenta, no primeiro polo, os valores relativos aos tipos motivacionais Poder, Realização e Hedonismo, e no polo da autotranscendência, os valores de Universalismo e Benevolência. Essa dimensão contrasta valores que privilegiam os interesses do indivíduo, mesmo à custa dos outros, em oposição à preocupação com o bem-estar dos outros e da natureza (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004, p. 131-132) (grifo do autor)

Oliveira e Tamayo (2004) defendem que os valores pessoais do trabalhador e os valores organizacionais convivem cotidianamente nas organizações, compartilham as metas universais que expressam a satisfação de exigências básicas do ser humano e apresentam componentes motivacional, cognitivo, hierárquico e social semelhantes. A principal diferença é que os primeiros têm a função de orientar a vida das pessoas enquanto que os segundos buscam orientar a vida da organização.

A relação entre os valores pessoais e organizacionais é um elemento crítico da cultura organizacional e da liderança. O alinhamento e as diferenças entre eles podem impactar diretamente o desempenho da organização e de seus membros; o primeiro geralmente resulta em atitudes positivas de trabalho e resultados, já o segundo pode resultar em estresse, desmotivação e insatisfação. Várias decisões gerenciais importantes envolvem valores pessoais, mas têm um impacto organizacional crítico, por exemplo: como equilibrar a satisfação dos clientes e os interesses da organização; como dividir o tempo entre o trabalho e a família; como selecionar os comportamentos que serão recompensados ou desencorajados pela administração etc (POSNER, 2010).

Desta forma, os valores pessoais (também chamados de valores básicos) podem fundamentar o estudo dos valores organizacionais, visto que eles constituem o fundamento de todos os outros. O estudo das relações entre esses dois sistemas, bem consolidados e relativamente independentes, possibilita a análise empírica de fenômenos organizacionais (ex: a adaptação/integração do trabalhador à organização e as raízes de conflitos axiológicos), e, por conseguinte, a definição de estratégias de gestão centradas na convergência de metas individuais e organizacionais (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004).

Segundo Oliveira e Tamayo (2004, p. 134), “ao tomar os valores pessoais como base teórica para a construção da medida de valores organizacionais, conta-se com a vantagem de dispor de uma teoria integrada de valores.”. A correlação entre os tipos motivacionais e as dimensões de valores identificados por Schwartz (1992) e os fatores validados por Oliveira e Tamayo (2004) está descrita no Quadro 2.

Quadro 2 – Fatores do IPVO e os tipos motivacionais e dimensões de valores correspondentes

Fatores do IPVO, validados por Oliveira e Tamayo (2004)		Tipo motivacional e dimensão de valores (Schwartz, 1992)
Fator	Meta / Descrição	
Realização	Valorizar a competência e o sucesso dos trabalhadores. Agrega itens que representam valores cuja meta central é o sucesso, através da demonstração de competência da organização e de seus empregados. Desempenho competente é uma exigência para a sobrevivência da organização e para a permanência do empregado nesse contexto.	Realização (autopromoção)
Conformidade	Promover a correção, a cortesia e as boas maneiras no trabalho e o respeito às normas da organização. O conteúdo dos itens refere-se à definição de limites das ações organizacionais e comportamentos de seus membros, dando prioridade ao respeito a regras e modelos de comportamentos, tanto no ambiente de trabalho quanto no relacionamento com outras organizações.	Conformidade (conservação)
Domínio	Obter lucros, ser competitiva e dominar o mercado. Congrega itens relativos ao Poder, cuja meta central é a obtenção de <i>status</i> , controle sobre pessoas e recursos, bem como à busca de uma posição dominante no mercado.	Poder (autopromoção)
Bem-estar do Empregado	Promover a satisfação, o bem-estar e a qualidade de vida no trabalho. Os itens deste fator indicam a preocupação da organização em propiciar satisfação ao empregado, atentando para a qualidade de vida no trabalho.	Hedonismo (abertura à mudança; autopromoção)
Tradição	Manter a tradição e respeitar os costumes da organização. Este fator contém itens relativos à preservação e ao respeito aos costumes e práticas consagradas pela organização que prefere manter sua forma de funcionamento.	Tradição (conservação)

Prestígio	Ter prestígio, ser conhecida e admirada por todos, oferecer produtos e serviços satisfatórios para os clientes. Os itens estão relacionados ao Poder. A organização busca prestígio, admiração e respeito da sociedade por causa da qualidade dos seus produtos.	Poder (autopromoção)
Autonomia	Oferecer desafios e variedade no trabalho, estimular a curiosidade e a inovação. Congrega itens referentes à busca de aperfeiçoamento constante do empregado e da organização que se expressa por meio de competência, curiosidade, criatividade, variedade de experiência e definição de objetivos profissionais de seus empregados. Além disso, há uma abertura para os desafios.	Autodeterminação Estimulação (abertura à mudança)
Preocupação com a Coletividade	Promover a justiça e a igualdade na organização, bem como, a tolerância, a sinceridade e a honestidade. Este fator é composto por valores que orientam o relacionamento cotidiano com indivíduos próximos e com a comunidade.	Benevolência Universalismo (autotranscendência)

Fonte: Oliveira e Tamayo (2004), com base nos estudos de Schwartz (1992)

Conforme se verifica, apenas o tipo motivacional Segurança não possui um valor organizacional correspondente. Esta ausência pode ser explicada, segundo Oliveira e Tamayo (2004, p. 138), “por deficiência na formulação dos itens ou pelo fato de que, na concepção dos sujeitos, o próprio atributo pode incluir certa ambiguidade. Segurança no trabalho pode ser compreendida como segurança de emprego ou segurança na execução das tarefas.”.

MÉTODOS

A pesquisa adotou duas estratégias para o estudo dos valores organizacionais. A primeira, tradicionalmente adotada pelos pesquisadores desta área, consistiu em identificar os valores esposados pela alta administração (valores declarados), por meio da análise de conteúdo dos principais documentos públicos da Universidade. A segunda, proposta por Tamayo (1996), consistiu em verificar a percepção (valores percebidos) que os servidores (atuando como observadores internos) possuem em relação aos valores existentes e praticados na Universidade, por meio do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO).

CARACTERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

A Universidade Federal da Bahia (UFBA) é uma autarquia federal, instituição da Administração Pública Indireta fruto do processo de especialização da educação superior. Seus primórdios remontam à Carta Régia de fundação do Colégio Médico-Cirúrgico da Bahia, primeira instituição de ensino superior do País, firmada pelo Príncipe Regente D. João, em 18 de fevereiro de 1808 (UFBA, 2010). Legalmente, a UFBA foi criada pelo Decreto-Lei nº 9.155, de 08 de abril de 1946 (BRASIL, 1946), e reestruturada pelo Decreto nº 62.241, de 08 de fevereiro de 1968 (BRASIL, 1968).

Inicialmente, a Universidade foi composta pela aglutinação de cinco IES pré-existentes: o Colégio Médico-Cirúrgico da Bahia, de 1808 (atual Faculdade de Medicina), a Faculdade Livre de Direito da Bahia, de 1891 (atual Faculdade de Direito), a Escola Politécnica da Bahia, de 1897 (atual Escola Politécnica), a Escola Comercial da Bahia, de 1905 (atual Faculdade de Ciências Econômicas) e a Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências, de 1941 (atual Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas). Hoje, sua estrutura tem matriz na Carta Magna (BRASIL, 1988), na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (BRASIL, 1996), em seu Estatuto & Regimento Geral (UFBA, 2010) e nas edições de seu Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) (UFBA, 2004, 2009, 2012, 2017a). Esse eixo normativo lhe confere autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial, e lhe imputa o princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

UNIVERSO DA PESQUISA

O universo da pesquisa foi constituído pelos servidores públicos da UFBA: corpo docente (professores efetivos) e corpo técnico-administrativo (técnico-administrativos em educação, sigla TAEs), titulares de cargo público efetivo, regidos por estatuto próprio e regime peculiar de previdência social: a) *corpo docente*: “constituído por professores com atividade regular de ensino, pesquisa, criação, inovação, extensão ou administração universitária”, compreendendo as seguintes classes: Professor Titular; Professor Associado; Professor Adjunto; Professor Assistente; Professor Auxiliar (UFBA, 2010, p. 91). Todos vinculados ao Plano de Carreira e Cargos de Magistério Federal, atualmente estruturado pela Lei Federal nº 12.772, de 28

de dezembro de 2012 (BRASIL, 2012); b) *corpo técnico-administrativo*: “compreende os servidores que exercem atividades técnicas, administrativas, operacionais e de pesquisa e extensão”, compreendendo diversos cargos e classes, com diferentes níveis de escolaridade e requisitos de ingresso (UFBA, 2010, p. 99). Todos vinculados ao Plano de Carreira dos Cargos Técnico-Administrativos em Educação, atualmente estruturado pela Lei Federal nº 11.091, de 12 de janeiro de 2005 (BRASIL, 2005).

Considerando os dados do último levantamento publicado, ano de 2016, em seus dois *campi* universitários existentes à época, situados nos municípios baianos de Salvador e Vitória da Conquista, a UFBA possuía 2.416 membros do corpo docente e 3.126 membros do corpo técnico-administrativo; totalizando um universo de 5.542 servidores (UFBA, 2017b).

ANÁLISE DE CONTEÚDO DOCUMENTAL

A análise realizada nos documentos públicos da UFBA apoiou-se nas pesquisas desenvolvidas por Kabanoff e Holt (1996) e Kabanoff e Daly (2002). Os autores realizam estudos em documentos públicos (relatórios anuais, revistas internas, declarações de valores etc) de várias organizações, com a finalidade de identificar vestígios dos valores organizacionais declarados em tais documentos.

Este tipo de abordagem baseia-se na suposição – apoiada por pesquisadores como Stone e colaboradores (1966), England (1975), Rokeach (1979) e Huff (1990) – de que a linguagem espelha processos mentais, reflete os objetivos e valores que as pessoas e organizações percebem como importantes, e, também, de que a frequência com que determinadas palavras (ou termos específicos) são usadas é uma indicação de sua centralidade ou importância cognitiva. Assim, o conteúdo desses documentos é útil para, de maneira discreta e sistemática, fazer inferências sobre seus autores, descrever a hierarquia dos valores da organização e explicar uma série de processos e resultados organizacionais, dentre os quais: os determinantes da reputação corporativa, os níveis de responsabilidade social e a política de recursos humanos (KABANOFF; HOLT, 1996; KABANOFF; DALY, 2002).

Para fins desta pesquisa, os documentos públicos selecionados para análise de conteúdo foram o atual Estatuto & Regimento Geral (UFBA, 2010) e as quatro edições do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), referentes aos períodos: 2004-2008, 2008-2010, 2012-2016 e 2018-2022 (UFBA, 2004, 2009, 2012, 2017a). A categorização (dicionário de análise) dos valores declarados nestes documentos foi realizada com base no modelo teórico estabelecido por Oliveira e Tamayo (2004). Schwartz (1992) e Tamayo (1996) destacam que a principal diferença entre as organizações não são os valores propriamente ditos, mas como eles se organizam para formar sistemas/estruturas/hierarquia de valores. Assim, ao utilizarmos o mesmo modelo teórico, podemos melhor compreender a hierarquia dos valores declarados e percebidos.

O método consistiu em verificar as palavras, termos e/ou sentenças (códigos) explícitas nos aludidos textos, relacionando-as com a meta/descrição (tipologia) de cada um dos oito fatores do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (ver Quadro 2). Cada fator corresponde a uma categoria de significado e cada palavra, termo e/ou sentença foi analisada e, conforme sua ideia central (valor tema), enquadrada em um ou mais fatores. Todas as seções desses documentos que se referiam à missão, visão, diretrizes ou objetivos institucionais/estratégicos, princípios norteadores e/ou valores organizacionais foram analisadas, excluindo-se as seções com outro conteúdo (histórico, político, descritivo, técnico, financeiro etc).

CARACTERIZAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A pesquisa utilizou como instrumento para coleta de dados um questionário (Apêndice A) dividido em três partes: a primeira continha o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que buscou fornecer ao servidor informações sobre a pesquisa; a segunda continha o Inventário de Perfis Valores Organizacionais (IPVO), que buscou revelar a percepção do sujeito acerca da importância de cada valor na UFBA; a terceira continha itens, entre perguntas fechadas e de múltipla escolha, que buscou delinear o perfil sociodemográfico e profissional do sujeito, sem identificá-lo.

O IPVO é um instrumento de natureza multifatorial, construído e validado por Oliveira e Tamayo (2004) com o objetivo de medir a percepção dos valores organizacionais em instituições públicas e privadas, tendo como base teórica os tipos

motivacionais de valores propostos por Schwartz (1992). O instrumento foi validado em instituições de ensino do primeiro a terceiro grau e os dados foram submetidos à análise fatorial com rotação oblíqua, obtendo valor do KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0,95 e índices de precisão (*Alpha* de Cronbach) entre 0,75 e 0,87. O IPVO é recomendado “na identificação do perfil dos valores organizacionais, na realização de diagnóstico e planejamento de processos de mudança.”. (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004, p. 129).

O IPVO possui 48 itens, apresentados sob a forma de breve descrição do perfil de uma organização hipotética, cujas respostas utilizam uma escala verbal de concordância do tipo Likert, constituída por seis opções que variam de “Muito parecida com minha organização” a “Não se parece em nada com a minha organização”. “Cada perfil descreve metas, aspirações ou desejos que implicitamente apontam para a importância de um valor organizacional.”. O IPVO possui uma estrutura composta por oito fatores: Realização, Conformidade, Domínio, Bem-estar do Empregado, Tradição, Prestígio, Autonomia e Preocupação com a Coletividade. Os fatores são definições constitutivas e operacionais que expressam cada um dos tipos motivacionais de valores organizacionais, divididos em duas dimensões: abertura à mudança vs. conservação; autopromoção vs. autotranscendência (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004, p. 134).

A avaliação das prioridades axiológicas (hierarquia de valores) permite-nos estudar a equivalência do significado e da estrutura dos valores nas organizações, bem como possíveis variações na significação dada a alguns valores nas diversas empresas. Além disso, é possível estudar a relação entre a percepção das prioridades axiológicas da organização e o comportamento organizacional (desempenho, absentéismo, rotatividade, cidadania organizacional, comprometimento, sofrimento no trabalho etc) (TAMAYO, 1996).

Para fins desta pesquisa, o questionário foi configurado na plataforma *on-line* SurveyMonkey e enviado a todo universo de pesquisa através de correio eletrônico (*e-mail*). A participação na pesquisa foi voluntária, gratuita e anônima. As etapas e procedimentos foram realizados em harmonia com as diretrizes do sistema CEP/CONEP.

LIMITAÇÕES DO ESTUDO

“Um modo de ver é um modo de não ver” (MORGAN, 2006, p. 85). Os resultados apresentados devem ser interpretados atendo-se às limitações postas à pesquisa, bem como às limitações inerentes ao método utilizado, dentre as quais destacamos: a análise de percepções, o uso de uma tipologia e o universo de pesquisa.

Sobre a análise de percepções, Gil (2012, p. 56-57) adverte que a percepção é subjetiva: “há muita diferença entre o que as pessoas fazem ou sentem e o que elas dizem a esse respeito”, o que pode resultar em dados distorcidos. Adverte ainda que os levantamentos, embora “muito úteis para o estudo de opiniões e atitudes”, proporciona uma visão estática do fenômeno estudado (fotografia), sendo impossível determinar suas variações e mudanças estruturais ao longo do tempo, a exemplo de configurações decorrentes dos diferentes reitorados (UFBA), governos (União), legislações e influências na educação (religiosa, política, cultural, ideológica, mercadológica etc).

Sobre o uso de uma tipologia, Kabanoff e Holt (1996) esclarecem que a popularidade das tipologias de valores deriva de sua capacidade em fornecer uma estrutura simples para descrever estruturas organizacionais complexas e/ou explicar diferenças de valores entre organizações; contudo, independente da teoria utilizada, o número de tipos organizacionais utilizados sempre figuraram como uma limitação do estudo. São aproximações do mundo real aos tipos ideais. Esta mesma limitação é apontada por Barney (1986), ao destacar a notória dificuldade em descrever e categorizar valores símbolos, crenças e afins, e por Schein (1990), ao questionar a capacidade dos itens em captar os “temas culturais críticos” de determinada organização.

Sobre o universo da pesquisa, Kabanoff e Holt (1996) elencam como limitação a confiança nas visões de um número reduzido de respondentes. O questionário foi enviado apenas para os servidores da universidade, desconsiderando, assim: os estudantes dos cursos de graduação e de pós-graduação (corpo discente); os funcionários terceirizados vinculados às empresas prestadoras de serviços, ainda que ocupantes de cargos administrativos; os representantes da sociedade civil, ainda que participantes de algum órgão colegiado ou comissão específica; os usuários dos serviços oferecidos pela universidade (atendimento médico, curso de extensão em línguas etc). Certamente, um estudo que mensurasse a percepção desses grupos poderia enriquecer os

resultados ora apresentados, mas sua realização se demonstrou inviável diante do tempo disponível para a realização da pesquisa de mestrado.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa, bem como as análises realizadas à luz do referencial teórico escolhido. O conteúdo é apresentado em duas partes: (1) apresentação dos valores organizacionais declarados nos documentos; (2) descrição da hierarquia de valores organizacionais percebida pelos servidores.

VALORES ORGANIZACIONAIS DECLARADOS

Através da análise de conteúdo (ver Método), foram analisados os conteúdos dos documentos públicos que se referiam à missão, visão, diretrizes ou objetivos institucionais/estratégicos, princípios norteadores e/ou valores organizacionais. Como exemplificado no Quadro 3, os autores relacionaram trechos dos documentos com a meta/descrição de fatores do IPVO (Quadro 2); há trechos com mais de uma correlação.

Quadro 3 – Exemplo da categorização dos valores organizacionais nos documentos públicos

Documento público UFBA	Trecho analisado (exemplos)	Ideia(s) central(is)	Valor(es) organizacional(is) relacionado(s)
PDI 2004-2008	Missão: “A <u>igualdade</u> de condições de acesso e permanência.” (UFBA, 2004, p. 9)	igualdade	Preocupação com a Coletividade
Estatuto 2010	Objetivos institucionais: “Implementar e cultivar <u>princípios éticos</u> na formulação e implementação de políticas, planos, programas e iniciativas que concretizem suas atividades-fim.” (UFBA, 2010, p. 20)	boas práticas	Conformidade
PDI 2012-2016	Diretrizes Institucionais: “Investir na <u>qualificação e valorização do servidor universitário</u> [1], como condição para se obter desempenhos que assegurem a <u>qualidade dos resultados das atividades finalísticas</u> da instituição [2];” (UFBA, 2012, p. 11)	[1] valorização do servidor [2] qualidade dos resultados	[1] Bem-estar do Empregado [2] Realização

PDI 2018-2022	Valores: “Respeito à <u>história e tradição</u> [1] e <u>abertura</u> para a contemporaneidade [2].” (UFBA, 2017a, p. 65)	[1] conservação [2] inovação	[1] Tradição [2] Autonomia
------------------	--	---------------------------------	-------------------------------

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

Deste modo, a hierarquia dos valores organizacionais declarados pela UFBA está configurada conforme descrito na Tabela 1. O valor *n* corresponde ao total de fragmentos que expressam valores organizacionais em cada documento, as porcentagens expressam a proporção em que cada fator/valor aparece nestes textos.

Tabela 1 – UFBA: hierarquia dos valores organizacionais declarados, segundo os documentos

Fatores/Valores	Média (<i>n</i> = 255)	PDI 2004-08 (<i>n</i> = 59)	PDI 2008-10 (<i>n</i> = 59)	Estatuto 2010 (<i>n</i> = 22)	PDI 2012-16 (<i>n</i> = 64)	PDI 2018-22 (<i>n</i> = 51)
Preocupação com a Coletividade	33%	34%	34%	39%	30%	28%
Autonomia	23%	23%	23%	23%	24%	22%
Prestígio	14%	14%	14%	14%	13%	17%
Realização	12%	10%	10%	16%	11%	11%
Domínio	7%	9%	9%	5%	8%	2%
Conformidade	7%	5%	5%	5%	13%	9%
Bem-estar do Empregado	4%	5%	5%	0%	2%	8%
Tradição	1%	0%	0%	0%	0%	4%

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

A hierarquia dos valores organizacionais declarados manteve-se relativamente estável em todos os documentos analisados, especialmente em relação aos dois fatores com maior e menor percentuais. Contudo, as alterações percentuais demonstrando que, ao longo do tempo, a alta administração sofreu influências internas e/ou externas, incorporando em seus textos a realidade e demandas de cada época, com destaque para PDI 2018-2022 (UFBA, 2017a), único dos documentos a apresentar de forma explícita texto intitulado “visão” e “valores” e a incorporar a necessidade de planos diretores para cada Unidade Universitária e Órgão da Administração Central.

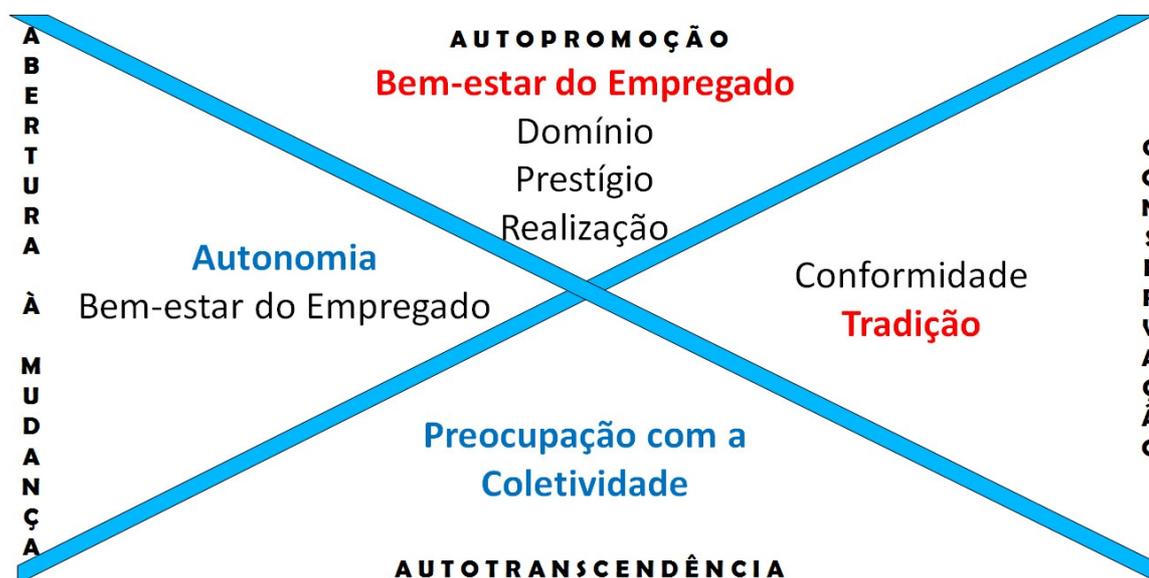
Os dois fatores mais valorizados, Preocupação com a Coletividade e Autonomia, correspondem aos valores pessoais Benevolência e Universalismo, Autodeterminação e Estimulação, respectivamente; valores relacionados às organizações que privilegiam o pensamento e ações independentes (favorecendo a mudança) e a preocupação com o bem-estar dos outros e da natureza (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004).

O fator Preocupação com a Coletividade demonstra o desejo em oferecer atenção aos futuros discentes e à sociedade civil, refletindo as preocupações com responsabilidade socioambiental, respeito e tolerância, interiorização, inclusão e permanência no ensino superior etc. Já o fator Autonomia evidencia o desejo em obter vantagem competitiva e melhoria de seus serviços (tripé ensino-pesquisa-extensão) através do crescimento profissional, da exploração de alternativas de trabalho e da descentralização do poder.

Os dois fatores menos valorizados, Bem-estar do Empregado e Tradição, correspondem aos valores pessoais Hedonismo e Tradição, respectivamente; valores relacionados às organizações que privilegiam o interesse dos indivíduos, mesmo à custa dos outros, e a preservação de práticas tradicionais e proteção da estabilidade (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). O fator Bem-estar do Empregado denota preterição em propiciar satisfação ao empregado, atentando para a qualidade de vida no trabalho. Já o fator Tradição denota preterição em manter sua forma de funcionamento, preservar seus costumes e práticas.

Neste universo de pesquisa, conforme simplificado na Figura 1, a declaração dos valores organizacionais constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia é coerente, pois integra dimensões naturalmente opostas de valores: o fator Preocupação com a Coletividade (Benevolência e Universalismo, autotranscendência) opõe-se ao fator Bem-estar do Empregado (Hedonismo, autopromoção); enquanto que o fator Autonomia (Autodeterminação e Estimulação, abertura à mudança) opõe-se ao fator Tradição (Tradição, conservação). Contudo, o fator Bem-estar do Empregado (Hedonismo) também está enquadrado na dimensão abertura à mudança, seu distanciamento do fator Autonomia revela um desejo no crescimento profissional dos empregados (organização formal), sem uma equivalente preocupação com a satisfação e qualidade de vida deles (organização informal).

Figura 1 – UFBA. Valores organizacionais declarados, distribuídos por dimensão de valor: destaque para os fatores constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia



Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

A valorização do fator Preocupação com a Coletividade pode ser entendida como uma resposta da UFBA à crise de legitimidade apontada por Santos (2008, p. 14), na qual as universidades vivenciam uma contradição entre “a hierarquização dos saberes especializados através das restrições do acesso e da credenciação das competências” e “as exigências sociais e políticas da democratização da universidade e da reivindicação da igualdade de oportunidades para os filhos das classes populares”. No caso da UFBA, o texto institucional destaca uma preocupação da universidade em atender ao segundo grupo, não somente no que tange a vulnerabilidade econômica, mas, também, quanto à representatividade de grupos historicamente minoritários na academia: negros, indígenas, travestis, homossexuais etc.

Esta preocupação encontra sinergia com a “Educação Planetária” (ou “Educação Global”) abordada pelo Professor Emérito da UFBA Edivaldo Machado Boaventura, uma educação multidisciplinar e integradora para o mundo globalizado, pautada em valores humanos e baseada em cinco aberturas (janelas ou *volets*): direitos humanos (cidadania responsável e crítica, aberta à diversidade); cultura da paz (confiança e cooperação entre os povos, acesso e permanência escolar); meio-ambiente equilibrado (preservação ambiental e qualidade de vida); desenvolvimento sustentável

(garantia das gerações futuras); compreensão internacional (convívio pacífico e enriquecedor com diferentes culturas) (BOAVENTURA, 2009).

Em suma, a hierarquia dos valores organizacionais declarados denota que a alta administração gostaria que a UFBA fosse uma organização preocupada com as questões socioambientais e aberta às mudanças, o que encontra consonância com a popular expressão de ordem “universidade pública, gratuita e de qualidade”.

VALORES ORGANIZACIONAIS PERCEBIDOS

Ao final do levantamento (ver Método), identificou-se a manifestação de 1.081 servidores, o que equivale a 19,50% do universo de pesquisa. Dentre os respondentes: 835 responderam integralmente ao questionário; 205 optaram por não participar da pesquisa e 41 responderam parcialmente ao questionário e, portanto, tiveram as respostas excluídas.

As 835 respostas completas correspondem a uma amostragem não probabilística por acessibilidade, equivalente a 15% do universo de pesquisa, com confiabilidade de 95% e margem de erro de 3,13%, estimativa usual em pesquisas sociais (GIL, 2012). Em síntese, a amostra possui as seguintes características: sexo feminino (60%), idade entre 31 e 50 anos (66%), ocupante do cargo de docente (50%), com título de doutor (45%), com 03 a 10 anos no cargo (51%), sem cargo de chefia, direção ou assessoramento (54%), sem atuação em órgão colegiado (54%), lotado em Unidade Universitária (75%), no município de Salvador (96%).

As respostas dadas com o uso da escala visual/verbal do IPVO foram substituídas por equivalência numérica na qual a opção “Muito parecida com minha organização” equivale ao valor cinco e “Não se parece em nada com a minha organização”, ao valor zero. Calculou-se a média e desvio padrão dos valores codificados para concluir que a percepção da amostra sobre os fatores motivacionais analisados possui um índice de confiabilidade (*Alpha de Cronbach*) entre 0,70 e 0,92 (ver Tabela 2). A descrição estatística (média, variância, desvio padrão, mediana e moda) da hierarquia dos valores organizacionais da organização estudada, segundo a percepção dos 835 servidores respondentes, está apresentada na Tabela 2.

Tabela 2 – UFBA: hierarquia dos valores organizacionais percebidos, segundo os servidores

Fatores/Valores	Média	Desvio padrão	Mediana	Moda	Alpha
Prestígio	4,16	1,05	4	5	0,86
Tradição	3,43	1,29	4	4	0,70
Conformidade	3,00	1,38	3	4	0,80
Realização	2,67	1,47	3	3	0,88
Preocupação com a Coletividade	2,66	1,41	3	3	0,90
Autonomia	2,27	1,45	2	3	0,92
Domínio	1,81	1,44	2	0	0,74
Bem-estar do Empregado	1,58	1,35	1	0	0,86

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

No intuito de verificar possíveis diferenças na percepção dos valores organizacionais entre os servidores da UFBA, foi analisada a hierarquia de valores por grupo sociodemográficos e profissionais dos respondentes. A análise por gênero, faixa etária, grau de escolaridade, área de conhecimento, cargo/função, regime de trabalho, tempo de serviço e representatividade em órgãos colegiados não trouxeram modificações significativas na hierarquia de valores percebidos. Os três fatores mais pontuados (Prestígio, Tradição e Conformidade) e menos pontuados (Autonomia, Domínio e Bem-estar do Empregado) permaneceram na mesma posição. Os fatores com pontuação mediada (Realização e Preocupação com a Coletividade) alternaram a quarta e quinta posições, com amplitude não superior a 0,25. As posições foram alteradas de forma mais significativa quando separamos os servidores por cidade (lotação) e cargo de confiança.

No primeiro caso, ao analisarmos apenas os servidores lotados no Campus Anísio Teixeira (Vitória da Conquista), observamos que os valores organizacionais assumem a seguinte ordem: Prestígio, Conformidade, Realização, Tradição, Preocupação com a Coletividade, Autonomia, Domínio e Bem-estar do Empregado. Ou seja, o fator Tradição desce da segunda para a quarta posição. Fato que pode ser explicado pela juventude do *campus* (inaugurado em outubro/2006) e pela distância geográfica que possui das estruturas mais antigas e tradicionais da Universidade.

No segundo caso, ao analisarmos os servidores que ocupam/ocuparam cargos de confiança, apenas aqueles com experiência em cargos de direção (CD), apresentaram mudanças significativas. Para eles, os valores organizacionais da UFBA assumem a seguinte ordem: Prestígio, Tradição, Preocupação com a Coletividade, Conformidade,

Realização, Autonomia, Bem-estar do Empregado e Domínio. Ou seja, o fator Preocupação com a Coletividade sobe da quinta para a terceira posição e o fator Bem-estar do Empregado assume o penúltimo lugar. Fatos que podem ser explicados pela natureza destes cargos. Na UFBA, esses cargos são ocupados pelo Reitor (CD-1), Vice-Reitor e Pró-Reitores (CD-2), Diretores de Unidade Universitária (CD-3) e Coordenadores e Superintendentes (CD-4), todos representantes de importantes órgãos universitários, diretamente envolvidos com sua imagem e com a gestão de pessoal.

À exceção destes dois casos, a hierarquia dos valores organizacionais percebidos permaneceu constante entre os servidores, mesmo quando separados por grupos sociodemográficos e profissionais. Isto demonstra que a percepção sobre a hierarquia possui um alto grau de compartilhamento entre todos os servidores.

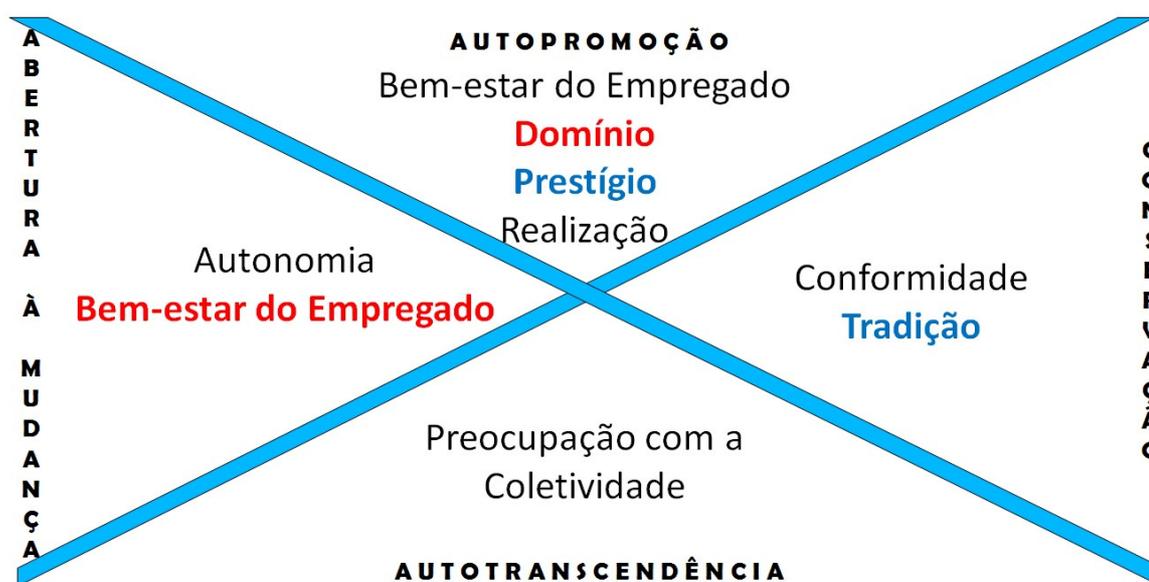
Os dois fatores mais valorizados, Prestígio e Tradição, correspondem aos valores pessoais Poder e Tradição, respectivamente; valores relacionados às organizações que privilegiam o interesse dos indivíduos, mesmo à custa dos outros, e a preservação de práticas tradicionais e proteção da estabilidade (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). O fator Prestígio evidencia a percepção de que a universidade enfatiza a superioridade, competência e sucesso, mesmo que isso inclua domínio sobre os outros. Já o fator Tradição evidencia a percepção de que a universidade enfatiza o respeito à hierarquia e às normas de comportamento, a preservação de seus costumes e práticas.

Os dois fatores menos valorizados, Domínio e Bem-estar do Empregado, correspondem aos valores pessoais Poder e Hedonismo; ambos também relacionados às organizações que privilegiam o interesse dos indivíduos, mesmo à custa dos outros. (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). O fator Domínio denota a percepção de superioridade supracitada, contudo atenua a ênfase no domínio de recursos materiais, mercado, tecnologia e conhecimento específicos. O fator Bem-estar do Empregado denota a percepção de preterição em propiciar satisfação das necessidades dos empregados, atentando para a qualidade de vida no trabalho.

Neste universo de pesquisa, conforme simplificado na Figura 2, a declaração dos valores organizacionais constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia é parcialmente coerente, pois contempla apenas uma das dimensões naturalmente opostas de valores: o fator Tradição (Tradição, conservação) opõe-se ao

fator Bem-estar do Empregado (Hedonismo, abertura à mudança); entretanto, o fator Prestígio (Poder, autopromoção) não se opõe ao fator Domínio (Poder, autopromoção), embora possa ser entendido como seu atenuante. Vale salientar que o ao fator Bem-estar do Empregado (Hedoismo) também está enquadrado na dimensão autopromoção.

Figura 2 – UFBA. Valores organizacionais percebidos, distribuídos por dimensão de valor: destaque para os fatores constantes no topo (cor azul) e na base (cor vermelha) da hierarquia



Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

O alto índice do fator Prestígio (4,16) denota que, na percepção dos respondentes, a UFBA possui grande similitude com a organização idealizada pelo IPVO, permitindo-nos descrevê-la como uma universidade que tem prestígio na sociedade e que influencia outras organizações e a própria sociedade. No extremo oposto, o baixo índice do fator Bem-estar do Empregado (1,58) denota uma percepção contrária à idealização do IPVO, permitindo-nos descrevê-la como uma universidade que não se preocupa com a qualidade de vida dos servidores e que não oferece oportunidades, atividades ou espaços de premiação, diversão e/ou lazer aos servidores.

Em suma, a hierarquia dos valores organizacionais percebidos denota que a os servidores percebem a UFBA como uma organização conservadora, que busca a reconhecimento e admiração, mas que não mantém relações sociais equilibradas com os empregados e com a sociedade em geral; quadro oposto aos valores declarados nos documentos públicos.

VALORES DECLARADOS VS. VALORES PERCEBIDOS

No intuito de realizar comparações entre a hierarquia de valores organizacionais declarados nos documentos públicos e aquela percebida pelos servidores da UFBA, a Tabela 3 apresenta o resultado geral do levantamento feito com o IPVO, em 2017, e a análise do documento vigente à época, PDI 2012-2016.

Tabela 3 – UFBA: hierarquia dos valores organizacionais em 2017 (declarados vs. percebidos)

	Valores declarados		Valores percebidos	
	Fatores/Valores	PDI 2012-16	Fatores/Valores	Média
1	Preocupação com a Coletividade	30%	Prestígio	4,16
2	Autonomia	24%	Tradição	3,43
3	Conformidade	13%	Conformidade	3,00
4	Prestígio	13%	Realização	2,67
5	Realização	11%	Preocupação com a Coletividade	2,66
6	Domínio	8%	Autonomia	2,27
7	Bem-estar do Empregado	2%	Domínio	1,81
8	Tradição	0%	Bem-estar do Empregado	1,58

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa

Dentre os oito fatores analisados: apenas dois mantiveram a mesma posição nas duas hierarquias (Conformidade e Realização, este dentro da margem de erro); quatro assumiram posições inferiores na hierarquia de valores percebidos (Preocupação com a Coletividade, Autonomia, Domínio, Bem-estar do Empregado), com destaque para os dois primeiros que caíram simetricamente três posições; dois não apenas assumiram posições superiores como foram os mais valorizados na hierarquia dos valores percebidos (Prestígio e Tradição). Com base nos estudos de Kabanoff e Daly (2002), a comparação entre valores declarados e percebidos permite-nos concluir que o Plano de Desenvolvimento Institucional iniciado em 2012 não obteve sucesso em transmitir o posicionamento da alta administração da UFBA, em socializar suas políticas e práticas organizacionais; a cultura organizacional (valores percebidos) não apoia nem valoriza a imagem idealizada nos documentos.

Não obstante, as diferentes posições dos fatores Prestígio e Tradição podem ter origem na forma como a universidade foi criada. Os valores que caracterizam a cultura de uma organização refletem, ao menos parcialmente, as circunstâncias únicas de sua fundação e desenvolvimento, bem como as personalidades e experiências únicas

daqueles que lá trabalham; em suma, sua história (BARNEY, 1986). A UFBA surgiu como “universidade por aglutinação”, instituída pela reunião de IES pré-existent, distintas, autônomas, independentes e de grande tradição, prestígio social e científico, sobretudo se considerarmos o panorama educacional nordestino na década de 1940, com destaque para a Faculdade de Medicina, “a mais antiga, a mais bem equipada e a que apresentava as melhores condições para engendrar a Universidade. [...] uma unidade acadêmica federal de notório prestígio nacional.” (BOAVENTURA, 2009, p. 118; 124). A UFBA está entre as primeiras IES federais brasileiras a receberem legalmente o título de *universidade*, a primeira no Nordeste e, por quase 60 anos, a única universidade pública federal no Estado da Bahia², com campus em diversos municípios e, contando em sua formação, com a participação de artistas e intelectuais da vanguarda europeia; tudo isto consolidou seu domínio no ensino superior e na produção de pesquisa acadêmica. Assim, este prestígio e tradição intrínsecos podem justificar a dispensabilidade atribuída aos fatores nos documentos públicos.

Por fim, merece destaque a baixa valorização, tanto nos valores declarados (em todos os documentos analisados) quanto nos valores percebidos, do fator Bem-estar do Empregado, pertencente simultaneamente às dimensões abertura à mudança e autopromoção. A comparação evidencia que a preterição de políticas de promoção da satisfação, bem-estar e qualidade de vida no trabalho existente nos documentos é percebida pelos servidores. Esta desvalorização compromete a produtividade e uma postura de inovação e criatividade da organização, colocando-a na contramão dos estudos sobre as relações humanas no trabalho, impulsionados pela *Experiência de Hawthorne*. “As empresas que têm sucesso em obter produtividade através de seus funcionários geralmente têm uma cultura organizacional que apoia e valoriza o valor do empregado” (BARNEY, 1986, p. 660, tradução nossa). Este quadro torna-se ainda mais

² Embora o governo baiano tenha iniciado, no século XX, uma política de interiorização da educação superior (Plano Integral de Educação e Cultura), dando origem a universidades estaduais – Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), em 1970; Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), em 1980; Universidade do Estado da Bahia (UNEB), em 1983; Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), em 1991 –, no âmbito federal, novas universidades públicas foram criadas somente no século XIX, a partir da transformação de campus da própria UFBA em universidades independentes e do Centro Federal de Educação Tecnológica da Bahia (CEFET) em institutos federais, a saber: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), em 2005; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia (IFBA) e Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IFBAIANO), em 2008; Universidade Federal do Sul da Bahia (UFESBA) e Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB), em 2013. Vale destacar ainda a criação da Universidade Católica do Salvador (UCSal), em 1961, e da Universidade Salvador (UNIFACS), em 1972, primeiras universidades privadas do Estado (BOAVENTURA, 2009; BRASIL, 1946; UFBA, 2010).

preocupante se considerarmos que o Decreto nº 9.262, de 09 de janeiro de 2018 (BRASIL, 2018), extinguiu cargos públicos e vetou a abertura de novos concursos. Ou seja, a Universidade dependerá de seus atuais servidores para enfrentar suas crises históricas (ver SANTOS, 2008), as crescentes pressões mercadológicas (ver LAVAL, 2004) e seus desafios futuros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia, através dos valores declarados nos documentos públicos e dos valores percebidos por seus servidores. Verificou-se que a UFBA possui uma hierarquia de valores organizacionais percebidos fortemente enraizada e compartilhada entre todos os servidores, independente do gênero, idade, cargo etc. Contudo, esta percepção é diferente da hierarquia de valores declarados, ou seja, os valores idealizados pela alta administração não estão efetivados na prática organizacional.

Os valores declarados correspondem aos objetivos institucionais, seu programa de desenvolvimento e planejamento estratégico (onde ela quer estar), enquanto que os valores percebidos correspondem à realidade institucional (onde ela está); assim, deve haver certo alinhamento entre esses valores. Ao identificar os valores que norteiam suas metas e ações, a organização pode melhor compreender a dinâmica de seu funcionamento e propor ações preventivas, corretivas e prescritivas. Segundo Barney (1986), alterar propositalmente os componentes da cultura organizacional não é uma tarefa fácil, exige esforços gerenciais significativos, empenhados ao longo do tempo. Sobre o tema, Morgan (2006, p. 64) defende uma abordagem contingencial da organização, em outras palavras, não existe uma resposta pronta, “a forma apropriada depende do tipo de tarefa e do ambiente em questão. A administração precisa preocupar-se, acima de tudo, em atingir alinhamentos e ‘bons ajustamentos’”.

Cultura organizacional e liderança são dois lados de uma mesma moeda. Se, por um lado, a cultura produz impactos na gestão e no ambiente organizacional, por outro, a liderança também influencia a cultura, as práticas gerenciais adotadas pela

organização impactam positiva ou negativamente na percepção de seus membros (PINHO; BASTOS; ROWE, 2015; SCHEIN, 1990). Assim, outros estudos poderão analisar a influência dos gestores da UFBA, em especial a Reitoria, sobre os valores organizacionais da Universidade, na medida em que, em última instância, são eles os responsáveis por escolher os valores a serem defendidos pela organização (valores declarados) e possuem o poder de gerenciar práticas organizacionais que interferem na percepção dos valores pelos demais membros (valores percebidos).

Ademais, além dos dados aqui apresentados, a pesquisa realizada, sobretudo quanto aos valores organizacionais percebidos, tem potencial para subsidiar outros trabalhos sobre os valores organizacionais da UFBA. Podemos discutir, por exemplo, as oscilações das notas atribuídas pelos membros de determinados grupos de servidores (divididos por sexo/gênero, idade, tempo de serviço, regime de trabalho etc), e, assim, desenvolver políticas e ações mais “cirúrgicas”. Outra possibilidade de pesquisa seria a identificação dos valores pessoais dos servidores, a fim de verificar se individualmente eles estão mais congruentes com os valores declarados ou com os valores percebidos, além de aprimorar o subsistema de recrutamento e seleção objetivando a contratação de pessoas cujos valores pessoais sejam congruentes com os valores declarados; embora a legislação, em nome do princípio constitucional da impessoalidade, dificulte essa ação, o período de estágio probatório, se bem administrado, pode contribuir com este fim.

A UFBA é uma organização complexa, com inúmeras interfaces entre os órgãos e grupos que a compõem; além de fortemente sensível às influências econômicas, políticas e sociais, como muito bem analisam Laval (2004) e Santos (2008), ao abordarem as crises enfrentadas pela educação pública e pelas universidades. Como elemento que influencia várias dimensões da vida organizacionais, tais como: produção, qualidade, interações interpessoais, respeito à autoridade e obediência às normas (TAMAYO; GONDIM, 1996), esperamos que os resultados da pesquisa possam contribuir para o entendimento da cultura organizacional da Universidade e para o aprimoramento das relações entre a organização formal e informal, através de uma maior sinergia entre os valores elencados oficialmente e os valores percebidos pelos servidores. Entender essa realidade auxiliará na criação de estratégias para aperfeiçoar a governança universitária e contribuir no alcance dos objetivos institucionais, desafios que receberam ainda mais importância ante o continua redução dos recursos financeiros e humanos disponibilizados para a educação pública.

REFERÊNCIAS

BARNEY, Jay B. Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? **Academy of Management Review**, v. 11, n. 3, p. 656-665, jul. 1986.

Disponível em:

<<http://www.wiggo.com/mgmt8510/readings/readings8a/barney1986amr.pdf>>. Acesso em: 8 mar. 2017.

BICALHO JUNIOR, Ademir Andrade; RIBEIRO, Jorge Luiz Lordêlo de Sales. Valores organizacionais: um estudo da produção científica nacional, entre 2012 e 2016, nas áreas de Administração, Psicologia e Interdisciplinar. **Diálogos Interdisciplinares**, v. 7, n. 3, p. 175-193, nov. 2018. Disponível em:

<<https://revistas.brazcubas.br/index.php/dialogos/article/view/456>>. Acesso em: 24 nov. 2018.

BOAVENTURA, Edivaldo Machado. **A construção da universidade baiana**: objetivos, missões e afrodescendência [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/109/4/A%20construcao%20da%20universidade%20baiana.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2018.

BRASIL. Decreto-Lei (1946). **Decreto-Lei nº 9.155, de 08 de abril de 1946**. Cria a Universidade da Bahia. Publicado em 12 de abril de 1946. Rio de Janeiro, RJ: Imprensa Nacional, 1946. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/De19155.htm>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Decreto (1968). **Decreto nº 62.241, de 08 de fevereiro de 1968**. Reestrutura a Universidade Federal da Bahia. Publicado em 13 de fevereiro de 1968. Brasília:

Imprensa Nacional, 1968. Disponível em:

<<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-62241-8-fevereiro-1968-403521-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**.

Promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Lei (1996). **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Publicada em 23 de dezembro de 1996.

Brasília: Imprensa Nacional, 1996. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9394.htm>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Lei (2005). **Lei nº 11.091, de 12 de janeiro de 2005**. Dispõe sobre a estruturação do Plano de Carreira dos Cargos Técnico-Administrativos em Educação. Publicada em 13 de janeiro de 2005. Brasília: Imprensa Nacional, 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/111091.htm>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Lei (2012). **Lei nº 12.772, de 28 de dezembro de 2012**. Dispõe sobre a estruturação do Plano de Carreiras e Cargos de Magistério Federal. Publicada em 31 de dezembro de 2012. Brasília: Imprensa Nacional, 2012. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112772.htm>. Acesso em: 30 abr. 2018.

BRASIL. Decreto (2018). **Decreto nº 9.262, de 09 de janeiro de 2018**. Extingue cargos efetivos vagos e que vierem a vagar dos quadros de pessoal da administração pública federal, e veda abertura de concurso público e provimento de vagas adicionais para os cargos que especifica. Publicado em 10 de janeiro de 2018. Brasília: Imprensa Nacional, 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Decreto/D9262.htm>. Acesso em 20 out. 2018.

CORDEIRO, Laerte Leite. O significado de “relações humanas”. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 13-25, ago. 1961. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v1n2/v1n2a01.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2018.

ENGLAND, George W. **The manager and his values: an international perspective from the United States, Japan, Korea, India and Australia**. Cambridge, MA: Ballinger Publishing Company, 1975.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

HUFF, Anne Sigismund. Mapping Strategic Thought. In: _____ (org.). **Mapping Strategic Thought**. Chichester: Wiley, 1990, p. 11–49.

KABANOFF, Boris; DALY, John. Espoused Values of Organisations. **Australian Journal of Management**, Sidney, v. 27, n. 1 (suppl), p. 89-104, jun. 2002. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/031289620202701S10>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

KABANOFF, Boris; HOLT, John. Changes in the Espoused Values of Australian Organizations 1986-1990. **Journal of Organizational Behavior**, Nova Iorque, v. 17, n. 3, p. 201-219, maio 1996. Disponível em: <[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1379\(199605\)17:3%3C201::AID-JOB744%3E3.0.CO;2-9](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1379(199605)17:3%3C201::AID-JOB744%3E3.0.CO;2-9)>. Acesso em: 30 jun. 2018.

KATZ, Daniel; KAHN, Robert L. **Psicologia Social das Organizações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1976.

LAVAL, Christian. **A escola não é uma empresa**: o neoliberalismo em ataque ao ensino público. Londrina: Editora Planta, 2004.

MELO, Wagner Fabiano de; DOMENICO, Silvia Márcia Russi de. A influência dos valores organizacionais no desempenho de agências bancárias. **Revista de Administração Contemporânea** [online]. 2012, vol.16, n.1, pp.137-156. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v16n1/a09v16n1.pdf>>. Acesso em 10 set. 2018.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**: edição executiva. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Áurea de Fátima; TAMAYO, Álvaro. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 39, n. 2, p. 129-140, abr./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/16788/inventario-de-perfis-de-valores-organizacionais/i/pt-br>>. Acesso em: 13 set. 2017.

PINHO, Ana Paula Moreno; BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt; ROWE, Diva Ester Okazaki. Diferentes Vínculos Organizacionais: Explorando Concepções, Fatores Organizacionais Antecedentes e Práticas de Gestão. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v.22, n.75, p.659-680, out./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v22n75/1413-585X-osoc-22-75-0659.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

POSNER, Barry. Z. Another look at the impact of personal and organizational values congruency. **Journal of Business Ethics**, v. 97, n. 4, p. 535-541, 2010. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/40929512>>. Acesso em: 15 set. 2018.

ROKEACH, Milton. From individual to institutional values: With special reference to the values of science. In: _____ (org). **Understanding Human Values**. New York: Free Press, 1979, p. 47-70.

SANTOS, Boaventura de Sousa. A Universidade no século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; ALMEIDA FILHO, Naomar de. **A universidade no século XXI: para uma universidade nova**. Coimbra: Almedina, 2008. Cap. 1, p. 13-106. Disponível em: <<http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/A%20Universidade%20no%20Seculo%20XXI.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

SCHEIN, Edgar H. Organizational culture. **American Psychologist**, v. 45, n. 2, p. 109-119, fev. 1990. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109>>. Acesso em: 15 set. 2018.

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHWARTZ, Shalom H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, Mark P. (Org.). **Advances in Experimental Social Psychology**. Orlando, FL: Academic Press, 1992. v. 25, p. 1-65.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STONE, Philip J.; DUNPHY, Dexter C.; SMITH, Marshall S.; OGILVIE, Daniel M. **The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis**. Cambridge, MA: M.I.T. Press, 1966.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais. In: TAMAYO, Álvaro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; CODO, Wanderley (Org). **Trabalho, organizações e cultura**. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia (ANPEPP), 1996. Cap. 12, p. 157-172. Coletâneas da ANPEPP, v. 1, n. 11.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais. In: SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias (org.). **Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008, p. 309-340.

TAMAYO, Álvaro; GONDIM, Maria das Graças Catunda. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 31, n. 2, p. 62-72, abr./jun. 1996. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18469/escala-de-valores-organizacionais/i/pt-br>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

TAMAYO, Álvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres da. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 5, n. 2, p. 289-315, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v5n2/a02v05n2.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2004-2008** (PDI UFBA 2004-2008). Publicado em 2004. Salvador: UFBA, 2004. Disponível em: <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/PDI2004-20081_0.PDF>. Acesso em: 14 jul. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Complementação ao Plano de Desenvolvimento Institucional 2008-2010** (PDI UFBA 2008-2010). Publicado em 2009. Salvador: UFBA, 2009. Disponível em: <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/PDI%202008%20-%202010%20Complemento_0.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Estatuto & Regimento Geral**. Promulgados em 11 de março de 2010. Publicados em 02 de julho de 2010. Salvador: UFBA, 2010. Disponível em: <https://www.ufba.br/sites/portal.ufba.br/files/Estatuto_Regimento_UFBA_0.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2012-2016** (PDI UFBA 2012-2016). Publicado em 2012. Salvador: UFBA, 2012. Disponível em: <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/PDI%202012%20-%202016_1.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2018-2022** (PDI UFBA 2018-2022). Publicado em 2017. Salvador: UFBA, 2017a. Disponível em: <<https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/pdi-2018-2022.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

UFBA. UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA. **UFBA em números – ano base 2016**. Publicado em 2017. Salvador: UFBA, 2017b. Disponível em: <https://proplan.ufba.br/sites/proplan.ufba.br/files/versao_digital_ufba_em_numeros_2017_0.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2018.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo procurou investigar a temática “valores organizacionais”. Na primeira etapa, buscou apresentar o atual cenário da produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com áreas tradicionais (Administração e Psicologia) e contemporâneas (Interdisciplinar). Na segunda, buscou compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), declarados em seus documentos (valores declarados) e percebidos por seus servidores (valores percebidos).

Concluídas as duas etapas propostas, é possível afirmar que os resultados permitiram tecer considerações pertinentes acerca da principal questão-problema, na medida em que identificaram os valores declarados nos documentos da Universidade e os valores percebidos por seus servidores, e nos permitiu, inclusive, compará-los. Esta comparação evidenciou, dentre outras questões, uma dissonância entre os valores declarados e percebidos, com especial preocupação com a baixa valorização do fator Bem-estar do Empregado, vinculado à qualidade de vida no trabalho (QTV). Segundo Búrigo e Loch (2011, p. 222), a potencialização do ser humano, no contexto universitário, passa pela melhoria do nível de QVT, o que “interfere necessariamente na cultura institucional, a partir do pressuposto de qual Universidade queremos construir.”. Ou seja, a baixa valorização supracitada pode comprometer o cumprimento da missão e objetivos institucionais da Universidade, posto que, para “vestir a camisa” da organização, os funcionários “devem estar conscientes e engajados com os valores organizacionais, bem como ter claramente definidos os objetivos que a organização pretende atingir e os meios para alcançá-los.” (FERNANDES; ZANELLI, 2006, p. 56).

É sabido que a UFBA não possui processo formal de acolhimento dos seus servidores e apresentação de sua cultura. Assim, a baixa valorização do fator Bem-estar do Empregado pode se relacionar a esta incapacidade em promover a “socialização organizacional”. Segundo Carvalho, Borges e Vikan (2012), trata-se de um campo profícuo de pesquisas que foca o processo de adaptação do indivíduo a um novo cargo ou realidade organizacional, cuja essência é o aprendizado do iniciante/entrante. Uma socialização bem sucedida pode minimizar o estresse e os desencontros entre servidor e UFBA, incluindo o que tange a congruência de valores, integração social e desempenho.

Não obstante, é importante tecer algumas considerações sobre as limitações do estudo. Afinal, conforme defendido por Morgan (2006, p. 30; 22), “toda teoria ilumina e esconde [...] qualquer teoria ou perspectiva que adotarmos no estudo da organização e da administração, embora capaz de criar ideias valiosas, é incompleta, parcial e potencialmente enganosa.”. Desta forma, os resultados apresentados nos artigos devem ser interpretados atendo-se às limitações inerentes ao formato de coletânea (ex: limites de página ou caracteres) e às limitações postas à pesquisa e discutidos nos respectivos artigos, a exemplo dos critérios utilizados na seleção dos artigos no primeiro estudo (ano, estrato, área etc) e ao método utilizado segundo estudo: análise de percepções (visão estática do fenômeno estudado), uso de uma tipologia (aproximações do mundo real aos tipos ideais) e universo de pesquisa (exluímos o corpo discente, os funcionários terceirizados e os representantes da sociedade civil).

Essas limitações inerentes, para além de meras deficiências, devem ser vistas como oportunidades para novas pesquisas. Os autores continuarão a integrar o grupo de pesquisa Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Saúde, Violência e Subjetividade (SAVIS), linha de pesquisa Subjetividade, Instituições e Saúde na Contemporaneidade, e, com o aprofundamento sobre a temática e com a coleta de dados já realizada, outros artigos poderão ser incorporados ao estudo. Como visto, o questionário respondido pelos servidores (Artigo II) continha itens referentes ao perfil sociodemográfico e profissional dos sujeitos; assim, demos um passo importante para investigar possíveis relações entre essas características individuais e sua percepção dos valores organizacionais.

Ademais, durante a primeira etapa do estudo, foram identificadas pesquisas que buscavam estabelecer relações entre os valores organizacionais e alguns fenômenos macro e micro-organizacionais, a exemplo do desempenho organizacional (MELO; DOMENICO, 2012); da confiança organizacional (OLIVEIRA; SOUZA, 2014); da felicidade no trabalho (SOUZA; PORTO, 2015). Vislumbram-se passos nessa direção, estabelecendo relações dos valores organizacionais da UFBA, identificados na segunda etapa do estudo, e alguns desses fenômenos, como também, a ampliação do *case*, abrangendo outras instituições de ensino superior. Inclusive, vale destacar, os autores já iniciaram pesquisa, através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), PIBIC UFBA 2018-2019, tendo como objetivo geral compreender os elementos envolvidos na construção da reputação dos cursos de graduação e das instituições de ensino superior, especialmente as universidades públicas. Conforme teorizado por

Zavyalova e colaboradores (2015), uma maior congruência entre os valores do indivíduo e da organização aumenta a identificação e transforma a reputação organizacional em um capital social.

A Universidade Federal da Bahia (UFBA) é uma importante instituição brasileira, com raízes que remontam a própria formação da educação superior no Brasil. O presente estudo buscou compreender alguns aspectos de sua cultura organizacional. Acreditamos ter apresentado uma modesta contribuição para a nossa linha de pesquisa e para a própria Universidade, auxiliando-a na reflexão e melhoria de aspectos relacionados ao alcance de sua missão e objetivos institucional. Esperamos que nosso estudo possa inspirar pesquisas similares em outras instituições de ensino, bem como, servir como mecanismo de difusão do tema, propiciando que outras pesquisas aprofundem-o e interrelacionem-o, de modo a avançarmos no conhecimento científico, que ainda não possui o merecido destaque na literatura nacional, especialmente nas regiões Norte e Nordeste do País.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt. Organizações e os processos de construção da realidade social. In: ZANELLI, José Carlos; SILVA, Narbal. **Interação Humana e Gestão: a construção psicossocial das organizações de trabalho**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008. Prefácio, p. 9-13.

BÚRIGO, Carla Cristina Dutra; LOCH, Clésar Luiz. Gestão de pessoas: de recursos humanos ao processo de desenvolvimento humano e social. **Reflexão e Ação**, Santa Cruz do Sul, v. 19, n. 1, p. 209-231, jul. 2011. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/reflex/article/view/2028/1913>>. Acesso em: 20 out. 2018.

CARVALHO, Virgínia Donizete de; BORGES, Livia de Oliveira; VIKAN, Arne. Socialização organizacional: estudo comparativo entre servidores públicos brasileiros e noruegueses. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 339-371, ago. 2012. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/read/v18n2/a03v18n2.pdf>>. Acesso em: 05 jan. 2019.

DONNE, John. **Meditações**. Tradução de Fábio Cyrino. São Paulo: Landmark, 2007.

FERNANDES, Karina Ribeiro; ZANELLI, José Carlos. O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 10, n. 1, p. 55-72, mar. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v10n1/a04.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

LAVAL, Christian. **A escola não é uma empresa: o neoliberalismo em ataque ao ensino público**. Londrina: Editora Planta, 2004.

MELO, Wagner Fabiano de; DOMENICO, Silvia Márcia Russi de. A influência dos valores organizacionais no desempenho de agências bancárias. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 16, n. 1, p. 137-156, jan./fev. 2012. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v16n1/a09v16n1.pdf>>. Acesso em: 3 abr. 2017.

MORGAN, Gareth. **Imagens da organização: edição executiva**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Áurea de Fátima; SOUZA, Marcos Aguiar de. Confiança do empregado na organização: o impacto dos valores pessoais e organizacionais. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 204-217, jun. 2014. Disponível em <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v14n2/v14n2a07.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2017.

OLIVEIRA, Áurea de Fátima; TAMAYO, Álvaro. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 39, n. 2, p. 129-140, abr./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/16788/inventario-de-perfis-de-valores-organizacionais/i/pt-br>>. Acesso em: 13 set. 2017.

PIRES, José Calixto de Souza; MACÊDO, Kátia Barbosa. Cultura organizacional em organizações públicas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 40, n. 1, p. 81-104, jan./fev. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n1/v40n1a05.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

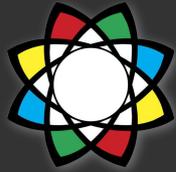
SOUZA, Juliana Moraes de; PORTO, Juliana Barreiros. Happiness at Work: Organizational Values and Person-Organization Fit Impact. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, Ribeirão Preto, v. 25, n. 61, p. 211-220, mai./ago. 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v25n61/1982-4327-paideia-25-61-0211.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2017.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais. In: TAMAYO, Álvaro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; CODO, Wanderley (Org). **Trabalho, organizações e cultura**. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia (ANPEPP), 1996. Cap. 12, p. 157-172. Coletâneas da ANPEPP, v. 1, n. 11.

TAMAYO, Álvaro; GONDIM, Maria das Graças Catunda. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 31, n. 2, p. 62-72, abr./jun. 1996. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/18469/escala-de-valores-organizacionais/i/pt-br>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

TAMAYO, Álvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres da. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 5, n. 2, p. 289-315, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v5n2/a02v05n2.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2018.

ZAVYALOVA, Anastasiya et al. Reputation as a benefit and a burden? How stakeholders' organizational identification affects the role of reputation following a negative event. **Academy of Management Journal**, v. 59, n. 1, p. 253-276, jul. 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.5465/amj.2013.0611>>. Acesso em: 19 set. 2018.



IHAC

INSTITUTO DE HUMANIDADES
ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
UFBA

ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UFBA

1. Seja bem-vindo(a)!

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS PROFESSOR MILTON SANTOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS INTERDISCIPLINARES SOBRE A
UNIVERSIDADE

ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a) Servidor(a),

O presente questionário integra a pesquisa de Mestrado intitulada ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS, desenvolvida pelo mestrando ADEMIR ANDRADE BICALHO JUNIOR, junto ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade (PPGEISU/IHAC/UFBA), sob a orientação do Prof. Dr. JORGE LUIZ LORDÊLO DE SALES RIBEIRO.

O questionário tem por objetivo geral compreender a percepção que os servidores da UFBA (corpo docente e corpo técnico-administrativo) possuem em relação aos valores organizacionais da Universidade.

Sua participação é fundamental! Esperamos que os resultados da pesquisa possam contribuir para proporcionar maior representatividade aos servidores da UFBA e para aprimorar as relações entre a Administração Central, o corpo docente e o corpo técnico-administrativo da Universidade; pontos fundamentais para a melhoria da comunicação, o desenvolvimento institucional e a construção de uma educação de qualidade.

Salientamos que a participação na pesquisa é voluntária, gratuita e anônima. As respostas serão agrupadas e analisadas por instrumentos estatísticos, sem possibilidade de identificação dos respondentes. Salientamos ainda que os dados e os resultados da pesquisa serão utilizados estritamente para fins acadêmico-científicos, respeitando os preceitos éticos e legais da Universidade.

Este questionário leva de 10 a 20 minutos para ser totalmente respondido. Caso não possa completar suas respostas de uma única vez, é possível terminar uma etapa (clicando em "Salvar e Continuar") e dar continuidade em momento posterior utilizando o mesmo link que você recebeu por e-mail.

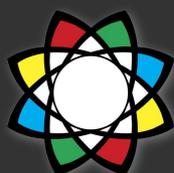
Agradecemos por participar do nosso questionário.

Em caso de dúvida, crítica ou reclamação, favor enviar um e-mail para <ademir.bicalho@ufba.br >.

* ① Você aceita contribuir com esta pesquisa?

SIM. Eu aceito

NÃO. Eu não aceito



IHAC
INSTITUTO DE HUMANIDADES
ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
UFBA

ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UFBA

2. Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO)

Este questionário traz uma lista de itens que expressam valores da organização. Sua tarefa é avaliar cada item com base na seguinte pergunta: "QUANTO A ORGANIZAÇÃO (FICTÍCIA) AQUI DESCRITA SE PARECE COM A UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA)?"

Não existe uma resposta certa ou errada. Para cada item, escolha a opção de resposta que

melhor expressa a sua opinião, utilizando uma escala de 1 (um) a 6 (seis), conforme abaixo:

A organização aqui descrita é...

1. MUITO PARECIDA com a UFBA
2. PARECIDA com a UFBA
3. MAIS OU MENOS PARECIDA com a UFBA
4. POUCO PARECIDA com a UFBA
5. NÃO SE PARECE com a UFBA
6. NÃO SE PARECE EM NADA com a UFBA

Repetimos: NÃO HÁ resposta certa ou errada. Por favor, responda de forma mais sincera possível cada item, de acordo com o seu entendimento e interpretação.

Por favor, não deixe nenhum item em branco.

* 2 Esta organização estimula o empregado a enfrentar desafios.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 3 A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 4 Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (5) Esta organização valoriza a competência.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (6) É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (7) A tradição é uma marca desta organização.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (8) Esta organização influencia outras organizações.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (9) Esta organização acha que é importante ser competente.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (10) Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (11) É importante para esta organização ser rica.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (12) Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (13) Esta organização preserva os costumes antigos.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (14) Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (15) Nesta organização, os empregados são premiados.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (16) Esta organização acredita no valor da honestidade.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (17) Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (18) Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (19) Esta organização busca o domínio do mercado.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (20) Esta organização evita mudanças.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (21) Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (22) Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (23) Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados.

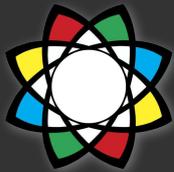
	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (24) Esta organização valoriza empregados curiosos.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (25) Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



IHAC
INSTITUTO DE HUMANIDADES
ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
UFBA

ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UFBA

3. (continuação) Inventário de Perfis de Valores Organizacionais

* (26) Esta organização tem prestígio na sociedade.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (27) Esta organização procura aperfeiçoar-se constantemente.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (28) Esta organização acredita que as regras são importantes.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (29) O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (30) Esta organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (31) Para esta organização, é importante ser criativa.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (32) Esta organização procura manter práticas consagradas.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (33) Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (34) Esta organização tem prestígio.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (35) Esta organização acredita que a cortesia é importante.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (36) Esta organização tem influência na sociedade.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (37) Para esta organização, planejar metas é essencial.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (38) Esta organização acha importante ser competitiva.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (39) Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (40) O prazer, para esta organização, é obter lucros.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (41) Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (42) Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (43) Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (44) Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (45) Esta organização considera a lealdade importante.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (46) Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (47) Esta organização incentiva o empregado a ser criativo.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (48) O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* (49) Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado.

	Muito parecida com a UFBA	Parecida com a UFBA	Mais ou menos parecida com a UFBA	Pouco parecida com a UFBA	Não se parece com a UFBA	Não se parece em nada com a UFBA
A organização aqui descrita é...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



IHAC
INSTITUTO DE HUMANIDADES
ARTES E CIÊNCIAS
PROFESSOR MILTON SANTOS
UFBA

ESTUDOS SOBRE VALORES ORGANIZACIONAIS: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UFBA

4. PERFIL DO SERVIDOR

* (50) Sexo:

- Masculino
 Feminino

* (51) Faixa etária:

- Até 30 anos
- Entre 31 e 40 anos
- Entre 41 e 50 anos
- Entre 51 e 60 anos
- Acima de 60 anos

* (52) Grau de escolaridade / Titulação acadêmica:
(independente do cargo que ocupa)

- Nível fundamental incompleto
- Nível fundamental completo (1ª a 9ª série)
- Nível médio completo (1º a 3º ano)
- Nível superior completo (graduação)
- Especialização completa
- Mestrado completo
- Doutorado completo

* 53) Área do conhecimento com a qual possui maior identificação/interesse:
(independente do cargo ou formação acadêmica)

- ÁREA I - CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA
Astronomia; Ciência da Computação; Física; Geociências; Matemática; Probabilidade e Estatística; Química
- ÁREA II - CIÊNCIAS BIOLÓGICAS
Biofísica; Biologia Geral; Bioquímica; Botânica; Ecologia; Farmacologia; Fisiologia; Genética; Imunologia; Microbiologia; Morfologia; Oceanografia; Parasitologia; Zoologia
- ÁREA III - ENGENHARIAS
Engenharia Aeroespacial; Engenharia Biomédica; Engenharia Civil; Engenharia de Materiais e Metalúrgica; Engenharia de Minas; Engenharia de Produção; Engenharia de Transportes; Engenharia Elétrica; Engenharia Mecânica; Engenharia Naval e Oceânica; Engenharia Nuclear; Engenharia Química; Engenharia Sanitária
- ÁREA IV - CIÊNCIAS DA SAÚDE
Educação Física; Enfermagem; Farmácia; Fisioterapia e Terapia Ocupacional; Fonoaudiologia; Medicina; Nutrição; Odontologia; Saúde Coletiva
- ÁREA V - CIÊNCIAS AGRÁRIAS
Agronomia; Ciência e Tecnologia de Alimentos; Engenharia Agrícola; Medicina Veterinária; Recursos Florestais e Engenharia Florestal; Recursos Pesqueiros e Engenharia de Pesca; Zootecnia
- ÁREA VI - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Administração; Arquitetura e Urbanismo; Ciência da Informação; Comunicação; Demografia; Desenho Industrial; Direito; Economia; Museologia; Planejamento Urbano e Regional; Serviço Social; Turismo
- ÁREA VII - CIÊNCIAS HUMANAS
Antropologia; Arqueologia; Ciência Política; Educação; Filosofia; Geografia; História; Psicologia; Sociologia; Teologia
- ÁREA VIII - LINGUÍSTICA, LETRAS E ARTES
Artes; Letras; Linguística
- ÁREA IX - MULTIDISCIPLINAR
Biotecnologia; Ciências Ambientais; Ensino; Interdisciplinar; Materiais

* 54) Quais cargos você já ocupou na UFBA?
(é possível marcar mais de uma opção)

- Docente
- Técnico-administrativo

* (55) Qual o seu atual cargo/regime/classe na UFBA?

- Docente - 20 horas
- Docente - 40 horas
- Docente - DE (dedicação exclusiva)
- Técnico-administrativo - nível fundamental (classe C)
- Técnico-administrativo - nível médio (classe D)
- Técnico-administrativo - nível superior (classe E)

* (56) Há quanto tempo você ocupa o cargo acima (questão 55)?

- Menos de 03 anos
- De 03 a 06 anos
- De 07 a 10 anos
- De 11 a 20 anos
- Mais de 20 anos

* (57) Qual a sua atual lotação (organograma) na UFBA?

- ADMINISTRAÇÃO CENTRAL
Reitoria, Gabinete do Reitor, Vice-Reitoria, pró-reitorias, superintendências, assessorias, Ouvidoria Geral ou Serviço de Informação ao Cidadão
- ÓRGÃOS ESTRUTURANTES
Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI), de Saúde, de Museus (MAE) ou Editorial (EDUFBA)
- UNIDADES UNIVERSITÁRIAS
Escolas, faculdades, institutos, pavilhões de aulas
- OUTROS ÓRGÃOS DA UFBA
Centro de Estudos Afro-Orientais (CEAO); Centro de Estudos Baianos (CEB); Centro de Estudos e Terapia de Abuso de Drogas (CETAD); Centro de Pesquisa em Geofísica e Geologia; Centro de Recursos Humanos (CRH); Comissão Permanente de Pessoal Docente (CPPD); Coordenadoria de Controle Interno (CCI); Escola Oficina de Salvador; Memorial de Medicina; Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher (NEIM); Núcleo Interdisciplinar do Meio Ambiente (NIMA); Procuradoria Federal Junto à UFBA; Secretaria dos Conselhos Superiores (SOC).

* (58) Qual a sua atual lotação (cidade) na UFBA?

- Salvador
- Vitória da Conquista
- Outra cidade

* (59) Você já ocupou cargo de chefia, direção ou assessoramento na UFBA?

(é possível marcar mais de uma opção)

- SIM. Cargo de Direção - CD-1, CD-2, CD-3 ou CD-4
- SIM. Função de Coordenação de Curso - FCC
- SIM. Função Gratificada - FG-1, FG-2 ou FG-3
- NÃO. Nunca ocupei os cargo citados

* (60) Você já atuou como representante de docentes ou de técnico-administrativos em algum órgão colegiado?

(é possível marcar mais de uma opção)

- SIM. Em Conselho Superior (Conselho Universitário; Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão; Conselho Acadêmico de Ensino; Conselho Acadêmico de Pesquisa e Extensão; Assembléia Universitária ou Conselho de Curadores)
- SIM. Em Congregação de Unidade Universitária
- SIM. Em Colegiado de Curso de Graduação ou Pós-Graduação
- SIM. Em outro órgão colegiado
- NÃO. Nunca atuei como representante

(61) Mais uma vez, obrigado pela participação!
Se desejar, deixe aqui seu comentário.

UFBA 2017



CONGRESSO

Pesquisa, Ensino e Extensão



16 a 18 de outubro

CADERNO DE RESUMOS

www.congresso2017.ufba.br

CADERNO DE RESUMOS

CONGRESSO DA UFBA

PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO

16 a 18 de Outubro de 2017

Salvador – Bahia

– CONGRESSO DA UFBA 2017 –

Coordenação Geral

João Carlos Salles Pires da Silva

Coordenação Executiva

Paulo Costa Lima

Conselho Consultivo e de Gestão

Paulo Miguez, Cássia Virginia Bastos Maciel, Dulce Guedes, Eduardo Luiz Andrade Mota, Fabiana Dultra Britto, Lorene Louise Silva Pinto, Penildon Silva Filho, Olival Freire Júnior, Suani Rubim de Pinho.

Comissão Executiva

Guilherme Bertissolo, José Murilo Philigret de Oliveira Baptista, Thiago Andrade Ferreira Dória, Ednei de Santana Pereira.

**Comissão de Organização e Seleção de Trabalhos -
Seminário de Pesquisa, Ensino e Extensão**

Guilherme Bertissolo, Joice Neves Reis Pedreira, Iole Macedo Vanin, Alessandra Santos de Assis, Augusto Cesar Pinto Loureiro da Costa, Fernanda Mota, Carla Dameane Pereira de Souza, Ana Maria Bicalho, Cristiana Mercuri, Cláudio Romão.

Comissão de Organização das Mesas

Ednei de Santana Pereira, Thiago Andrade Ferreira Dória.

Comissão Artística

Fabiana Dultra Britto, Guilherme Bertissolo, Paulo Costa Lima.

Comissão de Comunicação e Tecnologia

Mariluce Moura e Fabíola Greve (Coordenadoras), Luiz Cláudio Mendonça, Marco Antonio Queiroz, Antonio Moreno, Fernanda Caldas, Josemara Veloso, Murilo Guerra, Gisele Santana.

Comissão de Infraestrutura

Dulce Guedes, Eduardo Mota, Fábio Velame.

Secretaria Executiva

Ana Maria Brito, Cláudia Lopes, Maria Cristina Barreto Lordão, Angélica Alves Pereira Rodrigues, Deivison dos Santos Braga, Alisson G. Silva.

Produção

Núcleo de Produção e Difusão da Extensão (PROEXT), Alena Jambreiro, Karla Nascimento Cunico.

Equipe Editorial

Flávia Goulart Garcia Rosa (Coord.), Edson Sales, Lúcia Valeska Sokolowicz, Rodrigo Schlabit.

Programação Visual e Arte do Congresso

Gilson Rabelo

Imagem símbolo dos Congressos da UFBA

Juarez Paraíso



Resumos do Congresso UFBA 2017

PÓS-GRADUAÇÃO

e sexualidade. Para diversos pesquisadores, a exemplo de Amaral (2015), Nadir (2015) e Givigi e Oliveira (2013), a universidade é uma instituição que produz, reproduz e atualiza as desigualdades sociais e hierarquias de classe, raça, gênero, território, origem, sexualidade, entre outras, contribuindo para que muitos conflitos sociais encontrem em seu interior mecanismos de estabilização, como no caso da heterossexualidade, que assim como na escola, é estabelecida e estabilizada como única possibilidade legítima de expressão sexual e de gênero. A universidade está sendo compreendida, no contexto desse estudo, como uma instituição social, que reflete a estrutura e a forma de funcionamento da sociedade e que também produz as suas próprias estruturas, regras, normas, ordenamentos e valores de legitimidade internos a ela. A lógica de classificação social que naturaliza as diferenças e hierarquias e inferioriza e hostiliza certos grupos, a exemplo daqueles que se afastam dos requisitos da norma heterossexual e do binarismo de gênero, tem provocado instabilidades na permanência e no processo de afiliação de estudantes LGBTs. As questões de gênero e sexualidade, quando interseccionada com os marcadores de classe, raça e origem, tem acentuado o estranhamento em relação à universidade, interferido nas trajetórias formativas e na construção do sucesso e êxito acadêmico, como consequência de uma permanência qualificada. Este estudo teve como objetivo principal investigar a trajetória formativa e o processo de afiliação acadêmica e permanência qualificada no ensino superior de estudantes LGBTs na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Os participantes foram seis jovens, estudantes do Centro de Artes, Humanidades e Letras, vinculados aos cursos de Jornalismo, História, Serviço Social, Publicidade e Propaganda e Museologia. A abordagem ao tema foi qualitativa, e adotou-se a perspectiva da etnometodologia, ciência dos etnométodos, que tem como objetivo a busca empírica dos métodos utilizados pelos indivíduos para construir e dar sentido às suas ações cotidianas. Para identificar as interlocutoras da pesquisa, realizei as Rodas de Saberes e Formação (RSF), e a partir da identificação foram realizadas entrevistas etnonarradas e escrita de etnodiários formativos. As entrevistas e as Rodas de Saberes e Formação foram realizadas no Centro de Artes, Humanidades e Letras, e o etnodiário foi utilizado para registro das atividades de campo, assim como dos aspectos observados no cotidiano da universidade. As estudantes revelaram suas trajetórias acadêmicas, seus processos de adaptação, as dificuldades encontradas, as resistências e as formas de auto-organização, descrevendo o raciocínio prático que envolve nos processos de decisão das estratégias utilizadas para permanecer e existir na universidade. A compreensão de universidade posta pelas estudantes, dão conta de um lugar que ao mesmo tempo que apresenta-se como um terreno de diversidades, propício para a saída do armário, vivência e expressão das sexualidades e gêneros não-binários e normativos, é também um espaço marcado por práticas de silenciamento e invisibilização desses gêneros e sexualidades, em especial nos espaços formais de aprendizagem, a exemplo da sala de aula. As dificuldades encontradas na permanência não se limitam às questões de gênero e sexualidade e estão o tempo todo se interseccionando com seus outros marcadores de diferenciando, sendo convertidos, ora em opressões e violências, ora em privilégios e diversidade. Esse trabalho pretende falar da experiência LGBT no ensino superior na realidade específica vivenciada e elaborada pelas estudantes em questão, pode, mesmo assim, estimular discussões e debates em torno das políticas e práticas institucionais que podem e devem ser desenvolvidas para garantir a permanência qualificada e o êxito acadêmico de estudantes gays, lésbicas, travestis e transexuais que consigam acessar a universidade.

Palavras-chaves: Ensino Superior, LGBTfobia, Vida universitária

Área: INTERDISCIPLINAR SOCIAIS E HUMANIDADES

TRABALHO: VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL, ENTRE 2012 E 2016, NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR

Autor(es): ADEMIR ANDRADE BICALHO JÚNIOR, JORGE LUIZ LORDELO DE SALES RIBEIRO

Resumo: Os Valores Organizacionais, núcleo da cultura organizacional, são componentes essenciais nas organizações, atuando, decisivamente, como elementos integradores e orientadores, à medida que influenciam e denotam a preferência por certos comportamentos, estratégias e objetivos, bem como as interações sociais. Empresas de excelência possuem, em sua cultura, um forte conjunto de valores centrais. Basicamente, os valores organizacionais são crenças sobre o que é bom e desejável para a empresa. O presente trabalho buscou apresentar o atual cenário da produção científica nacional sobre valores organizacionais. Para tanto, foram analisados artigos científicos sobre o tema publicados, entre 2012 e 2016, em 23 periódicos nacionais – versão on-line, com classificação (estrato) "A1" ou "A2", nas áreas de avaliação Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar, segundo o sistema de avaliação Qualis Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), ano 2014 (Qualis 2014), disponível na Plataforma Sucupira. A pesquisa foi dividida em três etapas: levantamento dos periódicos; levantamentos e análise dos artigos; caracterização dos artigos, incluindo dados referentes à autoria, à metodologia e à abordagem dada aos valores organizacionais. Ao final, dentre os 1.157 registros (periódicos nacionais e estrangeiros) foram selecionados e analisados 31 artigos. Verificou-se uma pluralidade de autores e de parceiras entre autores e instituições, além de uma predominância de pesquisas qualitativas, empíricas, do tipo estudo de caso, utilizando o questionário como principal instrumento de coleta de dados. Evidenciou-se que a produção nacional sobre valores organizacionais continua concentrada na área de Administração e em autores vinculados a instituições públicas das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul. A inclusão da área Interdisciplinar permitiu verificar como as áreas, em especial a Psicologia, estão interagindo com outros campos científicos para estudar as interações (individuais e coletivas) entre o comportamento humano e as organizações. O levantamento revelou a complexidade dos temas "cultura" e "valores" e certo amadurecimento dos estudos sobre valores organizacionais no Brasil, com potencial para contribuir no aprimoramento das políticas e práticas voltadas à gestão de pessoas e à gestão organizacional.

Palavras-chaves: Cultura organizacional, Valores organizacionais, Valores laborais

VALORES ORGANIZACIONAIS: UM ESTUDO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL ENTRE 2012 E 2016 NAS ÁREAS DE ADMINISTRAÇÃO, PSICOLOGIA E INTERDISCIPLINAR

Organizational Values: a study of national scientific production, between 2012 and 2016 in the areas of Administration, Psychology and Interdisciplinary

Ademir Andrade Bicalho Junior¹; Jorge Luiz Lordêlo de Sales Ribeiro²

1 INTRODUÇÃO

Por que uma empresa sediada nos EUA não possui o mesmo funcionamento de sua filial no Japão? Até a década de 1950, uma resposta aceitável seria a influência exercida pela “cultura nacional”, ou seja, os distintos processos de constituição, desenvolvimento, organização e identificação de cada país e sua respectiva população. Contudo, as pesquisas contemporâneas – influenciadas pela Sociologia, Antropologia e Psicologia, com ênfase nos estudos sobre “sistemas” e “psicologia transcultural” – verificaram que a “cultura nacional” não oferece uma resposta satisfatória à questão; prova disso é o fato de empresas sediadas numa mesma cidade também possuírem variações nos padrões de norma e comportamento. Assim, foi necessário buscar uma outra explicação para esses fenômenos organizacionais, que permitisse a distinção entre organizações dentro de uma mesma sociedade. O conceito de *cultura organizacional* tem servido bem a esse propósito (SCHEIN, 1990).

Nos últimos anos, o conceito de cultura organizacional tem recebido crescente atenção de acadêmicos e profissionais (SCHEIN, 1990). Tamayo, Mendes e Paz (2000, p. 291) ressaltam que a cultura organizacional possui um destaque crescente na literatura internacional, impondo-nos o importante desafio de elaborar teorias, modelos e perfis culturais das organizações. Para esta elaboração, os autores defendem os **valores organizacionais** como uma possibilidade de estudo, visto que “eles constituem o núcleo fundamental da cultura organizacional [...]”.

No âmbito nacional, existem vários estudos da produção científica brasileira sobre cultura, comportamento e/ou comprometimento organizacionais, sob diferentes enfoques, a

¹ Especialização em MBA em Gestão de Recursos Humanos pela Faculdade Social da Bahia, Brasil(2011)
Pesquisa e desenvolvimento da Universidade Federal da Bahia , Brasil

² Psicólogo, Mestre em Linguística e Doutor em Educação pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor Associado do Instituto de Psicologia (IPS/UFBA). Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre a Universidade (PPGEISU/IHAC/UFBA). Pesquisador do Núcleo de Estudos Interdisciplinares em Saúde, Violência e Subjetividade (SAVIS).

exemplo dos trabalhos de Borges-Andrade e Pagotto (2010) e de Bastos e colaboradores (2014). Contudo, especificamente sobre valores organizacionais, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009, p. 87) afirmam que os estudos começaram nos anos 1990, com grande impulso na década seguinte, e que já existe “uma razoável produção na área, o que torna pertinente a realização de um balanço de tal literatura. [...] No entanto, não foram localizados levantamentos desse tipo voltados especificamente à área de valores organizacionais [...]”.

Isto posto, as autoras realizaram uma análise dos artigos científicos sobre valores organizacionais publicados, entre 2000 a 2008, em 17 periódicos nacionais das áreas de Administração (oito) e Psicologia (nove) com classificação “A” na avaliação *Qualis 2007*, totalizando 56 artigos. De forma similar, Estivalet e colaboradores (2012) realizaram uma análise da produção científica sobre valores organizacionais em artigos publicados nos principais eventos (quatro) e periódicos (nove) nacionais da área de Administração, no período de 2002 a 2011, totalizando 46 artigos. Até a finalização deste artigo, não foram localizados outros levantamentos desta natureza.

Como se verifica nas pesquisas supracitadas, tradicionalmente, os estudos da cultura organizacional são trabalhados nas áreas da Administração e Psicologia – sobretudo na Psicologia Organizacional, conforme apontam Schein (1990) e Tamayo, Mendes e Paz (2000). Contudo, Schein (1990) defende que a cultura possui uma grande diversidade de abordagens, pois está na interseção de várias ciências sociais. O autor (2009) defende ainda que os estudos organizacionais estão se desenvolvendo em uma forma mais interdisciplinar de pensar e conduzir pesquisa. Por esse motivo, incluímos a área de avaliação Interdisciplinar na presente pesquisa. Mas, o que mudou nos últimos cinco anos? Qual a influência da área Interdisciplinar nos estudos sobre cultura organizacional e, conseqüentemente, sobre valores organizacionais? Como esses estudos estão sendo trabalhos por área? Como esta nova área (Interdisciplinar) se relaciona com as “áreas tradicionais” (Administração e Psicologia)?

O presente artigo visa analisar a produção científica nacional sobre valores organizacionais e sua relação com essas três áreas, através de um estudo dos artigos científicos publicados entre 2012 e 2016, em periódicos nacionais – versão *on-line*, com

estrato A1 ou A2, nas áreas de avaliação Administração, Psicologia ou Interdisciplinar, segundo o sistema de avaliação *Qualis Periódico*, ano 2014 (*Qualis 2014*).

Este estudo não pretendeu estabelecer um método comparativo com os levantamentos anteriores, mas, sim, atualizar e complementar os dados existentes, distinguindo-se de seus antecessores, sobretudo, em três aspectos: a) serão analisados os artigos publicados no período de 2012 a 2016; b) serão levantadas características relativas à amostra selecionada pelas pesquisas (setor e segmento da economia, personalidade jurídica etc); c) serão pesquisados periódicos das áreas de Administração, Psicologia e Interdisciplinar, resultando em maior quantidade e variedade dos dados.

2 MARCO TEÓRICO: CULTURA(S), VALORES E ORGANIZAÇÕES

A cultura influencia a organização, impregna suas práticas, ajuda a entender e explicar diversos de seus aspectos (estratégia, estrutura, processos, sistemas etc). *Cultura* e *Cultura Organizacional* são objetos de uma vasta bibliografia, entre textos literários e científicos. Trata-se de tema complexo, dinâmico e de difícil conceituação (SCHEIN, 2009). Kroeber e Kluckhohn (1963 apud GORDON; DITOMASO, 1992) identificaram nada menos que 165 significados para a palavra “cultura”. O fato é que toda organização cria sua própria cultura, constituída por crenças, tradições, usos, rituais, rotinas, normas, valores e tabus próprios (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000).

Cultura pode ser definida como um padrão (onipresente) de suposições básicas, inventado, descoberto ou desenvolvido por um determinado grupo de pessoas, à medida que, ao longo de certo período de tempo, aprende a lidar com seus problemas de adaptação/sobrevivência (ambiente externo) e de integração (ambiente interno). O padrão deve funcionar bem o suficiente para ser considerado válido e, portanto, apto a ser transmitido aos novos membros como a forma correta de perceber, pensar e sentir em relação àqueles problemas. Essa transferência é simultaneamente um processo comportamental, cognitivo e emocional. O nível mais profundo da cultura será o cognitivo, no qual as percepções, a linguagem e os processos de pensamento compartilhados serão a causa raiz (determinante causal final) de sentimentos, atitudes, valores e comportamentos (SCHEIN, 1990).

Cultura Organizacional é “um conjunto complexo de valores, crenças, suposições e símbolos que definem a maneira como uma empresa conduz seu negócio.” Apesar do pouco consenso quanto à sua definição, há ampla concordância quanto ao seu relevante papel no “desempenho financeiro superior sustentado” (*sustained superior financial performance*, taxa de retorno econômico alta e contínua), caracterizado por um conjunto de valores que promovem criatividade, inovação, flexibilidade, qualidade de vida no trabalho, excelência na gestão. A cultura de uma empresa pode ser uma fonte de vantagem competitiva; ela define quem são os funcionários, clientes, fornecedores e principais concorrentes, bem como a interação entre a organização e esses atores. (BARNEY, 1986, p. 657, tradução nossa). Deste modo, a cultura organizacional “[...] é determinante do desempenho individual, da satisfação no trabalho e da produtividade da empresa.” (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000, p. 290).

Valores podem ser definidos como “princípios transsituacionais” que expressam interesses ou desejos (de tipo individual, coletivo ou misto), relativos a tipos motivacionais (estimulação e autodeterminação), ordenados segundo uma hierarquia (ordem de importância) e que orientam a vida do indivíduo (sua forma de pensar, agir e sentir). Basicamente, os valores são originados da busca (individual) de respostas apropriadas (e aceitáveis para o resto do grupo) para a sua satisfação de três exigências universais do ser humano: necessidades biológicas do organismo; necessidades sociais relativas à regulação das interações interpessoais; necessidades socioinstitucionais referentes à sobrevivência e bem-estar dos grupos. Uma subcategoria deste “universo axiológico” será chamada **valores organizacionais** (TAMAYO, 1996, p. 160).

Os valores organizacionais podem ser definidos como princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a metas organizacionais desejáveis que orientam a vida da empresa e estão ao serviço de interesses individuais, coletivos ou mistos. [...] Eles sustentam as atitudes, determinam a forma de julgar o comportamento organizacional e constituem uma motivação para a ação (TAMAYO, 1996, p. 164).

Valores Organizacionais são componentes essenciais nas organizações, atuando decisivamente como elementos integradores e orientadores, à medida que influenciam e denotam a preferência por certos comportamentos, estratégias e objetivos, bem como as interações sociais (ESTIVALETE et al, 2012). Os valores organizacionais – juntamente com as normas, crenças, símbolos e rituais – constituem os elementos da

cultura de uma empresa; os padrões para perceber, pensar, agir e comunicar. Os valores e as normas são elementos integradores, compartilhados por todos (ou boa parte) os membros da organização. “Basicamente, os valores organizacionais são crenças sobre o que é bom e desejável para a empresa.” (TAMAYO, 1996, p. 64).

Segundo Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), os *valores pessoais* e os *valores organizacionais* possuem propriedades em comum (desejabilidade, significância ou importância), mas diferem-se quanto ao nível de análise: os primeiros constituem características dos indivíduos (nível micro de análise), enquanto que os segundos constituem características das organizações (nível macro de análise). Para Schein (1990), se a organização como um todo teve experiências compartilhadas haverá uma cultura organizacional total. Apesar disso, dentro de uma organização podem coexistir muitas subculturas, culturas independentes e mesmo em conflitos entre si. De forma similar, Tamayo (1996, p. 171-172) adverte que “os valores organizacionais não devem ser confundidos com os valores pessoais dos membros da organização, nem com os valores que eles gostariam que existissem na empresa.”. Ou seja, mesmo sendo um elemento compartilhado, o sistema de valores da organização não é, necessariamente, idêntico aos de seus membros, pode haver conflitos, convergências e/ou divergências, totais ou parciais; essa dinâmica repercute em diversos fenômenos organizacionais.

Em seu trabalho, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), identificaram que os estudos brasileiros sobre valores organizacionais têm se dedicado principalmente a derivar suas tipologias (classificações, “tipo puros”) e estudá-los como variável (antecedente ou consequente) de diversos fenômenos macro e micro-organizacionais: identidade organizacional; aprendizagem organizacional; marketing interno; atitudes sobre mudanças organizacionais; avaliações sobre a organização; comportamentos de consumo; comportamentos de cidadania; estresse; *burnout* e prazer-sofrimento no trabalho. Uma análise da atual produção científica poderá contribuir para identificar os novos caminhos de investigação, bem como as tipologias e variáveis consolidadas.

3 MÉTODO

A pesquisa foi dividida em quatro etapas: levantamento dos periódicos; seleção dos periódicos; levantamentos e análise dos artigos; e, por fim, caracterização dos artigos, incluindo dados referentes à autoria, metodologia e temas relacionados aos valores organizacionais.

3.1 PRIMEIRA ETAPA: LEVANTAMENTO DOS PERIÓDICOS

A primeira etapa do estudo foi o levantamento dos periódicos, através da Plataforma Sucupira, sistema *on-line* gerido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que, dentre outras funções, fornece a estratificação da qualidade da produção intelectual dos programas de pós-graduação brasileiros, aferida pelo sistema nacional de avaliação *Qualis Periódicos*. A avaliação divide os periódicos em oito níveis decrescentes de qualidade: A1, A2, B1, B2, B3, B4, B5, C.

A consulta foi realizada em 25 de agosto de 2016, utilizando os seguintes parâmetros: a) Evento de classificação: Classificação de Periódicos 2014 (*Qualis 2014*); b) Áreas de avaliação (três): “Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo”, “Interdisciplinar” e “Psicologia”; c) Classificação (duas): “A1” e “A2”.

Como resultado desta consulta, o sistema fornece um quadro com quatro colunas contendo as seguintes informações sobre cada periódico: ISSN; Título; Área de Avaliação; Classificação. A coluna *Título*, além do nome do periódico, por vezes, contém seu formato (impresso ou *on-line*), ano de criação, instituição responsável e/ou cidade-sede; informações que foram utilizadas para identificar os periódicos nacionais.

A partir desta consulta foram identificados 1.157 registros, entre periódicos nacionais e estrangeiros. Com base nas informações fornecidas pelo aludido sistema, realizou-se uma filtragem dos registros correspondentes a periódicos nacionais, na qual foram localizados 166 registros. Vale destacar que a quantidade de registros não corresponde efetivamente ao total de periódicos existentes, visto que alguns periódicos possuem registros distintos para as versões impressa e *on-line* e outros são registrados simultaneamente em duas ou mais áreas de avaliação.

3.2 SEGUNDA ETAPA: SELEÇÃO DOS PERIÓDICOS

A segunda etapa do estudo foi a seleção dos periódicos nacionais a serem utilizados na pesquisa. Dentre os 166 registros identificados como nacionais, foram selecionados aqueles correspondentes a periódicos *on-line*, geridos por instituições nacionais, de acesso livre e linha editorial relacionada à área de estudos organizacionais.

Ao final desta etapa, 31 registros atenderam aos critérios propostos. A distribuição dos registros entre as áreas de avaliação e estratos (classificação) está mais bem descrita na Tabela 1. Todos os demais registros identificados na consulta realizada em agosto/2016 foram excluídos. Na área de avaliação “Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo”, por exemplo, foram excluídos os periódicos com linha editorial pautada exclusivamente às áreas Ciências Contábeis ou Turismo.

Tabela 1 – Registros resultantes da consulta na Plataforma Sucupira

Área / Classificação	Registros nacionais e estrangeiros			Registros nacionais localizados			Registros nacionais selecionados		
	A1	A2	Total	A1	A2	Total	A1	A2	Total
Administração [...]	68	139	207	00	19	19	00	08	08
Interdisciplinar	252	487	739	22	78	100	03	06	09
Psicologia	76	135	211	11	36	47	05	09	14
			1.157			166			31

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da Plataforma Sucupira

Ao analisar os 31 registros selecionados, observaram-se oito ocorrências de periódicos registrados simultaneamente em duas áreas de avaliação: uma entre dois periódicos na área Administração; uma entre periódicos nas áreas Administração e Interdisciplinar; seis entre periódicos nas áreas Psicologia e Interdisciplinar. Assim, concluindo a segunda etapa da pesquisa, verificou-se que os 31 registros correspondem efetivamente a 23 periódicos nacionais, elencados no Quadro 1.

Quadro 1 – Periódicos nacionais selecionados para o estudo

Periódico (conforme nomenclatura no <i>Qualis 2014</i>)	ISBN	Área	Estrato
Arquivos Brasileiros de Psicologia (Online)	1809-5267	Interdisciplina	A2

		r	
		Psicologia	
BAR. Brazilian Administration Review	1807-7692	Administração	A2
		Interdisciplinar	
Cadernos EBAPE.BR (FGV)	1679-3951	Administração	A2
Estudos de Psicologia (Natal. Online)	1678-4669	Psicologia	A1
		Interdisciplinar	A2
Estudos e Pesquisas em Psicologia (Online)	1808-4281	Psicologia	A2
Horizontes Antropológicos (Online)	1806-9983	Interdisciplinar	A1
Organizações & Sociedade (Online)	1984-9230	Administração	A2
Paidéia (USP. Online)	1982-4327	Psicologia	A1
Psico (PUCRS. Online)	1980-8623	Psicologia	A2
Psicologia & Sociedade (Online)	1807-0310	Psicologia	A2
		Psicologia	A1
Psicologia em Estudo (Online)	1807-0329	Interdisciplinar	A2
Psicologia USP (Online)	1678-5177	Psicologia	A2
Psicologia: Ciência e Profissão (Online)	1982-3703	Interdisciplinar	A2
		Psicologia	
Psicologia: Reflexão e Crítica	1678-7153	Psicologia	A1
Psicologia: Teoria e Pesquisa (Brasília. Online)	1806-3446	Interdisciplinar	A1
		Psicologia	
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)	1982-7849	Administração	A2
RAE Eletrônica (Online)	1676-5648	Administração	A2
RAUSP. Revista de Administração	0080-2107	Administração	A2
Revista Brasileira de Educação	1809-449X	Interdisciplinar	A1
Revista Brasileira de Gestão de Negócios (Online)	1983-0807	Administração	A2
Revista de Psicologia: Teoria e Prática (Online)	1980-6906	Interdisciplinar	A2
		Psicologia	
Revista Psicologia: Organizações e Trabalho	1984-6657	Psicologia	A2
Temas em Psicologia (Ribeirão Preto)	1413-389X	Psicologia	A2

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da Plataforma Sucupira

3.3 TERCEIRA ETAPA: LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS ARTIGOS

A terceira etapa do estudo foi o levantamento e análise dos artigos. Todos os artigos científicos publicados, entre 2012 e 2016, nos 23 periódicos nacionais selecionados foram analisados. O levantamento dos artigos foi realizado no portal dos respectivos periódicos, no portal SciELO (*Scientific Electronic Library Online*) e/ou no portal PePSIC (Periódicos Eletrônicos de Psicologia).

Os artigos sobre valores organizacionais foram identificados utilizando-se como descritores os seguintes termos: “cultura”; “cultura organizacional”; “organizational values”; “organizational culture”; “valores”; “valores organizacionais”;

“valores das organizações”; “valores laborais”; “valores do trabalho”. Os termos foram buscados no título, no resumo em língua portuguesa e nas palavras-chave de cada artigo.

Foram consultados apenas artigos com texto integral disponível, sem distinção entre os tipos (estudo teórico; estudo empírico; revisão da literatura; estudo metodológico; relatos de experiência; dossiê etc), excluindo-se as publicações limitadas a resumos, resenhas, comunicação de pesquisa ou teses, entrevistas, homenagens, notas técnicas, cartas ao editor, notícias e editoriais.

3.4 QUARTA ETAPA: CARACTERIZAÇÃO DOS ARTIGOS

A quarta e última etapa do estudo foi a caracterização dos artigos. Com base nos trabalhos de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), de Borges-Andrade e Pagotto (2010), de Estivalet e colaboradores (2012) e de Bastos e colaboradores (2014), os artigos científicos localizados foram analisados segundo as características a seguir: a) *autoria*: nome do autor; área de formação; titulação; instituição à qual está vinculado (lotação); localização geográfica; tipo de instituição; b) *aspectos metodológicos*: natureza do estudo; abordagem metodológica; classificação da pesquisa; finalidade/objetivo do artigo; tipo de pesquisa (objetivos técnicos); origem dos dados; instrumento de coleta de dados; tipo de amostragem; setor da economia estudado; segmento da economia estudado; procedimentos de análise de dados; referencial; c) *temas relacionados aos valores organizacionais*: papel desempenhado; tipo de variável.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados apresentados devem ser interpretados atendo-se às limitações postas à pesquisa, bem como às limitações inerentes ao método utilizado. Na terceira etapa, por exemplo, alguns artigos sobre valores organizacionais foram excluídos por não atenderem ao corpus da pesquisa, em especial em relação ao ano de publicação e ao conceito do periódico no sistema de avaliação *Qualis Periódico*. Além disso, não foram considerados trabalhos publicados em outros veículos (eventos, dissertações, teses, livros etc) ou periódicos de outras áreas, formatos, conceitos e/ou nacionalidades.

Ao final do levantamento, foram identificados 5.264 artigos científicos, dentre os quais 31 (0,59%) deles foram classificados como estudos sobre valores

organizacionais, com base nos conceitos e características apresentadas no Marco Teórico deste estudo, em especial a conceituação proposta por Tamayo (1996, p. 164). A distribuição dos artigos por periódico está representada na Tabela 2.

Tabela 2 – Distribuição dos artigos sobre valores organizacionais publicados entre 2012 e 2016

Periódico		Artigos		
Nome	Nº de fascículos	Total	Valores Org.	%
Arquivos Brasileiros de Psicologia (Online)	14	140	0	0,0
BAR. Brazilian Administration Review	21	123	0	0,0
Cadernos EBAPE.BR (FGV)	23	218	7	3,21
Estudos de Psicologia (Natal. Online)	18	173	0	0,0
Estudos e Pesquisas em Psicologia (Online)	14	248	0	0,0
Horizontes Antropológicos (Online)	10	132	0	0,0
Organizações & Sociedade (Online)	20	164	4	2,44
Paidéia (USP. Online)	15	195	1	0,51
Psico (PUCRS. Online)	20	256	1	0,39
Psicologia & Sociedade (Online)	20	418	0	0,0
Psicologia em Estudo (Online)	20	309	0	0,0
Psicologia USP (Online)	16	186	0	0,0
Psicologia: Ciência e Profissão (Online)	22	396	2	0,51
Psicologia: Reflexão e Crítica	18	415	0	0,0
Psicologia: Teoria e Pesquisa (Brasília. Online)	18	228	2	0,88
RAC. Revista de Administração Contemporânea (Online)	34	208	4	1,92
RAE Eletrônica (Online)	30	211	0	0,0
RAUSP. Revista de Administração	20	218	3	1,38
Revista Brasileira de Educação	19	209	0	0,0
Revista Brasileira de Gestão de Negócios (Online)	21	160	2	1,25
Revista de Psicologia: Teoria e Prática (Online)	14	192	0	0,0
Revista Psicologia: Organizações e Trabalho	18	148	4	2,70
Temas em Psicologia (Ribeirão Preto)	17	317	1	0,32
Total	442	5.264	31	0,59

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Deste total, duas revistas quadrimestrais publicaram apenas dois números em 2016: *Arquivos Brasileiros de Psicologia* (v. 68, n. 1 e 2) e *Revista de Psicologia: Teoria e Prática* (v. 18, n. 1 e 2). A revista *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, também quadrimestral, publicou apenas um número em 2016 (v. 16, n. 1). A revista *Psicologia: Teoria e Pesquisa* (trimestral) publicou um único número em 2016 (v. 32, n. 1).

Considerando o percentual por área de avaliação, verifica-se que a área de Administração concentrou um percentual maior de artigos sobre o tema (64,52%), em comparação às áreas de Psicologia (22,58%) e Interdisciplinar (12,90%). É imperativo esclarecer que todos os artigos contabilizados na área Interdisciplinar foram publicados em periódicos registrados simultaneamente nas áreas de Psicologia e Interdisciplinar, o que corrobora o destaque de Borges-Andrade e Pagotto (2010, p. 37) ao uso da

Psicologia aplicada às organizações e/ou ao trabalho para “[...] dar respostas a questões práticas concernentes a interações entre o comportamento humano, o trabalho e as organizações onde este comportamento pode ocorrer, bem como a questões relacionadas às práticas dessas organizações.”. Corrobora ainda com a tese de Schein (2009), de que os estudos organizacionais estão se desenvolvendo em uma forma mais interdisciplinar de pensar e conduzir pesquisa, ou, ao menos na forma de divulgar as publicações.

Em primeira análise, os resultados do estudo (31 artigos, 0,59%, média de 6,2 artigos/ano) podem indicar uma redução das publicações sobre valores organizacionais, em comparação aos dois levantamentos anteriores. Contudo, é necessário relativizá-los quanto ao lapso temporal e às áreas de avaliação selecionadas. Embora Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) tenham localizado um total (56) e um percentual (1,1%) maiores que esta pesquisa, a média de publicações é idêntica (6,2 artigos/ano); excluindo-se os periódicos registrados unicamente na área Interdisciplinar, o resultado percentual subiria de 0,59% para 0,63%. Já o estudo de Estivalet e colaboradores (2012) obteve uma média muito inferior (4,6 artigos/ano), sendo que 65,2% dos artigos por eles analisados foram retirados de anais de eventos; se considerássemos apenas os períodos da área Administração, o resultado percentual subiria de 0,59% para 1,54%.

Ademais, dois fatos merecem destaque devido ao seu potencial de impacto sobre o total de artigos localizados. O primeiro refere-se a não utilização, por força dos critérios adotados no estudo, de periódicos importantes na área, a exemplo da Revista de Administração Pública (RAP), que publicou 18% dos artigos examinados por Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), e da Revista de Administração Mackenzie (RAM), que publicou 8,7% dos artigos examinados por Estivalet e colaboradores (2012). O segundo fato refere-se ao falecimento do pesquisador Álvaro Tamayo Lombana, ocorrido em 02 de setembro de 2007, Professor Emérito da Universidade de Brasília, autor de diversos e relevantes trabalhos científicos sobre valores organizacionais.

Apesar das ponderações, conforme já apontado por Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), quando comparados à literatura internacional, o percentual de artigos ainda representa um baixo interesse dos pesquisadores nacionais sobre o tema. Essa influência da literatura internacional é verificada nas referências dos artigos, 77% deles possuíam mais referências em língua estrangeira do que em língua portuguesa; em

média, 61% das obras citadas nos artigos estavam em língua estrangeira. Esses percentuais podem ser ainda maiores se avaliarmos que muitas das obras em língua portuguesa citadas nos artigos são, na verdade, traduções de obras internacionais.

No intuito de proporcionar uma melhor análise dos resultados da pesquisa, optou-se por subdividir esta seção conforme caracterização proposta no Método.

4.1 AUTORIA

A interdisciplinaridade dos estudos sobre valores organizacionais pôde ser observada também na autoria dos artigos: 58% deles foram produzidos por dois autores, 32% por três ou mais e 10% por uma única pessoa. O mesmo ocorreu nas áreas de formação/atuação dos autores: Administração (49%), Contabilidade (3%), Direito (1%), Educação (1%), Engenharias (10%), Ciências Sociais (4%) e Psicologia (32%). Ademais, dentre os artigos coletivos, 36% possuíam autores com áreas de formação/atuação diferentes: em um deles os pesquisadores eram das áreas de Direito e Psicologia; em todos os demais casos havia ao menos uma pessoa da área de Administração, associado à outra(s) área(s): Ciências Sociais (22%), Contabilidade (11%), Educação (11%), Engenharias (33%) ou Psicologia (22%). Estes dados denotam não apenas um crescente interesse por parte de pesquisadores de diferentes áreas de conhecimento, como também ratificam a natureza interdisciplinar do tema.

Constatou-se ainda uma grande pluralidade na autoria dos trabalhos, os 31 artigos analisados foram produzidos por 66 autores, sendo que apenas seis participaram de mais de um trabalho: um em três estudos e outros cinco em dois estudos cada. Isto destoa drasticamente da pesquisa de Estivalet e colaboradores (2012), na qual um único autor concentrava 28,26% das publicações. A atração de novos pesquisadores (74% doutores) e o ingresso de jovens pesquisadores (23% mestres e 3% mestrandos) denota que o tema continua a despertar o interesse científico nacional, o que poderá melhorar o índice de trabalhos nacionais publicados e utilizados como referencial.

A pluralidade na autoria também pôde ser verificada com relação às instituições às quais os autores estavam vinculados à época da publicação. Em 52% dos artigos, ao menos um dos autores possuía vínculo institucional distinto, no total, os 66 autores pertenciam a 34 instituições diferentes, com destaque para a Universidade de

Brasília (11%), a Universidade Presbiteriana Mackenzie (9%), a Universidade de São Paulo (9%) e a Universidade Federal do Espírito Santo (8%).

Assim como ocorrem na pesquisa de Estivalet e colaboradores (2012), a Universidade de Brasília e a Universidade Presbiteriana Mackenzie permaneceram no topo do *ranking*, a novidade ocorreu pela ascensão da Universidade Federal do Espírito Santo, não listada nos levantamentos anteriores. Segundo Bastos e colaboradores (2014), as relações entre autores de diferentes instituições demonstram esforço em superar a comodidade natural da aproximação geográfica e proporcionam heterogeneidade aos trabalhos, ampliando as discussões entre diferentes perspectivas e as possibilidades de interpretações e análises nos temas estudados.

Ainda sobre as instituições, a maioria dos artigos foi produzida na região Sudeste (52%), seguidas pelas regiões Centro-Oeste (19%), Sul (17%), Nordeste (8%), com destaque à existência de produção oriunda de instituições estrangeiras, especificamente de Portugal (4%). A distribuição obedeceu à mesma ordem apresentada na pesquisa de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), embora permaneça uma centralização no Sudeste, os percentuais demonstrem uma melhor distribuição entre as regiões, valores à época 45%, 27%, 23% e 5%, respectivamente. A região Norte permaneceu sem publicações nos dois levantamentos.

A hegemonia da região Sudeste é recorrente em diversos levantamentos científicos e pode ser explicada, em parte, pela concentração de programas de pós-graduação *stricto sensu*, tanto qualitativa (total de programas) quanto qualitativamente (programas conceito 5 a 7), correspondendo, respectivamente, a 43% e 62% do total.

Embora muito mais sutil, a descentralização das publicações também foi verificada em relação à personalidade jurídica das instituições. Em comparação ao estudo de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009), manteve-se o predomínio de instituições públicas em contraste às privadas, mas os percentuais oscilaram, respectivamente, de 64% para 62% e de 36% para 38%.

4.2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

No que tange às escolhas metodológicas dos autores, não houve grandes mudanças em comparação aos levantamentos anteriores, verificou-se que, em sua maioria, os artigos analisados eram de natureza empírica (84%); a minoria de natureza teórica (16%) buscou relacionar os valores organizacionais a novas variáveis de contexto organizacional, especialmente aquelas vinculadas à identidade ou aprendizagem organizacionais. Dentre os estudos empíricos, 85% tinham como finalidade a construção de conhecimento e 15% visavam a elaboração de instrumentos para identificação/avaliação dos valores organizacionais.

Ainda sobre os estudos empíricos, 42% dos artigos utilizaram uma abordagem qualitativa, 38% quantitativa e 19% híbrida (quali-quantitativa). O aumento de pesquisas qualitativas, em comparação ao estudo de Estivalet e colaboradores (2012), pode evidenciar duas hipóteses: a) as estruturas quantitativas existentes atendem às necessidades dos pesquisadores, reduzindo pesquisas com este objetivo; b) a complexidade do tema impõe o uso de métodos mais subjetivos de interpretação.

As pesquisas foram classificadas, quanto aos objetivos fins, como descritivas (42%), causais/explicativas (31%) ou exploratórias (27%), e, quanto aos objetivos meios, como estudos de caso (81%), levantamentos de campo/survey (15%) ou bibliográficas (4%). Em seu estudo, Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009, p. 97) demonstravam preocupação quanto ao percentual de pesquisas destinadas a “apenas descrever o grau de endosso daquela organização a um conjunto de valores”, visto que “pouco acrescentam ao avanço conceitual da área, já que não se mostram capazes de apontar direções futuras de pesquisa.”.

Quanto à coleta de dados, o questionário/escala (46%) manteve-se como o principal instrumento de coleta, seguido de multimétodos (42%), documentos (8%) e entrevistas (4%). Dentre os multimétodos, os dois conjuntos mais utilizados foram: documentos, questionário e entrevistas; documentos, observação participante e entrevistas. Cada conjunto correspondeu a 27% do total.

Em comparação aos levantamentos anteriores, observa-se uma leve redução no uso de questionários ou escalas e um aumento significativo no uso de multimétodos, o que, segundo Estivalet e colaboradores (2012, p. 60), representa “uma tendência para

consolidação e maior compreensão da temática, o que demonstra a preocupação dos pesquisadores em fundamentar os dados obtidos, através de diferentes fontes de evidência.”. Em outras palavras, a triangulação de dados proporciona uma melhoria metodológica dos estudos e, por conseguinte, uma maior qualidade das produções.

Em relação ao tipo de amostragem, verificou-se que as pesquisas utilizaram como amostra: uma única organização/sede (39%), múltiplas organizações (35%), filiais/escritórios de uma mesma organização (13%), público em geral ou documentos (13%). No que concerne ao setor da economia, as organizações estavam divididas em: setor privado (45%), setor público (19%), terceiro setor (10%), setores diversos (26%).

4.3. TEMAS RELACIONADOS AOS VALORES ORGANIZACIONAIS

As diferentes abordagens para os valores organizacionais utilizadas pelos artigos corroboram a complexidade e dinamicidade apontadas por Schein (2009). Neste item, verificou-se a principal distinção entre a atual pesquisa e o trabalho de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009); na época, as autoras identificaram que em 45% dos artigos os valores organizacionais eram utilizados como variável única de estudo, em 38% como variável antecedente e em 7% como variável consequente de fenômenos macro e micro-organizacionais. Agora, esses percentuais correspondem a 10%, 74% e 16%, respectivamente.

Esses dados ratificam a ideia de interdisciplinaridade, demonstrando estudos entre os valores organizacionais e duas ou mais variáveis (temas). Foram identificadas diversas pesquisas que buscavam estabelecer relações entre os valores e alguns desses fenômenos: aprendizagem; cidadania; competitividade; comprometimento e civismo; comunicação; cultura; desempenho; empreendedorismo; ergologia; estratégia; ética; governança; identidade; inovação; liderança; mudança; prazer e sofrimento; profissionalização; qualidade de vida; recrutamento e seleção; redes interorganizacionais; religiosidade e espiritualidade; responsabilidade social; sustentabilidade; valores individuais. Os temas mais recorrentes estão compilados na Tabela 3.

Tabela 3 – Temas relacionados aos valores organizacionais

Temas	%
-------	---

Competitividade, desempenho e estratégia	15,56
Cultura e identidade	14,44
Comprometimento e civismo	8,89
Liderança e comunicação	7,78
Qualidade de vida, prazer e sofrimento	7,78
Valores individuais	7,78
Cidadania, responsabilidade social e sustentabilidade	5,56
Religiosidade e espiritualidade	5,56
Mudança	4,44
Recrutamento, seleção e profissionalização	4,44
Aprendizagem	2,22
Governança	2,22
Inovação	2,22
Redes interorganizacionais	2,22
Outros temas	8,89

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Como se verifica, além de temas recorrentes em outros levantamentos, tais como: aprendizagem organizacional, prazer-sofrimento, mudança organizacional, identificou-se pesquisas que buscavam relacionar fenômenos organizacionais mais contemporâneos, tais como: cidadania, responsabilidade social e sustentabilidade; religiosidade e espiritualidade; redes interorganizacionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou analisar a produção científica nacional sobre o tema valores organizacionais e sua relação com as áreas Administração, Psicologia (que tradicionalmente abordam o tema) e Interdisciplinar (nova abordagem), através de um estudo dos artigos científicos publicados em periódicos nacionais *on-line*, A1 ou A2, entre 2012 e 2016, nas áreas de avaliação Administração, Psicologia e/ou Interdisciplinar. Foram analisados 31 artigos, publicados em 23 periódicos nacionais.

A complexidade dos temas “cultura” e “valores” se manifestou durante o levantamento. Verificou-se considerável literatura sobre valores sociais, valores humanos, valores pessoais, valores profissionais, valores regionais/locais. Foram localizados artigos sobre a cultura organizacional em sentido amplo, bem como questões a ela relativas: civismo e comprometimento organizacional; clima organizacional; empreendedorismo; estresse e *burnout*; inovação; justiça organizacional; liderança; processo decisório; relações de poder. Localizaram-se, ainda, discussões sobre a influência dos valores pessoais (do fundador, do dirigente, do funcionário) ou coletivos

(grupo social, classe profissional) sobre o trabalho e/ou a organização. Contudo, nenhum destes artigos foi contabilizado no presente levantamento porque os valores organizacionais, embora citados, não eram uma variável central do estudo/discussão.

A inclusão da área Interdisciplinar permitiu verificar como as “áreas tradicionais”, em especial a Psicologia, estão interagindo com outros campos científicos para estudar as interações (individuais e coletivas) entre o comportamento humano e as organizações. Permitiu também a análise de revistas voltadas às áreas de Antropologia e Educação, não estudadas nos levantamentos anteriores. Embora nenhum artigo tenha sido selecionado nestas áreas específicas, há de ser considerada, no resultado da pesquisa, a delimitação proposta ao tema: as organizações. Alguns artigos discutiam temas referentes à cultura e/ou valores em outros “locais”, tais como: grupos sociais (família, escola, igreja, “tribo”, movimento social etc) e espaços físicos (sala de aula, favela, aldeia, bairro, cidade, país etc). Na revista *Horizontes Antropológicos*, por exemplo, embora não tenha sido localizado nenhum artigo sobre valores organizacionais, foram identificados artigos que discutiam, dentre outros: o sistema de valores no ambiente *on-line*; os valores ético-morais e as relações étnico-raciais no mundo do trabalho; as noções de produção, propriedade intelectual e cultura; a relação entre cultura, política e economia; as culturas morais na Noruega e na União Europeia; as culturas e valores dos grupos do movimento *software* livre brasileiro; a preservação da cultura nordestina; a relação entre cultura, economia e consumo.

Em relação às comparações entre os três levantamentos, as fontes pesquisadas, por vezes, divergiram quanto à área, classificação e meio de divulgação. Com base nos dados da pesquisa e sua comparação com as pesquisas de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) e Estivalet e colaboradores (2012), evidenciou-se que a produção nacional sobre valores organizacionais continua concentrada na área de Administração e em autores vinculados a instituições públicas das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul; a maioria dos artigos permanece de natureza empírica e descritiva, utilizando-se de pesquisas do tipo estudo de caso e o questionário/escala como instrumento de coleta de dados.

Não obstante, a comparação entre eles também evidenciou algumas mudanças – ora sutis, ora expressivas – entre os artigos, dentre as quais se destacam: uma

(expressiva) pluralidade e parceira entre autores e instituições, de diferentes áreas de conhecimento e espaços geográficos, incluindo a atração de novos pesquisadores; uma melhoria na distribuição das publicações entre as regiões do País; um aumento das pesquisas qualitativas e do uso de multimétodos para a coleta de dados; uma diversificação dos fenômenos organizacionais estudados.

Outro fato significativo foi a existência de artigos produzidos por pesquisadores estrangeiros, bem como por pesquisadores brasileiros, mas escritos em língua estrangeira. Os trabalhos discutiam: o impacto dos valores organizacionais sob a felicidade do trabalhador; a influência dos valores organizacionais no desempenho organizacional; a cultura e a participação da mulher no mercado de trabalho; a relação entre a motivação docente e variáveis organizacionais, como clima e cultura organizacionais; a relação entre valores organizacionais e estresse. Tais fatos reiteram a relevância dada ao tema na literatura internacional.

Em suma, apesar do número de produções ter se mantido estável, quando comparado com as pesquisas de Ferreira, Fernandes e Corrêa e Silva (2009) e Estivalet e colaboradores (2012), o presente levantamento revelou amadurecimento dos estudos sobre valores organizacionais no Brasil. A atração de novos pesquisadores, de diferentes áreas do conhecimento e instituições, e os novos temas relacionados demonstram o crescente interesse científico nacional sobre a temática e a possibilidade de novas questões de investigação, com potencial para contribuir no aprimoramento das políticas e práticas voltadas à gestão de pessoas e à gestão organizacional.

6 REFERÊNCIAS

BARNEY, Jay B. Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? **Academy of Management Review**, v. 11, n. 3, p. 656-665, jul. 1986. Disponível em: <<http://www.wiggo.com/mgmt8510/readings/readings8a/barney1986amr.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2017. ISSN 1930-3807. DOI: <http://www.jstor.org/stable/258317>.

BASTOS, Antonio Virgílio Bittencourt et al. Vínculos dos Indivíduos com a Organização: Análise da Produção Científica Brasileira 2000-2010. **Psicologia: Teoria e Pesquisa** [impressa], Brasília, v. 30, n. 2, p. 153-162, jun. 2014. Disponível em <<http://>

www.scielo.br/pdf/ptp/v30n2/04.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2017. ISSN 0102-3772. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722014000200004>.

BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; PAGOTTO, Cecília do Prado. O estado da arte da pesquisa brasileira em Psicologia do Trabalho e Organizacional. **Psicologia: Teoria e Pesquisa** [impressa], Brasília, v. 26, n. spe, p. 37-50, 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v26nspe/a04v26ns.pdf>>. Acesso em: 24 fev. 2017. ISSN 0102-3772. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-37722010000500004>.

ESTIVALETE, Vânia de Fátima Barros et al. Valores organizacionais no Brasil: uma análise da produção científica na área da administração nos últimos 10 anos. **Gestão Contemporânea** [on-line]. Porto Alegre, ano 9, n. 12, p. 43-68, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://seer4.fapa.com.br/index.php/arquivo/article/view/150/108>>. Acesso em: 25 ago. 2016. ISSN 2177-3068.

FERREIRA, Maria Cristina; FERNANDES, Helenita de Araújo; CORRÊA E SILVA, Ana Paula. Valores organizacionais: um balanço da produção nacional do período de 2000 a 2008 nas áreas de administração e psicologia. **RAM – Revista de Administração Mackenzie** [on-line]. São Paulo, v. 10, n. 3, mai./jun. 2009. p. 84-100. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v10n3/a06v10n3.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016. ISSN 1678-6971. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712009000300006>.

GORDON, G. G., DITOMASO, N. Predicting corporate performance from organizational culture. **Journal of Management Studies**, v. 29, n. 6, p. 783-798, nov. 1992. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6486.1992.tb00689.x/full>>. Acesso em: 20 fev. 2017. ISSN 0022-2380.

SCHEIN, Edgar H. Organizational culture. **American Psychologist** [impressa], v. 45, n. 2, p. 109-119, fev. 1990. ISSN 0003-066X. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.109>

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

TAMAYO, Álvaro. Valores organizacionais. In: TAMAYO, Álvaro; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; CODO, Wanderley (Org). **Trabalho, organizações e cultura**. Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Psicologia (ANPEPP), 1996. Cap. 12, p. 157-172. Coletâneas da ANPEPP, v. 1, n. 11.

TAMAYO, Álvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres da. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia** [on-line], Natal, v. 5, n. 2, p. 289-315, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v5n2/a02v05n2.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2017. ISSN 1678-4669. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2000000200002>.

UFBA 2018



CONGRESSO

PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO

RESUMOS

CADERNO DE RESUMOS

CONGRESSO DA UFBA

PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO

16 a 18 de Outubro de 2018

Salvador – Bahia

– CONGRESSO DA UFBA 2018 –

Coordenação Geral

João Carlos Salles Pires da Silva

Comissão Executiva

*Guilherme Bertissolo, Thiago Andrade Ferreira Dória,
Paulo Costa Lima.*

Conselho Consultivo e de Gestão

*Paulo Miguez, Cássia Virgínia Bastos Maciel, Dulce Guedes,
Eduardo Luiz Andrade Mota, Fabiana Dultra Britto, Lorene
Louise Silva Pinto, Penildon Silva Filho, Thierry Corrêa Petit
Lobão, Suani Rubim de Pinho.*

Comissão de Organização e Seleção de Trabalhos -

*Seminário de Pesquisa, Ensino e Extensão
Guilherme Bertissolo, Joice Neves Reis Pedreira, Iole Macedo
Vanin, Rejane Fernandes de Oliveira, Fernanda Mota, Lucielen
Porfírio, Cristiana Mercuri, Cláudio Romão.*

Comissão de Organização das Mesas

*Thiago Andrade Ferreira Dória, Ednei de Santana Pereira,
Sérgio Luis Costa Ferreira, Joice Neves Reis Pedreira.*

Comissão Artística

Fabiana Dultra Britto, Guilherme Bertissolo, Paulo Costa Lima.

Comissão de Comunicação e Tecnologia

*Mariluce Moura e Fabíola Greve (Coordenadoras), Luiz
Cláudio Mendonça, Marco Antonio Queiroz, Antonio Moreno,
Fernanda Caldas, Josemara Veloso, Murilo Guerra,
Gisele Santana.*

Comissão de Infraestrutura

Dulce Guedes, Eduardo Luiz Andrade Mota, Fábio Velame.

Secretaria Executiva

*Ana Maria Brito, Cláudia Lopes, Maria Cristina Barreto Lordão,
Deivison dos Santos Braga, Alisson G. Silva, Lúcio Rocha,
Luiza Teles Santos, Luciana S. Moreira.*

Produção

*Núcleo de Produção e Difusão da Extensão (PROEXT),
Alena Jambeiro.*

Equipe Editorial

Flávia Goulart Garcia Rosa (Coord.), Edson Nascimento Sales.

Programação Visual e Arte do Congresso

Tainá Moraes

Imagem símbolo dos Congressos da UFBA

Juarez Paraíso



Resumos do Congresso UFBA 2018

PÓS-GRADUAÇÃO

remetida diretamente ao então presidente da Província da Bahia, Antônio Cândido da Cruz Machado, a quem solicita as devidas providências. O acontecimento referido pela autoridade municipal decorreu da prisão de uma pessoa dita desocupada, "sem modo de vida nenhum conhecido nesta vila", e que produziu pronta reação de um grupo de indivíduos, supostamente da mesma condição social do prisioneiro, "da laia de Arsênio", os quais reagiram à ação policial de modo surpreendente: em plena noite de Finados "reuniram-se e formaram um grande samba" com o objetivo de protestar contra a decisão do "delegado e [d]os guardas policiais" que prenderem Arsênio dos Anjos Moreira, que continuou preso e, por esta razão, o fato voltou a se repetir: "na noite seguinte reuniram-se em número maior na margem do rio em frente de uma das ruas mais públicas desta vila e levantaram outro samba muito mais forte ainda, de maneira tal, que atrovavam as vozes dos turbulentos por toda esta vila [...]". Como se vê, o "triste acontecimento" referido pelo juiz foi, na verdade, um alegre e ruidoso samba que mobilizou a cidade durante dois dias e contou com a ativa colaboração de autoridades civis (o juiz de direito da comarca), militares (oficiais da Guarda Nacional) e de outros próceres da elite local. Como se pode compreender que batuques, lundus e sambas reprimidos durante a escravidão, tenha logrado superar todos os obstáculos postos por senhores de escravos, autoridades civis, militares e eclesiásticas e penetrado, ainda no século XIX, em salões, teatros, casas e outros espaços proibidos? É o que tentaremos responder com esta pesquisa, em curso no Programa de Pós-Graduação "Cultura e Sociedade" da Universidade Federal da Bahia.

Palavras-chaves: samba, batuque, Bahia, século XIX

Area: INTERDISCIPLINAR SOCIAIS E HUMANIDADES

TRABALHO: OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS

Autor(es): ADEMIR ANDRADE BICALHO JÚNIOR, JORGE LUIZ LORDELO DE SALES RIBEIRO

Resumo: Os valores organizacionais são o núcleo da cultura organizacional. São eles que orientam a vida da organização e o comportamento de seus membros, influenciam sua forma de pensar, agir e de sentir; quanto maior a incongruência dos valores percebidos pelos membros de uma organização, maior será a dificuldade para cumprir os objetivos institucionais. A presente pesquisa buscou compreender os valores organizacionais da Universidade Federal da Bahia (UFBA), por meio de duas estratégias: (1) averiguar a percepção (valores percebidos) que seus servidores (corpo docente e o corpo técnico-administrativo) possuem em relação aos valores existentes e praticados na Universidade; (2) identificar os valores esposados pela alta administração (valores declarados), através da análise de conteúdo dos principais documentos da Universidade (Estatuto & Regimento Geral e Plano de Desenvolvimento Institucional). A percepção foi mensurada através do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO), construído e validado no Brasil por Oliveira e Tamayo (2004), com base nos tipos motivacionais de valores propostos por Schwartz (1992). A análise documental apoiou-se nas pesquisas desenvolvidas por Kabanoff e Holt (1996) e Kabanoff e Daly (2002), utilizando na categorização os fatores do IPVO. Os resultados apontaram que, na percepção dos servidores, os fatores Prestígio e Tradição são os

principais valores da organização, enquanto que os fatores Bem-Estar dos Empregados e Domínio ocuparam as últimas posições na hierarquia. Essa percepção é compartilhada por diferentes grupos sociodemográficos. Na análise documental, os fatores Preocupação com a Coletividade e Autonomia foram identificados como os mais esposados nos textos, enquanto que os fatores Tradição e Bem-Estar do Empregado foram os de menor destaque. Observou-se uma distinção significativa entre os valores declarados nos documentos e os valores percebidos pelos servidores, fato que pode comprometer o funcionamento e desenvolvimento da organização. Os conhecimentos adquiridos durante o estudo poderão ser aplicados em estratégias para aperfeiçoar a governança universitária e contribuir no alcance da missão e objetivos institucionais.

Palavras-chaves: Cultura organizacional, Valores organizacionais, Hierarquia de valores

Area: INTERDISCIPLINAR SOCIAIS E HUMANIDADES

TRABALHO: PARECER "NORMAL" PARA NÃO PARECER "SUSPEITO": JOVENS SUBALTERNIZADOS EM SALVADOR (BRASIL) E MEDELLÍN (COLÔMBIA) E SUAS ESTRATÉGIAS DE RESISTÊNCIA ÀS VIOLÊNCIAS

Autor(es): BRUNA HERCOG, CARLOS BONFIM

Resumo: O processo de individuação das juventudes subalternizadas em países latino-americanos é marcado pela estigmatização social que limita suas possibilidades de futuro. Prevalece uma vontade instituída de que eles desocupem o registro do visível que habita o mundo do privilégio. Em sociedades voltadas para a manutenção de privilégios só é possível elaborar o caminho prescrito pelo próprio estigma? Quais são as possibilidades que os jovens têm diante das inúmeras violências às quais estão submetidos? Como se dá a elaboração do estigma na individuação de jovens subalternizados? A partir destas indagações e tendo como foco de análise as cidades de Salvador (Brasil) e Medellín (Colômbia), serão problematizadas as hipóteses da pesquisa de doutorado da autora, que está em sua fase inicial. São elas: a participação ativa na violência é uma estratégia de ressignificação das violências sofridas; as estratégias de "normalização" não deslocam os jovens do lugar estigmatizado que ocupam; a participação em grupos culturais é uma forma de ecoar narrativas subalternizadas. Serão apresentados também dados do contexto político atual dos dois países marcados por um golpe parlamentar no Brasil e pela assinatura de um acordo de paz entre o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias (Farc). De que forma as nuances dos contextos brasileiro e colombiano interferem nas trajetórias de jovens marcados por estigmas que (des)constróem suas sociabilidades? Quais as respostas que os jovens estão dando a estas transformações? Apesar de as causas das violências decorrerem de processos históricos distintos na Colômbia e no Brasil, a violência perpetrada por grupos armados e pelo Estado é o parâmetro comparativo para compreender como os jovens desenvolvem suas sociabilidades. Destaca-se também como aspecto comparativo entre as cidades a potência das ações realizadas por jovens em coletivos artísticos e culturais tanto em Salvador quanto em Medellín. O presente trabalho tem como foco, portanto, contribuir para visibilizar as estratégias de resistência e (re)existência que as juventudes brasileiras



Fórum da Gestão
do Ensino Superior
nos Países e Regiões
de Língua Portuguesa



**POLITÉCNICO
DE LISBOA**

Exmo. Senhor
Dr. Ademir Andrade Bicalho Junior
Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Lisboa, 08 de Outubro de 2018

ASSUNTO: Aceitação de Comunicação - 8.ª Conferência da Associação FORGES – Fórum da Gestão do Ensino Superior nos Países e Regiões de Língua Portuguesa – 28, 29 e 30 de novembro de 2018 – Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal

Agradecemos o seu interesse em participar na 8.ª Conferência subordinada ao tema "A Garantia da Qualidade na Gestão do Ensino Superior: Desafios, Desenvolvimentos e Tendências", a realizar nos dias 28, 29 e 30 de novembro de 2018 em Lisboa, Portugal e de ter submetido o resumo de comunicação "OS VALORES ORGANIZACIONAIS NA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA (UFBA): VALORES DECLARADOS E VALORES PERCEBIDOS.", que foi enquadrado no eixo temático 6. A Gestão Estratégica das Instituições de Ensino Superior e a Qualidade.

Vimos informar que a Comissão Científica apreciou o conteúdo do resumo enviado e entendeu ser favorável: O resumo proposto é interessante no contexto do tema da conferência. O texto final deverá explicitar de forma consistente o contributo da pesquisa para a melhoria da gestão do ensino superior.

O envio do texto final da comunicação para publicação tem como data limite o dia **22 de Outubro de 2018**. Lembramos, se ainda não o fez, que deverá proceder à sua inscrição formal no *site* da conferência: www.aforges.org. A inscrição deverá ocorrer até **22 de Outubro de 2018**.

Aconselhamos, ainda, a visitar periodicamente o nosso sítio, dado que serão colocadas informação pertinentes para a organização da deslocação.

Muito agradecemos a V. participação e esperamos encontrar-nos em Lisboa.

Com os mais cordiais cumprimentos,

Pela Comissão Organizadora da 8.ª Conferência da FORGES
Prof. Doutora Luisa Cerdeira

