

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

REVISTAS ACADÊMICAS DE ADMINISTRAÇÃO:
PROPOSIÇÃO DE AMPLIAÇÃO DE ESCOPO

Francisco Ribeiro de Almeida

Orientador: Prof. Dr. Adalberto A. Fischmann

SÃO PAULO

2010

Prof. Dr. João Grandino Rodas
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Carlos Roberto Azzoni
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Adalberto A. Fischmann
Chefe do Departamento de Administração

Prof. Dr. Lindolfo Galvão de Albuquerque
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Administração

FRANCISCO RIBEIRO DE ALMEIDA

**REVISTAS ACADÊMICAS DE ADMINISTRAÇÃO:
PROPOSIÇÃO DE AMPLIAÇÃO DO ESCOPO**

Tese apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Adalberto A. Fischmann

SÃO PAULO

2010

Almeida, Francisco Ribeiro de
Revistas acadêmicas de administração : proposição de ampliação de
escopo / Francisco Ribeiro de Almeida. -- São Paulo, 2010.
171 p.

Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2010.
Orientador: Adalberto A. Fischmann.

1. Periódicos científicos 2. Universidade 3. Administração estratégica
I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e
Contabilidade II. Título.

CDD – 050

**Aos editores de revistas acadêmicas,
fundamentais para a divulgação do
conhecimento científico.**

Agradeço ao professor e orientador Adalberto A. Fischman que me acompanhou durante a minha formação na FEA-USP, ao meu pai que me incentivou e apoiou durante estes anos e aos participantes do Grupo de Pesquisa de Planejamento Estratégico e Empreendedorismo cujos comentários e sugestões ajudaram muito a organizar este trabalho.

Agradeço à Cristina, minha esposa, pelo apoio durante todo o doutorado, à Betina que ajudou a tornar o texto mais compreensível e à Maria Alice que me ajudou nas traduções dos textos.

Também agradeço ao CNPq pelo apoio financeiro e à FEA-USP pelo apoio institucional.

RESUMO

O problema motivador desta tese, confirmado pelas informações pesquisadas, é que as revistas acadêmicas de administração brasileiras estão voltadas quase exclusivamente para a pesquisa. Como o papel da academia não está limitado ao avanço da ciência, propõe-se a ampliação do escopo do que deve ser uma revista acadêmica de administração para que o conjunto de revistas exerça um papel que melhor atenda as diversas necessidades acadêmicas (pesquisa, ensino e extensão). A principal fonte de informação para a formulação desta proposição é a comparação do modelo de negócio das revistas brasileiras (foram analisadas as 27 revistas nos estratos mais altos do QUALIS) com o modelo das revistas internacionais (analisadas as 139 revistas avaliadas pelo JCR). A revista brasileira típica: (i) está voltada para pesquisa (100% das revistas analisadas); (ii) oferece acesso aberto aos seus artigos na internet (100%); (iii) publica grande parte dos seus artigos apenas em português (85%); (iv) não tem uma temática específica e abrange a área de administração como um todo (81%); e (v) é publicada por uma instituição de ensino superior (74%); e (vi) foi criada após 1994 (74%). A revista internacional típica: (i) está focada na pesquisa (80%); (ii) não oferece acesso aberto aos seus artigos na internet (99%); (iii) só aceita textos em inglês (96%); (iv) possui temática específica (80% atuam em uma subárea da administração); (v) é publicada por uma editora profissional (83%); e (vi) foi criada antes de 1994 (87%). Com base na pesquisa realizada, para atender melhor as necessidades acadêmicas, concluiu-se que as revistas brasileiras devem se especializar. Haverá diferenciação por tipo de cliente, algumas focarão o pesquisador, outras o aluno e outras o profissional que atua no mercado. As revistas voltadas para pesquisa se diferenciarão por tema como finanças, marketing, estratégia etc. O inglês passará a ser usado nas revistas que buscam inserção internacional. Esta tese pretende alimentar o debate sobre a situação futura desejada das revistas acadêmicas de administração brasileiras.

ABSTRACT

The issue motivating this thesis, supported by information search, is that the Brazilian scholarly publications in management aim almost exclusively at research. As the role of the Academy is not limited to the advancement of science, it is proposed to extend the scope of what should be a scholarly publication in management to a set of journals with a role that best meets the diverse educational needs (teaching, research, and service). The main source of information for the formulation of this proposition is the comparison of the business model of the Brazilian journals (27 journals analyzed in the QUALIS upper strata) to the model of international journals (139 journals analyzed assessed by JCR). The typical Brazilian journal: (i) is focused on research (100% of the analyzed journals), (ii) provides open access to their articles on the internet (100%), (iii) publishes many of its articles only in Portuguese (85 %) (iv) does not have specific theme and covers the area of management as a whole (81%), (v) is published by a institution of higher education (74%), and (vi) was created after 1994 (74%). The typical international journal focuses on research (80%), (ii) does not offer open access to their articles on the Internet (99%), and (iii) only accepts texts in English (96%) (iv) has specific theme (80% work in a sub-area of administration), (v) is published by a professional publisher (83%), and (vi) was created before 1994 (87%). Based on the survey, to better meet academic needs, it was concluded that Brazilian journals should specialize. They will be differentiated by type of reader; some will focus on the researchers, others on the students and others on professionals who work in the market. The journals focusing on research will be distinguished by theme such as finance, marketing, strategy etc... English will be used in magazines that seek international insertion. This thesis aims at feeding the debate on the desired future situation of scholarly publications in management.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS	3
1. INTRODUÇÃO	5
1.1. Objetivo	6
1.2. Questões de pesquisa	6
1.3. Estrutura da pesquisa	6
1.3.1. Situação atual	7
1.3.2. Comparação das características atuais das revistas nacionais e internacionais	9
1.3.3. Situação desejada	9
1.3.4. Viabilidade da passagem	10
1.3.5. Estrutura do texto	10
1.3.6. Relação entre objetivos e questões de pesquisa	11
1.4. Distinguindo revistas acadêmicas de revistas científicas	12
1.5. Relevância do tema	12
2. REVISTAS ACADÊMICAS.....	15
2.1. Histórico	15
2.1.1. Revisão por pares	18
2.1.2. Participação das editoras na publicação de periódicos acadêmicos	19
2.2. Futuro das publicações científicas	34
3. METODOLOGIA.....	37
3.1. Lógica da pesquisa	37
3.2. Tipo de pesquisa	38
3.2.1. Situação atual	39
3.2.2. Situação desejada	40
3.2.3. Viabilidade da passagem	41
3.3. Procedimento de coleta e análise de dados e informações	42
4. SITUAÇÃO ATUAL	45
4.1. As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas?	45
4.2. São satisfatórias a qualidade e a quantidade das pesquisas nacionais em administração?.....	49
4.2.1. Aumento da quantidade de pesquisas	50
4.2.2. Não aumento da qualidade das pesquisas	53
4.2.3. Valorização da pesquisa para publicação	55
4.3. É satisfatória a publicação para o ensino e extensão?	61
4.3.1. Funções da Universidade	61
4.3.2. Revistas publicam pesquisas e os livros são voltados para ensino	65
4.3.3. O que as publicações atuais deixam de atender?	67
4.3.4. Publicação de acadêmicos em administração	84
4.3.5. Conclusões da situação atual	86
5. COMPARAÇÃO ENTRE REVISTAS BRASILEIRAS E INTERNACIONAIS	87
5.1. Quais são os tipos de revistas acadêmicas?.....	87
5.2. A revista nacional de administração típica:.....	89
5.2.1. As revistas são publicadas por instituições de ensino.....	91
5.2.2. As revistas oferecem acesso livre aos seus artigos	92
5.2.3. Grande parte das revistas foi criada nos últimos 15 anos	95
5.2.4. O idioma das revistas é o português	97
5.2.5. As revistas são semelhantes em tipos de artigos e temática	98
5.2.6. As revistas voltadas para extensão	100
5.3. Características das revistas internacionais	103
5.3.1. As revistas são publicadas por uma editora	103
5.3.2. As revistas não oferecem acesso livre aos seus artigos	107
5.3.3. As revistas têm mais de 20 anos	108
5.3.4. As revistas têm origem americana, inglesa ou holandesa	110
5.3.5. As revistas são publicadas em inglês.....	110

5.3.6.	As revistas procuram se diferenciar.....	112
5.3.7.	As revistas internacionais não estão voltadas apenas para pesquisa.....	114
5.4.	Comparação das revistas nacionais com as internacionais	116
6.	SITUAÇÃO DESEJADA.....	119
6.1.	Revistas com diferenciação	120
6.1.1.	Há massa crítica para especialização das revistas?.....	122
6.1.2.	Diferenciação por tema.....	123
6.2.	Separando as revistas científicas das acadêmicas	124
6.3.	Que tipo de textos deve aparecer em periódicos acadêmicos?.....	127
7.	VIABILIDADE DA PASSAGEM.....	131
7.1.	Público das revistas	131
7.1.1.	Pesquisa.....	131
7.1.2.	Ensino.....	132
7.1.3.	Extensão	132
7.1.4.	Divulgação da ciência.....	133
7.2.	Custos das revistas	134
7.3.	O que motivaria o editor a publicar outros textos?	135
7.3.1.	Forças que direcionam a publicação acadêmica	135
7.3.2.	Argumentos para mudar a cultura	143
7.4.	Quais serão as formas de avaliação das revistas?	143
7.4.1.	Sugestões para mudanças no critério de avaliação atual	145
8.	CONCLUSÃO.....	149
8.1.	Situação Atual	149
8.2.	Situação Desejada	153
8.3.	Viabilidade	154
8.4.	Comparação com as revistas internacionais.....	156
8.5.	Futuras Pesquisas	157
	BIBLIOGRAFIA.....	159

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Relação entre objetivos e questões de pesquisa	11
Quadro 2 – Fusão e aquisições das editoras científicas.	32
Quadro 3 - Classificação dos principais tipos de pesquisa.....	39
Quadro 4 – Publicação do total de docentes por triênio.....	50
Quadro 5 – Concepções de universidades.....	62
Quadro 6 – Formas de comunicação para diferentes concepções de universidades	64
Quadro 7 – Livros mais vendidos na Saraiva.....	85
Quadro 8 – Características das revistas brasileiras de administração	90
Quadro 9 – Revistas com maior fator de impacto e tipo de instituição	105
Quadro 10 – Comparação entre revistas brasileiras e internacionais de administração.....	117
Quadro 11 – Temática das revistas internacionais mais antigas	123
Quadro 12 – Proposta de tipos de revistas acadêmicas no Brasil	126
Quadro 13 – Publicações em periódico para diferentes missões das revistas.....	128

1. INTRODUÇÃO

Bennis e O'Toole (2005) escreveram uma crítica às escolas de negócio (business schools) norte-americanas. A missão dessas escolas é dual, devendo: (i) educar os profissionais e (ii) ampliar o conhecimento através da pesquisa. No início do século XX, as escolas estavam voltadas para educação profissional e o método de ensino era baseado fundamentalmente no relato da experiência profissional dos professores, que geralmente eram grandes executivos vindos do mercado. Com o decorrer do tempo, as escolas começaram a medir o seu desempenho pelo rigor de suas pesquisas científicas. O corpo docente passou a ser formado por pesquisadores com pouca ou nenhuma experiência profissional. Nas últimas décadas do século XX e no início do século XXI, as escolas passaram a priorizar a segunda parte da sua missão à custa da primeira.

Os autores propõem que haja um balanceamento entre pesquisa e prática profissional. A proposta não é recriminar a pesquisa científica como é feita atualmente, mas legitimar o pluralismo.

Muitas das críticas feitas por Bennis e O'Toole se aplicam às escolas de negócio brasileiras¹. Assim como nos Estados Unidos, muitas instituições de ensino superior brasileiras contratam e premiam seus professores pelas pesquisas publicadas. É importante fazer avaliações críticas de todo o sistema de ensino de administração no Brasil, verificando se realmente há uma tendência de privilegiar a pesquisa e se há prejuízo à formação profissional.

Uma maneira de fazer a avaliação do sistema de ensino é através da análise da publicação acadêmica. A publicação é uma tarefa importante dos acadêmicos, pois (i) ela serve de suporte ao ensino de administração; (ii) divulga técnicas e experiências para melhorar a prática da gestão; e (iii) divulga a pesquisa científica que dará suporte às próximas pesquisas que avançarão o conhecimento de administração.

Nas publicações acadêmicas, especialmente em periódicos, fica evidente o favorecimento da pesquisa à custa do ensino e extensão no Brasil. Este texto propõe um balanceamento dos periódicos acadêmicos que poderiam atender tanto à pesquisa, quanto ao ensino e à extensão.

¹ O termo escola de negócio pode ser entendido como a parte da Instituição de Ensino Superior responsável pelos cursos de administração e gestão.

1.1. Objetivo

O objetivo deste trabalho é **propor a ampliação do escopo das revistas acadêmicas de administração para que o conjunto de revistas exerça um papel que melhor atenda as diversas necessidades acadêmicas (pesquisa, ensino e extensão).**

Não se trata de minimizar a importância das revistas como meio de divulgação de pesquisas inovadoras, mas mostrar que devem ser valorizadas revistas com abordagens distintas, contemplando as atividades de ensino e extensão.

1.2. Questões de pesquisa

Para atingir o objetivo deste trabalho, serão respondidas as seguintes questões:

- a) As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas?
- b) São satisfatórias a qualidade e a quantidade de pesquisas nacionais em administração?
- c) É satisfatória a forma como estão sendo publicados e valorizados os textos voltados para o ensino e extensão?
- d) Quais são as características das revistas nacionais de administração?
- e) Quais são os tipos de revistas acadêmicas?
- f) Quais são as características das revistas internacionais de administração?
- g) Como deve ser o modelo de negócio das revistas nacionais de administração?
- h) Quais são as barreiras que devem ser superadas para viabilizar o modelo proposto?
- i) O que pode ser alterado para avaliar as diferentes formas de revistas ou de seções de revistas?

1.3. Estrutura da pesquisa

A proposição de uma nova forma de atuação para as revistas pode ser vista como um problema de passagem. Define-se problema de passagem como uma situação indesejada que é resolvida a partir da proposta de transformação das circunstâncias atuais para chegar a uma nova situação.

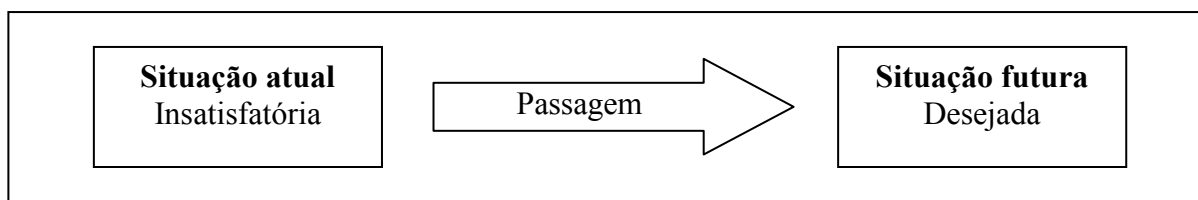


Ilustração 1 – Problema de passagem

FONTE: Baseado em Zaccarelli (1996, pg. 43-59).

Três condições são necessárias para haver um problema de passagem: (1) insatisfação com a situação atual; (2) existência de uma proposta de situação futura melhor; e (3) uma crença na viabilidade de modificar a situação atual para se aproximar da situação desejada.

Esta pesquisa será estruturada de acordo com essas três condições. A primeira parte da pesquisa refere-se à situação atual e fará a caracterização do problema. A solução do problema ou a descrição da situação futura será proposta na segunda parte do trabalho. A terceira parte do trabalho abordará a viabilidade da passagem da situação atual para a desejada.

1.3.1. Situação atual

A primeira condição para que haja um problema de passagem é a insatisfação com a situação atual. Se a situação for confortável, não há razões para alguém querer alterá-la. Por isso, a primeira parte desta pesquisa buscará avaliar a existência de deficiências na situação atual. Não haveria necessidade de precisar as insatisfações para que haja um problema de passagem, no entanto, uma boa caracterização do problema ajudará na construção da situação desejada e na avaliação da viabilidade da proposta. Portanto haverá necessidade de fazer uma pesquisa para obter o diagnóstico da situação atual.

Nesta etapa do trabalho há necessidade de responder as seguintes questões:

- a) As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas?
- b) São satisfatórias a qualidade e a quantidade de pesquisas nacionais em administração?
- c) É satisfatória a forma como estão sendo publicados e valorizados os textos voltados para o ensino e extensão?
- d) Quais são as características das revistas nacionais de administração?

A resposta à **questão “a”** é positiva, basta observar que as revistas voltadas para a extensão são classificadas no estrato “C” do QUALIS da CAPES - Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, que não pontua na avaliação da produção de um docente. Esse fato será complementado com a descrição de alguns comportamentos decorrentes da valorização das pesquisas nos periódicos acadêmicos.

Apenas a constatação da valorização da pesquisa pelas revistas acadêmicas não significa que haja uma insatisfação com a situação atual. Por isso, é necessário fazer uma busca de informações mostrando as deficiências das publicações de pesquisas nacionais, **questão “b”**. Um ponto importante a ser apresentado nesta etapa da pesquisa é a distinção entre as ciências naturais (*hard sciences*) e as ciências sociais. Uma diferença importante entre elas é que “os periódicos constituem a mais importante fonte de informação nas ciências, mas são suplantados pelos livros nas ciências sociais.” (Meadows, 1999, p. 69).

A **questão “c”** trata de um assunto mais amplo. Não se restringe à publicação de textos sobre ensino e extensão em revistas, mas engloba a comunicação acadêmica como um todo. Será analisado como os diversos públicos que a universidade deve atender buscam informações sobre administração. A proposta desta questão é mudar o foco da produção de artigos e passar a avaliar o cliente das publicações acadêmicas.

As revistas acadêmicas estão principalmente focadas em um mesmo público (pesquisadores) e atuam quase sem diferenciação. Entretanto, o público de pesquisadores não é o único que as universidades devem atender. Professores, alunos ou profissionais também buscam (ou deveriam buscar) informações nas publicações acadêmicas.

Portanto é necessário conhecer as necessidades dos públicos para pesquisa, ensino e extensão. Transformando em linguagem de administração, há necessidade de conhecer a necessidade do cliente que a revista pretende atender para poder desenvolver um produto adequado a essa necessidade.

A identificação das deficiências atuais, em especial das necessidades não atendidas dos diversos públicos, leva à sugestão de formas de resolvê-las, chegando-se dessa forma à descrição da situação futura desejada.

As questões “a”, “b” e “c” serão respondidas no capítulo 4 e a **questão “d”**, será respondida no capítulo 5, que compara as revistas nacionais com as internacionais. Essa comparação será

usada para melhor descrever o modelo de negócio das revistas brasileiras (situação atual) e propor mudanças neste modelo (situação desejada).

1.3.2. Comparação das características atuais das revistas nacionais e internacionais

A comparação das características das revistas nacionais e internacionais responde a três questões de pesquisa:

- e) Quais são os tipos de revistas acadêmicas?
- d) Quais são as características das revistas nacionais de administração?
- f) Quais são as características das revistas internacionais de administração?

A **questão “e”** tem a função de facilitar a classificação das publicações existentes. Para levantar as características das revistas é necessário criar um arcabouço de quais são as características possíveis e como diferenciá-las.

A **questão “d”** ajuda a descrever a situação atual das publicações nacionais. Apesar de se referir à situação atual, optou-se por deixar esta questão no capítulo de comparação entre o modelo brasileiro e o internacional por: (i) necessitar das informações levantadas na questão “e” e (ii) facilitar a comparação com as características das revistas internacionais levantadas na questão “f”.

A resposta para a **questão “f”** serve de base para a descrição da situação desejada. Isso não significa que as publicações brasileiras devam copiar irrestritamente as revistas internacionais, mas que o modelo de negócio das revistas internacionais deve ser considerado na concepção da situação desejada para as revistas brasileiras.

1.3.3. Situação desejada

A **questão “g”** será respondida, comparando a situação brasileira atual com o modelo internacional de revistas de administração:

- g) Como deve ser o modelo de negócio das revistas nacionais de administração?

Antes de levantar as características das revistas brasileiras e internacionais, imaginava-se que a grande mudança a ser proposta era a criação de revistas voltadas para ensino e extensão. Entretanto, a comparação da situação atual das revistas nacionais com as internacionais permitiu sugerir que as revistas científicas, voltadas para a pesquisa, se diferenciem uma das outras. As revistas brasileiras são de administração, atendendo todas as subáreas da administração, já as revistas internacionais publicam textos de apenas uma subárea da administração.

1.3.4. Viabilidade da passagem

A discussão da viabilidade da passagem será abordada através de duas questões:

- h) Quais são as barreiras que devem ser superadas para viabilizar o modelo proposto?
- i) O que pode ser alterado para avaliar as diferentes formas de revistas ou de seções de revistas?

A resposta da **questão “h”** serve para buscar argumentos indicando que as barreiras não são intransponíveis e a passagem é possível.

A **questão “i”** volta à afirmação de Bennis e O’Toole (2005) que as escolas de negócio estão voltadas para a pesquisa porque os instrumentos de medição/avaliação de qualidade da escola valorizam apenas a pesquisa. O argumento da resposta a esta questão é que o comportamento da comunidade acadêmica será alterado se a avaliação formal da publicação acadêmica de um professor abranger outras características além da publicação de artigos de pesquisa.

Como os instrumentos de avaliação ou medição de qualidade influenciam o comportamento das pessoas e instituições avaliadas, é necessário, para que a mudança proposta se torne viável, que exista um sistema de avaliação que contemple os diversos escopos propostos para a situação futura das revistas de administração nacionais.

1.3.5. Estrutura do texto

A organização do texto será estruturada em oito capítulos. O primeiro corresponde à introdução. O segundo fará uma descrição teórica sobre comunicação científica. Serão

descritos o histórico da comunicação científica, alguns desafios atuais e perspectivas para o futuro.

A metodologia científica será tema do capítulo três. Nele será discutida a forma de responder cada uma das questões de pesquisa.

Os capítulos quatro, cinco, seis e sete serão sobre a situação atual, a comparação com as revistas internacionais, a situação desejada e a viabilidade da passagem, respectivamente.

O último capítulo será a conclusão da tese.

1.3.6. Relação entre objetivos e questões de pesquisa

O Quadro 1 tem o intuito de facilitar a compreensão do relacionamento entre as questões e os capítulos da pesquisa.

Quadro 1 – Relação entre objetivos e questões de pesquisa

Capítulos	Questões	Problema de passagem
4 - Situação Atual	a) As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas? b) São satisfatórias a qualidade e a quantidade de pesquisas nacionais em administração? c) É satisfatória a forma como estão sendo publicados e valorizados os textos voltados para o ensino e extensão?	Situação Atual
5 - Comparação entre revistas brasileiras e internacionais	d) Quais são as características das revistas nacionais de administração?	
	e) Quais são os tipos de revistas acadêmicas? f) Quais são as características das revistas internacionais de administração?	
6 - Situação Desejada	g) Como deve ser o modelo de negócio das revistas nacionais de administração?	Situação Desejada
7 - Viabilidade da Passagem	h) Quais são as barreiras que devem ser superadas para viabilizar o modelo proposto? i) O que pode ser alterado para avaliar as diferentes formas de revistas ou de seções de revistas?	Viabilidade da Passagem

FONTE: Elaborado pelo autor

1.4. Distinguindo revistas acadêmicas de revistas científicas

Revista científica e revista acadêmica podem ser entendidas como sinônimos. Entretanto, neste estudo, as revistas científicas serão consideradas um subconjunto das revistas acadêmicas. As revistas científicas são aquelas que publicam artigos de pesquisa primária, voltados para o avanço do conhecimento científico. Em inglês é usado o termo *journal*. As revistas científicas estão voltadas para a ciência e pesquisa. Já as revistas acadêmicas, além da pesquisa, atendem o ensino e a extensão. Estas revistas continuam atendendo os valores acadêmicos, mas seu foco não precisa estar restrito ao avanço do conhecimento. Elas podem publicar textos para divulgação, ensino ou aplicação do conhecimento científico. Por exemplo, uma revista como a *Harvard Business Review* não será considerada revista científica, mas será classificada como uma revista acadêmica.

É importante distinguir uma revista acadêmica de uma revista jornalística (*magazine* em inglês). Apesar de terem alguns valores comuns, como isenção e confiabilidade das fontes, as revistas jornalísticas estão voltadas para noticiar um fato. Não há uma preocupação com a teoria que ajuda a explicar este fato. A *Exame* é um exemplo de revista jornalística.

1.5. Relevância do tema

A ampliação do escopo das revistas pode ser vista como uma importante ferramenta na formação de administradores brasileiros e não apenas um meio para divulgação de descobertas científicas. Apesar da importância da pesquisa em administração, no Brasil, o número de alunos em cursos relacionados com gestão (tanto na educação *stricto sensu* quanto *lato sensu*) é muito grande, o que exige uma atenção especial a esta área. Usando as matrículas nos cursos superiores como referência, foi construída a Tabela 1 que mostra o número total de matrículas, as matrículas na área de “gerenciamento e administração” e as matrículas nas áreas “relacionadas com administração”. As áreas relacionadas com administração² são: “gerenciamento e administração”, “contabilidade e tributação”, “economia”, “marketing e publicidade”, “Comércio e administração (cursos gerais)”, “vendas em atacado e varejo” e “finanças, bancos, seguros”.

² A escolha das áreas relacionadas foi feita pelo autor.

Tabela 1 – Matrículas em cursos da área de administração e áreas relacionadas

Ano	Total	Áreas relacionadas com administração		Gerenciamento e administração	
	Nº de matrículas	Nº de matrículas	%	Nº de matrículas	%
2000	2.694.245	563.104	20,9%	338.789	12,6%
2001	3.030.754	635.048	21,0%	404.122	13,3%
2002	3.479.913	734.329	21,1%	493.104	14,2%
2003	3.887.022	767.193	19,7%	576.305	14,8%

FONTE: MEC (2009)

As matrículas das áreas relacionadas com administração representam 20% das matrículas totais. A área específica de “administração e gestão” representa sozinha 15% das matrículas e apresenta um crescimento significativo.

As publicações acadêmicas periódicas, se ficarem focadas apenas no avanço do conhecimento através da publicação da pesquisa, deixarão de atender esse público expressivo. Será que uma publicação periódica, baseada em critérios acadêmicos e não comerciais, poderia contribuir para o ensino de administração? Será que esses periódicos não podem ajudar a elite da academia em administração (professores de pós-graduação *stricto sensu*) desenvolver conteúdo para esse público?

2. REVISTAS ACADÊMICAS

A revista acadêmica surgiu para facilitar a comunicação nas associações científicas. Elas substituíram as cartas que eram enviadas entre os pesquisadores para trocarem informações. Num primeiro momento, elas eram bastante amplas e incluíam atas das reuniões das associações, obituário de cientistas e divulgação das pesquisas. Com o passar do tempo, as revistas foram se especializando e passaram a focar em pesquisas inovadoras. As revistas acadêmicas tornaram-se o local de divulgação do avanço do conhecimento e, usando como referência a data da publicação ou data do envio do manuscrito para a revista, identificar quem foi o primeiro cientista a fazer uma nova descoberta.

Essa importância que as revistas acadêmicas passaram a dar à pesquisa corrobora a concepção universitária alemã (termo usado por Drèze e Debelle, 1983) de que a finalidade da universidade é a busca pela verdade. Essa concepção alemã passou a fazer parte do sistema de ensino americano já no final do século XIX. Um marco significativo nesta passagem da missão da universidade americana de serviço (Drèze e Debelle chamam de americana a concepção da universidade voltada ao progresso e às atividades de extensão) para pesquisa é a criação da Universidade Johns Hopkins que priorizava a pesquisa e pós-graduação³. Após a Segunda Guerra é consolidado o sistema acadêmico de valorização da pesquisa, inicialmente nos Estados Unidos e depois no restante do mundo.

Neste contexto de valorização da pesquisa, as revistas acadêmicas ganharam importância tanto no meio acadêmico quanto em um negócio significativo para editoras. Este capítulo, baseado em uma visão global, e não na perspectiva brasileira, mostra como foi esta evolução dos periódicos acadêmicos e apresenta cenários possíveis para o futuro das publicações científicas.

2.1. Histórico

O conhecimento científico é muito mais antigo que a necessidade da sua divulgação e avaliação formal. Os gregos, por exemplo, transferiam boa parte do seu conhecimento através de métodos orais. Na Renascença, as correspondências entre pesquisadores serviam como o principal método para divulgar e avaliar as teorias científicas. Já nesta época, havia uma

³ Cheng (2006) faz um resumo da mudança da missão das universidades americanas que iniciaram focando no ensino e incorporaram a extensão e a pesquisa.

orientação de se detalhar os experimentos para que o cientista distante pudesse replicar o experimento e se tornar uma testemunha da validade das observações feitas pelos demais cientistas.

Ziman (1979) defende a tese de que o objetivo da ciência é contribuir para o consenso racional do conhecimento universalmente aceito. Portanto, a divulgação das novas teses e experimentos aos demais cientistas, que analisarão de forma muito crítica os escritos dos seus pares, é indispensável para se obter este consenso. Ou seja, sem comunicação não se faz ciência.

Uma importante questão sobre esta definição de ciência é a identificação de quem deve julgar se o conhecimento é válido ou não. Não é necessário que toda a humanidade chegue ao consenso de que determinada teoria é verdadeira. Basta que seja aceito pelas pessoas capazes de contribuir para o conhecimento científico e criticá-lo. Ou seja, o conhecimento científico é aquele reconhecido como verdadeiro pelo “Colégio Invisível”⁴.

Para participar deste colégio invisível, o candidato a cientista deverá contribuir ao conhecimento científico. Julgar se uma pessoa ou trabalho contribui para o conhecimento científico é algo que só poderá ser feito por outros cientistas ou “pares”. Aliás, existe certo consenso de que o julgamento de uma tarefa científica deva ser feito somente por aqueles que conhecem o assunto com profundidade suficiente para poder avaliá-la, ou seja, outros cientistas. Davyt e Velho (2000), em seu estudo sobre a história da avaliação da atividade científica (desde a alocação de recursos até a publicação da pesquisa concluída), afirmam que “o que parece ter se mantido durante todo este tempo [século XVII até hoje] é a noção de que apenas os próprios cientistas podem avaliar o trabalho de seus colegas”.

O surgimento das sociedades de acadêmicos no século XVII tornou mais palpável os conceitos de “Colégio Invisível” e “pares”. As sociedades de acadêmicos eram locais de debates das teorias e demonstração de experimentos. Possivelmente para guardar a memória das reuniões ou informar os pares que estavam ausentes, foram feitos resumos por escrito das reuniões. Estes escritos validados pela sociedade tornaram-se os embriões das revistas acadêmicas (*journals*) no formato existente hoje.

⁴ Colégio invisível é uma expressão que pode ser substituída por comunidade de pesquisadores ou comunidade acadêmica. O termo invisível faz contraponto com a universidade real (instituição física que contrata acadêmicos). Para fazer parte da universidade real uma pessoa terá que ser contratada, mas para fazer parte do colégio invisível basta que a pessoa seja reconhecida pela comunidade como um pesquisador.

O *Journal des Sçavans*, associado à *Academie des Sciences*, de Paris, e o *Philosophical Transactions*, da *Royal Society of London*, ambos criados em 1665, são reconhecidos como as primeiras revistas acadêmicas no mundo. Apesar de alguma forma de revisão por pareceristas existir desde o início, apenas em 1752 foi instituído oficialmente o *Committee on Papers*, que era responsável por revisar os artigos publicados na *Philosophical Transactions*. O comitê tinha poderes de pedir a outros membros da sociedade que fossem especialistas no determinado ramo da ciência para ajudar o comitê em sua avaliação de um artigo específico (Cheng, 2006; Davyt e Velho, 2000).

Em 1731, a revista *Medical Essays and Observations* sob responsabilidade da *Royal Society of Edinburgh*, já no seu primeiro volume, declarava a sua política editorial: “Relatos enviados por correspondência são distribuídos por assunto aos membros mais versados neste assunto. A identidade deles não será conhecida pelo autor” (Kronick, 1990). Esse sistema difere muito pouco do atual uso de pareceristas.

Segundo Cheng (2006), a evolução dos pareceres durante os séculos XVIII e XIX ocorreu de forma desordenada. Muitas publicações confiavam apenas no editor como especialista no assunto que a revista publicava. Outras confiavam a um pequeno grupo interno a avaliação dos artigos. Apenas com o fim da Segunda Guerra Mundial, a revisão por pares foi institucionalizada, especialmente nos Estados Unidos. O sistema atual é razoavelmente padronizado, com pequenas variações de revista para revista (Davyt e Velho, 2000). Tudo indica que, mesmo com o advento da internet, o sistema de revistas acadêmicas e a revisão por pares pouco se modificou. Entretanto, se a modificação foi grande ou pequena é uma questão de opinião. A prática de usar uma língua comum permanece, mas o latim foi substituído pelo inglês. Essa alteração de idioma pode ser considerada uma mudança significativa ou uma continuidade, dependendo do ponto de vista. Stumpf (1996), por exemplo, considera que a internet causou uma grande mudança nas publicações científicas – em especial no que se refere à impressão e à distribuição. As revistas (mesmo *on line*) continuam sendo periódicas, mas algumas, como o *Strategic Management Journal*, costumam disponibilizar na internet os artigos aprovados que serão futuramente publicados na versão impressa. A tecnologia possibilitou, por exemplo, os sistemas de busca em bancos de dados e a leitura de artigos pela internet, mas permanece a prática de os pesquisadores enviarem seus manuscritos para serem julgados por pares. As revistas acadêmicas não costumam publicar artigos na internet rapidamente sem o processo de revisão por pares (Davyt e Velho, 2000).

2.1.1. Revisão por pares

O sistema de julgamento de artigos pelos pares (geralmente feito por editor e/ou pareceristas), em inglês, *refereeing*, é considerado por Davyt e Velho (2000) “a prática que valida e autentica o conhecimento científico”. Vários autores, como Chubin e Hackett (1990) e Zuckerman e Merton (1971), admitem essa função do *referee* e da revisão por pares. Isso mostra a importância do parecerista, pois um artigo aprovado pelo sistema de *referee* passa a ser um conhecimento aceito pela ciência. Ziman (1979) tem uma visão um pouco distinta, pois não credita ao parecerista e ao editor a força de dizer se um trabalho é ou não uma verdade. Cabe a eles apreciar se o trabalho é adequado, claro e consistente. O consenso científico virá posteriormente com a aceitação do conhecimento proposto pelo artigo no colégio invisível. Após a sua aceitação é que este conhecimento passará a constar em livros-texto da disciplina. Ziman não diminui a importância do parecerista, mas não coloca no *referee* a última instância para julgar a validade de um conhecimento científico. Independente de ser o final da linha ou não, a revisão por pares pode ser vista como o mecanismo de controle de qualidade da ciência. As pessoas que fazem o *referee* (editores e avaliadores) são chamadas de guardiões ou porteiros (*gatekeepers*) da ciência.

Ao fazer a seleção de qual texto será ou não publicado em uma revista, os guardiões garantem a qualidade da ciência e, de maneira indireta, ajudam a avaliar o cientista que enviou o texto. Como é usual na academia valorizar os pesquisadores que publicam artigos, o processo de *referee* é a barreira que um acadêmico deve vencer para obter prestígio entre seus colegas.

Apesar da sua importância para a ciência, o processo de revisão por pares não é infalível nem o mais eficiente. São bastante comentados os casos de bons artigos, que se tornaram referência na área, mas que haviam sido previamente negados pela revisão por pares. Por outro lado, também há casos de artigos com dados fraudados que passaram impunes pela revisão. Apesar de interessantes, estes casos são exceções. Em geral, a revisão exclui artigos ruins e aprova os bons. Seria mais eficiente para a publicação, em termos de custo e tempo, fazer uma avaliação apenas pelo editor ou ainda não fazer avaliação alguma. Estes sistemas, porém, não garantem a mesma credibilidade e isenção que a avaliação por pares. O sistema de avaliação por pares não é perfeito, mas, assim como a democracia, ele é “um sistema cheio de falhas, mas é o ‘menos pior’ que se tem conhecimento” (Smith, 2006 expressão similar foi

usado por Miller, 2006 e Berger, 2006⁵). Ou seja, os defeitos da revisão por pares não parecem ser tão ruins quando comparados com as alternativas.

2.1.2. Participação das editoras na publicação de periódicos acadêmicos

No início do século XX, as publicações científicas estavam nas mãos das sociedades acadêmicas e instituições de ensino e pesquisa. Entretanto, problemas como atrasos nas publicações facilitaram a entrada de editoras profissionais neste ramo de atividade. Esse movimento foi benéfico, trazendo as ferramentas de produção em massa para a publicação acadêmica. As editoras profissionais enxergavam o mercado de revistas acadêmicas como secundário. Eram os livros, em especial os tratados e manuais, que geravam os resultados financeiros. As editoras profissionais publicavam revistas acadêmicas para ganhar prestígio e obter contatos com os autores dos futuros livros (Guédon, 2001).

Com a recessão dos anos 30, nos Estados Unidos, surge uma grande necessidade de economia de recursos que atinge inclusive as bibliotecas. A lei de Bradford (*Bradford's law*) ajudou os bibliotecários a fazerem a escolha das revistas a serem assinadas por uma biblioteca (Guédon, 2001 e Wust, 2006) e quais poderiam ser cortadas para economizar recursos. Segundo essa lei, para ampliar linearmente o número de referências a um determinado tema, o número de revistas que a biblioteca teria de assinar cresceria exponencialmente. Para reduzir gastos, os bibliotecários passaram a escolher os periódicos mais relevantes para os assuntos estudados naquela faculdade. Se a biblioteca ficasse com os principais temas, ela atenderia grande parte das necessidades acadêmicas. Apenas as grandes bibliotecas (geralmente nacionais ou das grandes universidades) necessitariam de um acervo mais extenso. O problema era identificar quais as principais referências e quais eram as referências menos importantes.

Na década de 60, formulou-se o conceito de “fator de impacto” das revistas, o qual seria medido pelo número de citações que cada publicação produziria nas demais. Essa nova prática criou uma forma consistente de analisar quais eram as principais revistas acadêmicas. Os bibliotecários que já identificavam as publicações mais relevantes (baseados na lei de Bradford) passaram a ver algumas delas como centrais (*core journals*), ou seja, revistas cuja participação era praticamente obrigatória no acervo.

⁵ Berger(2006) salienta que a expressão tem origem nas palavras de Winston Churchill: “*No one pretends that democracy is perfect or all-wise. Indeed, it has been said that democracy is the worst form of government except all those other forms that have been tried from time to time*”.

No pós-guerra houve uma explosão de universidades e bibliotecas, inicialmente nos EUA e depois no resto do mundo. Wust (2006) atribui a expansão de verbas para o ensino e a pesquisa americanos à guerra-fria, mais especificamente a uma reação dos Estados Unidos que estavam perdendo a corrida espacial com o lançamento do Sputnik pela União Soviética. Os Estados Unidos passaram a investir muito em pesquisa e, conseqüentemente, em bibliotecas.

As editoras profissionais encontraram uma situação especial para desenvolver o negócio de revistas acadêmicas. O mercado estava em expansão e era fácil identificar as principais revistas. As editoras que possuíam as principais revistas passaram a atuar em um mercado inelástico, em que a demanda não era afetada pelo preço (Guédon, 2001). Isso significa que as editoras poderiam aumentar o preço de uma revista central, sem que as bibliotecas deixassem de comprá-la. Como o orçamento era restrito, quando o preço de uma revista central subia, as bibliotecas cortavam as assinaturas das revistas secundárias e não necessariamente da revista cujo preço havia subido.

As editoras passaram a competir pelas principais revistas (*core journals*), oferecendo serviços de editoração, adquirindo algumas revistas ou realizando fusões e aquisições de outras editoras. De posse das principais revistas, as editoras passaram a aumentar o preço das assinaturas. Guédon (2001) chama de “crise dos preços dos periódicos” essa alta de preços ocorrida nas décadas de 70, 80 e 90, mostrada no Gráfico 1.

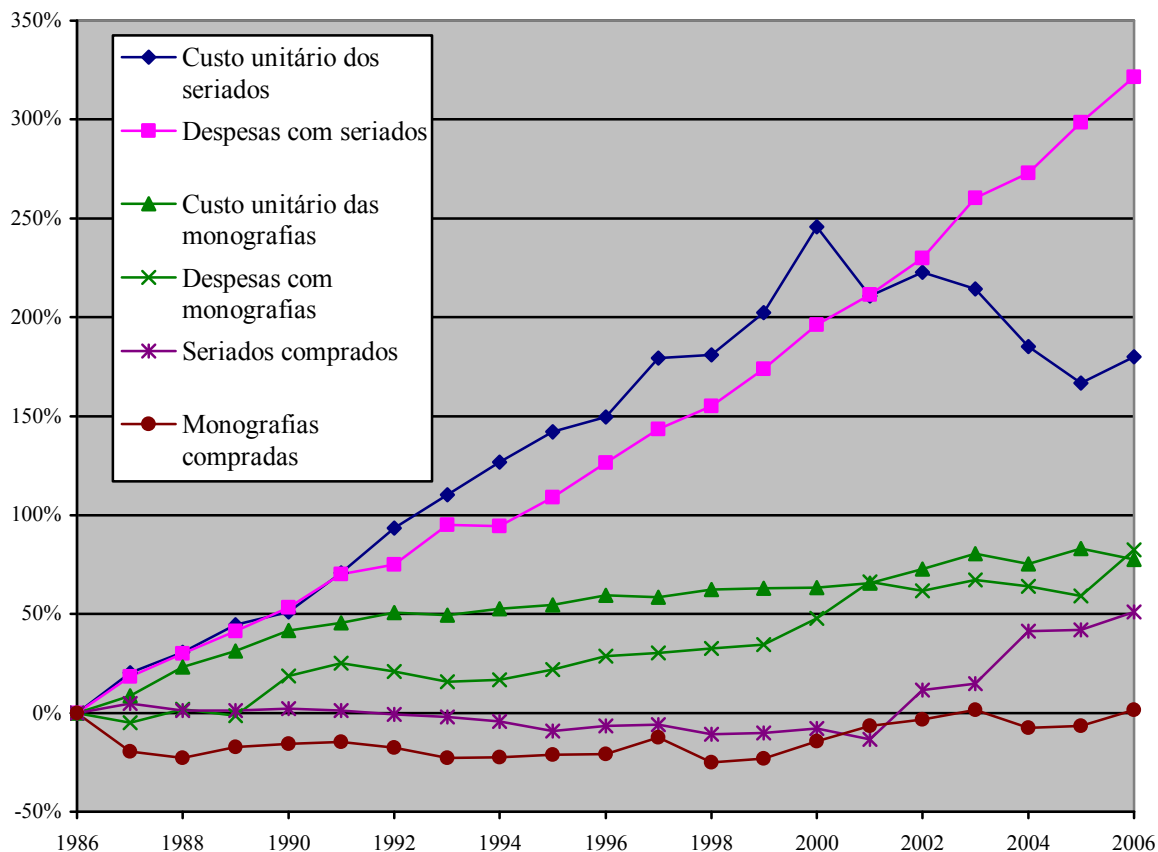


Gráfico 1 - Variação percentual dos gastos com seriados e monografias nas bibliotecas associadas à ARL (Association of Research Libraries) entre 1986 e 2006
 FONTE: Kyrillidou e Young (2008)

A evolução do preço médio dos seriados adquiridos pelas bibliotecas americanas associadas à ARL (*Association of Research Libraries*) mostra o quanto estes preços subiram na década de 80 e 90. Entre 1986 e 2000, o preço médio dos periódicos subiu 246% e o preço das monografias subiu 63%. Essa comparação é significativa, pois as monografias e periódicos são fornecidos por editoras e o custo da produção de um livro não varia de forma muito distinta do custo de produção de uma revista, especialmente no que se refere ao custo de impressão por página. Não é raro uma mesma editora fornecer livros e revistas acadêmicas. Outra comparação significativa é a relação entre a alta de 246% do preço das revistas com o aumento de 57,12% registrado pelo índice de preços ao consumidor nos Estados Unidos no mesmo período (Bureau of Labor, 2008).

A crise de preços não é restrita aos Estados Unidos, na Inglaterra a situação é bastante similar. Lá os preços das revistas acadêmicas também subiram muito acima da inflação (Comitê de Ciência e Tecnologia da Casa dos Comuns, 2004).

Após o ano 2000, o preço médio dos periódicos caiu, possivelmente refletindo a disponibilidade de seriados on-line que as editoras incluíram nos pacotes de revistas oferecidas ou revistas que passaram a ser oferecidas sem custos (Kyrillidou e Young, 2008). Repare que após 2000 o número de seriados nas bibliotecas aumenta significativamente.

Guédon (2001) atribui a culpa pela crise de preços dos periódicos às editoras comerciais (com fim lucrativo). Para confirmar essa hipótese devem ser comparados os preços das revistas de editoras comerciais com as das editoras sem fins lucrativos. Theodore C. Bergstrom (2008) criou um site sobre preços das revistas acadêmicas mostrando que as editoras sem fins lucrativos cobram menos que as comerciais. Ele e Carl T. Bergstrom (Bergstrom e Bergstrom, 2001) afirmam (sem deixar claro se os números se referem a todas as disciplinas, à economia ou à ecologia) que a variação real (descontada a inflação) dos preços das revistas acadêmicas das editoras com fim lucrativo entre 1986 e 2001 foi de aproximadamente 300%. Para as editoras sem fins lucrativos essa variação foi de “apenas” 50% (as aspas neste caso servem para indicar ironia e não que Bergstrom defendia ser pequeno um ajuste de preço de 50% acima da inflação). Os autores afirmam que, em 2000, os preços por página das revistas especializadas em ecologia ou economia foram 5 vezes maiores nas revistas de editoras com fim lucrativo. Essa diferença não indica qualidade. Muito pelo contrário, o preço médio por citação das revistas comerciais (publicadas por editoras com fim lucrativo) é 15 vezes maior que o das revistas sem fins lucrativos.

Um caso importante na discussão sobre o preço que as editoras cobram pelas revistas acadêmicas é o de Henry H. Barschall que fez uma pesquisa sobre os preços cobrados pelas revistas acadêmicas de física (1986, 1988, Barschall e Arrington 1988). Ele dividiu o preço de assinatura anual pelo número de caracteres da publicação. A variação entre os preços foi de 80 vezes. Em decorrência desta pesquisa, as revistas que publicaram os artigos foram processadas pela editora Gordon and Breach, que teve um dos maiores custos por caractere. Os sites <http://barschall.stanford.edu/> ou <http://www.library.yale.edu/barschall/> - das universidades de Stanford e Yale - divulgam este caso (de certa forma, os sites defendem a liberdade de publicação dos dados das pesquisas de Barschall).

Outra questão importante sobre preços de periódicos é saber se há diferenças entre as diversas disciplinas. O estudo feito por Albee e Dingley (2001) mostra que, de fato, essas diferenças existem. Unificando as disciplinas em três grandes áreas, constata-se que a área de ciência e tecnologia cobra o preço mais alto pelas suas revistas e que os preços destas publicações

foram os que mais subiram entre 1992 e 2001. A área de ciências sociais ficou em uma posição intermediária e a área de humanidades paga o menor valor pela assinatura, que também sofreu o menor reajuste entre 1992 e 2001. Segundo Guédon (2001), as áreas de humanidades e ciências sociais, por terem um caráter menos positivista, não apresentam uma forte definição de quais são as revistas centrais para as disciplinas. Isso dificulta o trabalho das editoras, que, sem uma definição dos periódicos mais importantes para uma disciplina, não conseguem fazer as bibliotecas pagarem preços superiores para acessar as revistas centrais da disciplina.

Apesar de menos evidente que nas áreas de ciência e tecnologia, a crise de preços também ocorre na área de administração e economia (*Business and Economics*). Entre 1992 e 2001, este segmento teve uma elevação de preço de 115% (baseado nos dados levantados por Albee e Dingley, 2001) enquanto o índice de preços ao consumidor subiu apenas 30,3% (Bureau of Labor, 2008). Em termos de preço da assinatura, a categoria de administração e economia está em nono lugar entre as vinte e cinco categorias listadas por Albee e Dingley (2001). Os preços médios por categoria estão expostos na Tabela 2.

Tabela 2 – Preço médio de assinatura das revistas por categoria.

Categoria	Preço médio de assinatura em 2001
<i>Russian Translations</i>	1.774,85
Química e física	1.407,47
Medicina	726,61
Matemática	559,23
Zoologia	510,53
Engenharia	401,32
Psicologia	355,63
Sociologia e antropologia	197,24
Negócios e economia	152,79
Ciência política	136,59
Educação	135,72
Trabalho e relações industriais	127,02
Economia doméstica	125,77
Jornalismo e comunicação	122,44
Arte industrial	112,57
Biblioteconomia e ciências da informação	106,31
Agricultura	102,57
Direito	95,40
História	67,06
Filosofia e religião	62,43
Literatura e línguas	60,03
Artes	59,17
Educação física e recreação	54,11
Periódicos de interesse geral	45,96
Periódicos infantis	25,52

FONTE: Albee e Dingley (2001)

Entre a década de 70 e 90, o mercado de revistas acadêmicas passou de uma estrutura de forte concorrência, em que as editoras comerciais usavam ferramentas de gestão, para um modelo mais eficiente, com uma estrutura oligopolista, em que as editoras dominavam o setor. O orçamento das bibliotecas, as grandes consumidoras deste mercado, foi quem mais sofreu com a crise de preço dos periódicos.

A reação das bibliotecas veio através de uma coalizão. Não só ampliando o empréstimo entre bibliotecas, mas criando grupos para defender seus interesses. Por exemplo, em 1998, foi criado um grupo chamado SPARC (*Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition*), que até hoje tem o intuito de estimular novas formas de comunicação acadêmica. Uma das suas estratégias é apoiar a criação de revistas acadêmicas que não cobrem assinaturas muito altas (SPARC, 2008).

Esta estratégia da SPARC parece uma guerra inglória. Como uma pequena comunidade de cientistas pode derrotar empresas que possuem escalas, ferramentas administrativas e recursos? Um acadêmico provavelmente ficará honrado em ser editor de uma revista acadêmica. Mas, se ele tiver que escolher entre um sistema organizado com remuneração provido por uma editora profissional e uma revista sem recurso e estrutura administrativa, qual delas ele irá preferir? Uma questão importante é reconhecer que para ser editor de uma revista acadêmica é necessário ser um pesquisador respeitado pela academia. Se ele gastar muito do seu tempo atuando como editor e não fizer pesquisa, ele não mais terá os atributos para ser um bom editor (só um pesquisador ativo pode ser editor). Pior que isso, a renda do editor provavelmente está mais vinculada à universidade em que ele leciona do que à revista. Se ele descuidar da pesquisa ou do ensino, por estar atuando como editor, ele perderá pontos com o seu empregador principal. Enfim, é muito difícil convencer pesquisadores a se envolverem com revistas, se elas forem ocupar grande parte do seu tempo.

Apesar dos esforços dos acadêmicos pesquisando e divulgando o aumento dos preços das revistas ou das iniciativas como as da SPARC, a grande mudança no mercado editorial, que realmente pode ser chamado de ameaça às grandes editoras, veio com o avanço da tecnologia de comunicação. A internet modificou a forma que as informações são transmitidas e, desta forma, o negócio das editoras poderia perder sua lucratividade.

As redes de computadores possibilitaram que as revistas:

- a) Sejam transmitidas eletronicamente (inicialmente em meios magnéticos e posteriormente pela rede).
- b) Sejam armazenadas em arquivos e não em papel.
- c) Reduzam seus custos com logística e impressão.
- d) Reduzam o tempo entre o envio do artigo e a sua publicação.
- e) Sejam pesquisadas eletronicamente e não pelos índices impressos ou fichas das bibliotecas.
- f) Aumentem o número de edições por ano.
- g) Possam ser criadas mais facilmente (o custo de criar uma nova revista eletrônica deve ser menor que uma revista em papel).

A evolução da tecnologia, especialmente o advento da internet, modificou o modelo de negócio das revistas acadêmicas. O negócio das editoras baseava-se no controle da produção e

da distribuição dos meios de divulgação do conhecimento. O conteúdo, que é o produto de fato, não era dominado pelas editoras, mas tinha, e ainda tem, custo zero para elas. O preço de uma revista está associado ao custo de editoração e distribuição e não ao custo da pesquisa que gerou o conteúdo. Com o desenvolvimento da informática, o meio de produção e a divulgação passaram a ser os computadores e suas redes. As editoras poderiam perder uma importante fonte de lucros com estas modificações na tecnologia de comunicações.

A criação da internet está associada ao compartilhamento de pesquisas e conhecimento por acadêmicos. Os pesquisadores envolvidos com redes de computadores estavam buscando uma forma de divulgação da ciência diferente das revistas impressas que predominaram por 300 anos na academia. Muitos dos fatos relevantes para a evolução das redes de computadores surgiram na academia, criando a base para o compartilhamento eletrônico de manuscritos científicos. Entre os principais fatos destacam-se (baseado em Suber, 2007):

1969 – Publicado pela UCLA (Universidade da Califórnia - Los Angeles) o primeiro *Request for Comments* (RFC), que iniciou uma série de documentos sobre o desenvolvimento da rede de computadores.

1974 – As bibliotecas Stanford Linear Accelerator Center (SLAC) e Deutsches Elektronen Synchrotron (DESY) criaram um catálogo eletrônico sobre literatura em física, onde eram disponibilizados os manuscritos antes de serem enviados ou aceitos por revistas acadêmicas.

1987 – Lançada a primeira revista acadêmica gratuita com revisão por pares: *New Horizons in Adult Education*.

1991 – Paul Ginsparg cria o arXiv, um servidor destinado a publicar artigos *pre-print* (arquivos que ainda serão publicados pelas revistas ou estão em avaliação) ou *off-print* (artigos que não serão publicados, mas serão examinados pela comunidade). O foco inicial era física, mas atualmente recebe contribuições nas áreas de matemática, ciências não-lineares, ciência da computação, biologia quantitativa e estatística.

1992 – Primeiro Simpósio de Publicação Acadêmica em Redes Eletrônicas: visões e oportunidades em publicações sem fins lucrativos (Symposium on Scholarly Publishing on the Electronic Networks: Visions and Opportunities in Not-for-Profit Publishing). Interessante notar que nos Estados Unidos o desafio é a publicação científica sem fins lucrativos, muito distinto do das publicações acadêmicas brasileiras, que geralmente não visam lucro.

As editoras comerciais não ficaram paradas, apenas observando as mudanças no ambiente dos negócios de revistas acadêmicas. Em 1991, a Elsevier lançou o TULIP (The University Licensing Program) que consistia na distribuição de mídia eletrônica para as bibliotecas. A experiência não deu certo, encerrando suas atividades em 1995. Os arquivos eram pesados para os computadores da época e a impressão era demorada. Para impedir a pirataria, o software não dava acesso à imagem do artigo, apenas a consulta ou impressão através do TULIP.

Apesar do curto espaço de tempo que o projeto TULIP funcionou, algumas lições foram aprendidas. A primeira é a análise do que faz os usuários migrarem para uma consulta eletrônica. A segunda é sobre a nova forma de fazer negócios com as revistas acadêmicas.

No relatório final do projeto foram listados os requisitos que os usuários esperam para usarem um sistema de artigos eletrônicos (Borghuis *et al*, 1996):

- a) Fácil de usar: o mais intuitivo possível, de preferência usando uma interface familiar.
- b) Acesso a toda informação em uma fonte única (sem necessitar sair do computador para buscar outros artigos na prateleira da biblioteca).
- c) Sistema de busca e pesquisa efetiva.
- d) Alta velocidade de processamento (download e impressão). Interessante notar que o TULIP usava a rede de computadores da universidade e não a internet. Hoje, com as redes de banda larga, a velocidade para fazer o download de um artigo é bastante rápida (usualmente o padrão é usar os arquivos tipo pdf).
- e) Alta velocidade de publicação. Hoje o arquivo digital de muitas revistas chega antes na internet que na biblioteca. O que parecia ser um problema no início da década de 90 passou a ser uma grande vantagem no século XXI.
- f) Boa imagem e qualidade do texto.
- g) Número suficiente de revistas e tempo de cobertura.
- h) Ligação entre as informações. Hoje diversos sites de busca de artigos oferecem recursos de ligar as referências dos artigos (talvez o sistema mais usado atualmente seja o CrossRef).

A segunda lição com a experiência TULIP é a modificação no negócio das revistas acadêmicas. Neste novo modelo, as revistas deixam de vender conteúdo para as bibliotecas,

que eram responsáveis por armazená-lo. As editoras passam a **licenciar** o conteúdo para as bibliotecas (Guédon, 2001).

No modelo anterior, as bibliotecas compravam, armazenavam e distribuíam o conteúdo. Com a internet, as editoras começaram a licenciar o conteúdo e a função da biblioteca (além de guardar livros velhos e empoeirados) passou a ser distribuir licença e não mais conteúdo aos pesquisadores (Guédon, 2001).

As editoras passaram a atuar via internet e vender licenças. As bibliotecas tiveram que passar a comprar licenças e não mais bens tangíveis. A tarefa de organizar e catalogar o conhecimento saiu da biblioteca e foi para as editoras que desenvolviam mecanismos de busca on-line. Todo o conhecimento sobre compra e venda de conhecimento, direitos autorais e problemas com cópias teve que ser reavaliado. Nas palavras de Guédon (2001), foi o céu para os advogados e um inferno para os bibliotecários.

Com o intuito de se defender, as bibliotecas criaram consórcios para negociar com as editoras. Uma das principais exigências feitas pelas bibliotecas foi criar o sistema de negociar coleções de revistas. Assim, ou a editora tinha que vender uma coleção com as principais revistas ou não venderia nada. Isso permitiu uma redução de preço na compra das licenças. O resultado foi positivo. Um dos argumentos usados pelas editoras quando são criticadas pelo alto preço das assinaturas é alegar que grande parte das vendas é feita por pacotes ou coleções, cujo custo é muito inferior a soma das suas assinaturas (Comitê de Ciência e Tecnologia da Casa dos Comuns, 2004).

A reação das editoras foi ampliar o pacote que as bibliotecas pediram. O termo utilizado para caracterizar a negociação de um grande pacote de assinaturas foi *Big Deal*⁶. A proposta das editoras funcionava da seguinte forma: com um pequeno aumento do preço, a biblioteca ganhava acesso a um número muito maior de assinaturas. É interessante notar que, como o número de artigos disponível pelo *Big Deal* aumentou muito, o custo por revista diminuiu consideravelmente. Mesmo reduzindo o preço médio por assinatura, o *Big Deal* foi um bom negócio para as editoras. Frazier (2001) alerta que o *Big Deal* parece uma negociação “ganha-ganha”, em que tanto as bibliotecas quanto as editoras saem ganhando. O autor sustenta que, na verdade, o *Big Deal* é uma negociação ganha-perde, em que as bibliotecas ficarão reféns

⁶ *Big Deal* pode ser traduzido por grande negócio, mas será usado o termo em inglês por se referir a uma forma específica de licenciar artigos científicos.

das grandes editoras. Para sustentar este ponto serão listadas as principais vantagens do *Big Deal* para as grandes editoras profissionais:

- a) **Não há aumento do custo.** Aumentar o número de revistas licenciadas de forma eletrônica para uma biblioteca resulta em um aumento insignificante para a editora. Essa é uma característica de um tipo de empreendimento, em que não há aumento de custo com o aumento da “produção” (custo variável é praticamente nulo). Uma vez que a revista já esteja digitalizada no banco de dados da editora, não há um aumento de custo se um cliente ganhar o acesso a esta revista. Portanto, as editoras que ofereceram o *Big Deal* não precisariam gastar mais para disponibilizar novas licenças.
- b) **Há um aumento das receitas.** Tendo em vista que os clientes das editoras são principalmente bibliotecas⁷ e elas já tinham licenciado as principais revistas de cada editora, era muito difícil ampliar o mercado além dos aumentos de preços. As bibliotecas, por restrição orçamentária, passaram a escolher quais as revistas deveriam comprar. Como o número de bibliotecas não apresentava um forte crescimento como na década de 70 e 80, o mercado estava estável. As editoras precisariam melhorar o fator de impacto de uma revista para que o bibliotecário substituísse a nova (de maior impacto) por uma revista antiga. O *Big Deal* criou uma forma de as editoras “empurrarem” um grande número de revistas para as bibliotecas e assim aumentarem o seu faturamento.
- c) **Há um aumento na fatia de mercado (market-share).** O *Big Deal* fez com que as bibliotecas pagassem mais para as grandes editoras, que possuíam as principais revistas. Como o orçamento das bibliotecas é limitado, escolher a ampliação do número de títulos pelo *Big Deal* significa deixar de assinar as revistas de editoras menores. Isso ocorre mesmo se as revistas de editoras menores fossem melhores (de maior impacto ou de tema mais relevantes para a faculdade) que as novas revistas assinadas pelo *Big Deal*.
- d) **Há uma redução na concorrência.** Como explicado anteriormente, os recursos que as bibliotecas possuíam migraram das pequenas editoras para as grandes. As dificuldades das pequenas editoras passaram a restringir a concorrência no setor, aumentando a lucratividade média das grandes editoras⁸.
- e) **Lealdade dos clientes.** O aumento da lealdade dos clientes e a detenção de um produto indispensável aparecem nos relatórios da ReedElsevier e não há nada de sinistro nestes

⁷ Um relatório da Morgan Stanley (Gooden *et al* 2002) divide os clientes que buscam conteúdo científico da Reed Elsevier como sendo 65% universidades, 25% corporações e 10% governo.

⁸ Porter (1979) afirma que a lucratividade média de um setor depende de 5 forças, entre elas a rivalidade entre os concorrentes. Um movimento como o *Big Deal* reduz a rivalidade (eliminando concorrentes menores) e aumenta a lucratividade do setor.

termos (Frazier, 2001). O problema surge quando a lealdade ou indispensabilidade é criada por um sistema de venda casada de revistas acadêmicas.

- f) **Desagrega os clientes.** Mesmo que as bibliotecas tentassem lutar contra o sistema do *Big Deal*, se uma biblioteca sozinha (ou um pequeno grupo) não aproveitasse a oferta das editoras, ela perderia sozinha a oportunidade de acesso a um grande número de revistas. Frazier (2001) compara essa situação com o dilema dos prisioneiros⁹: as bibliotecas sairiam ganhando se cooperassem; por outro lado, se algumas bibliotecas fugissem do acordo de não se submeter ao *Big Deal*, a perda seria grande para as que cooperaram. Frazier sustenta que as bibliotecas precisam se unir para não caírem na tentação de fugir do acordo. Entretanto, se todas não se unirem o sistema cria uma forma de desagregar as bibliotecas, reduzindo os sucessos dos consórcios¹⁰.
- g) **Melhora a qualidade dos seus produtos.** Qualidade neste caso refere-se apenas ao número de citações que a revista recebe, o que é medido, na maioria das vezes, pelo seu fator de impacto (apesar de número de citações não ser a única forma de avaliar a qualidade da revista, esse método é bastante reconhecido). Entretanto, a melhora refere-se apenas ao indicador de qualidade e não da qualidade intrínseca do conteúdo da revista. Apenas num segundo momento é que a revista mais citada passa a atrair artigos melhores, pois os pesquisadores se interessam em publicar em revistas de alto fator de impacto. O *Big Deal* pode conseguir aumentar o número de citações das revistas da editora ao oferecer uma base de dados para buscar artigos, onde grande parte das revistas pertence a esta editora. Guédon (2001) cita o caso de uma biblioteca que contratou o *Big Deal* da Elsevier e 68,4% dos downloads de artigos feitos no sistema da biblioteca eram provenientes desta editora, seguidos por 9,2% da John Wiley, 8,5% da Academic Press, 6,5% da Kluwer e 4,8% da Springer. O número da Elsevier é significativamente superior à sua participação no mercado, que é de aproximadamente 20%¹¹. Se a mesma coisa

⁹ O dilema dos prisioneiros se refere a uma situação em que duas pessoas foram acusadas de um crime. Não há provas suficientes para incriminá-los e os policiais propõem uma pena muito menor caso um deles aceite delatar o outro. Se eles cooperarem entre si e não se acusarem, ambos terão uma pena pequena. Se apenas um delatar, ele terá uma pena muito pequena e o outro uma pena muito grande. Mas se os dois delatarem, ambos terão uma pena média. O dilema do prisioneiro é escolher se irá ou não delatar o outro. Pensando em conjunto, o ideal seria não acusar o companheiro, mas individualmente o melhor é delatar o companheiro. O dilema do bibliotecário é similar: pensando coletivamente ele deveria negar o *Big Deal*, mas individualmente é vantajoso aderir ao sistema.

¹⁰ Novamente pode ser analisada a lucratividade do setor pelas forças de Porter (1979). Os compradores desagregados e mais fracos terão menor capacidade de negociar com as editoras, tornando o setor mais rentável.

¹¹ O relatório da Morgan Stanley (Gooden *et al* 2002) aponta 23,3% do mercado (em faturamento); 18% das revistas (em 1998) ou 25% dos artigos (entre 1994 e 1998) na base de dados do ISI - Institute for Scientific Information (hoje Thomson Scientific) que calcula o fator de impacto das revistas acadêmicas.

ocorrer nas demais bibliotecas, é muito provável que o fácil acesso às revistas da Elsevier resulte em maior citação dos seus artigos.

- h) **Preferência dos fornecedores.** Importante salientar que a competição das revistas acadêmicas não se limita aos clientes. Também é muito significativo neste setor o acesso aos fornecedores. Se o sistema do *Big Deal* realmente conseguir melhorar o impacto das revistas das principais editoras, os pesquisadores darão preferência a publicarem seus artigos nestas revistas. Assim como os editores também vão preferir trabalhar em uma revista com maior impacto, maiores recursos e melhor estrutura organizacional (incluindo todas as ferramentas de publicação e distribuição dos artigos). Há um movimento contrário, no qual alguns pesquisadores como Bergstrom (2002), não aceitam revisar artigos de revistas com preço elevado. Mas a falta de cooperação dos demais pesquisadores de seguir o exemplo de Bergstrom leva novamente ao dilema dos prisioneiros, em que a cooperação só vale a pena se for feita por grande parte dos pesquisadores.
- i) **Controle da Informação.** Este ponto é crítico e ainda não há grandes inferências de como as editoras poderão usar as informações disponíveis em seus bancos de dados. Hoje, por exemplo, o fator de impacto (usado para medir a qualidade de uma revista) é realizado por uma empresa privada, a Thomson Scientific (que pertence ao grupo Thomson Reuters, formado em 2007 com a venda da Thomson Learning e compra da Reuters). A diferença é que a Thomson não possui os arquivos com as pesquisas, mas as editoras possuem. Caso todo o mercado opte pelo licenciamento, apenas as editoras terão os arquivos das pesquisas e não mais as bibliotecas, portanto o conhecimento científico poderá se tornar um bem privado e não mais público.

As editoras com publicações científicas passaram a realizar fusões e aquisições. Esse movimento levou Tamber (2000) a questionar se o mercado estaria se transformando em um monopólio. Diversas fusões ou aquisições ocorreram a partir de 1990. McCabe (2002) cita aquisições de pelo menos cinco grandes editoras entre 97 e 98. Tamber (2000) cita que estes casos foram significativos, mas não tanto quanto a tentativa de união das gigantes ReedElsevier e Wolters Kluwer. O faturamento destas duas ultrapassaria a Thomson, que apesar de ter sido grande editora de livros (a unidade de negócios foi vendida para a Gale que hoje se chama Cengage). O negócio não foi consolidado por restrições legais (leis antitruste), mas em 18 meses a ReedElsevier comprou mais de 70 pequenas empresas (Tamber, 2000). Interessante salientar que Kluwer Academic Publishers (parte significativa das revistas

acadêmicas da Wolters e Kluwer) foi comprada por fundos de investimentos e fundida com a Springer em 2004. O Quadro 2 mostra o processo de fusão e aquisição das editoras comerciais de conteúdo científico que passou a ser dominado por seis organizações. As empresas atuais estão em negrito e as empresas adquiridas estão nas linhas de baixo:

Quadro 2 – Fusão e aquisições das editoras científicas.

Reed Elsevier	Taylor & Francis Informa	Wolters Kluwer	Candover & Cinven	Wiley Blackwell	Verlagsgruppe George von Holtzbrinck
~1800 journals	~1000 journals	~275 journals	~1350 journals	~1250 journals	~70 journals
Academic Press	AA Balkema	Lippincott Williams & Wilkins	Kluwer	A.R. Liss	Nature Publishing/Macmillan
Cell Press	BIOS Scientific Publishers	Adis International	Springer	GIT Verlag	Scientific American
Congressional Information Service	CRC Press			Scripta Technica	WH Freeman
Elsevier	Curzon Press			VCH	Bedford, Freeman Worth
Engineering Information	Gordon & Breach			Wiley	
Excerpta Medica	Harwood Academic			Interscience	
Harcourt	Marcel Dekker			Blackwell Publishing	
Morgan Kaufmann	Routledge			Blackwell Publishing Asia	
Mosby	Swets Zeitlinger			Blackwell Synergy	
Pergamon Press	Taylor & Francis			Munksgaard	
Urban & Fischer	Garland Science				
WB Saunders					

FONTE: U. C. Berkeley Library (2008)

O domínio das editoras comerciais está sendo usado como grande argumento dos defensores de sistemas de *open access*. Se os acadêmicos escrevem artigos para serem lidos pelos próprios acadêmicos, por que há uma empresa que cobra caro para distribuir estes arquivos? Os autores de livros costumam receber direitos autorais sobre as vendas, mas não é comum os autores de artigos receberem pagamento. O direito de explorar o copyright (direito autoral) é transferido do autor para a revista ou editora, sem que aquele receba desta alguma remuneração financeira. Se os lucros das editoras vêm crescendo significativamente, essa transferência gratuita de direito autoral é justa? Este mercado também pode ser visto pela ótica do recurso público que é usado em três estágios: financiando os projetos de pesquisa; pagando os salários dos acadêmicos que fazem as tarefas de autores, revisores e editores (esse

texto se refere à Grã-Bretanha, nos Estados Unidos este argumento não é tão forte, pois muitas universidades são privadas); e financiando as bibliotecas que assinam a revista (Comitê de Ciência e Tecnologia da Casa dos Comuns, 2004). Em um sistema financiado pelo Estado faz sentido ter empresas privadas apresentando lucros significativos e dominando este mercado?

O movimento do *open access* propõe duas estratégias para se tornar viável: *self-archiving*, também chamado de *green road*, e *open-access journals*, conhecido como *golden road* (BOAI, 2002). A *green road* defende que cada pesquisador ou universidade publique suas pesquisas em seus sites (também chamado de *self-archiving*). As revistas acadêmicas perderiam a sua função ou pelo menos a sua importância. Ela seria apenas o “arquivo” dos artigos (guardando um histórico e não divulgando para os demais pesquisadores) ou daria algum prestígio ao arquivo que ela publicaria. A *golden road* propõe que as revistas acadêmicas não cobrem para que o público tenha acesso aos seus artigos. Neste caso, as revistas continuam tendo um importante papel de validar o conhecimento e o sistema de *peer review* mantém sua importância. O problema da *golden road* é identificar uma nova forma de financiar as revistas. Mesmo com a redução do custo de publicação nas revistas puramente on-line ainda haverá um custo a ser pago. Duas propostas são reconhecidas. Em uma delas o custo da publicação será pago pelo autor (*author-pay model*), na outra, uma instituição (a universidade que apóia a revista, por exemplo) pagará os seus custos. Um sistema de obter recursos não impede o outro.

Nos Estados Unidos, o governo está participando do processo de reduzir a restrição aos textos científicos. Destaca-se o *Federal Research Public Access Act* de 2006 que obriga a disponibilização dos artigos que tiveram suas pesquisas financiadas por agências federais. Seguindo esta determinação, o NIH - *National Institutes of Health* - criou uma política em que os artigos resultantes de pesquisa financiada pelos seus institutos deveriam ser disponibilizados no PubMed em até 12 meses após a publicação em uma revista.

Há grandes discussões sobre qual o sistema de publicação irá prevalecer: o sistema aberto ou o fechado? Parece que o sistema aberto está ganhando espaço, mas isso pode não ser o fim das editoras com fins lucrativos. Como mostra o exemplo da Thomson Reuters, talvez o negócio não seja mais as vendas de licença para acessar conteúdo, mas as estatísticas sobre produção e acesso científico. Essas informações interessam a governos, acadêmicos e empresas, mas as editoras poderão abrir o seu banco de dados (atendendo aos requisitos de

acesso livre) e manter todas as informações de acesso e produção científica controlado. Possivelmente o futuro do negócio editorial científico esteja na gestão das informações e não mais no controle e venda destas informações.

Cientes das turbulências que as revistas acadêmicas estão passando, como a pressão por publicação, o movimento por acesso aberto e os avanços tecnológicos (como a internet), Abbasi *et al* (2002) discutem o futuro das publicações científicas.

2.2. Futuro das publicações científicas

Abbasi *et al* (2002) falam de quatro cenários descrevendo o futuro das publicações médicas e científicas. Cada um destes cenários recebeu o nome de um personagem dos Simpsons (desenho animado americano): Homer, Marge, Lisa e Bart.

No cenário Homer (o pai preguiçoso), a filosofia é “se ainda não está quebrado não precisa consertar”. Os artigos originais ainda serão publicados em revistas tradicionais e seu acesso acontecerá principalmente através de grandes bases de dados na internet. Poucas editoras dominarão o acesso e venderão caro as assinaturas para instituições (universidades em especial).

No cenário Marge (a mãe sábia), haverá acesso livre às pesquisas pela internet. Os acadêmicos não serão avaliados só pela citação de seu artigo, mas pelo número de acessos que o seu texto recebeu na internet ou pela aplicação prática do seu conteúdo. A academia deverá ser muito mais inovadora para criar os novos temas e impactar a realidade. As publicações ficam mais dinâmicas e as poucas editoras não mais se organizarão em revistas acadêmicas, mas em conteúdos para determinada especialidade. As revistas como conhecemos não mais existirão, os *journals* serão *magazines*.

No cenário Lisa (filha esperta e bem informada), haverá ferramentas de busca inteligentes para acessar diversos tipos de conhecimento. Esse conhecimento será gerado em grupo e não haverá necessidade de publicação, pois quem está interessado no assunto está sabendo o que está acontecendo. Os dados serão armazenados em grandes computadores institucionais (bibliotecas ou universidades). O reconhecimento acadêmico é feito pelo “zum zum zum” gerado pelas ideias inovadoras. A comunidade daquele assunto sabe quem melhor está

contribuindo. Não mais serão distinguidos artigos acadêmicos, e-mails, textos na wikipedia ou listas de discussão em sites ou blogs.

No cenário Bart, os grandes garotos dominarão. As pesquisas serão feitas pelas empresas e não mais por acadêmicos. Como não há pesquisa sem viés, não há porque não aceitar as pesquisas das empresas. Não haverá restrições aos textos que combatem as grandes companhias ou buscam viés em seu argumento, pois ninguém dará muita atenção a estes “malucos”.

Destes cenários apenas no “Homer” as revistas se mantêm. No mundo “Marge”, o *peer review* ainda pode acontecer, mas será para escolher o conteúdo das revistas (*magazines*), a avaliação do conhecimento será feita pelo seu impacto na prática. No mundo “Lisa”, as revistas somem (ou passam a ser só mais um site que compete com o blog dos pesquisadores) e a academia torna-se um conjunto de grandes grupos trabalhando de forma cooperativa. No mundo “Bart”, haverá revistas, mas elas serão editadas e o conhecimento proverá das grandes empresas.

Como esses cenários foram traçados para as ciências de uma forma geral, deve ser questionado se eles são plausíveis para a área de administração. Provavelmente, sim. O cenário “Homer” mantém o *status quo*. O cenário “Marge” está mais próximo da administração que da medicina, pois revistas como Financial Times ou Exame têm maior impacto na sociedade (maior número de leitores) que a *Academy of Management Journal* ou RA-USP (Revista de Administração da Universidade de São Paulo). O cenário “Lisa” parece estar muito próximo com o avanço da wikipedia. Aceitar a possibilidade do cenário “Bart” é reconhecer que diversos modelos administrativos vieram das empresas. Os cursos de administração costumam citar os modelos de gestão da Ford e da Toyota. A Mckinsey (importante empresa de consultoria) possui sua própria revista: McKinsey Quarterly. A matriz BCG (elaborada por outra empresa de consultoria) é ensinada nos cursos de administração no Brasil.

Qual dos cenários predominará no futuro? É difícil dizer, mas, por enquanto, o processo de revisão por pares e as publicações acadêmicas, apesar de contestadas, se mantêm como pilares da ciência. Há duas formas de a academia agir perante estes cenários: acreditar que eles acontecerão independentemente da vontade dos professores ou agir para construir um cenário desejado pela academia. Será que os professores de administração desejam que os alunos sejam influenciados por revistas de caráter jornalístico (como o cenário “Marge”) ou de

caráter privado, que tenta vender um produto ou consultoria de uma empresa (como no cenário “Bart”)? Será que desejamos comunicações mais abertas como na wikipedia ou desejamos que a informação seja validada por um sistema de *peer review*? A ampliação do escopo das revistas é uma das atitudes que a academia pode tomar para ajudar a construir o futuro da comunicação acadêmica, ao invés de simplesmente se adaptar a ele.

3. METODOLOGIA

Este capítulo expõe a metodologia da pesquisa e está dividido em três partes. A primeira trata da lógica da pesquisa, em que será retomada a estrutura da pesquisa apresentada no item 1.3. Na segunda parte da pesquisa será feita a classificação da pesquisa, usando as bases de classificação expostas por Collis e Hussey (2005). A última detalha a estratégia e os procedimentos para coleta de dados.

3.1. Lógica da pesquisa

A lógica desta pesquisa foi apresentada como um problema de passagem. Estudam-se os problemas da situação atual e propõe-se uma situação futura melhor. Essa linguagem deve ser familiar aos estudantes de administração, em especial aos leitores da literatura de estratégia, que entendem conceitos de análise da situação atual e visão de futuro. Entretanto, em um capítulo de metodologia, a proposição de uma nova situação corrigindo os defeitos da atual lembraria o conceito de dialética. Assim, a situação futura apresentada deveria ser bastante distinta da atual, criando um contraponto com ela. Haverá um momento, posterior a esta pesquisa, quando será feita uma nova análise para identificar os problemas com a situação proposta e a uma terceira proposição surgirá. Essa nova proposição buscará resolver os problemas da segunda, sem voltar aos problemas da primeira. A dialética é considerada uma metodologia científica quando propõe novas teorias e não novas situações.

Entretanto, o estudo dos problemas para apresentação de soluções parece ser uma forma muito usada para propor mudanças na sociedade e no comportamento das organizações. Essa retórica talvez não “comprove” que a proposição da situação ideal seja universalmente aceita, portanto, baseando-se no conceito de ciência adotado por Ziman (1979)¹², esse método usado para defender uma proposição não pode ser chamado de método científico.

Por isso, estudos que propõem uma situação futura só são considerados científicos se fizerem uma boa descrição da insatisfação com a situação atual. Esta descrição deve levantar dados

¹² Ziman (1979) propõe que ciência seja entendida como “conhecimento público” ou a busca por um consenso de opinião racional. O método científico é a forma utilizada para conseguir persuadir os demais pesquisadores e buscar o consenso. Ziman foge do conceito de que o método científico busca provas irrefutáveis e que a ciência busque a Verdade (verdade com letra maiúscula indicando uma busca por uma verdade universal e validade, onde não haja mais dúvida).

usando métodos científicos. Somente desta forma será possível fazer uma proposição consensual.

Se apenas a descrição do problema é a parte científica, por que então fazer a descrição da situação futura? Ziman dá um exemplo a partir do estudo da História. Ele argumenta que a busca por fatos e datas é considerado um procedimento científico, uma vez que se pode chegar a um consenso sobre eles. No entanto, o estudo da História sem interpretação dos fatos pode ser considerado algo simples e banal. Essa visão não é consensual, mas se aceita que historiadores façam esta análise. A proposição de uma situação ideal dificilmente será consensual, mas ela deve ser feita para evitar que o trabalho seja banal e não aponte soluções ou melhorias para os problemas diagnosticados.

Uma concepção de que a ciência deve apenas compreender a realidade funciona bem para as ciências naturais. Nas ciências sociais, no entanto, se não houver interpretações subjetivas e amplas do pesquisador (entre elas as considerações morais) e, se só forem abordados os temas que possam ter um consenso ou que possam ser falseados, a atuação das pesquisas será bastante restrita. Enquanto na ciência natural a conclusão do pesquisador não afeta a realidade, o mesmo não pode ser dito das ciências sociais, em que as teorias levantadas modificam o comportamento das pessoas que tiveram contato com elas. Ghoshal defende este ponto de vista sugerindo que: “se nós realmente desejamos reinstaurar preocupações éticas ou morais na prática da administração, nós devemos primeiro reinstaurá-las em nossa corrente teórica principal (*mainstream theory*)” (Ghoshal, 2005, pg. 87).

O problema de passagem, portanto, pode ser considerado como um método científico se a definição da situação atual for tratada de forma científica. Ele contribuirá para o avanço do conhecimento se mostrar problemas que não estavam visíveis para a comunidade ou se sugerir soluções inovadoras que resolvam os problemas atuais (Almeida, 2009). Essa solução não será incontestável, mas abrirá caminhos para novas propostas sugerindo melhorias para a situação atual.

3.2. Tipo de pesquisa

Há diversas formas de classificar uma pesquisa em administração. Na estrutura proposta por Collis e Hussey (2005), cada base de classificação dispõe de diferentes tipos de pesquisa

(Quadro 3). As bases propostas por Collis e Hussey serão usadas para classificar cada uma das partes desta pesquisa: situação atual, situação desejada e viabilidade da passagem.

Quadro 3 - Classificação dos principais tipos de pesquisa.

Base de Classificação	Tipo de pesquisa
Objetivo da pesquisa	Pesquisa exploratória, descritiva, explanatória ou preditiva.
Paradigma da pesquisa	Positivista ou fenomenológica.
Lógica da pesquisa (ou método segundo Marconi e Lakatos, 2003)	Indutiva, dedutiva, hipotético-dedutiva e dialética.
Razões da pesquisa	Aplicada (ordem prática) ou básica (ordem intelectual).
Tipo de dados	Qualitativa ou Quantitativa.
Procedimento	Estudos de corte transversal, estudos experimentais, estudos longitudinais, <i>surveys</i> , estudo de caso, pesquisa-ação, etnografia etc.

FONTE: Adaptado de Collis e Hussey (2005, p. 23).

O Quadro 3 pode sugerir que as classificações são precisas e independentes, porém há uma grande superposição entre as bases de classificação e nem sempre uma pesquisa se classifica perfeitamente em um dos tipos propostos no quadro.

3.2.1. Situação atual

Usando o objetivo como base de classificação, a etapa que discute a situação atual é descritiva, pois a intenção é descrever a realidade sem fazer inferências sobre relações de causa e efeito.

O paradigma é positivista, tentando compreender a realidade através da busca de dados concretos e limitando interpretações subjetivas do pesquisador.

A lógica é indutiva, pois, partindo de alguns dados, pretende-se descrever uma realidade maior.

A razão da pesquisa é aplicada.

Quanto ao tipo de dados, esta pesquisa baseia-se em dados qualitativos, mas recorrerá também a alguns dados quantitativos, por exemplo, referentes a número de citações. Muitos destes dados serão obtidos em fontes secundárias (não levantados pelo autor).

O levantamento dos dados primários será feito diretamente no site das revistas pesquisadas para caracterizar a situação atual das publicações nacionais e internacionais. Esse levantamento caracteriza-se como um processo de pesquisa positivista, que usará estatística descritiva para apoiar a comparação entre a situação das revistas nacionais e internacionais. Quando estes dados são usados para descrever uma situação ideal, a pesquisa abandona o caráter positivista e possibilita interpretações subjetivas e juízos de valor.

3.2.2. Situação desejada

A descrição da situação desejada tem um caráter exploratório. Serão exploradas outras formas de atuação das revistas, sem o objetivo de prever o futuro. A intenção é propor uma situação futura possível e não, a única, a ótima ou a mais provável. Será proposta uma situação melhor. Esse melhor não está bem definido e depende dos critérios do pesquisador que, neste caso, poderão ser subjetivos e inconscientes.

Esse problema de subjetividade leva ao afastamento do paradigma positivista. Entretanto, a proposição da situação desejada não chega a caracterizar uma pesquisa fenomenológica, pois não está buscando compreender o significado da situação desejada para um grupo de pessoas.

Essa é uma grande fraqueza da pesquisa, pois esta etapa faz mais conjecturas do que busca evidências para comprovar os argumentos. Não são divagações vazias ou delírios, mas proposições embasadas, que devem ser criticadas pela comunidade acadêmica.

A lógica é indutiva, pois, partindo de dados sobre a situação atual (ou aceitando o caráter fenomenológico partindo da interpretação do pesquisador sobre a realidade atual), será proposta uma nova situação.

Esse caráter de propor uma nova situação tem claramente a intenção de modificar a realidade, o que se classifica como uma pesquisa aplicada.

Quanto ao tipo de dados, esta pesquisa baseia-se principalmente nos qualitativos. Destacam-se duas diferentes fontes de informação. A primeira é a interpretação da situação atual baseada na literatura levantada, que provavelmente foi influenciada pela vivência do autor no meio acadêmico. Os problemas constatados na situação atual formarão a base para construir a solução. A segunda fonte de dados é o levantamento das características das publicações

nacionais e internacionais. Apesar de o levantamento e a comparação das características serem bastante objetivos, a análise de dados é subjetiva, pois implica em encontrar o que há de melhor em cada um dos dois modelos (publicações nacionais e internacionais). O “melhor”, neste caso, é claramente uma avaliação subjetiva.

Esta etapa da pesquisa não aborda questões como “o que é?” ou “o que pode ser feito?” - atribuídas à ciência -, mas, sim, “o que deve ser feito?”, que é objeto tratado pela moral (filosofia) e pelo direito. Apesar de controversa, a proposta de Flyvbjerg (2001) é que o tratamento de “o que deve ser feito?” é uma questão da ciência social e, portanto, deveria ser considerado como um problema científico.

O autor desta tese concorda com Flyvbjerg que questões morais devem ser incorporadas à ciência social. Os textos que usarem valores morais, no entanto, devem indicar que as conclusões obtidas por este método não são uma verdade objetiva, confirmada apenas por pesquisa empírica.

Na descrição da situação desejada há um julgamento de valor que pode ser questionado, porém foi preferível assumir que há esse julgamento subjetivo e pessoal em vez de tentar escondê-lo.

3.2.3. Viabilidade da passagem

O objetivo de descrever a viabilidade da passagem é preditivo. Nesta etapa será descrita as ações que a comunidade acadêmica deve tomar para publicar textos voltados para o ensino e a extensão.

A partir da análise de referências conceituais serão construídos argumentos que mostrem a viabilidade da passagem.

Esta etapa da pesquisa é de ordem prática e trabalhará com dados qualitativos. Os argumentos serão dedutivos, ou seja, usando “leis” amplas será feita a sua aplicação para casos particulares. Por exemplo, admitindo que o ser humano aja por interesse próprio, há necessidade de criar-se um sistema de premiação aos indivíduos que publicarem textos para pesquisa ou extensão.

3.3. Procedimento de coleta e análise de dados e informações

Como o assunto tratado por essa pesquisa é bastante amplo, os procedimentos para coleta e análise de dados serão apresentados para cada uma das questões de pesquisa. Para a maioria das questões os dados serão obtidos de fontes secundárias, com exceção das questões “d” e “f”, que são baseadas no levantamento das características das revistas nacionais e internacionais.

a) As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas?

A resposta a esta pergunta será baseada no levantamento das características das revistas brasileiras na questão “d” e também em um levantamento bibliográfico.

b) São satisfatórias a qualidade e a quantidade de pesquisas nacionais em administração?

A resposta para esta questão será baseada em dados secundários, principalmente artigos de pesquisa que avaliam este tema.

c) É satisfatória a forma como estão sendo publicados e valorizados os textos voltados para o ensino e extensão?

A primeira parte desta resposta é tentar definir os objetivos e necessidades dos diversos públicos da universidade. Será feita uma abordagem teórica deste tema, que servirá de base para argumentação da resposta a esta pergunta.

Faz parte da resposta desta questão discutir a proposição que as revistas científicas devem publicar pesquisas para o avanço do conhecimento e os livros servem para o ensino, organizando o conhecimento gerado pelas revistas. Essa discussão será feita apenas de forma conceitual e o principal argumento contrário a essa afirmação é que as ciências sociais funcionam de forma distinta das ciências naturais, pois nas ciências sociais os livros apresentam novas teorias e são muito citados nos artigos científicos (que buscam avançar o conhecimento).

A terceira parte desta questão analisará como estão as publicações para o ensino, a pesquisa e a extensão. Os argumentos apresentados serão ilustrados e defendidos usando exemplos.

d) Quais são as características das revistas nacionais de administração?

Serão avaliadas as revistas acadêmicas nacionais de administração. Para identificar as principais revistas, foi usada a lista gerada pelo QUALIS da CAPES de 2009 (disponível no site <http://QUALIS.capes.gov.br/webQUALIS/>). Na lista dos periódicos da área de “administração, ciências contábeis e turismo” foram selecionados os periódicos classificados nos estratos A1, A2, B1, B2 e B3. Isso exclui os periódicos classificados como de menor qualidade que se encontram nos estratos B4, B5 e C.

Destas revistas foram selecionadas apenas aquelas cujo tema principal fosse a administração. Desta forma, foram excluídas revistas pouco relacionadas com a administração, como as de saúde ou revistas muito amplas que tratam ciências sociais como um todo. Como o critério foi apenas selecionar as revistas de administração, também foram eliminadas revistas de áreas muito próximas, como economia, contabilidade, turismo, psicologia e engenharia de produção. Foi considerada a hipótese de aceitar as revistas da área de engenharia de produção como revistas de administração devido à semelhança dos temas, mas como essas publicações estão ligadas a escolas de engenharia decidiu-se por excluí-las da pesquisa.

Usando esses critérios, foram escolhidas 27 publicações para representar as revistas acadêmicas brasileiras de administração. Sendo que 1 está no estrato A2, 7 no B1, 8 no B2 e 11 no B3.

O site das revistas e a avaliação de alguns dos seus números, eletrônicos ou impressos, foram as fontes de dados usadas para avaliar as revistas.

e) Quais são os tipos de revistas acadêmicas?

Esta questão será respondida com base no texto de Trzesniak (2001b) e será usada para ajudar a responder as questões “d” e “f”.

A numeração das questões não está apresentada em ordem alfabética porque a questão “d”, junto com as questões “a”, “b” e “c”, está relacionada com a situação atual. Entretanto a questão “e” será respondida antes da “d”, pois sua resposta depende dos conceitos apresentados na questão “e”. Optou-se por numerar as questões de forma a aproximar aquelas que estão ligadas à situação atual (questões “a”, “b”, “c” e “d”) e à situação futura (questão “g”). Desta forma a numeração ficou invertida na comparação do modelo brasileiro com o

internacional. Esta comparação será feita no Capítulo 5 que responderá primeiro a questão “e”, para depois responder a questão “d” e “f”.

f) Quais são as características das revistas internacionais de administração?

Para identificar as principais revistas internacionais de administração foi usado o critério de que as principais revistas estão listadas pelo JCR Social Sciences, edição de 2008. Dos assuntos possíveis, foram escolhidos “management” e “business”. Foram descartados os assuntos “business, finance” e “public administration”. As revistas de “business, finance” estão voltadas para contabilidade e economia e a área de “public administration” está muito voltada para ciências políticas.

Como as revistas podem ser classificadas em até três assuntos, foram englobadas revistas de diversas áreas, desde que um dos seus assuntos fosse “management” ou “business”.

Esse critério resultou na escolha de 139 revistas, sendo que apenas 1 não tinha fator de impacto para o ano de 2008.

O site das revistas e a avaliação de alguns dos seus números *on line* foram as fontes de dados usadas para avaliar as revistas.

g) Como deve ser o modelo de negócio das revistas nacionais de administração?

A resposta desta pergunta será baseada nas respostas anteriores e envolverá um caráter subjetivo. Nesta resposta transparece a opinião do autor sobre o tema.

h) Quais são as barreiras que devem ser superadas para viabilizar o modelo proposto?

Esta pergunta será respondida de forma conceitual, mas usará dados de número de alunos e cursos para estimar o tamanho do mercado que pode ser explorado por publicações acadêmicas.

i) O que pode ser alterado para avaliar as diferentes formas de revistas ou de seções de revistas?

Essa pergunta será respondida de forma conceitual.

4. SITUAÇÃO ATUAL

Este capítulo tem como objetivo mostrar uma insatisfação com a situação atual dos periódicos acadêmicos. A primeira parte procura mostrar que as revistas estão voltadas para a publicação de artigos que buscam avançar com o conhecimento. Essa constatação não deveria por si só gerar uma insatisfação que aparece na segunda e terceira parte deste capítulo, quando são analisadas a insatisfação com a pesquisa e a necessidade de mais publicações acadêmicas voltadas para pesquisa e extensão.

4.1. As revistas acadêmicas estão voltadas para publicação de pesquisas?

A resposta a pergunta se as revistas acadêmicas estão voltadas para a pesquisa pode ser respondida com a afirmação que as revistas são criadas para publicar pesquisa. Ou seja, as revistas são instrumentos de divulgação e armazenamento das pesquisas inovadoras que avançam o conhecimento. Desde o século XVIII as revistas acadêmicas publicam pesquisas validadas por um sistema de revisão por pares.

Entretanto, esta visão não condiz perfeitamente com a realidade. A consolidação dos periódicos como publicações de artigos é um fato do século XX. Antes os periódicos publicavam “notícias científicas” (Miranda e Pereira, 1996). Entre as notícias estavam descobertas feitas através de pesquisas, mas não se limitavam a isso. Atualmente as revistas se diversificaram havendo publicações específicas para resumos ou síntese de literatura. Outro movimento é a segmentação dos periódicos atuando em áreas cada vez mais especializadas.

Acredita-se que a realização de pesquisas e a sua publicação seja uma importante tarefa do professor. O professor se destaca no meio acadêmico pelas pesquisas que publicou. Neste item (4.1) pretende-se mostrar que no Brasil e em administração a academia está voltada para a publicação de periódicos voltados para pesquisa que pretende avançar no conhecimento.

O termo “avanço do conhecimento” está sendo usado nesta pesquisa como avanço do conhecimento da humanidade e não avanço do conhecimento do pesquisador sobre o tema. Fazer nos dias de hoje um levantamento para mostrar que as técnicas propostas pela administração científica (tempos e movimento) melhoram a produtividade pode ser significativo para melhorar o conhecimento das pessoas que fizeram este estudo, mas não avança o conhecimento da humanidade sobre este tema.

A mesma confusão pode ser feita com o termo pesquisa. Neste trabalho está sendo usado o termo pesquisa como o meio para avanço do conhecimento ou pesquisa como a função das universidades de avançar o conhecimento (enquanto o ensino é a divulgação deste conhecimento gerado nas universidades). Um levantamento sobre as técnicas da administração científica pode ser chamado de pesquisa, mas será evitado o uso deste termo por ser uma busca por um conhecimento já existente e consolidado.

O levantamento das revistas brasileiras, que será descrito no item 5.2, mostra que as revistas brasileiras de administração realmente estão voltadas para a pesquisa. Todas as revistas avaliadas publicam mais artigos de pesquisa que outros tipos de textos. O modelo padrão é ter um editorial curto, de uma página comentando os artigos publicados. O editorial é seguido por diversos artigos de pesquisa. Algumas revistas encerram com uma resenha de livro ou um caso de ensino.

As revistas voltadas para a extensão, como a GV Executivo, são classificadas pelo QUALIS no Extrato “C”. As revistas classificadas neste extrato não pontuam na avaliação da publicação de um acadêmico. Não está presente no QUALIS a Harvard Business Review Brasil e revistas jornalísticas, como a Exame.

A análise das revistas no QUALIS mostra quanto predomina a revistas de pesquisa na administração. O QUALIS é apenas um dos critérios da avaliação da pós-graduação *stricto sensu*. Formalmente, o QUALIS não deveria ser o único instrumento para avaliar a publicação de docentes, porém muitos dos concursos de contratação de professores utilizam a lista de artigos publicados no QUALIS para avaliar o candidato a docente. Algumas universidades, para validar o regime de tempo integral de um professor, verificam a quantidade de publicação do docente usando os extratos do QUALIS como referência. A política de avaliação usada pelas Instituições de Ensino brasileiras (especialmente as universidades públicas) expande a importância do QUALIS para além do seu objetivo inicial de ajudar a avaliação da pós-graduação.

Além do QUALIS, há outras evidências ou indícios de que as publicações acadêmicas de administração no Brasil privilegiam a pesquisa. Há muitos textos sendo “mascarados” para parecerem com pesquisas. Os editoriais geralmente só resumem ou apresentam os artigos publicados. Pesquisadores que avaliaram a publicação nacional usam as classificações das pesquisas para enquadrar os textos publicados.

Um dos indícios da falta de espaço para a publicação de textos que não estão voltados para o avanço do conhecimento é o “mascaramento” dos textos acadêmicos. Os textos são colocados em um modelo para serem aprovados, independente do seu conteúdo ou mensagem que o autor deseja transmitir. Sínteses da literatura, por exemplo, são mascaradas de ensaios-teóricos. Os primeiros têm a intenção de resumir e discutir o que já foi descoberto (sistematizando o que é conhecido) e o segundo pretende construir novas teorias ou constructos (avançando o conhecimento).

Outro tipo de “mascaramento” ocorre com aplicação de uma teoria na realidade. Há pouca contribuição para o avanço do conhecimento, mas é classificado como um artigo teórico-empírico que pretende avançar no conhecimento usando a metodologia de estudo de caso. Há um argumento que este estudo comprova uma teoria e, portanto, contribui para o conhecimento. A resposta a este argumento é que uma teoria já comprovada não necessita de mais comprovação (principalmente de uma comprovação com menor grau de confiabilidade ou validade que a primeira) para ser um avanço no conhecimento. Ou seja, mais pesquisa comprovando a administração científica não avança o conhecimento da humanidade sobre este tema. Porém, a pessoa que fez esse levantamento ou este estudo de caso aprende a metodologia científica e como buscar argumentos para responder uma questão (mesmo que seja uma questão já respondida anteriormente).

Outro “mascaramento” que é chamado de estudo de caso ocorre quando uma pessoa (pesquisador) conhece um caso prático e posteriormente procura uma teoria (levantamento bibliográfico de teorias existentes) para descrevê-lo. Esse deve ser um ótimo exercício para aprender a teoria existente e a conclusão final do texto deveria ser algo similar a “a teoria ajudou (ou não) a compreensão do fato”. Entretanto o modelo aceito de artigo é “introdução-referencial teórico – metodologia – dados e resultados – análise e conclusão” o autor do texto inverte a sua lógica de construção do seu conhecimento particular. Ele primeiro cita a teoria, depois conta o caso e no final conclui que a teoria é válida. Neste caso o problema é mais grave, pois o mascaramento não serve apenas para enganar o avaliador/leitor do artigo. Ao inverter a lógica o autor comprova uma teoria que ele buscou para explicar o fato. Fazendo isso o autor estará desaprendendo a lógica de verificação científica, pois a resposta final será sempre que a teoria encontrada para explicar o fato é válida (caso contrário ela não explicaria o fato).

Os editoriais das revistas acadêmicas apenas apresentando os artigos publicados mostram o domínio dos artigos científicos voltados para o avanço do conhecimento. Os editoriais poderiam versar sobre assuntos diversos, tais como: quais são os temas relevantes para pesquisa no momento; comentar os problemas enfrentados pela revista (por exemplo, muitos artigos sendo enviados que não pertencem ao tema da revista); dar a posição da revista sobre um assunto polêmico (como remuneração de parecerista). Há pelo menos duas explicações para o fato de muitos editoriais apenas resumirem os artigos. A primeira é que editoriais grandes, tratando de assuntos diversos, ocupariam espaço para o que realmente importa que é publicar pesquisas. Como a pesquisa é importante, o editor deve se concentrar neste assunto. A segunda explicação é a falta de tempo do editor de escrever outros assuntos que não irão contribuir para a sua produção acadêmica (afinal, existe o conceito que apenas a publicação de pesquisas torna um professor produtivo). Possivelmente as revistas estejam tão voltadas para a pesquisa que resta aos editoriais resumi-las.

Outro indício da valorização da pesquisa nas publicações acadêmicas são os trabalhos de pesquisadores que avaliam esta produção nacional. Tonelli *et al* (2003), avaliando a produção na áreas de recursos humanos, classificaram as publicações nos principais periódicos em empíricos, teórico-empíricos e teóricos. Não houve artigos empíricos e há um predomínio (51% nas revistas e 81% no EnANPAD) dos artigos teórico-empíricos. Os autores lamentam que 61% dos artigos teóricos sejam de revisão ou sistematização de teoria (que não contribuem para o avanço do conhecimento). Também vêem como problemático que nas pesquisas teórico-empíricas haja um predomínio de casos ilustrativos (pouco avanço do conhecimento). A expectativa desses autores era encontrar artigos que avancem o conhecimento, mas encontraram uma maioria de artigos que não atendem este critério (mesmo procurando nas melhores publicações do país).

A frase de Mattos (2008), afirma o ponto de vista que publicação acadêmica é voltada para pesquisa:

[A] díade “ensaio teórico” e (ou) “estudo teórico-empírico” está definitivamente consagrada, não somos capazes de projetar nada sem recair aí (fora disso o autor estará a fazer romance ou, no mínimo, peça etnográfica...).

A frase é interessante, pois mostra que há poucas opções para o acadêmico publicar, reforçando a resposta positiva à questão “as revistas acadêmicas estão voltadas a publicação de pesquisas”. A frase se torna mais interessante quando ela é retirada de um texto

classificado como “Pensata” pela RAE. Ou seja, o texto é uma opinião que dificilmente se classificaria como “ensaio teórico” ou “estudo teórico-empírico”.

Há claramente exceções, nem todas as revistas são voltadas apenas para pesquisas. O informativo ANPAD (se não for considerada uma publicação acadêmica, é ao menos uma publicação de acadêmicos) tem textos de opinião que, inclusive, são utilizados como referência para a construção desta pesquisa. A RAC possui um espaço para casos de estudo e a RAE possui uma seção de opinião, de resenha de livros e de artigos clássicos (publicados anteriormente em revistas nacionais ou internacionais). Mesmo com estas exceções, os periódicos acadêmicos brasileiros em administração estão voltados para a pesquisa.

4.2. São satisfatórias a qualidade e a quantidade das pesquisas nacionais em administração?

Bertero (2004) comenta que no passado não havia necessidade de grande quantidade de publicação de pesquisas. Ele faz uma analogia com meios de produção, onde antes as publicações eram artesanais e atualmente são industriais: grande quantidade, massificadas e com controle de qualidade. Nesta análise histórica ele propõe a questão: “qual a efetiva relevância de tudo isso que escrevemos e publicamos [?]”. Ele se abstém da resposta afirmando que “só o tempo dirá”. Um afastamento histórico (algumas décadas) facilitará a análise desta questão, mas algumas evidências já podem ser encontradas e analisadas no presente.

A resposta à questão proposta por Bertero e a resposta à questão desta pesquisa (A valorização da pesquisa está dando resultado?) é que **a valorização da pesquisa em administração está dando um resultado quantitativo, mas parece não haver uma melhora na qualidade desta pesquisa**. Moraes (2004) concorda com esta afirmação:

Entendo que os quantitativos de artigos produzidos nos últimos anos (como, por exemplo, os mais de 3.000 submetidos para o próximo EnANPAD), são impressionantes e revelam a pujança da área. Mas a questão que não quer calar, por não ter ainda uma resposta satisfatória, é ‘Será que se tem acumulado e difundido conhecimentos organizacionais de boa qualidade e proporcionais aos esforços despendidos por nossos pesquisadores?’. A resposta é seguramente, não.

A resposta apresentada (maior quantidade e não melhor qualidade) é composta por três proposições. A primeira, referindo-se à quantidade, é consensual e é mais simples de ser

tratada. A segunda proposição é mais complexa de ser abordada. Por exemplo, não há um instrumento consensual para se medir qualidade da pesquisa. Assim a primeira parte da resposta é objetiva e direta, mas a segunda é acompanhada de dúvida (mesmo que Moraes assegure que a resposta é “não há melhora da qualidade”). A terceira proposição afirma que a causa deste aumento de quantidade e não de qualidade deve-se à valorização da pesquisa e a pressão sobre os acadêmicos por publicação. Essa última proposição é muito difícil de ser comprovada por ser mais abrangente, envolvendo causalidade e não apenas descrição.

Não foram encontradas pesquisas empíricas mostrando se a pressão por publicação causa uma produção em massa de artigos científicos. Entretanto há pesquisadores que exprimem suas reflexões sobre este fenômeno, como é o caso de Mattos (2008) ou dos textos publicados no Informativo ANPAD¹³, vinculando a maior produtividade a uma pressão das universidades (institucional) e ao sistema de avaliação da CAPES (avaliação baseada em critérios mais quantitativos que qualitativos).

4.2.1. Aumento da quantidade de pesquisas

A produção acadêmica em administração é comparada com o sistema Fordista de produção (produção em massa com alto volume). Para comprovar esta percepção, serão apontados alguns dados da produção acadêmica nacional.

Uma informação que indica o crescimento da produção acadêmica pode ser obtida na CAPES que possui um Sistema de Indicadores de Resultado (SIR) onde é divulgada a produção científica dos programas de pós-graduação. A publicação de artigos completos em periódicos do total de docentes da área de administração, ciências contábeis e turismo aumentou significativamente do triênio 2001-2003 para o triênio 2004-2006, como mostra o Quadro 4.

Quadro 4 – Publicação do total de docentes por triênio.

Triênio	Artigos completos em periódicos								
	Internacional			Nacional			Local		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
2001-2003	18	38	47	410	128	106	7	65	153
2004-2006	58	109	69	1.289	541	191	38	123	130

FONTE: CAPES (SIR) disponível em <http://www.capes.gov.br/avaliacao/indicadoresresultados.html>

¹³ Cada um dos seguintes textos do Informativo ANPAD os autores opinam sustentando pelo menos uma das três proposições da frase “a pressão por publicação contribuiu para um aumento da quantidade e não da qualidade”: Editorial abr-jun/2008; Editorial jul-ago/2006; Opinião jan-mar/2006; Opinião jan-mar/2005; Opinião out-dez/2004; Editorial e opinião jul-set/2004 (sustentam que há baixa qualidade na pesquisa, mas não atribui a causa disso à pressão por publicação), Opinião jan-mar/2004; Opinião out-dez/2003.

Além do SIR a CAPES disponibiliza em seu site os cadernos de indicadores. A título de exemplo, foi selecionada a evolução das publicações do programa de pós-graduação em administração da FEA/USP e disponibilizada na Tabela 3.

Tabela 3 – Evolução da publicação da pós-graduação em administração da FEA/USP.

Ano	Artigos completos em periódicos								
	Internacional			Nacional			Local		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C
1998				3		3	11		
1999		1	1	6	1		7		
2000	1	1		11	1		1		
2001		1	1	9				3	
2002	3	2	3	13	1	2		3	1
2003	1	2	4	11	4	1		1	5
2004	2	2	9	30	21	7	1	12	1
2005	5	4	6	38	36	3		4	5
2006	3	14	2	44	31			11	5

FONTE: CAPES (Cadernos de Indicadores) disponível em <http://conteudoweb.capes.gov.br/conteudoweb/CadernoAvaliacaoServlet>

Os dados da USP ilustram o crescimento quantitativo da publicação de um programa. Entretanto o número de publicações não se deve apenas a maior produtividade dos programas. O número de programas, o número de alunos e o número de docentes na pós-graduação *stricto sensu* também vêm crescendo nos últimos anos, como mostra a Tabela 4.

Tabela 4 – Crescimento de alunos e professores nos cursos de pós-graduação.

Ano	Número de programas	Número de alunos titulados			Número de docentes
		Mestrado	Doutorado	Profissionalizante	
1996	23	364	42	0	496
1997	22	403	29	0	503
1998	22	388	48	0	480
1999	28	528	44	32	591
2000	32	809	79	78	614
2001	37	796	69	99	662
2002	45	1093	61	261	789
2003	55	1062	87	410	891
2004	59	817	114	487	903
2005	70	939	116	478	1031
2006	77	1035	112	644	1130

FONTE: CAPES (Estatísticas da pós-graduação) disponível em <http://ged.capes.gov.br/AgDw/silverstream/pages/frPesquisaColeta.html>

A publicação de artigos na área de administração em periódicos no Brasil está crescendo em quantidade. As razões para esse crescimento pode estar na pressão criada pela academia (que valoriza este tipo de trabalho), pelo aumento da produtividade dos programas de pós-graduação ou pelo aumento do número desses programas (ou do número de alunos ou professores).

Não há a intenção de determinar a causa específica do crescimento das publicações, mas o crescimento do número de pesquisadores (representado pelo aumento do número de alunos de pós-graduação titulados e aumento do número de docentes na pós-graduação) cria um enorme mercado para textos acadêmicos e científicos. Esse mercado inclui tanto a produção quanto a leitura destes textos. A questão é saber se o mercado está apenas produzindo artigos (para atender a pressão por publicação) ou se o mercado está lendo, incorporando nas pesquisas e usando o conhecimento gerado pelos diversos artigos. Essa questão introduz o tema de qualidade nas publicações nacionais em administração.

Apesar de não se referir a textos em periódicos, o crescimento de artigos no principal congresso de administração do Brasil, o EnANPAD, colabora para comprovar o aumento das pesquisas no Brasil. Em 1995 eram submetidos por volta de 400 trabalhos e em 2003 foram mais de 2300 trabalhos (crescimento de 570%). O número de programas de pós-graduação associados à ANPAD também teve um crescimento relevante, porém percentualmente menor. Em 1995 eram 22 programas e em 2003 esse número estava próximo de 60. Esses números mostram o crescimento da pesquisa e pesquisadores em administração e contabilidade no Brasil. Entretanto a aprovação dos artigos no EnANPAD não cresceu com o mesmo vigor, em 2003 o número de trabalhos aprovados foi aproximadamente 50% maior que em 1995 (Machado-da-Silva, 2004).

Esse último dado, mostrando que o número de artigos aceitos cresceu menos que o número de artigos enviados, cria uma dúvida: a qualidade das submissões vem diminuindo e por isso há maior rejeição ou o espaço para aceitação é restrito e a qualidade dos artigos aceitos vem melhorando com o passar do tempo? Uma alternativa não exclui a outra e pode haver tanto uma redução da qualidade dos artigos enviados quanto um aumento da qualidade dos artigos aceitos.

4.2.2. Não aumento da qualidade das pesquisas

O avanço na quantidade de artigos publicados está resultando em uma melhoria da qualidade dos artigos? Responder a esta questão envolveria uma definição do que é qualidade de um artigo ou qual a contribuição que a pesquisa deve trazer para a sociedade. Correndo o risco de ser muito restrito, será admitido que a razão da publicação de um artigo científico é o avanço da ciência. Sendo ainda mais específico, a qualidade será relacionada à citação que ele recebe em outros artigos.

A lógica por trás da valorização da citação de artigos é que um artigo importante influenciará a comunidade acadêmica e modificará o trabalho de outros pesquisadores. Os outros pesquisadores transformarão o artigo importante em uma referência para as suas pesquisas, citando-o nos seus trabalhos futuros. Um trabalho que nunca foi citado (algo que não é raro, mesmo em revistas de prestígio) não impactou o trabalho dos demais pesquisadores, provavelmente não despertou o interesse da comunidade acadêmica e, portanto, não deve ser considerado um artigo importante.

Os artigos publicados em revistas nacionais não são muito citados tendo em vista que **os autores nacionais recorrem preferencialmente a autores estrangeiros e preferem citar livros a artigos**. Os seguintes estudos suportam esta afirmação:

- a) A Bertero e Keinert (1994), avaliando os artigos de análise organizacional da Revista de Administração de Empresas - RAE entre 1961 e 1993, mostram que os autores mais citados são estrangeiros. Além disso, a análise destas citações foca nos livros escritos por estes autores e não seus artigos em periódicos internacionais. Os autores concluem que a produção nacional é consumidora, repetidora e divulgadora de ideias produzidas alhures.
- b) Vergara e Pinto (2001), avaliando a área de organizações das revistas Revista de Administração Pública – RAP, Revista de Administração da USP – RAUSP e RAE e EnANPAD entre 1989 e 1998, levantaram que aproximadamente 28% das citações são nacionais (independente de serem livros ou artigos). Esse número é significativo e parece estar crescendo (entre 1989 e 1993 a porcentagem nacional era de 22% e entre 1994 e 1998 a porcentagem foi de 31%). Entretanto nas revistas RAUSP e RAE as citações nacionais foram de apenas 25% e 17% respectivamente.
- c) Bignetti e Paiva (2002), avaliando a área de estratégia dos artigos apresentados no EnANPAD entre 1997 e 2001, mostram que os autores mais citados são estrangeiros. Os

autores nacionais mais citados, geralmente recebem as citações pelos seus livros e não pelos artigos que publicaram (destacam-se os autores nacionais de livros didáticos).

- d) Vieira (1998), avaliando a área de marketing do EnANPAD entre 1990 e 1997, levantou que cada artigo citava em média 10,2 livros (muitos referentes a manuais ou *Best Sellers*) e 9,9 periódicos. A média de citação de periódicos nacionais era de apenas 2,0 referências por artigo, sendo que 1,5 referências eram de periódicos não acadêmicos (jornais e revistas como Folha de São Paulo ou Veja) ou periódicos de outra área que não de administração. O 0,5 de média de citações de periódicos acadêmicos nacionais em administração eram praticamente concentrados na RAUSP, EnANPAD e RAE (interessante notar que o autor considerou os anais do EnANPAD como um periódico)
- e) Caldas e Tinoco (2004) avaliando artigos da área de recursos humanos – RH do EnANPAD concluem que apenas 29% das citações são de autores acadêmicos nacionais, porém nestas citações incluem grande número de autocitações ou citações de autores da própria instituição do pesquisador que escreve o artigo. Os autores mostram o predomínio de citações de livros e que é significativa a porcentagem de artigos de revistas não acadêmicas.

Haver muita citação de autores estrangeiros, especialmente americanos, não deve ser uma deficiência exclusiva da produção acadêmica brasileira. Bertero e Keinert (1994) acreditam que esta prática é comum em países europeus (como França, Alemanha ou Itália), que também devem citar majoritariamente autores norte-americanos.

O contraponto à visão de ser um problema o uso de livros como referência é feita por Meadows (1999) que declara que citar livros é uma preferência das ciências sociais no mundo e não apenas em administração no Brasil.

Outra forma de avaliar a qualidade de um artigo é julgá-la diretamente. Essa forma é mais subjetiva que a avaliação por citações. Uma crítica usual feita a produção nacional em administração refere-se à fragilidade metodológica e o forte uso de pesquisas exploratórias. Em especial critica-se o grande uso de estudos de caso de baixa qualidade. Sustentam esta visão os seguintes artigos:

- a) Bertero, Vasconcelos e Binder (2003), avaliando os artigos da área de estratégia, concluem que grande parte da produção nacional refere-se a artigos empíricos de metodologia qualitativa. Isso seria positivo se a maior parte destes artigos não fosse um

estudo de caso que não atende aos rigores científicos e deveriam ser classificados como exemplos.

- b) Tonelli, Caldas, Lacombe e Tinoco (2003), analisando a área de RH, concluem que a “frágil base metodológica da área revelada na pesquisa é talvez a mais evidente e desconfortável de todas as constatações preocupantes observadas”. Destacando-se o “predomínio de estudos de caso apenas ilustrativos de teoria consolidada”.
- c) Hoppen e Meirelles (2005) avaliando a qualidade metodológica dos artigos em sistemas de informação constataram que a qualidade é baixa-média para qualquer metodologia utilizada (*survey*, pesquisa experimental ou qualitativa). Sendo que uma pequena parcela dos artigos avaliados encontrados era experimental.

4.2.3. Valorização da pesquisa para publicação

Os dados apresentados anteriormente sustentam que a produção de artigos científicos nacionais em administração apresenta um resultado quantitativo, mas parece não haver uma melhora da sua qualidade. Falta ainda buscar evidências de que há uma valorização da pesquisa acadêmica e que ela é a causa deste avanço quantitativo.

Como foi abordado no capítulo introdutório, a pressão da Academia para que os professores publiquem artigos é uma tendência em todas as disciplinas na maioria dos países do mundo. Essa situação fica problemática quando a publicação passa a ter um fim em si mesma e não é tratada como um meio para avançar o conhecimento.

Esse comportamento do acadêmico em busca de publicação e reconhecimento pelo número de publicações e não seu conteúdo leva a dois possíveis comportamentos: fraude e publicação de textos com contribuições desprezíveis à ciência. Há casos exemplares de fraude como o de Jan Hendrik Schön que em 2001 publicava (em co-autoria muitas vezes) uma pesquisa a cada 8 dias. Ele teve 15 artigos publicados na *Nature* ou *Science*, jornais respeitadíssimos no meio acadêmico, mas posteriormente questionado por outros físicos Schön mostrou ser uma farsa (Berger, 2006). Apesar dos casos de fraude, eles não serão abordados nesta pesquisa, pois uma mudança da forma de atuação das revistas não modificará o comportamento fraudulento tendo em vista que: (i) as revistas publicam textos cuja veracidade da informação depende do autor, a revista não acompanha a pesquisa para certificar que ela realmente ocorreu; (ii) fraudes e plágios não são detectados pelo sistema de pareceres usados nas revistas acadêmicas

para garantir a qualidade dos artigos; e (iii) a revista pode punir a pessoa que realizou a fraude, mas a entidade que tem poder para fazer uma punição realmente severa para coibir a fraude é a universidade que paga o salário deste pesquisador.

Serão abordadas questões relativas à pressão por publicação gerando pesquisas que são insignificantes para avanço do conhecimento. Essa discussão não é nova nem restrita a um campo do conhecimento ou país. Em 1990, por exemplo, esse tema foi assunto de um texto da *Science* (revista multidisciplinar) onde alguns especialistas em disciplinas diversas comentavam as estatísticas compiladas pelo Institute for Scientific Information (ISI) as quais indicavam que 55% dos trabalhos publicados entre 1981 e 1985 em revistas indexadas pelo instituto não receberam citações nos 5 anos após a sua publicação (Hamilton, 1990).

No Brasil, Bertero, Caldas e Wood Jr. (1999) especulam que os trabalhos escritos em administração de empresas “são escritos para serem apresentados e publicados, e não para serem lidos ou utilizados em pesquisas posteriores”.

A afirmação que os artigos tem como finalidade a sua publicação e não a sua leitura, remete a frase de F. Scott Fitzgerald (usada como epígrafe no artigo de Bertero, Caldas e Wood Jr., 1999): “Você não escreve para dizer algo. Você escreve porque tem algo a dizer.” Enquanto Fitzgerald propõe que os textos tenham algo a dizer, para os acadêmicos brasileiros em administração o argumento deve ser mais modesto e possibilitando a seguinte paráfrase: “Você não escreve para publicar algo. Você escreve para dizer algo”.

O resultado da publicação é acrescentar mais um item ao currículo Lattes e ganhar alguns pontos na avaliação da CAPES. Portanto o artigo é escrito para ser aprovado e não para transmitir uma ideia. Durante a vivência deste autor nos “corredores das universidades”, foi comum encontrar colegas comemorando a publicação de um artigo. Entretanto, poucos falam sobre as conclusões dos artigos ou sobre as evidências encontradas para confirmar as suas hipóteses.

Essa valorização da publicação pela publicação faz com que o cliente das revistas científica seja o autor do artigo e não apenas o leitor. É por admitir que o autor é cliente das revistas que elas podem cobrar taxas para submissão ou publicação do artigo. Não é a maioria das revistas que cobram taxas dos autores, mas o usual das publicações acadêmicas é que elas fiquem com

os direitos autorais da obra sem remunerar o autor, diferente das revistas não acadêmicas (*magazines*) que remuneram as pessoas que geram o seu conteúdo.

Não é um problema o autor ser considerado cliente, mas algumas revistas consideram o autor o único cliente. Essa despreocupação com o leitor é percebida, por exemplo, nos artigos que tenham tabelas ou gráficos tão mal impressos ou diagramados que é impossível a sua leitura.

Um exemplo que não cria problemas para o leitor, mas valoriza o autor como cliente é a forma de organizar as publicações. O editor da revista voltada para o autor publica os artigos por ordem de envio ou de aprovação que são políticas que buscam contemplar interesses dos autores. Poucas revistas nacionais em administração organizam seus artigos para ficar mais interessante ao leitor, por exemplo agrupando temas semelhantes ou publicando artigos de gestão esportiva na época das olimpíadas.

Uma tendência atual é liberar acesso pela internet aos artigos publicados pela revista. Esse movimento do acesso livre contraria a ideia de que os artigos são feitos apenas para serem publicados. O acesso livre ajuda na divulgação e na leitura dos textos dos periódicos.

Há, por outro lado, uma interpretação possível (e não necessariamente a melhor interpretação) que o avanço do movimento de acesso livre no Brasil é causado pelo desinteresse da revista pelo leitor e não para facilitar o acesso dele aos artigos da revista. Como as revistas tinham receita muito baixa com assinaturas e seria muito complexo criar um sistema de venda de um artigo isoladamente, elas liberaram acesso aos seus arquivos.

Se o objetivo fosse realmente voltado para o leitor, seriam criados sistemas de busca mais eficientes e que permitiriam consultar um grande número de revistas como fazem os sistemas como o PROQUEST. Um sistema de publicação na internet voltado para o leitor também deve criar um sistema de links entre os artigos. A tendência das revistas de administração de participarem do SciELO é um avanço para facilitar o trabalho do leitor nas suas pesquisas bibliográficas.

Esse diagnóstico da situação atual descrevendo as revistas acadêmicas brasileiras de administração como voltadas para a publicação de pesquisa pela publicação, sem se importar com o leitor, pode ser considerada exagerada. Porém assim como as charges e as caricaturas, o texto recorre ao exagero da realidade para forçar a reflexão. As questões abaixo surgem ao mudar o foco do autor como cliente para o foco do leitor como cliente:

- a) Muitas revistas afirmam que seu público alvo é constituído por pesquisadores, alunos e gestores de organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Apesar de afirmar que a revista atende a este público amplo, ela só publica artigos científicos que buscam o avanço do conhecimento (pelo menos persegue este modelo de artigo). Este tipo de artigo geralmente só interessa aos pesquisadores daquele subtema. Além do interesse restrito há uma formalidade na linguagem, uso de palavras técnicas e descrição metodológica que não fazem parte do vocabulário e do interesse dos gerentes. Há claramente uma divergência entre público alvo e o conteúdo da revista.
- b) Provavelmente uma revista interessada no leitor e não na publicação de artigos não teria um editorial que simplesmente apresentasse os artigos publicados naquela edição. Se os artigos possuem resumo, por que há necessidade de um novo resumo feito pelo editor? (talvez seja falta de tempo do editor que não considera importante usar esse canal de comunicação com os leitores).
- c) O resumo, apesar de ser a parte do artigo mais acessada do artigo para os leitores, não é desenhado para atender o interesse do leitor. Meadows (1999) cita que o tipo de letra usada nos resumos é geralmente menos legível (menor, em itálico ou em cor mais fraca) que o restante do texto.
- d) Com o excesso de informação disponível nos dias de hoje e o grande número de artigos científicos sendo produzidos, o leitor recorre ao resumo para ganhar tempo. Apesar do interesse do leitor no item “Conclusões”, o resumo está mais próximo do item “Introdução”. Um resumo ideal não deve apenas apresentar o texto ao leitor, mas sintetizar todo o artigo. Recomenda-se que o resumo siga a estrutura “Problema-Solução-Avaliação-Conclusão”. Algumas revistas, como o JAMA, obrigam que os resumos dos artigos tenham uma estrutura pré-definida, para garantir que os autores exponham no resumo o problema, a metodologia, os resultados e conclusões. Entretanto, Orasan (2001) confirmou dados de pesquisa anteriores que os resumos não costumam seguir a estrutura “Problema-Solução-Avaliação-Conclusão”. O autor especula que (i) alguns os autores não dão importância ao resumo e o elaboram pouco antes de enviar o artigo para avaliação (ii), em outros casos, os autores criam resumos para promover o artigo gerando informação enganosa. Apesar de ser o resumo a parte do texto mais lida por aqueles que se interessam pelo artigo (Meadows, 1999), na maioria das vezes ele não sintetiza o artigo, fazendo apenas a introdução ao texto sem mostrar ao leitor qual a conclusão do artigo.

Se o artigo é voltado apenas para publicação para o autor ganhar pontos no seu currículo, significa que os artigos não possuem nenhum valor além do sistema de contratação e remuneração acadêmica que considera a quantidade de artigos publicados. O professor precisa publicar para o curso de pós-graduação ser bem avaliado na CAPES, não importa o que seja publicado desde que conte ponto no QUALIS. Voltando ao texto de Bertero, Caldas e Wood Jr. (1999), onde os autores afirmam que trabalhos escritos em administração de empresas no Brasil...

...são escritos para serem apresentados e publicados, e não para serem lidos ou utilizados em pesquisas posteriores. Tal situação poderia ser ainda relacionada ao fato que muitos trabalhos não passam de exercícios de autodesenvolvimento, sem valor relevante para a construção do conhecimento na área, seja este de natureza prática ou teórica.

O foco dos autores acima citados é a falta de relevância dos artigos, mas eles sugerem uma contribuição dos artigos acadêmicos como exercícios de autodesenvolvimento. Provavelmente seguir o modelo atual onde os artigos devem contribuir para o conhecimento científico, perde-se oportunidade de aprimorar artigos como instrumento para aprimorar o conhecimento individual e não da ciência como um todo.

Um exemplo fictício ajudará a entender a mudança de foco proposta. Um estudante está fazendo um trabalho de conclusão de curso e pensa em verificar qual a aceitação de um novo layout que está sendo estudado por um restaurante no centro de São Paulo. No modelo atual, este trabalho terminaria com o título “Itens valorizados pelos transeuntes do Largo São Francisco para almoço por quilo”. Esse artigo será composto por uma revisão bibliográfica extensa citando livros de autores internacionais. Haverá um capítulo de metodologia científica onde será definido o que é metodologia e o que é um questionário (mas possivelmente não apresentará o questionário usado na pesquisa). Após alguma análise estatística, usando um recurso da moda como análise de cluster ou equações estruturadas, o autor concluirá que limpeza deve ser um item importante. Como faltam dados para boas conclusões, há um item de sugestões para novas pesquisas. Talvez após todo este trabalho o aluno publique o artigo, que ninguém vai querer ler. O que os autores aprenderam? A principal lição foi que escrever artigo é um requisito para se formar.

Caso o foco deste mesmo tema fosse a aprendizagem do aluno, o questionário poderia ser específico sobre o restaurante e as mudanças propostas. O universo da pesquisa não seriam os transeuntes, mas os clientes atuais ou os clientes alvo do novo layout (caso seja de um perfil

distinto da clientela atual). Após a pesquisa o estudante poderia auxiliar a decisão de mudança do restaurante, usando ferramentas estatísticas para balizar o grau de segurança de cada sugestão e avaliando que as respostas das entrevistas nem sempre são confiáveis. Com esse exercício, o estudante aprende a usar a técnica científica para resolver um problema real (provavelmente vai aprender que é muito difícil provar cientificamente qual é o desejo do cliente).

Caso este trabalho se transforme em uma publicação ele não deve seguir o padrão do artigo científico. O problema a ser descrito é do restaurante e não da ciência. A metodologia é construída para ajudar a ter maior clareza sobre uma decisão e não buscar evidências para uma verdade científica. Não há item de pesquisas futuras, a decisão deverá ser tomada. Caberia inclusive uma auto-avaliação do autor, orientador e do “dono do restaurante” sobre o trabalho.

A pergunta principal seria qual o interesse de publicar um trabalho que só serviu para que o aluno aprendesse uma disciplina (introdução ao marketing, por exemplo)? A resposta a esta questão é feita com outra pergunta: O interesse na publicação deste trabalho moldado em artigo científico de forma que ele não sirva mais nem para o restaurante é maior do que a publicação do exercício? Em ambos os casos o foco não é no leitor, mas a publicação de um exercício deixa claro ao leitor que o foco é o exercício para desenvolvimento individual e não um artigo para avançar o conhecimento científico.

A proposta desta pesquisa (situação futura) não é extinguir a pesquisa para autodesenvolvimento, de forma a garantir que as publicações tenham foco no leitor. O que se propõe é que existam vários tipos de publicações: algumas avançam no conhecimento científico e outras publicam exercícios de autodesenvolvimento. Porém esses não são os únicos tipos possíveis de textos acadêmicos que podem ser publicados nas revistas: opiniões, replicação de pesquisas (que servem de aprendizagem para novos pesquisadores), organização de pesquisas já desenvolvidas (artigos de revisão), estudos de caso meramente descritivos ou ilustrativos (sem necessariamente ser um experimento científico para validar uma hipótese)...

A proposta (situação futura) é a criação de um espaço distinto para as publicações que pretendem avançar a teoria científica, com forte estrutura metodológica, das pesquisas confirmatórias. As primeiras terão que contribuir com o avanço do conhecimento e as segundas contribuirão para o autodesenvolvimento do pesquisador, validarão um

conhecimento internacional em uma realidade brasileira, servirão como exemplo para aplicação no mercado de trabalho ou exercícios para serem usados em sala de aula. Esta última possível contribuição dos periódicos científicos leva ao questionamento se a publicação para o ensino é satisfatória no Brasil.

4.3. É satisfatória a publicação para o ensino e extensão?

A resposta a esta pergunta será aprimorada através do questionário que será enviado aos professores. Entretanto alguns temas servem de base para ajudar a responder esta questão. O primeiro deles refere-se às funções da universidade (ensino, pesquisa e extensão) e que tipo de publicação cada uma destas funções utiliza. O segundo refere-se à afirmação que revistas servem para a pesquisa e livros para o ensino, uma proposição que continua o tema das funções da universidade e, se for verdadeira, invalida a proposição ampliação de escopo das revistas acadêmicas. O terceiro tema procura mostrar tipos de textos que podem ser usados em administração que não são contemplados por artigos científicos para avanço do conhecimento. O último trata da forte influência de textos não acadêmicos na área de administração e discute a possibilidade da academia incorporar ou validar estes textos.

Apesar da discussão de todos esses temas, é difícil afirmar que a publicação para o ensino e extensão é insatisfatória. A insatisfação está no fato de não ser a academia brasileira que está conduzindo o processo de criação, divulgação e aplicação do conhecimento administrativo no Brasil. Acadêmicos internacionais (norte-americanos na maioria), gurus (nacionais ou internacionais), empresários ou consultores dominam este processo.

4.3.1. Funções da Universidade

As funções da universidade são ensino, pesquisa e extensão. Há certo consenso de que são essas as atividades que a universidade deve realizar, porém não há uma definição precisa do que é cada uma dessas funções. Por exemplo, uma aula feita por um professor na graduação é considerada uma atividade de ensino, mas se essa aula for repetida na pós-graduação *lato sensu*, ela pode ser classificada como ensino ou como extensão. Talvez a principal causa da dificuldade de diferenciá-las seja o princípio da “indissociabilidade” destas três funções universitárias.

Drèze e Debelle (1983), tratando de concepções de universidades, classificam os modelos alemão, inglês e norte-americano de universidade conforme a função que cada um deles prioriza. Em todos há a indissociabilidade das três funções, mas em cada um deles há a prevalência de uma função sobre as demais. O Quadro 5 **Erro! Fonte de referência não encontrada.** sintetiza a proposta de Drèze e Debelle.

Quadro 5 – Concepções de universidades

Função Principal	Pesquisa	Ensino	Extensão
País	Alemanha	Inglaterra	Estados Unidos
Autor Principal	K. Jaspers	J. H. Newman	A. N. Whitehead
Finalidade	Aspiração da humanidade à verdade	Aspiração do indivíduo ao saber	Aspiração da sociedade ao progresso
Concepção geral	A unidade da pesquisa e do ensino no centro do universo das ciências	Uma educação geral e liberal por intermédio do saber universal	A simbiose da pesquisa e do ensino a serviço da imaginação criadora
Princípios de organização	- Uma sã organização da faculdade - Liberdade acadêmica	- Uma pedagogia do desenvolvimento intelectual - Internato e tutores	- Um corpo docente criador - Os estudantes capazes de aplicar alguns princípios gerais
Situação desejada	Uma comunidade de pesquisadores	Um centro de educação	Um núcleo de progresso

Fonte: Adaptado de Drèze e Debelle (1983, p. 29).

A concepção alemã valoriza a pesquisa e a busca pela verdade através da ciência. O ideal alemão não implica numa situação futura onde a verdade como um todo seja revelada pela ciência. A situação desejada é aquela onde a atitude científica é uma condição para a verdade sobre fatos particulares. Porém, a ciência por si só é incapaz de definir a sua orientação, podendo se tornar estéril (sem nenhuma aplicação insistindo apenas nos aspectos formais da descoberta) ou utilitária (dando ênfase aos resultados imediatos). Como cada ciência fica restrita ao seu campo do saber a universidade aproxima os pesquisadores da unidade do conhecimento específico e confronta estes com a totalidade do conhecimento das diversas ciências. A interação dos pesquisadores na universidade permite a reflexão filosófica que orienta a pesquisa.

A revista acadêmica publicando artigos para avançar o conhecimento segue este ideal alemão. Enquanto a universidade aproxima as diversas ciências em uma mesma organização, as

revistas aproximam os cientistas de uma mesma disciplina. No início as revistas eram de caráter informativo, mas com o passar dos anos o foco no artigo científico foi sobressaindo e textos sobre a comunidade (obituário, por exemplo) foi ficando limitado nestes periódicos.

O modelo inglês valoriza o ensino. A formação do jovem pelo convívio com os demais alunos e com os professores é uma ferramenta importante da universidade. O trabalho de pesquisa orientado pelo tutor é muito valorizado, não pelo resultado da pesquisa, mas pelo aprendizado que ele proporciona. A ciência é a ferramenta na aspiração do saber, mas o objetivo do modelo inglês não é formar um cientista que busca o saber. O modelo inglês forma um homem culto, um *gentleman*. A revista acadêmica que publica apenas artigos científicos para avanço no conhecimento tem pouca utilidade no modelo inglês.

O modelo americano voltado para a extensão não busca o conhecimento pelo conhecimento. A aplicação prática deste conhecimento é fundamental. Ao contrário da “torre de marfim” alemã, a proposta do modelo americano é que as descobertas de laboratório se prolonguem em uma invenção técnica, cuja aplicação se torne uma inovação industrial. Em outros casos a aplicação de uma técnica na indústria ou numa clínica resultará em uma nova descoberta, criando um caminho de mão dupla entre a sociedade e universidade. Mesmo a pesquisa teórica apresentará uma perspectiva de aplicação se for divulgada aos alunos com uma boa formação técnica e científica. Essa ligação com a sociedade é feita através de pós-graduação de reciclagem, serviços de extensão prestados pela universidade, doações por entidades ou pessoas que representam a sociedade, entre outros. A ligação da universidade com a sociedade também está presente na sua alta gestão. Ao contrário das universidades europeias, não são os acadêmicos ou o Estado que lideram o conselho da universidade, as universidades norte-americanas são geridas pelo *board of trustees* que representam a sociedade (em especial os doadores de recursos).

A revista acadêmica terá utilidade no modelo americano se tratasse da aplicação do conhecimento, algo visto como secundários nos artigos de pesquisa que buscam desenvolver um conhecimento.

Hoje, as principais universidades americanas estão voltadas para a pesquisa, o que distorce a visão das três concepções de Drèze e DeBelle (1983). Entretanto essas três concepções ajudam a elencar as formas de comunicação usadas em cada uma delas, como mostra o Quadro 6.

Quadro 6 – Formas de comunicação para diferentes concepções de universidades

Concepção de Universidade Forma de Comunicação	Foco na Pesquisa (Concepção Alemã)	Foco no Ensino (Concepção Inglesa)	Foco na Extensão (Concepção Norte-americana)
Transferência de conhecimento entre os professores	Revistas científicas, livros e congressos.	Livros do professor (que possui casos, exercícios e apresentações). Pesquisas sobre ensino.	Pesquisas de integração entre universidade e sociedade.
Transferência de conhecimento dos professores para alunos	Orientação de doutorado/mestrado para formar o pesquisador.	Aula e textos didáticos	
Transferência de conhecimento dos professores para sociedade	Comunicados a imprensa (comum na área médica onde muitas pesquisas têm apelo jornalístico)	Ingresso dos alunos no mercado de trabalho.	Consultorias e outras atividades de extensão. Livros e artigos em revistas voltadas para extensão.
Transferência de conhecimento da sociedade (não acadêmicos) para os públicos de pesquisa, ensino e extensão.	Livros e artigos não acadêmicos (magazines e jornais)	Livros e artigos não acadêmicos	Empresas de Consultoria e associações de empresas. Livros e artigos não acadêmicos

Fonte: Elaborada pelo autor.

No Quadro 6 a publicação acadêmica periódica (revistas) aparece apenas na comunicação entre pesquisadores com o foco na evolução do conhecimento e nas revistas de divulgação do conhecimento acadêmico (revistas voltadas para extensão, como a HBR – Harvard Business Review). Não há publicações acadêmicas periódicas destinadas ao ensino.

A análise do Quadro 6 reforça a necessidade de estudar os tópicos seguintes deste capítulo:

- a) Por que os periódicos acadêmicos focam apenas a pesquisa? As revistas atendem a pesquisa e os livros o ensino? (item 4.3.2)

- b) Em que um periódico acadêmico poderia contribuir para as demais formas de comunicação que a universidade necessita realizar, não ficando restrito à comunicação entre pesquisadores? (item 4.3.3)
- c) Quanto a academia está contribuindo para a aplicação das pesquisas realizadas e publicadas nos periódicos científicos? Há necessidade de aprimorar as publicações voltadas para extensão? (item 4.3.4)

4.3.2. Revistas publicam pesquisas e os livros são voltados para ensino

Um argumento forte contrário a proposta de publicação de textos para o ensino em revistas acadêmicas é que as revistas publicam pesquisas e os livros são voltados para o ensino. Os artigos científicos são voltados para um público muito restrito de pesquisadores, que usam as revistas para trocarem informações sobre suas pesquisas. Apesar do sistema de *referee* usado pelas revistas oferecer alguma validade à descoberta apresentada no artigo, essa descoberta ainda não é um conhecimento institucionalizado. Diversas descobertas serão agrupadas, formando um todo coerente em um artigo de revisão e depois disso aparecerão nos livros e tratados da disciplina.

A comunicação científica parece ter uma estrutura que parte dos artigos originais para uma posterior junção em um artigo de revisão e, num momento seguinte, o conhecimento ser inserido em um livro. Os primários são os artigos que avançam o conhecimento. Artigos de revisão são secundários e tem a finalidade de juntar informações espalhadas por diversos artigos (às vezes, ressaltando limitações metodológicas corrigidas por pesquisas posteriores). Os livros são locais onde é exposto o conhecimento que já está aceito pela comunidade acadêmica. Enquanto os artigos originais são voltados para um público muito restrito, os livros interessam a um público mais amplo que não acompanha o avanço daquela determinada disciplina.

Essa estrutura dos textos científicos cria uma hierarquia entre os diversos textos acadêmicos. Os artigos são feitos pelos bons pesquisadores (pesquisadores produtivos) e os demais textos são tarefas secundárias.

Segundo Ziman (1979, pg. 108) a função do cientista é produzir e publicar trabalhos originais contribuindo para o conhecimento, os trabalhos não originais são ociosos e não mostram nenhuma qualidade do seu autor (além da qualidade de escriturário). O autor ressalta que

trabalhos críticos e livros didáticos, aspecto secundário da atividade científica (palavras do próprio Ziman), raramente são levados em conta na avaliação da reputação do cientista.

Corroborando com as observações de Ziman está Kuhn (2005, pg. 41) afirmando que livros geralmente são manuais ou reflexões retrospectivas e que o “cientista que escreve um livro tem mais probabilidades de ver sua reputação comprometida do que aumentada”.

O próprio Ziman (1979, pg. 136), faz uma ressalva a essa visão defendendo que todo cientista “tem por dever afastar-se, de tempos em tempos, da pesquisa a que se dedica no momento a fim de ter uma visão global do assunto de sua especialidade”. Essa atividade de afastamento e olhar de maneira global para uma disciplina é importante e pode gerar um livro que servirá de referências para gerações. Apesar de importante, o prestígio do acadêmico não está vinculado com livros e sim com artigos originais.

Essa valorização do artigo científico (original) é calcada na expectativa que o acadêmico deve contribuir para o avanço do conhecimento e faz isso através da publicação de artigos. Essa expectativa é mais próxima das ciências naturais¹⁴ do que das ciências sociais, onde a administração é incluída. Os artigos são os instrumentos de comunicação das ciências naturais, mas nas ciências sociais os livros são mais importantes (Meadows, 1999).

Para Kuhn (2005) não são as diferenças entre ciências sociais e naturais que determinam quais disciplinas usam mais livros ou artigos. Ele afirma que os artigos são usados nas ciências normais, onde o paradigma já está estabelecido, mas nas ciências pré-paradigmáticas o livro é o instrumento preferido. Não importa se a administração é uma ciência pré-paradigmática, pós-paradigmática ou se deve conviver com diversos paradigmas¹⁵, em qualquer uma destas 3 opções a comunicação de pesquisadores através de artigos originais não é o único sistema de comunicação para avanço do conhecimento. Desta forma, na administração os livros também são importantes para o avanço do conhecimento.

O principal argumento neste tópico é que a valorização do acadêmico apenas pela publicação de artigos originais pode ser válida em ciências naturais, mas em administração há necessidade de ter um sistema mais abrangente.

¹⁴ Meadows (1999) usa os termos ciências, ciências sociais e humanidades. Neste parágrafo foi usado o termo ciência natural para distingui-la da social.

¹⁵ Clegg e Hardy (1998) expõem o debate se a administração deve buscar um paradigma único ou deve ser um conjunto paralelo de opções não relacionadas.

A conclusão deste tópico é que livros contribuem para o avanço do conhecimento. Aceitar este ponto de vista é importante para negar a afirmação que livros servem para o ensino e periódicos para a pesquisa. Entretanto a questão importante é se os periódicos podem contribuir diretamente para o ensino (e não uma contribuição indireta pela sinergia que há entre ensino e extensão).

4.3.3. O que as publicações atuais deixam de atender?

A análise de cada uma das publicações voltadas para ensino, pesquisa e extensão levanta necessidades que podem ser atendidas por periódicos acadêmicos, caso eles passem a publicar outros textos que não estejam voltados apenas ao avanço do conhecimento científico. Será abordado isoladamente as publicações com foco na pesquisa ensino e extensão.

Pesquisa

Como visto anteriormente, a função universitária de pesquisas em administração não deve ficar restrita a publicação de artigos, mas deve ser complementada por livros. O avanço da pesquisa em administração publicando artigos empíricos (conforme as recomendações dos estudos da *Ford Foundation* e da *Carnegie Corporation*, que foram realizados na década de 50 nos EUA) foi significativo. O que era uma escola formada por professores com experiência prática passou a ser um curso lecionado por pesquisadores.

Apesar da necessidade da comprovação empírica para o avanço do conhecimento e da valorização deste tipo de artigo em revistas acadêmicas, essa não é a única forma de artigo usada pelos pesquisadores se comunicarem. Há artigos de proposições teóricas que procuram reorganizar os conceitos usados pelos cientistas. Artigos deste tipo são raros, mas causam efervescência em todo um campo de conhecimento, reorientando suas pesquisas. Outro tipo de artigo é o de revisão que consolida a informação dispersa em várias pesquisas em um todo coerente. É comum que o artigo de revisão seja escrito sob convite do editor da revista e seja bastante citado nos demais artigos sobre o tema. A meta-análise é um tipo de artigo de revisão usado em temas cujas evidências são estatísticas. O objetivo deste artigo é somar esforços de pesquisas dispersas para ter uma conclusão mais robusta.

Dois tipos de artigos são considerados redundantes e, portanto, sem interesse ao pesquisador bem informado. O primeiro é o artigo de replicação que faz uma pesquisa similar a outra

realizada anteriormente, obtendo resultados semelhantes e não contribuindo para o avanço do conhecimento. O segundo é o artigo de revisão de um tema já organizado. Esse tipo de artigo tem uma função didática e não serve aos pesquisadores, pois não avança o conhecimento.

Nas ciências naturais a distinção entre estes cinco tipos de artigo (empírico, revisão, proposição teórica, replicação e revisão de tema organizado) deve ser mais simples que nas ciências sociais.

Em administração há dificuldade de separar um artigo de revisão do artigo de proposição teórica. Como as evidências não são robustas e há diversas teorias tentando explicar situações similares, a sistematização das pesquisas pode resultar em novos insights. Como a teoria não está sedimentada, os artigos empíricos costumam ter uma extensa discussão teórica antes da apresentação da pesquisa. Muitas vezes a contribuição do artigo empírico está nesta revisão e não na pesquisa propriamente dita. Se para as ciências naturais originalidade é criar novas teorias ou fazer novas descobertas, nas ciências sociais e humanidades originalidade é um conceito mais amplo: usar uma nova abordagem, teoria, método ou dados; estudar um tópico novo; explorar uma área não estudada; ou gerar novas descobertas (Guetzkow, Lamont e Mallard, 2004). Ou seja, artigos de revisão, de proposição e empírico podem ser originais e merecerem a publicação em revistas voltadas para o avanço da ciência. O desafio está no esforço de distinguir esses três tipos de artigo. Enquanto o artigo propositivo permite divagações e construções teóricas, o artigo empírico restringe essa possibilidade: as conclusões restringem-se aos dados pesquisados. A parte central de cada tipo de artigo é distinta. No artigo empírico destacam-se o resultado da pesquisa, no propositivo o destaque é a ideia central proposta e na revisão destaca-se a forma de organizar os dados.

O problema das revistas nacionais de administração é que elas não costumam diferenciar esses tipos de artigo. Este problema é agravado quando são publicados no mesmo espaço artigos que procuram contribuir ao conhecimento daqueles que não possuem originalidade. Estudos de caso que confirmam teorias ou aplicam ferramenta não contribuem com um novo conhecimento. Também não contribuem artigos de revisão de um conhecimento já organizado, como, por exemplo, um artigo usando como referências livros-textos. Entretanto estes tipos de estudos aparecem nas revistas nacionais sem distinção de artigos para avanço do conhecimento.

Outra distinção importante é a separação de um artigo científico baseado em evidências (factual e testável) do texto que envolve valores. Separando os artigos da ciência (o que pode ser feito) da ética (o que deve ser feito). Um exemplo, mencionado por Mintzberg (2003), é a abordagem da participação dos empregados que pode ser testada factualmente questionando se a participação gera maior produtividade, portanto uma abordagem científica empírica. Entretanto o mesmo tema pode ser tratado afirmando que a participação tem seu mérito próprio. “Em uma sociedade ‘democrática’, os trabalhadores têm o direito de participar das organizações que os empregam” (*Ibidem*, p. 130).

Nas ciências naturais a separação dos textos factuais (teóricos ou empíricos) dos textos que incluem valores e ideologias é mais fácil que nas ciências sociais. No positivismo/empiricismo os valores, ideologias e subjetivismo não passam de viés de pesquisa e devem ser eliminados por um formalismo lógico. Nas revistas de ciências naturais, os artigos não possuem ideologias ou julgamentos de valor (se houver será considerado uma falha), mas isso não significa que as revistas de ciência natural não abordem temas que envolvem valores. Isso é feito em seções especiais (muitas vezes nos editoriais) e possuem nomes distintos, muitas vezes identificados como “opinião”. Este tipo de texto geralmente não aborda o conhecimento científico propriamente dito, trata de assuntos diversos como ética na pesquisa, legislação profissional, congressos ou financiamento à pesquisa.

No Brasil as revistas não costumam usar o seu espaço para publicar textos de opinião não vinculados com o conhecimento específico da administração. Isso não significa que a academia nacional não valorize textos de opinião e eles não sejam publicados. A Associação nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração - ANPAD publica estes textos de opinião tratando de assuntos genéricos no Informativo ANPAD, mas eles não são incluídos nas revistas da Associação.

A ausência dos ensaios e opiniões na revistas em administração brasileiras não significa que as ideologias e valores estão ausentes dos textos publicados. Os artigos empíricos ou teóricos simplesmente escondem suas ideologias ou valores. Especialmente quando a qualidade metodológica é baixa e a ideologia do artigo está de acordo com a visão dominante.

Uma alternativa, mais difícil nas ciências sociais que as ciências naturais, é melhorar a metodologia dos artigos para que eles reflitam apenas os fatos. Apesar de haver exemplos de ideologia influenciando a ciência natural, como mostra a frase de Einstein “Deus não joga

dados com o universo”, elas são mais transparentes que nas ciências sociais. Voltando ao exemplo da participação nas empresas, a eficiência da participação (problema científico) não é facilmente dissociada do direito a participar (problema ético). Para conseguir analisar apenas os fatos, sem incorporar ideologia há necessidade de recortar o tema estudado. Não pode tratar participação de uma maneira abrangente onde muitas variáveis interferirão no resultado. Um estudo conclusivo, sem viés ideológico ocorre em estudos repetidos em pequenas experiências com pequenos grupos. A extrapolação deste efeito para uma situação geral, como a eficiência de uma empresa, onde muitas variáveis interferem no resultado (significativamente as variáveis ideológicas e psicológicas), é uma extrapolação importante para a aplicação do conhecimento, mas não é científica. Não há evidências que garantam que é a participação a causa da eficiência e não outra variável como economia, concorrência, fornecedores... Mesmo eliminando muitas dessas variáveis externas, há uma possibilidade de ser o efeito psicológico dos empregados sentirem-se valorizados, e não a participação que esteja efetivamente causando a maior eficiência. Como separar os efeitos da participação da manipulação exercida pelas lideranças? Encontrar um caso de empresa com alta eficiência e baixa participação seria suficiente para descartar a hipótese de que a participação gera maior produtividade? Enfim, para ser positiva a ciência social deve se limitar a estudos de recortes muito pequenos e não extrapolá-los a casos genéricos com diversas outras variáveis influenciando o sistema.

A disciplina de história é um bom exemplo para distinguir o que deve ser um estudo com um recorte restrito e científico de um estudo mais amplo. O recorte da história, estudada de forma estritamente científica, se limita aos estudos dos fatos históricos e não das intenções dos agentes. Uma descrição positiva de uma guerra deveria ser neutra o suficiente para ser considerada correta pelos dois lados que estiveram na batalha (vencedor e perdedor). As razões subjetivas que levaram à guerra não podem ser comprovadas cientificamente (empiricamente). Nesta análise haverá interpretações e ideologias.

O problema desta necessidade de recortar o estudo científico à objetos de estudo muito pequenos de forma a poder chegar a uma conclusão comprovada cientificamente é criar estudos de baixo interesse e de pouca aplicabilidade. A percepção deste autor sobre o recorte usado pelas pesquisas nacionais em administração é que ela não restringe o objeto de estudo (tema a ser pesquisado) e sim o sujeito de estudo. Por exemplo, é mais comum um estudo pesquisar quais os critérios de qualidade percebidos pelos clientes nos restaurantes por quilo

na rua X do que um estudo que avalie se o tamanho do prato influencia na quantidade de comida consumida pelos clientes. O primeiro estudo tem um sujeito de estudo restrito (apenas alguns restaurantes) e objeto de estudo muito amplo. Neste caso as conclusões serão mais robustas no que se refere aos sujeitos e pouco poderá ser concluído sobre qualidade, a não ser que o autor deste artigo faça conjecturas vazias de sustentação nos dados obtidos. No estudo sobre o tamanho dos pratos, onde este objeto de estudo é muito restrito, poderá chegar a uma conclusão sobre tamanho do prato (objeto de estudo) e não sobre o restaurante que usa este prato. Não importa se o objeto ou o sujeito de estudo seja recortado, os resultados destas pesquisas, para serem científicas, chegam a conclusões precisas e comprovadas, como por exemplo, o tamanho do prato aumenta o consumo por cliente. Conclusões estas que só poderão ser refutada por uma pesquisa mais robusta com melhores dados e metodologia.

O outro lado desta pesquisa positivista é que ela é muito restrita e, portanto, limitada, desinteressante e pouco prática. Os cientistas que pesquisam história devem interpretar os fatos? Essa interpretação é importante para construir modelos e teorias sobre conflitos humanos, mas pode haver contrapontos e discussões sobre esta análise. A interpretação não é provada cientificamente, mas não é condenada (às vezes espera-se que contenham estas análises) nos artigos de história.

Uma ciência restrita à experiência empírica necessitaria de definições precisas dos termos usados e ausência de correntes de pensamento convivendo por um longo tempo sem se rejeitarem. Entretanto isso não ocorre nas ciências sociais e, provavelmente, esse não seja um ideal a ser perseguido.

Em economia, por exemplo, há a escola de Chicago (formada por economistas de ideologia liberal), mas em física ou química não há correntes ideológicas convivendo. Quando há correntes distintas convivendo nas ciências naturais, os dados poderão comprovar que uma (ou as duas) estavam erradas e que, voltando à frase de Einstein, Deus realmente não joga dados com o universo. Em economia, política, sociologia, psicologia ou administração diversas teorias podem conviver sem que uma tenha que necessariamente negar as anteriores.

Definir claramente os termos usados e as variáveis estudadas é uma condição para uma boa pesquisa positivista. Entretanto isso não ocorre em administração, onde os termos são vagos. Estratégia, por exemplo, vem sendo estudada a mais de 50 anos (com revistas, congressos e sociedades sobre o tema) e os acadêmicos ainda não encontraram uma definição precisa para

este termo. Isso seria um problema nas ciências naturais, mas as ciências sociais produzem conhecimento sem estabelecerem com precisão as definições das variáveis, como mensurá-las e qual a equação que rege as suas relações.

Enquanto as ciências naturais criam modelos precisos para explicar os fatos e como o homem pode prevê-los e moldá-los, as sociais criam modelos genéricos facilitam a compreensão das ações humanas e como o homem deve (e a palavra deve lembra ética e valores e não ciência) agir. As teorias nas ciências naturais buscam explicar a natureza, mas elas não alteram a natureza ao serem expostas. Já as teorias sociais modificam o comportamento humano, podendo tornar-se “auto-realizáveis”. Ao criar a teoria da agência¹⁶ e ensiná-la aos alunos por décadas, a academia está moldando o comportamento dos alunos, legitimando que eles ajam pelo interesse próprio.

Ghoshal (2005) escreveu um artigo afirmando que “ao propagar teorias amorais inspiradas ideologicamente, as escolas de negócio estão ativamente retirando dos estudantes qualquer senso de responsabilidade moral”. A ideologia de Einstein sobre Deus não jogando dados com o universo (apesar de ter um caráter moral e religioso) não modifica a natureza, apenas redireciona as hipóteses dos pesquisadores que concordam com ela. Já na administração ao modelar o comportamento humano pelo *homo economicus* (modelo que afirma que o homem em um comportamento racional busca maximizar o seu valor econômico) e usá-lo em suas pesquisas, cria modelos sobre o comportamento humano. A diferença do modelo da física e da administração é que o primeiro descreve o comportamento da natureza, mas o segundo prescreve como o ser humano deve se comportar. Desta forma o modelo de maximização do resultado pessoal leva os executivos a trabalharem para maximizar o seu bônus no final do ano. Esse bônus deve ser composto de opções de ações para garantir o resultado para o acionista, mas fornecedores, empregados e clientes devem ser tratados racionalmente, isto é, as relações com estes grupos devem ser construídas para maximizar o retorno.

Há três alternativas para resolver este problema da pesquisa baseada em ideologia: discutir essas ideologias em ensaios, testá-las cientificamente e aceitar que a academia deve fazer proposições de como as organizações devem se comportar. Nas três alternativas há necessidade de expor as ideologias que servem de base para a construção do conhecimento científico.

¹⁶ A teoria da agência afirma que o homem age por interesse próprio e a gestão deve buscar alinhar o interesse dos empregados com o da empresa para que todos busquem a maximizar o valor para o acionista.

Para haver a **discussão das ideologias** em ensaios, há necessidade de espaço nos periódicos acadêmicos. Este tipo de texto é voltado para pesquisadores, mas por não possuir uma pesquisa empírica nem propor teoria geralmente não é aceito nas revistas.

Esse texto, debatendo ideologias, deveria seguir o padrão dos artigos científicos e ser escrito em terceira pessoa? Talvez o artigo devesse ser escrito em primeira pessoa, indicando uma opinião e não uma verdade neutra (na terceira pessoa). Um artigo publicado numa revista acadêmica, que foi aprovado por um processo de revisão, é escrito em terceira pessoa para mostrar que a proposição do artigo é validada por toda a comunidade e não apenas pelo autor. Artigos debatendo ideologia não se adéquam a este modelo, pois a sua publicação não implica em ser uma verdade aceita pela academia.

Como a ideologia é algo a ser afastado da pesquisa positivista, poucos textos acadêmicos realmente expõe suas ideologias. Escrever um artigo e expondo que ele foi direcionado por algumas premissas ideológicas, daria aos editores motivos para recusar o artigo como não científico. Não é uma prática da administração expor as bases ideológicas que sustentam o argumento proposto, nem especular sobre a consequência da aplicação daquela teoria. A administração tratada como ciência é uma disciplina amoral que não considera os valores éticos nas suas teorias.

Não é comum em administração, com exceção alguns textos de teoria crítica (por serem contrários a ideologia liberal dominante), um autor expor as suas ideologias. O livro Hipercompetição de D'Aveni é uma exceção, expondo que suas propostas podem ser interpretadas como antiéticas:

“Dependendo de um ponto de vista subjetivo, aqueles que se utilizam de táticas hipercompetitivas podem ser vistos como (1) organizações que se utilizam de táticas agressivas e fortes para forçar os ‘pequenos’ a se retirarem do mercado ou (2) organizações que lutam para oferecer o melhor produto ao melhor preço da forma mais conveniente e útil ao público. Portanto, as ações hipercompetitivas têm sido também chamadas de anticompetitivas.” (D’Aveni, 1995, p. XVI, ênfase no original)

Por expor essa possibilidade que sua proposta teórica pode ser interpretada de forma imoral, o autor recebe duras críticas dos leitores. Algo que não ocorre com outros autores de estratégia competitiva que também propõe ações anticompetitivas, mas não as explicita.

As revistas acadêmicas poderiam abrir um espaço para expor e debater estas ideologias e paradigmas que servem de base para construção de conhecimento da disciplina.

Uma proposta diferente (que não descarta a anterior) seria assumir que a administração deva ser tratada como ciência e que **as ideologias devam ser testadas empiricamente**. O argumento de Ghoshal (2005) é que muitas das teorias administrativas são usadas, não pelo seu poder preditivo, mas por permitir a construção de bons modelos matemáticos. Para construir bons artigos científicos (positivistas) há necessidade de modelos matemáticos, modelos amorais e desprovidos de valores, e não conceitos amplos repletos de ideologias e valores morais. Jensen (2001) faz um ensaio sobre o objetivo das empresas ser: (i) maximizar valor para os acionistas ou (ii) considerar diversos *stakeholders*. Ele argumenta que racionalmente não dá para maximizar vários objetivos. Ou seja, a lógica matemática e não a descrição do comportamento humano é que determina qual teoria deve ser usada.

A teoria da maximização de valor para os acionistas não foi testada empiricamente. Ela não mostra o comportamento das empresas, mas cria um modelo matemático de como elas devem se comportar. Isso facilita as demais pesquisas empíricas que agora possuem uma variável-objetivo para medir os impactos das diversas ferramentas administrativas. Inclusive são testadas as hipóteses de que a ética e a responsabilidade social maximizam valor ao acionista. Uma clara inversão de valores permitida pela matemática e pelas ciências como administração (que não deve ter julgamento moral nas suas pesquisas).

O artigo de Jensen (2001) não procura apenas indicar como usar o seu modelo. Ele procura mostrar que seria melhor para a sociedade que esse modelo fosse aplicado pelas empresas. Ou seja, Jensen sai de uma postura descritiva e passa a ter uma postura prescritiva. Nas ciências naturais a postura prescritiva diz o que acontecerá caso algumas condições aconteçam: um objeto cai segundo uma aceleração g ou fumar aumenta a possibilidade de câncer no futuro. Em ciências sociais a postura prescritiva diz como o homem deve se comportar: faça controle de qualidade para reduzir as peças com defeito. Ou seja, está sendo proposta uma mudança de comportamento uma recomendação de como a sociedade deve agir. Esse comportamento futuro e suas consequências devem fazer parte dos artigos acadêmicos das ciências sociais.

A academia deve fazer **proposições de como as organizações devem se comportar**. Essas proposições não são científicas (no sentido positivista), pois não são testadas empiricamente e não haverá evidências para chegar a um consenso. A proposição requer criatividade e não análise dos dados para chegar a uma evidência.

Jensen, ao defender a teoria da maximização de valor para o acionista, aborda o problema de forma científica (afirmando que só pode ser maximizado um objetivo e não vários) e analisando os benefícios da aplicação desta teoria. Para ele a sociedade terá o maior benefício se as empresas buscarem maximizar o valor para o acionista, salvo nos casos de monopólio e externalidades (como poluição, desmatamento, barulho...) não compensadas pela empresa.

Concluindo o tópico sobre como está a comunicação entre pesquisadores através do canal periódicos acadêmicos oferece pouco espaço para textos que¹⁷:

- a) Abordem, de forma distinta de uma pesquisa científica, temas genéricos como financiamento à pesquisa, ensino, dificuldades enfrentadas por pesquisadores e indicações bibliográficas (como resumos de livros).
- b) Tratem das ideologias usadas em administração. Algo mais filosófico (que busca conhecer) do que científico (que busca evidências). Uma revista pode inclusive ter debates entre autores com posições distintas.
- c) Procurem testar as premissas usadas em administração. Não é a dificuldade ou facilidade de criar um modelo matemático que deve determinar qual a melhor teoria.
- d) Proponham um comportamento futuro à sociedade, analisando o impacto deste comportamento.

Destes quatro tipos de texto, apenas o “c” pode ser construído no modelo de um artigo científico “ideal”. Entretanto será difícil propor uma nova teoria de base na forma de um artigo científico “ideal”, as ideias soarão tão inovadoras e desafiadoras da corrente principal que terão dificuldade de serem aprovados. Os demais textos podem aparecer mascarados em um artigo científico, mas uma solução possivelmente mais adequada seria a publicação em diferentes seções das revistas.

Pesquisa específica para o Brasil

Diferente das áreas naturais onde cultura tem pouca influencia e os resultados de uma população podem ser extrapolados para as demais, as ciências sociais apresentam maiores restrições para esta extrapolação. Bethlem (1999) mostra as diferenças entre Estados Unidos e

¹⁷ Neste momento cabe a reflexão assumindo que esta tese é um texto de proposição, tipo “d”. Apesar de ter pesquisa empírica e análise de dados, o principal objetivo da tese é a proposição de uma forma das revistas atuarem. Há dados para sustentar argumentos, mas não há informação para validar ou refutar a hipótese de que as revistas devem publicar vários tipos de textos.

Brasil, afirmando que as técnicas desenvolvidas naquela cultura não podem ser aplicadas diretamente no Brasil. Assim há necessidade de construir uma ciência administrativa nacional. A academia nacional, para desenvolver esta administração brasileira, deve publicar pesquisas melhores.

O problema é que pesquisa melhor pode ser entendida como pesquisa inovadora, metodologicamente bem estruturada e publicada em revistas de grande impacto. O problema do grande impacto é que ele é sinônimo de revistas anglo-saxãs (especialmente americanas). Assim as publicações de boa qualidade acabam sendo aquelas que tem interesse mais amplo e/ou interesse americano.

Para produzir ciência nacional há necessidade de responder questões relativas às empresas no Brasil. Uma das formas de fazer isso é publicar pesquisas de replicação. Entretanto, há um viés dos editores e revisores científicos que não valorizam a replicação de pesquisas. Tendo em vista que a originalidade é um valor importante nas revistas científicas, não é de se estranhar que esse viés apareça. Porém, isso não deveria ocorrer com os casos onde os estudos replicados não confirmam o original. Os estudos de replicação são vistos como estudos de segunda categoria que não devem ser publicados em revistas top.

Geralmente os estudos de replicação, para serem valorizados, estendem o estudo original. Mesmo assim, a área de gestão não valoriza este tipo de estudo. Hubbard e Vetter (1996) levantou a quantidade de artigos publicados entre 1970 e 1991 concluindo que os artigos de replicação (com extensão ou não) representam menos de 10% dos trabalhos empíricos em contabilidade, economia e finanças, e 5% ou menos nas áreas de administração e marketing.

Esse tipo de viés também deve ocorrer no Brasil, porém para obtermos uma ciência administrativa nacional, seria importante fazer replicações de artigos internacionais na realidade brasileira. Esses estudos podem ser considerados de segunda linha e não terão interesse para pesquisadores não brasileiros, mas precisam ser publicados no Brasil.

As revistas Brasileiras poderiam dedicar um espaço para replicar pesquisas internacionais. O grande benefício seria criar um conhecimento local, verificando se as descobertas anglo-saxãs se aplicam às particularidades brasileiras. O benefício secundário seria o aprendizado do pesquisador que passaria a usar o cuidado metodológico dos artigos publicados nas melhores revistas do mundo.

Ensino

O meio de comunicação escrita mais formal voltado para o ensino são os livros, especialmente os livros didáticos ou livros-texto. Apesar de alguns livros possuírem, muitos professores elaboram apostilas, transparências (ou slides no PowerPoint), exercícios e casos. Aproveitando o amplo alcance da internet, atualmente está ocorrendo um esforço das escolas para criar conteúdo para ensino a distância.

As revistas acadêmicas não estão entre os meios de comunicação usados no ensino. A influência das revistas é pequena, mesmo nos exercícios dos alunos que precisam fazer pesquisa bibliográfica como o trabalho de conclusão de curso, apresentações em sala de aula etc. Os alunos costumam usar a internet e livros para fazerem as suas pesquisas. Há uma tendência de ampliar o uso da internet nestas pesquisas, mas os alunos não diferenciam textos acadêmicos de revistas com *referee* das publicações gerais incluídas nas redes. É possível que o aluno encontre na internet um texto de revista acadêmica, mas, como a sua linguagem é complexa e voltada para pesquisadores, o aluno pode preferir usar um site/blog qualquer com uma linguagem mais simples.

A vantagem das revistas acadêmicas em relação aos sites gerais na internet é a garantia da qualidade obtida através de um processo de *referee* por revisão por pares. A desvantagem é o texto complexo, desinteressante e focado em um assunto muito estreito. Uma revista voltada para o ensino poderia “competir” com sites genéricos ao publicar textos de forma didática e conteúdo abrangente. A vantagem competitiva destas revistas seria o processo de validação do conhecimento. Essas revistas teriam um impacto maior se não fossem publicadas por uma escola (como a Revista de Administração é da USP e a RAE é da Getúlio Vargas) e sim por uma associação, pois neste segundo caso não haveria problema do professor da escola A indicar a revista da escola B.

A experiência deste autor corrigindo trabalhos de alunos é que o uso de material encontrado na internet e de baixa qualidade é muito frequente. Caso haja revistas acadêmicas de qualidade para que os alunos utilizem em suas pesquisas, a qualidade do aprendizado será aprimorada.

As revistas também podem “competir” com os textos criados pelos professores. Os professores criam apostilas, casos e exercícios adaptados para sua aula. A melhoria do texto

acontece com a aplicação dele em diversas salas de aula, mas raramente ele é avaliado por outro professor. Apesar da qualidade de alguns destes trabalhos, eles são pessoais e só são usados na aula do professor que criou a apostila. Provavelmente iniciado nos cursinhos pré-vestibulares, o uso de uma apostila por diversos professores já está disseminado em diversos colégios, tais como Objetivo, Etapa e Anglo. A venda da apostila ou o seu uso disseminado em muitas turmas pode criar uma motivação para que professor divulgue e aprimore o seu trabalho. Uma apostila institucional, provavelmente será revisada por outros professores e terá uma qualidade superior.

Salvo a apostila institucional o professor também pode ter interesse em divulgar este trabalho para garantir os direitos autorais, ajudar os colegas ou ganhar prestígio. Esses trabalhos podem ser divulgados em uma revista acadêmica. Se a publicação deste tipo de texto “contar ponto para a CAPES”, haverão professores de instituições de primeira linha divulgando seus materiais didáticos em revistas para serem usados nas demais instituições. Algo muito importante para administração que responde por 15% das matrículas na graduação (MEC, 2009).

Os casos de Harvard seguem o modelo de uma instituição criando seu material didático (apostila) e vendendo para outras. A RAC, uma revista brasileira de administração, passou a publicar casos para serem utilizados em sala de aula.

Apesar de haverem publicações de casos para ensino estilo Harvard¹⁸, as revistas não costumam publicar, e conseqüentemente validar, outros tipos de texto voltados especificamente para o ensino.

A última questão é se as revistas devem “competir” com livros, especialmente livros-textos. Se os livros possuem descrição didática da teoria, casos, exemplos e slides de PowerPoint, qual é a vantagem da publicação destes textos em revistas?

Não é a validação do conhecimento, pois nas editoras técnicas e científicas há um trabalho de escolha de conteúdo para garantir a reputação da empresa. Não é apenas o critério comercial

¹⁸ Os casos de Harvard são bastante descritivos, com muitos dados quantitativos e longos. Geralmente os autores do caso devem pesquisar profundamente as empresas descritas no caso. Mintzberg, Lampel, Quinn e Ghoshal (2006) preferem usar casos curtos e mais qualitativos. Maximiano (2000) usa casos para explicar e ilustrar uma teoria. Os casos de Mintzberg et al (2006) ou Maximiano (2000) provavelmente não seriam aceitos para publicação na RAC.

que rege essas editoras. Se fosse assim uma tradução de um livro não necessitaria de um revisor científico ou técnico.

A vantagem da revista sobre o livro é a sua velocidade de publicação, possibilidade de circulação local e custo.

Um livro geralmente é caro e nem sempre pode ser vendido de forma fragmentada. Para usar um caso de um livro, os alunos terão que comprar aquele livro todo e não apenas o caso. As revistas, quando não são de acesso aberto, costumam vender o artigo isoladamente. Num contexto onde os alunos restringem os seus gastos, mas possuem acesso a internet, a revista tem vantagem sobre o livro.

Os livros geralmente possuem a visão de um autor sobre o tema, formando um todo coerente. Uma ciência social possui diversas correntes e ideologias que na grande parte dos livros são suprimidas para criar um texto sem contradições. Uma exceção é o livro de Mintzberg, Lampel, Quinn e Ghoshal (2006) que coletam textos de diversos autores e não se desculpam pelas contradições entre os pensadores. “O mundo é cheio de contradições” (p. 13).

As revistas poderiam ter textos didáticos onde os alunos poderiam ler para ver a contradição entre o autor do livro e do artigo. A contradição é interessante para forçar a reflexão nos alunos. Talvez esta técnica de ensino seja melhor nos cursos de formação do que nos treinamentos, onde o objetivo é que o aluno saiba aplicar uma ferramenta.

Outra vantagem da revista em relação aos livros é a circulação local. Muitos dos livros usados nas salas de aula de graduação e pós-graduação são traduzidos (Bethlem, 1999). Portanto os textos são de uma realidade distante do aluno. As empresas americanas que os alunos não conhecem ou funcionam de forma distinta no Brasil são usadas como exemplos das teorias explicadas em aula. As revistas poderão divulgar exemplos da realidade nacional, inclusive fazendo ligação de textos de revistas jornalísticas, como Exame, com uma teoria específica. Como a internet reduziu o custo da publicação, algumas revistas podem usar exemplos locais, pois as empresas de destaque no Sul do país não são as mesmas da região Nordeste.

A vantagem da velocidade da publicação é significativa. Um livro demora muito para ser escrito, traduzido (quando o autor for estrangeiro), editado e adotado por um professor. Quando o livro é lido pelos alunos os casos já estão ultrapassados. A empresa exemplo de

excelência está passando por uma crise. Ou os executivos da empresa exemplo de responsabilidade social estão sendo julgados por esconderem passivos ambientais.

Uma publicação periódica pode ser mais veloz que os livros. Um fato publicado instantaneamente em jornais ou revistas jornalísticas, como legislação ou falência de uma empresa, pode ser comentado em uma revista acadêmica em poucos meses.

Para que isso aconteça as revistas de ciências sociais (em especial administração) devem passar a publicar na mesma velocidade das revistas de ciências naturais (em especial medicina). Uma revista top em medicina pode publicar um artigo em menos de um mês (tempo entre o envio do artigo, revisão por pares, reenvio do artigo e publicação), caso o autor escolha o processo rápido (*fast-track*). Em administração, o tempo de revisão pode demorar dois ou três anos e, após aprovado, o artigo fica na fila por mais um ano. Essa diferença reflete o sentimento de urgência da publicação em medicina que não pode esperar três anos para divulgar que uma droga causa parada cardíaca. O artigo sobre teoria em administração não é tão urgente, mas o comentário de fatos e crises por acadêmicos em administração deve ser publicado próximo a ocorrência do fato. Esses comentários podem aparecer em revistas acadêmicas e não fiquem restritos a jornais e revistas comerciais.

Até este ponto a revista para ensino foi vista como um sistema de comunicação entre professor e aluno. Entretanto a revista pode ser um espaço para o autodesenvolvimento do aluno. Um bom trabalho feito por um aluno merece sua publicação. Não importa que o objetivo seja didático e que poucos leitores se interessarão pelo trabalho. Essa prática é comum nas escolas brasileiras que, por exemplo, publicam anualmente as melhores redações. O objetivo não é ter um bom livro, mas premiar os melhores trabalhos e fazer com que o aluno revise o texto que será publicado. Como apresentado anteriormente, muitas das pesquisas em administração são feitas apenas para serem publicadas e não para serem lidas. Já há um know-how nas revistas acadêmicas de administração no Brasil de publicar texto para atender ao autor.

As revistas deverão diferenciar o que é um artigo de pesquisa (elaborado para ser lido por outros pesquisadores), um artigo didático (elaborado por um professor para ensinar aos alunos) de um artigo voltado para aprendizagem. Uma escola poderia criar uma revista para publicar os melhores trabalhos dos seus alunos, não para que outros aprendam lendo os artigos, mas para ensinar aos alunos a fazerem trabalhos bem elaborados que serão criticados

por “pares” (professores ou alunos). A qualidade desta revista poderá ser avaliada pela qualidade dos seus artigos, mas não deve ser criticada pela sua endogenia. Mesmo a qualidade do artigo não deve ser o fim último e maior preocupação do editor da revista, que deve focar no processo de aprendizagem. O processo de revisão será um processo de aprendizagem e não de controle de qualidade, como nas revistas voltadas para pesquisa.

Outra questão interessante para o ensino é a publicação dos resumos ou resenhas de livros/artigos. Podem ser tipos de resenhas, as críticas e as que apenas sintetizam o texto. Ambas podem ser escritas para os alunos lerem. A resenha crítica pode ser interessante para auxiliar a leitura e fazer um contraponto com o autor do livro. Já uma resenha que sintetiza o que foi abordado no livro pode ser usada pelos alunos como subterfúgio para não ler a obra completa. Entretanto uma das maiores contribuições da resenha é o aprendizado de quem elaborou a resenha. Portanto as revistas poderão publicar resenhas (geralmente críticas) elaboradas por professores e pesquisadores voltadas para os leitores da revista (alunos de graduação, pós ou pesquisadores) ou resenhas elaboradas por alunos, cujo intuito é didático e não ter um texto para ser lido por um público abrangente.

As revistas acadêmicas podem contribuir para o ensino de duas maneiras: publicando textos didáticos (competindo com livros, por exemplo) e sendo instrumento de publicação dos alunos. Neste segundo caso, é no processo de publicação (e não na leitura do texto) que ocorre a aprendizagem.

Extensão

A atividade de extensão geralmente envolve disseminação do conhecimento da universidade para a sociedade. Muito da transferência de conhecimento ocorre através do ensino, entretanto será considerada extensão apenas a atividade acadêmica que não ocorre em sala de aula. Geralmente o foco está na aplicação de uma ferramenta e não no entendimento de uma teoria.

O Quadro 6 mostra quatro formas de comunicação da universidade com a sociedade. A primeira delas refere-se a pesquisadores fazendo pesquisas sobre extensão. Assim como pode haver pesquisas sobre ensino de administração, este tipo de comunicação ocorre principalmente entre os pesquisadores e as revistas voltadas para pesquisa atendem este tipo de texto, portanto não será tratada como extensão. A segunda forma refere-se às consultorias ou outras atividades que os professores realizam fora da universidade (atendimento médico,

por exemplo). Este tipo de ação pode gerar conhecimento e textos que interessem outros acadêmicos e não-acadêmicos. Se for uma pesquisa ou aprimoramento de uma teoria, será publicado em um artigo de pesquisa. Se for um exemplo ou um caso ilustrativo, poderá ser um texto voltado para ensino. Entretanto se for um texto ensinando a aplicar uma ferramenta específica, ele poderá ser publicado em uma revista de extensão (elaborada pela academia, mas com leitores não-acadêmicos). A terceira forma de comunicação na extensão são os livros e revistas voltadas para extensão, onde a teoria e formalidade perdem espaço para aplicabilidade e praticidade. A HBR - Harvard Business Review é um exemplo de revista acadêmica voltada para extensão. A quarta forma de comunicação não é transferência de conhecimento da universidade para a sociedade, mas da sociedade para a universidade. As publicações não acadêmicas jornalísticas (como Exame ou Fortune) ou de consultorias (como *The McKinsey Quarterly*) são os periódicos que tratam de conhecimento sobre administração que são usados pela academia e não gerados por ela. Esse conhecimento, gerado fora da universidade e usado por ela, não está restrito a periódicos e incluem livros elaborados por não acadêmicos (alguns criando teorias), pesquisas realizadas por instituições não acadêmicas (SEBRAE ou IBGE) e textos de opinião publicados por associações (FIESP, CRA ou MEC).

Uma revista acadêmica voltada para extensão poderia englobar vários dos textos criados por não acadêmicos. Poderiam ser feitas entrevistas com executivos, governantes ou acadêmicos renomados. É comum jornalistas entrevistarem acadêmicos, mas a entrevista não é vista como atividade acadêmica. Apesar de poder resultar em um bom exercício para alunos, especialmente se houver um espaço para o aluno comentar a entrevista realizada.

Comentários e explicações de fatos/eventos segundo a teoria científica também poderiam ser incluídas em revistas acadêmicas de extensão. Explicar o que são opções quando uma empresa declara ter prejuízos com este instrumento. Usar a teoria de negociação para explicar a escalada de um conflito entre fazendeiros e sem-terras. Comentar leis (e projetos de lei) que afetem o ensino, a pesquisa ou a administração.

A revista acadêmica não deve concorrer com a jornalística que possui estrutura para publicar fatos com grande velocidade. A revista acadêmica deve criar textos mais profundos e analisar os fatos segundo as teorias acadêmicas, sendo mais imparcial nas análises ou (quando não há imparcialidade) mostrar os diversos pontos de vista sobre o mesmo fato.

Entretanto, a principal concorrente da revista acadêmica de extensão deve ser as revistas das consultorias de gestão. Ambas devem publicar textos voltados para aplicação do conhecimento de administração. A diferença é que as consultorias publicam seus textos para divulgar a empresa, podendo ser parciais ou não explicando como detalhadamente como aplicar as técnicas. Algumas escolas onde a consultoria é uma atividade significativa este conflito de interesse também pode ocorrer.

Caberá às revistas acadêmicas publicar casos de insucesso e refletir sobre os erros. A descrição detalhada da aplicação de uma técnica também é mais provável nas revistas acadêmicas. O texto acadêmico poderá detalhar as idas e vindas, os problemas políticos, as questões que surgiram com o desenvolvimento do projeto e soluções adotadas. O detalhamento da descrição servirá como uma experiência para o leitor, algo útil para os não acadêmicos, mas que podem ser fundamentais para alunos e professores que nunca aplicaram determinada ferramenta. Uma revista que segue esse modelo de textos aplicando técnicas é a Interfaces que define como o texto mais apropriado para publicação na revista aquele que possua uma descrição da prática. Os objetivos da Interfaces são aumentar a troca de informações entre gestores e profissionais e informar a comunidade acadêmica sobre a prática. Isso mostra que uma revista de extensão pode ser de mão dupla, isto é, leva conhecimento da academia para a prática e da prática para a academia.

Também podem estar presente nas revistas acadêmicas modelo passo a passo de como aplicar uma ferramenta administrativa. Uma consultoria terá receio de revelar seus segredos e tecnologias. Os modelos passo a passo, os textos genéricos sem explorar teorias complexas podem ser publicados em revistas de foco amplo. Já os textos detalhados, com teorias complexas ou cálculos matemáticos devem ser voltados para uma área específica. Por exemplo, um texto descrevendo detalhadamente uma operação de hedge cambial usando valores e fórmulas matemáticas interessam aos profissionais de tesouraria, mas dificilmente serão lidos ou compreendidos por profissionais da área de seleção e contratação.

Possivelmente o texto mais comum nas revistas de extensão seja aquele similar aos publicados pela HBR. Textos envolvendo teoria e prática, inclusive alguns na fronteira do conhecimento (como os publicados pela HBR). A linguagem é acessível e voltada para a prática. Neste tipo de texto o leitor deve ser priorizado, portanto há necessidade de trabalhar bastante o texto e não apenas acondicioná-lo no modelo de artigo científico. Dados e

conclusões são o foco do artigo de pesquisa. No texto de extensão prevalecem exemplos e proposições.

Os artigos das revistas de primeira linha (HBR, MIT Sloan Management Review ou Academy of Management Perspectives e California Management Review), geralmente pedem textos que contenham ideias inovadoras. Portanto seus textos são importantes para não acadêmicos (foco principal), para o ensino e para pesquisadores (por proporem ideias novas e novos campos para análise). Apesar de a academia valorizar a publicação de artigos empíricos em *journals* (revistas científicas) de primeira linha, os autores dos textos das revistas top voltadas para a extensão são muito conceituados (tanto fora como dentro da academia).

Há vários tipos de textos que podem ser publicados por revistas de extensão: (i) os que divulgam a aplicação de teoria inovadora (como a HBR); (ii) os que divulgam teorias não de forma inovadora; (iii) os que descrevem aplicação de teoria (como Interfaces); (iv) os que publicam como aplicar uma ferramenta (passo a passo); (v) entrevistas; (vi) explicação de fatos usando teoria; (vii) opiniões; etc... Apesar de existirem vários tipos de textos, esse tipo de publicação não é valorizado pelos acadêmicos brasileiros, possivelmente por não serem considerados artigos de pesquisa e não contarem pontos na avaliação da CAPES.

4.3.4. Publicação de acadêmicos em administração

Apesar da administração ser uma disciplina muito voltada para a prática profissional e da importância das universidades exercerem a função de extensão, há autores argumentando que acadêmicas não impacta a prática.

Galvan, Harrington, Kelliher (2008) resumiram apelos por relevância feitos pela academia de administração nos EUA e Europa. Após 15 anos nesta trilha por uma ciência que tenha impacto na prática administrativa, pouco resultado foi realmente obtido.

Não há uma medida padrão para medir relevância e cada pesquisador usa a sua medida, mas a maioria suporta a falta de impacto da pesquisa e ensino em administração na prática (Ghoshal, 2005).

Um dos dados levantados por Pfeffer e Fong (2003) para suportar a hipótese de baixa relevância da pesquisa acadêmica são análises dos livros publicados por não acadêmicos e

acadêmicos. Analisando as listas da Business Week de livros indicados como melhores e os mais vendidos, os autores concluem que pouco mais de 10% dos livros foram escritos por acadêmicos.

Para encontrar dados sobre a situação brasileira, foi feito no dia 16/12/08 um levantamento dos livros de administração mais vendido na Saraiva (www.livrariasaraiva.com.br), analisando se o autor era acadêmico (pesquisador e não apenas professor em MBA), qual a sua área e sua nacionalidade. Os dados estão descritos no Quadro 7.

Quadro 7 – Livros mais vendidos na Saraiva

Nº	Título	Autor	Acadêmico (Área)	País
1	O monge e o executivo	Hunter, James C.	Não (administração)	USA
2	Casais inteligentes enriquecem juntos	Cerbasi, Gustavo P.	Não (administração)	Brasil
3	Superdicas para Vender e Negociar Bem	Júlio, Carlos Alberto	Não (administração)	Brasil
4	Os segredos da mente milionária	Eker, T. Harv	Não (administração)	USA
5	A arte da guerra	Tzu, Sun	Não (militar)	China
6	Superdicas para se tornar um verdadeiro líder	Gaudêncio, Paulo	Não (psicologia)	Brasil
7	Os 7 hábitos da pessoas altamente eficazes	Covey, Stephen R.	Não (administração)	USA
8	Pai rico pai pobre	Kiyosaki, Robert T.	Não	USA
9	Casais inteligentes enriquecem juntos (edição encadernada)	Cerbasi, Gustavo P.	Não (administração)	Brasil
10	Investimentos inteligentes	Cerbasi, Gustavo P.	Não (administração)	Brasil

Fonte: Elaborado pelo autor, como base nos livros mais vendidos da Saraiva (acesso ao site em 16/12/2008) e sites descrevendo o currículo dos autores.

Dos dez livros mais vendidos, nenhum é acadêmico (atuando como pesquisador e professor). A classificação, se uma pessoa é acadêmica ou não, é subjetiva, pois Covey é doutor e Cerbasi é mestre. Entretanto nenhum dos autores dos 10 livros mais vendidos tem como principal atividade o trabalho universitário.

Assim como nos EUA, os livros mais comprados por Brasileiros não são escritos por acadêmicos (assim sugere os números levantados, mas uma pesquisa mais ampla deveria ser feita para sustentar cientificamente esta afirmação). Entretanto, diferente da área de pesquisa e ensino, onde a grande maioria dos textos é estrangeira, entre os livros mais vendidos no Brasil há um predomínio de autores nacionais.

As revistas acadêmicas brasileiras podem seguir a estratégia americana e se questionar como fazer pesquisa que tenha relevância prática. Isso pode ser obtido por pesquisas inovadoras de impacto internacional ou pesquisas mais voltadas para a realidade nacional, incluindo pesquisas de replicação. Outra alternativa é reconhecer o predomínio da literatura não acadêmica e trazer da sociedade esse conhecimento. As revistas poderão, por exemplo, desenvolver e explicar as bases teóricas usadas por estes livros de grande vendagem.

4.3.5. Conclusões da situação atual

As revistas acadêmicas nacionais estão voltadas para a pesquisa e não apóiam diretamente as outras funções da universidade: ensino e extensão. Mesmo na pesquisa há espaço para novos textos destacando-se a necessidade de validar pesquisas internacionais no contexto brasileiro.

Para o ensino as revistas poderiam complementar os livros, trazendo casos e reflexos mais próximos à realidade do aluno (exemplos brasileiros e não americanos). Também pode ser criado um sistema de publicação onde os autores são os alunos. Neste caso a pesquisa e o processo de publicação são usados como ferramenta de ensino.

As revistas voltadas para extensão possuem diversas formas de atuação. O interessante desta revista é que ela pode ser um canal de comunicação com a sociedade para levar o conhecimento da universidade para o mercado e desse para a universidade.

5. COMPARAÇÃO ENTRE REVISTAS BRASILEIRAS E INTERNACIONAIS

Um passo importante para compreender a situação atual das revistas brasileiras é levantar as suas características usando estatística descritiva. Para isso, será necessário primeiro estabelecer quais são os tipos de revistas acadêmicas e, então, classificá-las por tipos.

Após a análise das revistas nacionais, o mesmo será feito para as revistas internacionais. A comparação entre os dois modelos permite a sugestão de um terceiro que incorpore as vantagens de ambos.

5.1. Quais são os tipos de revistas acadêmicas?

O conhecimento científico e acadêmico pode ser disseminado por diversas formas. Trzesniak (2001a) faz uma analogia do avanço do conhecimento com a passagem da água do estado líquido para o gasoso. Essa passagem de estado pode ocorrer de forma rápida, desorganizada e turbulenta, como na ebulição. Isso ocorre quando uma proposta ou ideia abre um novo campo de pesquisa e diversos artigos passam a ser feitos segundo esta nova teoria ou usando esta técnica. A criação de conhecimento também pode ocorrer de forma tranquila e sem grandes choques, como uma evaporação. Isso acontece quando o campo já é conhecido e as pesquisas publicadas contribuem de forma incremental, sem grandes saltos. “Estas duas alternativas, no entanto, não esgotam as possibilidades e *necessidades* de cobertura de uma área do conhecimento” (*Ibidem*, ênfase no original). Outra forma de disseminar o conhecimento é aglutinar as partículas dispersas de conhecimento em um texto organizado, algo semelhante à condensação, que organiza em gotas de água as partículas de vapor dispersas e em movimento caótico. Também pode haver publicações de reelaboração, aplicação e autopreservação. Para Trzesniak (2001a), as revistas podem se dedicar a seis tipos de textos:

- a) **Ebulição.** Uma nova ideia redireciona as pesquisas de uma área e causa uma movimentação nas pesquisas desta determinada área. O campo que se abre permite que as pesquisas façam contribuições significativas, pois pouco foi explorado. Pode ser comparado com a revolução científica de Kuhn (2005), em que a ebulição ocorre quando surge um novo paradigma.

- b) **Evaporação.** O conhecimento aumenta gradualmente e lentamente. Os “resultados inéditos e de impacto exigem grande esforço e sua quantidade é relativamente pequena” (Trzesniak, 2001a). Fase da ciência normal de Kuhn.
- c) **Condensação:** São os textos de revisão que organizam os resultados das pesquisas (textos de ebulição e evaporação) que estão disponíveis de maneira desorganizada.
- d) **Reelaboração:** São os textos que abordam o conhecimento já condensado de uma maneira alternativa, apresentando um novo enfoque. É uma nova forma de apresentar o mesmo conteúdo.
- e) **Aplicação:** São os textos voltados para a aplicação do conhecimento (extensão). Na definição de Trzesniak (2001a), aplicação “é o conhecimento na fase tecnológica, sendo empregado com o sentido de finalidade, de propósito, gerando ou induzindo um resultado desejado, definido a priori”.
- f) **Autopreservação:** São os textos que consolidam o conhecimento, geralmente expondo-o de maneira acessível e didática. São as ações em que os detentores do conhecimento buscam a preservação e divulgação do conhecimento: ensino, divulgação científica, jornalismo científico etc.

Döbereiner (2001) também propõe uma tipologia para periódicos acadêmicos usando os grupos: Pesquisa primária, Revisão, Ensino, Extensionista e Divulgação. Esta proposta tem alguma superposição com a de Trzesniak. Ebulição e evaporação referem-se à pesquisa primária. Condensação é similar à revisão – ambas as classificações referem-se aos tipos de artigos voltados para a pesquisa científica. Já os textos extensionistas (ou aplicação na classificação de Trzesniak) e de divulgação, podem ser classificados sob a função de extensão das universidades. Os textos de ensino (e uma parte da autopreservação na proposta de Trzesniak) atendem a função de ensino das universidades. A Ilustração 2 mostra a sobreposição das propostas de Trzesniak, Döbereiner e as funções da universidade.

Döbereiner (2001)	Pesquisa primária		Revisão		Extensão	Divulgação	Ensino
Trzesniak, (2001a)	Ebulição	Evaporação	Condensação	Reelaboração	Aplicação	Autopreservação	
Funções da Universidade	Pesquisa				Extensão		Ensino

Ilustração 2 – Tipologias de periódicos/ textos acadêmicos

Fonte: Adaptada de Trzesniak (2001b)

5.2. A revista nacional de administração típica:

- a) É publicada por uma Instituição de Ensino Superior com programa de pós-graduação *stricto sensu*;
- b) Não restringe acesso aos seus artigos disponibilizados na internet;
- c) Não tem apoio de uma editora especializada em publicações científicas e recorre a softwares gratuitos para apoiar a sua gestão.
- d) Foi criada nos últimos 15 anos;
- e) Usa preferencialmente o português, mas aceita outros idiomas como o espanhol e o inglês;
- f) Sua temática é abrangente, atendendo todas as áreas da administração como marketing, finanças, recursos humanos etc.;
- g) Grande parte do espaço das revistas é usada para publicar artigos completos voltados para a pesquisa (avanço do conhecimento).

Os dados levantados, que suportam esta caracterização da revista de administração brasileira típica, serão expostos e comentados nos itens seguintes. Uma visão ampla das características de cada revista avaliada é descrita no Quadro 8.

Quadro 8 – Características das revistas brasileiras de administração

QUALIS	Entidade	Revista	Idioma	OJS	SciELO
A2	ANPAD	BAR – Brazilian Administration Review	Inglês	Não	Sim
B1	ANPAD	RAC - Revista de Administração Contemporânea	Português (aceita espanhol e inglês)	Não	Sim
B1	ANPAD	RAC – Eletrônica	Português (aceita espanhol e inglês)	Não	Não
B1	FGV-EAESP	RAE	Português (aceita espanhol, inglês e francês)	Não	Sim
B1	FGV-EAESP	RAE – Eletrônica	Português (aceita espanhol, inglês e francês)	Não	Sim
B1	FGV-EBAPE	RAP - Revista de administração Pública	Português	Não	Sim
B2	FGV-EBAPE	Cadernos EBAPE.BR	Português	Não	Sim
B3	INDEG/ISC TE e FGV-EBAPE	Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão	Português	Não	Sim
B2	USP	Revista de Administração	Português (aceita espanhol e inglês) .	Não	Não
B3	USP	REGE	Português	Não	Não
B1	USP/TECSI	Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação	Inglês (pode ser enviado artigo em português ou espanhol)	Sim	Não
B1	Soc. Brasileira de Finanças	Revista Brasileira de Finanças	Português (aceita Inglês)	Sim	Não
B2	UFRGS	REAd. Revista Eletrônica de Administração	Português (aceita espanhol e inglês)	Não	Não
B2	UFBA	O&S. Organizações & Sociedade	Português (aceita espanhol e inglês)	Sim	Não
B2	UFLA	Organizações Rurais e Agroindustriais	Português (aceita espanhol, inglês e francês)	Não	Não
B2	Mackenzie	RAM. Revista de Administração Mackenzie	Português (aceita espanhol e inglês)	Sim	Não
B2	UNISINOS	Base	Português (aceita espanhol e inglês)	Não	Não
B2	FUCAPE	BBR. Brazilian Business Review	Português e Inglês (artigos publicados em ambos os idiomas)	Não	Não
B3	UNIVALI	Alcance	Português	Sim	Não
B3	FURB	Revista de Negócios	Português	Sim	Não
B3	UFSC	Revista de Ciências da Administração	Português (aceita espanhol e inglês)	Sim	Não
B3	UNIFACS	Gestão e Planejamento	Português (aceita espanhol, inglês e francês)	Sim	Não
B3	FUMEC	Faces	Português (aceita espanhol e inglês)	Sim	Não
B3	FINEP	Revista Brasileira de Inovação	Português e Inglês (aceita espanhol)	Não	Não
B3	UFPE	Gestão.ORG	Português (aceita espanhol e inglês)	Não	Não
B3	FECAP	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	Português (aceita espanhol e inglês no caso de autores internacionais)	Sim	Não
B3	Interinstitucional	RAI. Revista de Administração e Inovação	Português (aceita outros idiomas)	Sim	Não

Fonte: Levantamento feito nos sites das revistas e no portal do SciELO entre setembro e novembro de 2009.

5.2.1. As revistas são publicadas por instituições de ensino

Das 27 revistas levantadas 20 (74%) são publicadas por uma Instituição de Ensino Superior e apenas a FECAP não possui um curso de pós-graduação *stricto sensu* em administração. A instituição teve um curso de mestrado em administração, mas atualmente está apenas com a pós em contabilidade. Das 7 revistas restantes, 2 estão ligadas a mais de uma instituição de ensino: Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão e RAI. A primeira é gerida por uma instituição de ensino portuguesa (ISCTE) e uma instituição brasileira (FGV). A segunda é gerida por grupos de pesquisa ligados a diversas instituições de ensino superior, com destaque para o PGT da USP e o NEI da Uninove. Apesar de ser interinstitucional, a operação editorial está a cargo da Uninove e os editores são desta instituição. Se considerarmos que estas duas revistas também estão vinculadas a instituições de ensino, mais de 80% das revistas nacionais avaliadas são publicadas por instituição de ensino e não por uma editora ou associação.

A FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos), uma instituição de fomento à pesquisa, publica 1 revista. As 4 revistas restantes foram classificadas como “publicadas por associações”. Neste caso, o autor optou por “associação” como um termo genérico que engloba associações, sociedades, conselhos etc. A ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração) publica 3 dessas 4 revistas e a Sociedade Brasileira de Finanças publica a outra.

O Gráfico 2 resume as informações descritas:

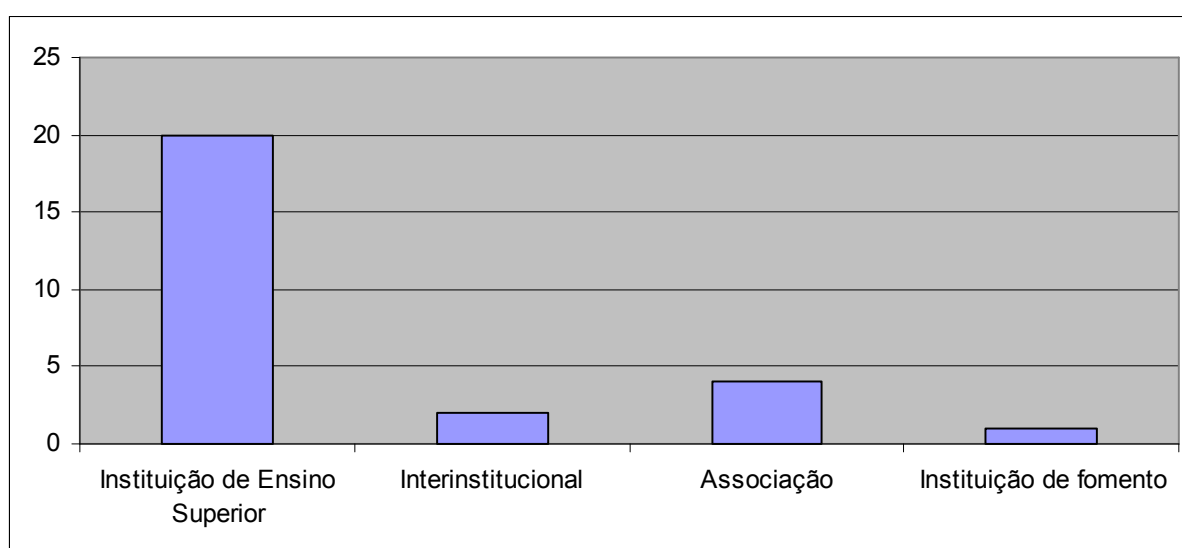


Gráfico 2 – Classificação das revistas nacionais de administração por tipo de entidade responsável por sua publicação

FONTE: Dados primários

5.2.2. As revistas oferecem acesso livre aos seus artigos

Todas as revistas nacionais oferecem acesso livre a seus artigos disponíveis na internet (informação levantada no segundo semestre de 2009). Apesar de algumas revistas venderem assinaturas, essa prática está muito ligada ao exemplar impresso da revista.

O modelo de negócio das revistas brasileiras foge das alternativas descritas em grande parte da literatura internacional sobre publicações científicas. As alternativas citadas para custear uma revista geralmente envolvem desembolso do leitor ou do autor. O leitor paga para poder acessar o conteúdo, seja individualmente ou através de uma universidade que compra um pacote de assinaturas de revistas. Algumas revistas sugerem que o autor pague para submeter ou publicar seu artigo. As revistas brasileiras não recebem recursos nem do autor nem do leitor (salvo algumas assinaturas).

Uma alternativa de financiamento das revistas, muito comum em conteúdo disponibilizado na internet, é a venda de espaço publicitário. Entretanto, nos sites das revistas brasileiras não há propaganda, e também não há espaço para os banners que são muito comuns atualmente na internet.

Nas revistas impressas há um espaço publicitário, mas as revistas possuem dificuldade de explorar este tipo de venda por dois motivos:

- a) A revista está associada a uma instituição de ensino e uma publicidade pode vincular a imagem da marca anunciada com a marca da instituição. Tendo em vista que o público da revista é formado por acadêmicos, este veículo pode ter um grande potencial para divulgar cursos. Entretanto, a instituição que publica a revista não cederia espaço para outra instituição anunciar seus cursos.
- b) Há uma dificuldade legal e burocrática para o recebimento de recurso publicitário. As revistas não são pessoas jurídicas e o recebimento desta verba deverá ser feito pela instituição que gerencia a revista. Como, em muitos casos, esta instituição é uma universidade pública, o recebimento desta verba é extremamente complexo, além disso, há questões de ordem fiscal e tributária.

Se publicidade, assinatura e cobrança dos autores não cobrem o custo da revista, a instituição responsável pela sua publicação arca com uma parte significativa, às vezes a totalidade, deste valor.

Um dos motivos que leva uma instituição a ter uma revista que gerará despesas é a possibilidade de a revista ser um instrumento de publicidade da instituição. De forma direta a instituição divulga sua marca, pois muitas das revistas nacionais de administração estão vinculadas com o site da instituição responsável por sua publicação e o logo dessa instituição aparece em destaque nas revistas. De forma indireta, possuir uma revista acadêmica dá status à instituição que a publica. Em especial a presença de uma revista mostra que a instituição está realmente engajada em pesquisa.

Outro motivo para se ter uma revista é melhorar o ensino, a pesquisa e a extensão da instituição. Como os textos das revistas são voltados para pesquisadores, não há uma expectativa que os alunos de graduação e pós-graduação *lato sensu* leiam a revista e desta forma haja uma melhora da aprendizagem. Como os textos possuem uma linguagem própria da academia e não são muito aplicados, o foco também não é a extensão.

No formato atual, as revistas estão focadas em pesquisa. Quase todas as revistas possuem missões similares que podem ser sintetizadas em “desenvolver e divulgar o conhecimento científico em administração”. A revista, apesar de ser de uma instituição de ensino, não pode ter como missão divulgar as pesquisas geradas nessa instituição. Isso criaria uma revista endógena que seria avaliada como uma revista de baixa qualidade. Essa prática resulta no fato curioso que os textos publicados na revista de uma instituição não têm relação com as pesquisas que estão sendo feitas nesta instituição. Portanto, quando uma instituição monta uma revista acadêmica, ela passa a ter maior penetração no meio acadêmico. Entretanto, a instituição, por ter uma revista, não poderá divulgar todas as suas pesquisas nesta revista, pois será taxada de endógena.

Uma exceção à regra é a REGE, que identifica seus colaboradores da seguinte forma: “Nossos principais colaboradores são alunos e professores de Programas de Pós-graduação em Administração e alunos da graduação em Administração com orientação e co-autoria de professores”. Essa caracterização dos colaboradores indica que a revista está voltada para o ensino da pesquisa, entretanto sua forma de atuação e seu processo de aceitação de artigos são similares às demais revistas nacionais.

O modelo de negócio das revistas nacionais em administração, em que a instituição garante o suporte financeiro para publicação do periódico, admite o acesso livre às publicações científicas (*Open Access*). Essa conclusão feita para as revistas de administração,

provavelmente, pode ser expandida para as demais disciplinas. O Brasil se destaca, por exemplo, no *Directory of Open Access Journals* (DOAJ). Apesar de não ter número significativo de periódicos listados nas bases de dados do ISI ou SCOPUS, o Brasil é o segundo país em número de títulos no DOAJ, atrás apenas dos Estados Unidos (referente à quantidade total de títulos no DOAJ até 2009, fonte: www.doaj.org). Conclusão similar pode ser tirada da análise da base de dados do SCOPUS (dados até setembro/2009, fonte: http://www.info.scopus.com/detail/what/documents/title_list.xls). Nesta base de dados estão cadastrados 16.936 títulos de revistas (*journals*), sendo que 15.617 (92%) não são *Open Access*. As 201 revistas brasileiras representam 1,2% do total de títulos, dessas apenas 49 (24%) não são *Open Access*.

Os periódicos brasileiros em administração não participam das grandes bases e sistemas de buscas por artigos. Não há nenhuma revista na base ISI e, conseqüentemente, não são consideradas pelo JCR para serem avaliadas sobre seu fator de impacto. Na base da SCOPUS (até setembro/2009) estão apenas a RAE-eletrônica e a RAP. Essas duas bases, ISI e SCOPUS, possuem grande prestígio internacional e dão grande destaque às revistas cadastradas nelas. Deve-se ressaltar que a empresa que gerencia o ISI é a Thomson, que já foi uma editora de revistas acadêmicas, e a Elsevier, a maior editora de revistas acadêmicas no mundo, é a responsável pelo SCOPUS. Provavelmente pertencer a uma editora dificulta a revista oferecer acesso aberto, porém pode facilitar o cadastro nas grandes bases de dados.

Apesar de não estarem nas grandes bases internacionais, há uma tendência a se cadastrar (indexar) em outras bases. Um sistema importante no Brasil é o SciELO, uma biblioteca eletrônica de revistas científicas, que disponibiliza artigos completos de forma aberta. Nos últimos quatro anos, algumas revistas nacionais de administração passaram a integrar o SciELO. Atualmente, das 27 revistas analisadas, 7 (26%) estão presentes no SciELO,

O modelo de negócio das revistas brasileiras requer um sistema de publicação eletrônica desvinculado das grandes editoras comerciais. Algumas revistas desenvolveram o seu próprio site, mas parte significativa das revistas nacionais recorreu ao Open Journal Systems (OJS), que é um sistema gratuito, um software livre, para gestão e publicação de revistas acadêmicas desenvolvido pelo Public Knowledge Project. Esse sistema foi traduzido e customizado pelo Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e recebeu o nome de Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER). Das 27 revistas analisadas, 11 utilizam

o OJS/SEER e 16 possuem um site desenvolvido especificamente para a revista ou conjunto de revistas da mesma instituição, como pode ser visto no Quadro 8.

5.2.3. Grande parte das revistas foi criada nos últimos 15 anos

Das 27 revistas analisadas, 20 (74%) foram criadas após 1994. Esse número pode aumentar um pouco se considerado que a Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão passou a ser luso-brasileira apenas em 2002, antes a revista era exclusivamente portuguesa. A mediana da data de criação das revistas nacionais de administração é 1999, o primeiro quartil é 1994 e o terceiro, 2003. A quantidade de publicações acadêmicas em administração no Brasil teve uma forte expansão recentemente. Em 1947, surgiu a primeira revista que foi publicada continuamente até 1967, quando suas atividades foram interrompidas por dez anos. Na década de 60 foram criadas outras duas revistas e uma quarta publicação surgiu apenas em 1980. Foi na década de 90 que a quantidade de revistas cresceu significativamente. O Gráfico 3 procura sintetizar o histórico de criação das revistas nacionais em administração.

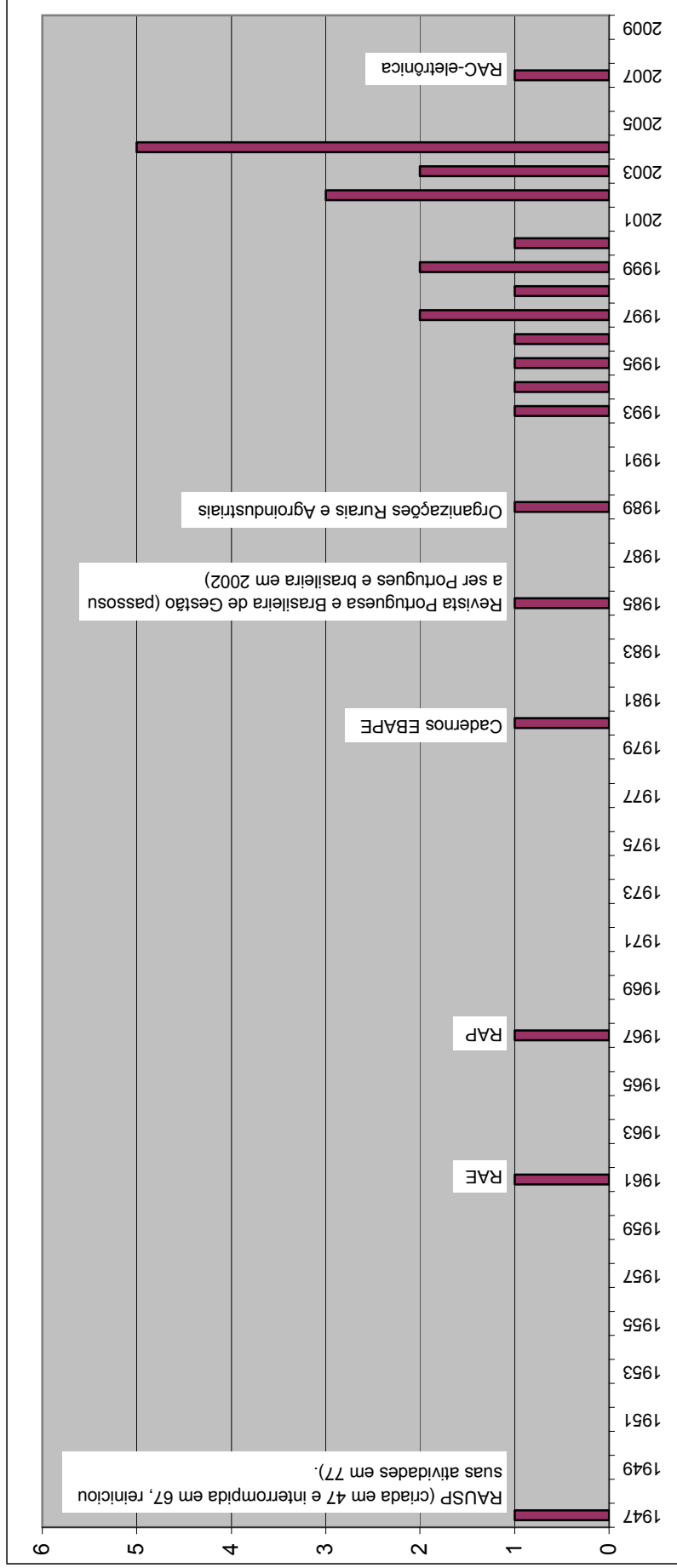


Gráfico 3 – Quantidade de revistas nacionais de administração criadas por ano

FONTE: Dados primários

5.2.4. O idioma das revistas é o português

Por serem brasileiras, não há nenhuma surpresa em ser o português o principal idioma encontrado nas revistas nacionais. Entretanto há uma tendência a usar o inglês para conseguir uma inserção internacional.

Das 27 revistas 3 disponibilizam seus artigos em inglês. A BAR – Brazilian Administration Review é uma revista com artigos só em inglês. A Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação dá preferência ao inglês, e publica os artigos neste idioma, mas segundo sua política editorial aceita artigos em português. O site desta revista possui diversas informações em português que não foram traduzidas para o inglês. A BBR - Brazilian Business Review publica seus artigos em inglês e português (todos os artigos estão nos dois idiomas). Essas três revistas foram criadas recentemente, as três iniciaram suas publicações em 2004.

A Revista Brasileira de Inovação não disponibiliza todos os seus artigos em inglês, mas há um equilíbrio entre os artigos escritos em inglês e os artigos escritos em português. Esta revista também é recente e foi criada em 2002.

As outras 23 revistas usam o português como o principal idioma. Apesar de aceitarem outros idiomas, 85% das revistas usam o português como língua dominante. É possível, no entanto, que haja uma tendência de o inglês ganhar espaço nas publicações nacionais. As 3 revistas que publicam todos os artigos em inglês estão entre o quartil das revistas mais recentes, que são aquelas criadas após 2003. A Revista Brasileira de Inovação também está próxima deste grupo.

Não é apenas a observação de que revistas criadas mais recentemente dão importância ao inglês que permite afirmar que há uma tendência para que este idioma cresça nas publicações nacionais. Outros motivos que confirmam/contribuem para esta tendência são:

- a) A única revista nacional classificada no estrato A do QUALIS é a BAR que usa apenas o idioma inglês.
- b) O editorial da RA-USP do número de julho-setembro de 2009 afirma: “Queremos estimular a submissão de textos em inglês e espanhol” (Reinhard, 2009). Esse não parece ser um desejo específico deste periódico.

- c) O uso do inglês facilita a leitura do texto por pessoas de outros países que não usam o português.

Isso não significa que todas as revistas nacionais irão publicar textos em inglês. Os periódicos voltados para a realidade nacional ou com textos que terão baixo impacto no meio acadêmico, provavelmente, continuarão a ser escritos em português. As revistas voltadas para a extensão e principalmente as voltadas para o ensino devem publicar textos em português, pois é muito grande o número de brasileiros (inclusive alunos de graduação em administração) que tem dificuldade em ler textos em inglês.

Por outro lado, as revistas que pretendam publicar pesquisas que possam ser lidas no mundo todo e classificadas como ebulição, evaporação ou reelaboração devem publicar seus textos em inglês. Essas revistas devem publicar apenas em inglês, como a BAR, ou em ambos os idiomas, como a BBR? Essa resposta não é simples e dependerá da linha editorial de cada revista. As publicações devem considerar as dificuldades de revisar os textos em dois idiomas, o que inclui corrigir erros de ortografia e gramática, definir se serão usadas as normas da ABNT ou uma norma internacional para citações etc. Também deve ser considerado que uma revista científica voltada para pesquisa (especialmente ebulição, evaporação ou reelaboração) é lida por pesquisadores da área. Esse público terá uma dificuldade bem menor que a média dos brasileiros de compreender textos em inglês.

5.2.5. As revistas são semelhantes em tipos de artigos e temática

Das 27 revistas nacionais analisadas, apenas 5 tratam de temas específicos: RAP – Revista de Administração Pública, Organizações Rurais e Agroindustriais, Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação, Revista Brasileira de Finanças e Revista Brasileira de Inovação. As duas primeiras tratam de um setor específico: setor público e agroindústria. As três últimas tratam de uma subárea da administração: informações, finanças e inovação. Uma revista, a RAI, tem um foco em inovação, mas aceita artigos de outras áreas da administração. As 21 revistas restantes publicam artigos em praticamente todas as áreas da administração, como marketing, finanças, recursos humanos etc.

Como as revistas são publicadas por instituições de ensino, que possuem cursos de pós-graduação *stricto sensu* em administração e não um curso de uma área específica da administração, as revistas tendem a ser abrangentes. As exceções são a Revista Brasileira de

Finanças, publicada pela Sociedade Brasileira de Finanças, e a Revista Brasileira de Inovação, publicada pela FINEP.

Além das revistas terem temas similares, os seus espaços também são ocupados por textos similares:

- a) Grande parte do espaço das revistas é usada para publicar artigos completos.
- b) As revistas não diferenciam na sua política editorial se estão mais voltadas para artigos teóricos ou empíricos.
- c) Não há editoriais longos e geralmente o editor é o único autor. Uma exceção ocorre nas apresentações de fóruns (diversos artigos sobre o mesmo tema), em que um editor convidado publica um texto, às vezes introdutório, sobre o tema do fórum.
- d) Não há espaço para artigos curtos que exponham os dados de uma pesquisa (*letters*). O mais próximo disso são as publicações de resenhas das teses e dissertações dos alunos da universidade que publica a revista.
- e) Há um pequeno espaço para resenhas de livros ou para um caso de ensino.
- f) Os textos são escritos em uma “linguagem científica” (impessoal, com grande número de citações e poucos exemplos), indicando que elas estão voltadas mais para a pesquisa do que para o ensino ou a extensão.

A similaridade das publicações permite fazer uma análise estratégica do modelo de negócio das revistas nacionais de administração. Neste modelo, as revistas são muito similares. Uma concorre com a outra sem diferenciação. O curioso desta observação é que a teoria de estratégia empresarial afirma que as empresas (ou produtos) devem se diferenciar ou encontrar um nicho. Ser igual às demais dificulta muito a possibilidade de destaque e o cliente passa a ver todos os produtos (no caso, revistas) de forma similar. Até revistas da mesma instituição competem entre si. A diferença da RAUSP e da REGE é que a primeira é classificada como B2 e a última como B3. As versões eletrônicas das revistas não têm grande diferença das versões impressas, motivo pelo qual já foi anunciado que a RAC-eletrônica e a RAE-eletrônica deixarão de ser publicadas no futuro. Essa união de produtos iguais promovida pela RAE e RAC é a aplicação dos conceitos preconizados em estratégia e marketing empresarial às revistas acadêmicas. Apesar disso, atualmente a diferenciação significativa entre as revistas brasileiras de administração está mais calcada na qualificação no QUALIS do que em focar um tema ou público específico.

Como as revistas estão voltadas para a pesquisa, não é fácil classificar se elas estão voltadas para ebulição, evaporação, condensação ou reelaboração (classificação sugerida por Trzesniak, 2001a). As revistas A2, B1 e a RAUSP (se não atualmente, pela sua história) são as revistas que podem ter artigos de ebulição, evaporação ou transformação. As demais estão muito voltadas para condensação, seja publicando pesquisas de revisão bibliográfica ou pesquisas que ratificam um conhecimento existente.

As revistas costumam seguir o modelo: pequeno editorial, artigos e uma resenha ou caso de ensino no final. A exceção é a RAE. Esta revista publica diversos fóruns, pensatas (artigos para debate que não se encaixariam como uma perfeita pesquisa científica), clássicos (artigos importantes publicados em revistas internacionais), sugestões bibliográficas (não apenas uma resenha, mas uma indicação de um conjunto de livros sobre um determinado tema). Este formato mais diversificado da RAE faz com que ela seja uma revista voltada para pesquisadores em administração, não apenas para avançar o conhecimento da administração, mas com grande foco na disseminação do conhecimento.

A Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão não é uma exceção como a RAE, mas publica uma seção com artigos traduzidos da Sloan Management Review. Os artigos da revista são científicos, mas o artigo traduzido para o português da SloanMR é voltado para profissionais. Essa situação pode levantar dúvida se a revista tem foco e se tenta agradar dois públicos distintos. Assim como a falta de diferenciação das revistas, a falta de foco também pode ser classificada como um erro na gestão estratégica empresarial.

A análise estratégica das revistas nacionais levanta a dúvida se esse é um caso em que as teorias da administração não se aplicam ou se a competição é tão pequena que não há necessidade de implementar essas teorias.

5.2.6. As revistas voltadas para extensão

Como as revistas analisadas estão voltadas para pesquisa, foi feita uma busca na lista do QUALIS por revistas com foco em ensino ou extensão. Não foi encontrada nenhuma revista voltada para o ensino e foram encontradas três revistas voltadas para a extensão: HSM Management, MundoPM e GV Executivo.

As três revistas são classificadas no estrato C do QUALIS e têm características bem distintas das 27 revistas analisadas. As revistas voltadas para o público executivo são pagas, isto é, elas não são *Open Access*. Apenas a GV Executivo tem um sistema de revisão por pares, nas demais os textos são selecionados pelo editor. Os artigos não seguem o estilo científico, sendo produzidos sem os jargões típicos de uma pesquisa. Apenas a GV Executivo está ligada a uma universidade, as demais são produtos de empresas privadas.

A Harvard Business Review – Brasil não é classificada no QUALIS, mas poderia estar junto da HSM Management ou MundoPM. O conteúdo destas revistas não está voltado para pesquisa científica, com todo o rigor que este nome carrega, mas para teoria e novas ideias sobre administração. A baixa pontuação das revistas voltadas para a extensão mostra o quanto a pós-graduação está vinculada com a pesquisa acadêmica, valorizando pouco a aplicação e a divulgação deste conhecimento. Isso ocorre mesmo nas ciências aplicadas, onde se enquadra a administração.

Na avaliação do docente de pós-graduação não é valorizada a publicação de artigos voltados para extensão ou ensino, portanto o professor de pós-graduação não tem incentivo para publicar este tipo de texto. No caso do ensino em administração, que responde por aproximadamente 15% das matrículas do ensino superior (MEC, 2009), há muitos professores que não estão vinculados com a pós-graduação. Provavelmente a maioria destes professores segue um livro-texto e se atualiza lendo revistas que não foram escritas por pesquisadores da área. Revistas com caráter jornalístico, como Exame, devem prevalecer. Em seguida devem vir as revistas voltadas para a extensão, que trabalham com alguma teoria, como a HSM Management. As revistas científicas, que publicam os textos dos professores de pós-graduação, serão lidas por poucos professores que compreendem a linguagem científica e estão interessados no avanço do conhecimento através de pesquisas científicas. Ou seja, possivelmente a produção acadêmica da pós-graduação em administração esteja voltada apenas para a pós *stricto sensu*.

Isso não significa que a pesquisa deva deixar de ser importante para o professor da pós-graduação. As avaliações da CAPES devem continuar valorizando este aspecto. A publicação de pesquisas científicas que avancem o conhecimento da área é uma das tarefas que mais dá prestígio para um professor. É importante que isso continue assim. Porém, no Brasil, onde grande parte dos alunos do ensino superior cursa bacharelado em administração, publicar

textos para o ensino também deveria ser valorizado. Nas revistas classificadas no QUALIS, apenas o caso de ensino, publicado por algumas revistas, atende ao ensino de administração.

Além da falta de textos em periódicos para o ensino, o sistema de avaliação dos professores pela publicação de pesquisa não incentiva que as Universidades publiquem revistas voltadas para a vulgarização do conhecimento. Este tipo de revista é publicado por editoras comerciais. O modelo de negócio das revistas acadêmicas nacionais cria um sistema, em que o acesso aos artigos científicos de pesquisa para o avanço do conhecimento é livre (*Open Access*). Desta forma, qualquer pessoa pode acessar o texto científico, cheio de jargões da área e modelos matemáticos complexos. Já a síntese deste conhecimento e a divulgação de como aplicá-lo passa a ser uma tarefa secundária na pós-graduação. As editoras comerciais (ou universidades internacionais como a Harvard) passam a atuar na publicação de textos para extensão, cobrando pelo acesso ao conhecimento. Desta forma, os textos voltados para pesquisadores têm o acesso livre no Brasil, mas os que consolidam o conhecimento, de leitura mais fácil para não pesquisadores, têm o acesso restrito.

5.3. Características das revistas internacionais

A revista internacional de administração típica:

- a) É publicada por uma editora;
- b) Restringe acesso aos seus artigos disponibilizados na internet;
- c) É publicada há mais de 20 anos;
- d) Tem origem americana, inglesa ou holandesa;
- e) Usa o inglês;
- f) Possui uma temática específica, buscando uma diferenciação em relação às demais revistas;
- g) Grande parte do espaço das revistas é usado para publicar artigos completos, mas há revistas que publicam textos sobre aplicação do conhecimento, atingindo um público formado por profissionais e não apenas por pesquisadores da área.

Os dados levantados, que suportam esta caracterização da revista de administração internacional típica, serão expostos e comentados nos itens seguintes. Essa análise recorrerá ao ranking das revistas, usando o fator de impacto como critério de ordenação. Desta forma a primeira colocada no ranking será a que possui o maior fator de impacto.

5.3.1. As revistas são publicadas por uma editora

Das 139 revistas analisadas, 115 (83%) são publicadas por editoras, 14 (10%) são publicadas por uma associação (sociedade ou instituto), 9 (6%) são publicadas por universidades e 1 (1%) é interinstitucional (publicada por três universidades em conjunto). As revistas publicadas por editoras geralmente possuem uma entidade responsável pela revista (*sponsor*), que geralmente é uma associação (sociedade, instituto ou rede), conferência (congresso, encontros) e poucas universidades. Apenas em duas revistas foram identificados que os responsáveis eram universidades: Cornell Hospitality Quarterly, cujo responsável é a Cornell University, e Negotiation Journal, cujo responsável é o Program on Negotiation at Harvard Law School.

Universidades

Das 9 revistas, consideradas como sendo publicadas por universidades, 2 são publicadas pela Oxford University Press e 1 pela University of Chicago Press. Ou seja, 3 revistas são publicadas por editoras universitárias e boa parte do conselho editorial da revista não pertence à universidade, inclusive o editor científico da revista. A *Administrative Science Quarterly*, publicada pela Cornell University, também tem boa parte do conselho editorial de fora desta universidade, inclusive o editor da revista. Apenas as 5 revistas restantes, além de serem publicadas por uma universidade, têm grande parte da sua gestão e de seu corpo editorial vinculado a universidade. São elas: *Harvard Business Review*, *California Management Review*, *Sloan Management Review*, *Business History Review* (publicada pela Harvard) e *South African Journal of Economic and Management Sciences* (publicada pela University of Pretoria).

Das poucas revistas internacionais geridas por universidades, apenas a *Administrative Science Quarterly* se destaca em pesquisa, sendo a 12ª no ranking por fator de impacto. A *Business History Review* e a *South African Journal of Economic and Management Sciences*, apesar de serem voltadas para pesquisadores, estão na 133ª e 137ª posição no ranking, respectivamente.

Entre as revistas geridas por universidades, as que mais destacam são as voltadas para profissionais. No ranking por fator de impacto, elas estão nas posições: 39ª (*Harvard Business Review*), 75ª (*California Management Review*) e 76ª (*Sloan Management Review*). Estas revistas são voltadas para executivos e, provavelmente, estejam mais ligadas aos MBAs e às consultorias dos professores dessas instituições que a seus programas de doutorado.

Entre as revistas brasileiras, 2 eram publicadas por mais de uma instituição de ensino (a RAI - *Revista de Administração e Inovação* e a *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*). Entre as 139 revistas internacionais há apenas 1 que é interinstitucional, a *Transformations in Business & Economics*. Esta revista é gerida por 3 universidades: Vilnius University da Lituânia, Brno University of Technology da República Tcheca e University of Latvia da Letônia. Ela está na 46ª posição no ranking por fator de impacto. Essa posição pode ser considerada muito boa, pois, se desconsideradas as revistas dos EUA, Inglaterra e Holanda, ela passa a ser a primeira do ranking. Essa revista pode ser um modelo para apoiar a internacionalização das revistas brasileiras. Ela foi criada em 2002 e, apesar de ser gerida pela Vilnius University, ela divide a gestão com outras universidades de outros países. Já existe no Brasil revista gerida por instituições de diferentes nacionalidades. Este é o caso da *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão* que é publicada por instituições de países diferentes.

Associações

Apenas 14 revistas estão vinculadas a uma associação e não são publicadas por editoras comerciais. Apesar de serem em pequeno número, essas revistas têm grande influência na área de administração. Das 5 revistas com maior fator de impacto em 2008, 4 eram ligadas a uma associação, sem o apoio de uma editora (ver Quadro 9).

Quadro 9 – Revistas com maior fator de impacto e tipo de instituição

Fator de Impacto	Revista	Instituição que publica a revista	Tipo de instituição
6,125	Academy of Management Review	Academy of Management (AOM)	Associação
6,079	Academy of Management Journal	Academy of Management (AOM)	Associação
5,183	MIS Quarterly	Association for Information System (AIS)	Associação
4,095	Journal of Retailing	Elsevier	Editora
3,598	Journal of Marketing	American Marketing Association (AMA)	Associação

FONTE: Elaborado pelo autor com base nos dados do Journal Citation Reports (JCR) e sites das revistas e associações.

A Academy of Management (AOM), além das duas revistas com maior fator de impacto, publica o Academy of Management Learning & Education (11^a no ranking por fator de impacto) e o Academy of Management Perspectives (74^a no ranking). A AOM criou 4 revistas bastante diferentes. A revista Learning & Education é voltada para o ensino de administração e as outras 3 apresentam uma temática abrangente, atendendo todas as áreas da administração. Apesar da temática similar, o estilo do artigo de cada uma é bastante diferente. A AOM Review aceita apenas artigos de revisão, que, segundo a categoria proposta por Trzesniak (2001a), são classificados como *ebulição*. Sua missão é publicar artigos que proporcionem “novos insights teóricos que avancem a nossa compreensão da administração e das organizações”¹⁹. Diferente do AOM Journal, que publica pesquisa empírica, podendo ser classificada como uma revista de *evaporação*. O AOM Perspectives, antigo AOM Executive, publica artigos voltados para extensão focando o público executivo, mas exige que os textos publicados na revista tragam alguma contribuição: os leitores devem aprender algo que não poderiam apreender apenas com a leitura das pesquisas originais. O foco é a extensão, incluindo divulgação e aplicação, mas também há alguma reelaboração nos textos da AOM Perspectives. A AOM possui publicações para pesquisa, ensino e extensão. No caso da

¹⁹ new theoretical insights that advance our understanding of management and organizations.

pesquisa, ponto forte da AOM, há duas revistas, uma voltada para pesquisa empírica e outra para contribuições teóricas.

A American Marketing Association (AMA) também publica 4 revistas avaliadas pelo JCR: Journal of Marketing (5ª revista no ranking), Journal of Marketing Research (18ª no ranking), Journal of International Marketing (48ª no ranking) e Journal of Public Policy & Marketing (85ª no ranking). Diferente da AOM, a AMA não diferenciou suas revistas (*journals*) pelo tipo de artigo, mas por subtemas do marketing. Isso não significa que a AMA está voltada apenas para a pesquisa, pois, além das revistas científicas, ela publica 3 revistas (*magazines*) voltadas para a extensão (prática e divulgação do conhecimento). Desta forma, a AMA separa suas publicações para pesquisa das publicações para extensão.

A Association for Information Systems (AIS), que publica o MIS Quarterly, é outra associação que merece destaque. O MISQ publicava apenas uma revista, com seções distintas para cada tipo de artigo: empíricos, ensaios, comentários, opiniões e revisões de teoria. Por entender que o público é diferente para cada tipo de artigo, o MISQ está desenvolvendo duas novas publicações: MISQ Theory and Review e MISQ Executive. A primeira está mais voltado para divulgação e reelaboração do conhecimento, enquanto o segundo está voltado para a aplicação.

Editoras

Grande parte das revistas internacionais é publicada por editoras (82,7% ou 115 revistas). Esse modelo de negócio permite algum ganho de eficiência no modelo de gestão das revistas. As grandes editoras possuem sites padronizados, equipe de revisão e base de dados para busca de artigos. Por outro lado, esse modelo torna uma atividade restrita à academia em um negócio gerido por grandes empresas com fins lucrativos. O custo da assinatura das revistas é muito alto e vem aumentando em taxas maiores que a inflação.

Geralmente as revistas possuem uma instituição que é a responsável acadêmica pela revista (*sponsor*). Algumas vezes é esta instituição, e não a editora, que detém os direitos autorais dos artigos publicados.

Outra característica deste modelo de negócio é a pequena quantidade de editoras que dominam o mercado. Apenas 6 editoras publicam 68,3% das revistas avaliadas pelo JCR em administração (management) e negócios (business). Outras 10 editoras publicam 14,4% das

revistas. O Gráfico 4 mostra a concentração de instituições que publicam revistas avaliadas pelo JCR. Foram apresentadas no gráfico apenas as instituições que possuem mais de uma revista avaliada pelo JCR em 2008.

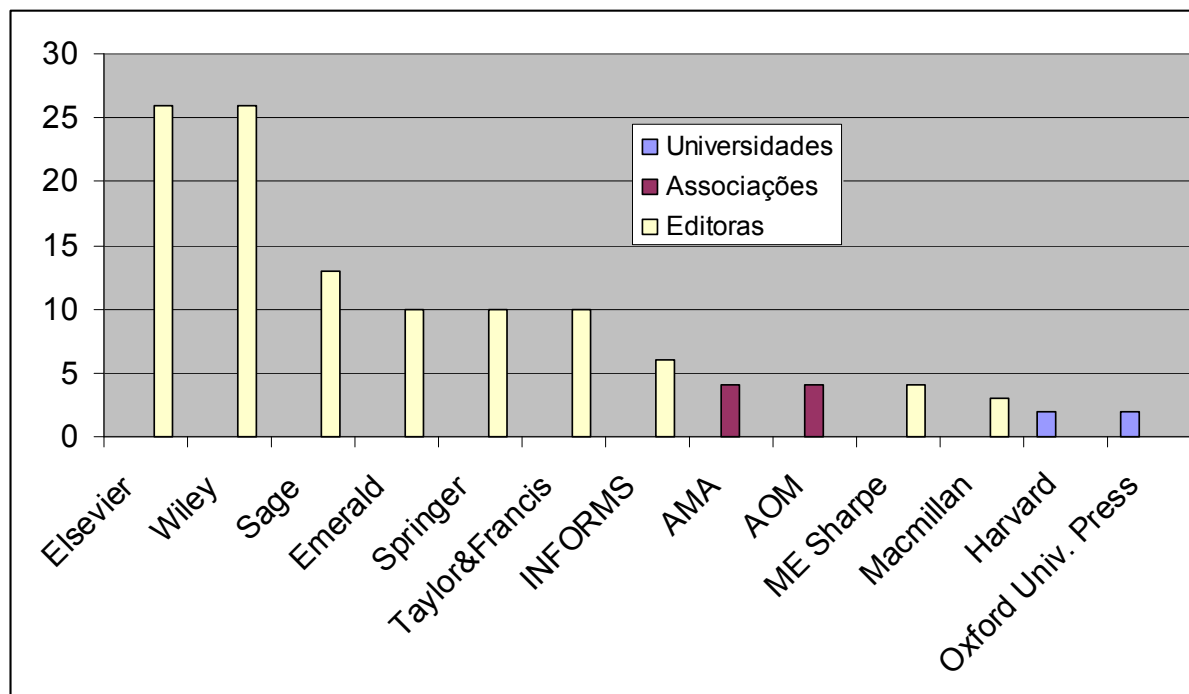


Gráfico 4 – Número de revistas avaliadas pelo JCR em 2008 por instituição (apresentadas apenas as instituições com mais de uma revista avaliada pelo JCR em 2008)

FONTE: Dados primários

5.3.2. As revistas não oferecem acesso livre aos seus artigos

Apenas 1 revista (1% do total) não restringe o acesso pela internet aos seus artigos. Esta revista é a número 138 no ranking de fator de impacto, a penúltima desta lista. Essa situação é oposta à situação das revistas nacionais, em que todas as revistas liberam acesso aos seus artigos.

Uma das explicações para a restrição de acesso é a grande quantidade de editoras comerciais cuja receita provém das assinaturas das revistas. Entretanto, nem as revistas vinculadas com universidades nem as revistas de associações liberam acesso aos seus artigos. A revista que oferece acesso a seus artigos via internet é publicada por uma editora: Academic Journals.

A Academic Journals é uma editora africana que publica *Open Access Journals*, ou seja, revistas acadêmicas que liberam seu conteúdo sem restrição. Essa editora não segue o modelo

brasileiro, no qual, a instituição que publica a revista financia seus custos. Os autores que têm seus artigos aprovados pagam uma taxa para publicá-los. É um modelo em que o autor, e não o leitor, paga o custo da publicação do artigo.

Apesar de não ter revistas abertas, a Springer (uma editora comercial) opera um programa chamado Springer Open Choice que oferece a opção de os autores deixarem seus artigos disponíveis na internet (*full open access*) em troca do pagamento de uma taxa.

Entre as revistas internacionais não foi encontrada nenhuma revista que siga o modelo das revistas brasileiras, no qual a instituição de ensino arca com todos os custos de publicação.

5.3.3. As revistas têm mais de 20 anos

As revistas internacionais são antigas e têm um longo histórico de publicações. As revistas mais antigas que foram avaliadas pelo JCR, em 2008, são:

- a) Harvard Business Review, de 1922;
- b) Journal of Retailing, de 1925;
- c) Business History Review, de 1926;
- d) Fortune, de 1930;
- e) Journal of Marketing, de 1936;
- f) Human Relations, de 1947;
- g) Journal of the Operational Research Society, de 1950;
- h) Management Science, de 1954;
- i) IEEE Transactions on Engineering Management, de 1954.

A década de 80 foi a que teve o maior número de revistas criadas. No Brasil, o período com maior criação de revistas foi entre 1995 e 2004. O Gráfico 5 mostra quando foram criadas as revistas avaliadas pelo JCR em 2008.

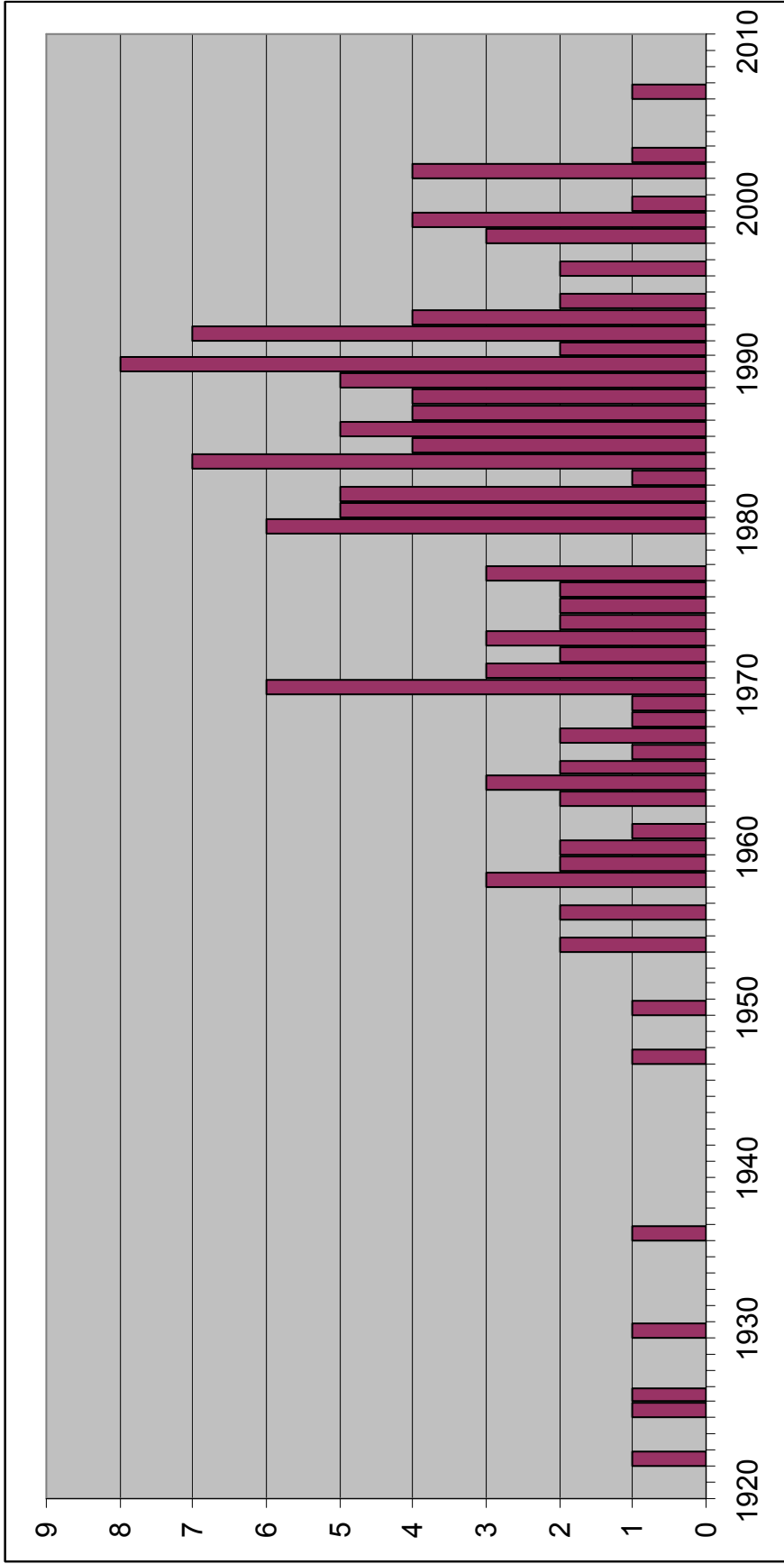


Gráfico 5 – Quantidade de revistas internacionais criadas a cada ano
FONTE: Dados primários

5.3.4. As revistas têm origem americana, inglesa ou holandesa

As publicações internacionais em administração são dominadas por três países: Estados Unidos, Inglaterra e Holanda. Como são desses países as principais editoras científicas e bases de dados de revistas, não é estranho serem estes os países com maior número de revistas acadêmicas.

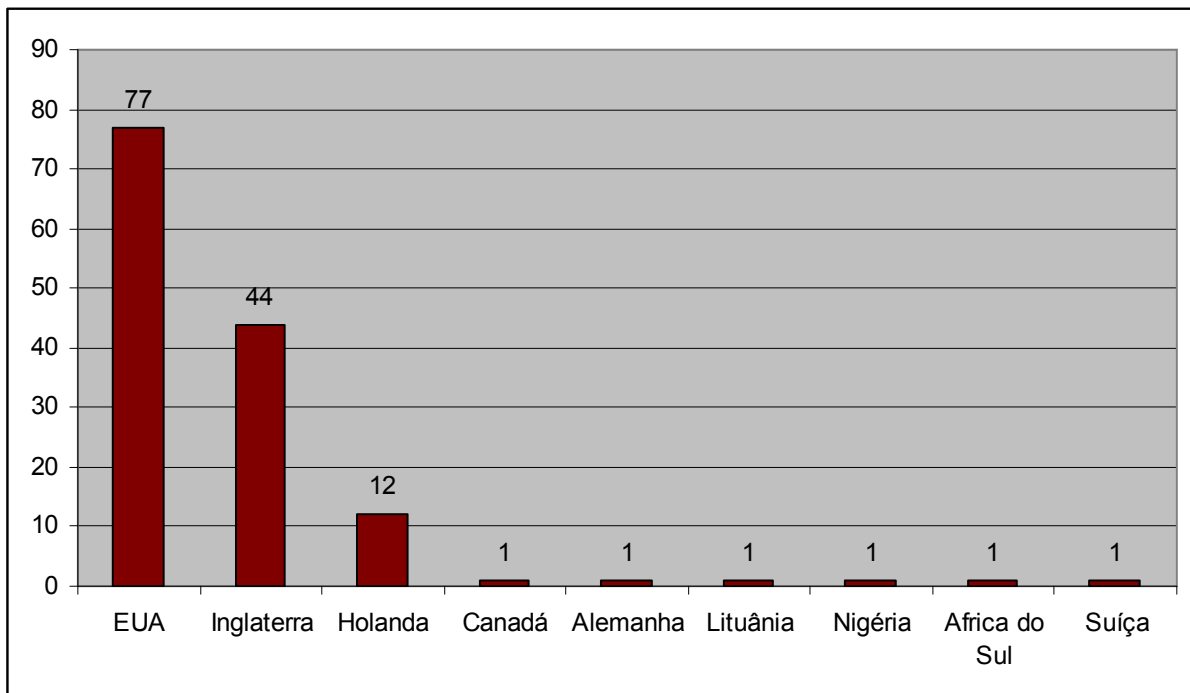


Gráfico 6 – Número de revistas avaliadas pelo JCR em 2008 por país

FONTES: Dados do JCR

O Gráfico 6 mostra o número de revistas publicadas por país. O fato de os dois países com maior número de revistas serem de língua inglesa reforça o domínio deste idioma nas revistas internacionais de administração.

5.3.5. As revistas são publicadas em inglês

Das 139 revistas, 134 (96%) são publicadas em inglês. Há apenas 1 revista em que o inglês não é o idioma principal. A Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis é publicada em alemão.

As 4 revistas restantes são classificadas como multi-idioma. Porém, em 3 delas o inglês domina fortemente, sendo que nos últimos números todos os artigos foram publicados em

inglês. Apenas uma revista tem artigos publicados em inglês e francês: *Canadian Journal of Administrative Sciences – Revue Canadienne des Sciences de L'Administration*.

Entrar no grupo de revistas internacionais é mais difícil se a candidata não for publicada por uma grande editora, não usar o inglês como idioma dos seus artigos e não for de origem americana, inglesa ou holandesa. Essas características se reforçam, pois, para entrar nas bases do JCR, é necessário que a revista já tenha sido citada pelas revistas que pertencem a esta base. Revistas com características iguais as que estão na base de dados têm mais chance de serem citadas que revistas muito diferentes.

Uma revista provavelmente terá muitos de seus artigos citados em outras revistas de seu próprio país. Uma revista americana atrairá autores americanos e será citada por artigos de outras revistas dos Estados Unidos. Como grande parte das revistas no JCR é americana, uma nova revista dos Estados Unidos terá maior chance de ser aceita nas bases de dados do JCR. Uma revista brasileira, que tenha diversos autores sul-americanos e artigos citados por diversas revistas sul-americanas, não terá nenhuma citação na base de dados do JCR e provavelmente não será aceita.

Estar em uma grande editora também facilita ter artigos citados pelas revistas avaliadas pelo JCR. As grandes editoras possuem sites de busca para encontrar artigos. A busca por um artigo de uma revista importante de uma editora levará a links para outros artigos sobre o mesmo tema publicados por outras revistas desta mesma editora. Desta forma, estar em uma editora aumenta a chance de uma revista ser procurada por um pesquisador.

Como os artigos das revistas avaliadas pelo JCR estão em inglês, este é o idioma que a maioria dos pesquisadores usará para encontrar artigos para referenciar as suas pesquisas. Além disso, os autores que possuem artigos nas bases do JCR precisam saber inglês, seja por terem escrito artigos diretamente neste idioma, seja por terem que rever a tradução dos seus manuscritos para o inglês. A conjunção destes dois fatos - a busca por artigos é feita em inglês e grande parte dos pesquisadores domina este idioma - torna mais fácil citar um artigo em inglês em outro artigo de uma revista que está nas bases do JCR.

No caso do idioma, ele não é importante apenas para o artigo ser citado. A Thomson Reuters (responsável pelo JCR) considera que o inglês é a língua universal da ciência no período em que vivemos. Por isso, a empresa dá preferência às revistas que publicam artigos completos

em inglês ou, ao menos, a informação bibliográfica neste idioma. Portanto, uma revista em português, por exemplo, sofre uma barreira linguística formal para entrar nas bases de dados do JCR.

5.3.6. As revistas procuram se diferenciar

As revistas internacionais foram agrupadas por tema e o número de revistas em cada tema está descrito na Tabela 5. Essa classificação foi feita com base no nome das revistas e na sua missão. Muitas vezes o nome da revista é suficiente para classificá-la, mas isso pode levar a alguns enganos. A International Marketing Review, por exemplo, salienta em seu site que é uma revista de marketing internacional e não uma revista internacional de marketing.

Tabela 5 – Revistas internacionais agrupadas por tema

Temas	Número de Revistas	Percentual	Temas	Número de Revistas	Percentual
Abrangente	29	21%	Ética	2	1%
Marketing	20	14%	Finanças	2	1%
Empreendedorismo	7	5%	História dos negócios	2	1%
P&D – tecnologia	7	5%	Pesquisa operacional	2	1%
Comportamento Organizacional	6	4%	Turismo	2	1%
RH	6	4%	Administração Pública	1	1%
Psicologia	5	4%	Agricultura	1	1%
Sistemas de Informação	5	4%	Cadeia de Suprimentos	1	1%
Previsão	4	3%	Competição	1	1%
Produção	4	3%	Direito	1	1%
Estratégia	3	2%	Esporte	1	1%
Internacionalização	3	2%	Gênero	1	1%
Serviço	3	2%	Governança	1	1%
Teoria dos sistemas	3	2%	Liderança	1	1%
Comércio Eletrônico	2	1%	Negociação	1	1%
Comunicação	2	1%	Qualidade	1	1%
Consumidor	2	1%	Varejo	1	1%
Decisão	2	1%	Metodologia	1	1%
Ensino	2	1%	Ambiente	1	1%

FONTE: Dados primários

Dois temas tiveram destaque pela quantidade de revistas: marketing e abrangente. A temática “abrangente” considera as revistas que englobam todo o campo da administração. Alguns artigos destas revistas são de áreas específicas, mas a revista como um todo é abrangente.

Sob o tema de “marketing” foram classificadas 20 revistas. Mas isso não significa que elas tenham o mesmo foco. Duas são específicas de pesquisa de marketing, duas de marketing internacional e três estão ligadas com publicidade. Há uma revista voltada para um setor

específico (business to business), outra voltada apenas para artigos curtos (*letters*) e outra voltada para pesquisa quantitativa e econômica. Muitas revistas são voltadas para a pesquisa, mas algumas possuem foco em ensino ou extensão. Apesar do grande número de revistas de marketing, elas são diferentes e não concorrem diretamente entre si.

No caso das revistas abrangentes, a competição é maior, mas isso não significa que as 29 revistas abrangentes compitam entre si. As importantes revistas voltadas para pesquisa possuem características próprias. A AOM Review só aceita revisões e a AOM Journal só aceita pesquisa empírica. O Administrative Science Quarterly (ASQ) publica vários tipos de artigos, mas sua principal especialidade é a pesquisa qualitativa, devido a uma edição especial sobre o tema, em 1979. O Organizational Studies possui uma linha editorial que incentiva a pluralidade de paradigmas.

Além do grupo de importantes revistas voltadas para pesquisa, há as revistas voltadas para extensão: Harvard Business Review, Academy of Management Perspectives, California Management Review, Sloan Management Review e Fortune. A Fortune é bem distinta das demais por ser uma revista jornalística (magazine) e não, acadêmica. A AOM Perspectives, apesar de ser voltada para executivos, ainda é muito próxima à academia. As outras 3 revistas competem entre si.

O terceiro grupo de revistas abrangentes é formado por revistas com baixo fator de impacto e temática bastante abrangente: Transformations in Business & Economics, Canadian Journal of Administrative Sciences, South African Journal of Economic and Management Sciences e African Journal of Business Management. Estas revistas são dos Estados Unidos, Inglaterra ou Holanda e, provavelmente, agrupam as principais pesquisas de um país ou região. Essa temática abrangente certamente facilitou que estas revistas se destacassem em seus países de origem, mas dificultará o destaque internacional. Usando a linguagem de Porter (1992), entre competidores mais fracos, num nicho geográfico, estas revistas se destacaram. Entretanto, em uma arena mais abrangente e de maior competição, é mais difícil se destacar tentando ser bom em tudo. Na competição internacional, estas revistas estão no “meio termo”, sem vantagem competitiva.

As revistas internacionais possuem temas específicos e, caso isso não ocorra, elas se especializam em um tipo específico de artigo (teórico, empírico quantitativo ou empírico qualitativo).

5.3.7. As revistas internacionais não estão voltadas apenas para pesquisa

O critério usado pelo JCR para determinar a qualidade de uma revista é bastante distinto do utilizado pelo QUALIS da CAPES. Enquanto o QUALIS foca nas revistas voltadas para a pesquisa, por ser este o foco da pós-graduação *stricto sensu*, o JCR foca na citação das revistas em sua base de dados.

Uma revista jornalística (*magazine*), como a *Fortune* (ou a *Forbes*, que apareceu no JCR em anos anteriores), não seria avaliada pelo QUALIS e revistas com alto fator de impacto, como a *Harvard Business Review*, seriam, provavelmente, classificadas como C (como é o caso da *GV Executivo*).

O que os dados do JCR mostram é que as revistas não voltadas para pesquisa influenciam a pesquisa e são citadas por pesquisadores da área. Nas demais áreas do conhecimento, provavelmente as *magazines* não geram conteúdo para os pesquisadores, mas em administração isso é bastante comum. As revistas jornalísticas (*magazines*) de negócio geram dados que são citados em pesquisas empíricas, destacando-se a *Fortune 500* e *Melhores e Maiores da Exame*. Vieira (1998) levantou que, nas citações da área de marketing do EnANPAD, havia poucas referências a periódicos nacionais, mas a maioria destas referências tratava-se de jornais (*newspapers*) e revistas (*magazines*).

Apesar de o JCR permitir a entrada de periódicos não voltados especificamente para pesquisa, apenas 20% dos periódicos não são voltados especificamente para pesquisadores. Dos 80% restantes, grande parte do espaço das revistas é usado para publicar artigos completos, mas há revistas que publicam seções de casos (de ensino) e resenhas de livro.

Extensão (aplicação e divulgação)

Apesar de serem poucas, há algumas revistas voltadas especificamente para a aplicação do conhecimento entre as revistas internacionais: *HBR*, *AOM Perspectives*, *Sloan MR*, *California MR* e *Interfaces*.

Algumas revistas buscam aliar a pesquisa com a aplicação, exigindo artigos que tenham uma contribuição para a prática e evitem jargões acadêmicos. Apesar de este discurso ser comum (tanto nas revistas nacionais quanto internacionais), em muitas destas revistas e em todas as nacionais é comum encontrar artigos com descrições metodológicas e estatísticas próprias da

academia e desconhecidas pelos executivos. As revistas que procuram atender tanto a pesquisa quanto a aplicação do conhecimento deveriam negar artigos “muito acadêmicos”. A Management Sciences resolve o problema da diferença entre o texto para aplicação e o para pesquisa, distinguindo um do outro. Em vez de buscar um “artigo científico-aplicado”, onde as duas linguagens se misturam, a Management Sciences criou uma seção para o autor explicar a aplicação do conhecimento criado no artigo científico. Desta forma, uma coisa não precisa se misturar com a outra.

Uma alternativa usada por algumas revistas internacionais, como a Technovation, é a seção de casos ilustrativos. Mostrar a aplicação de uma teoria ou ferramenta é de interesse prático, mas não traz grande contribuição teórica. No Brasil, alguns artigos acadêmicos de administração são a aplicação de uma ferramenta transformada em um estudo de caso. No exterior, há revistas voltadas para a prática que aceitam publicar casos ilustrativos. Neste caso, a linguagem é voltada para a prática e não, para a construção do conhecimento.

Há algumas revistas voltadas para a divulgação do conhecimento, que fazem revisões da literatura ou encomendam artigos (em vez de serem submetidos e avaliados por pares). Não é fácil distinguir quanto estas revistas ou seções de revistas estão focadas em pesquisa (fazendo a condensação), ensino ou extensão. Revistas voltadas para a aplicação, com artigos empíricos voltados para a prática e casos ilustrativos, têm revisões voltadas para a disseminação do conhecimento (classificada como extensão).

Quando a revisão é feita em uma revista focada no ensino (geralmente MBA e não graduação), com casos de ensino e muitas pesquisas empíricas voltadas para o ensino de administração, os artigos de revisão têm uma característica de ensino.

Nas revistas voltadas para pesquisadores, às vezes, é feita uma revisão com um caráter de ensino. Esta revisão mostra os caminhos da pesquisa em determinados temas com o intuito de orientar os novos pesquisadores da área.

Há, portanto, artigos de revisões, que não contribuem com um ponto de vista novo, e que servem para ensino, pesquisa e extensão. Cada um deles deve ser publicado em periódicos distintos, pois o público de ensino, pesquisa e extensão é diferente.

Ensino

Há seções de casos ou notas de ensino em diversas pesquisas, mas o destaque no ensino está nas duas revistas internacionais voltadas exclusivamente para o ensino de gestão: *Academy of Management Learning & Education* e *Management Learning*. As revistas não são didáticas, voltadas para os alunos de graduação, mas são voltadas para os professores. O foco destas revistas é aprimorar o ensino e não ensinar teoria por meio de artigos.

5.4. Comparação das revistas nacionais com as internacionais

A primeira diferença entre as revistas está relacionada com a instituição que publica as pesquisas. No Brasil, as revistas são publicadas por instituições de ensino, o que resulta em uma revista genérica, aberta e escrita em português. Como o crescimento da pós-graduação em administração no Brasil é recente, também é recente a criação de novas revistas acadêmicas.

As revistas internacionais são publicadas por uma editora, sob responsabilidade acadêmica de uma associação. Esse modelo de negócio resulta em revistas diferenciadas (para competirem mais entre si), com acesso restrito ao seu conteúdo e publicadas em inglês.

O Quadro 10 resume as características levantadas das revistas brasileiras e internacionais na área de administração.

Quadro 10 – Comparação entre revistas brasileiras e internacionais de administração

	Brasil	Internacional
Amostra	Revistas classificadas de A1 a B3 no QUALIS	Revistas de Management e Business avaliadas pelo JCR
Total de revistas	27	139
Publicado por	Universidades (81%)	Editoras comerciais (83%)
Acesso	Livre (100%)	Pago (99%)
Idade da revista	¾ com menos de 15 anos	¾ com mais de 20 anos
Idioma	Só português , com poucos textos completos em outros idiomas (85%)	Só inglês (96%), inglês e outro idioma (3%) e só 1 revista não é preferencialmente em inglês
Diferenciação	Revistas similares	Revistas diferentes
Tema da revista	Administração como um todo (81%)	Administração como um todo (21%)
Tipo de artigo	Similar, não há revista que priorize um tipo de artigo	Algumas das revistas que não se especializam em um tema, focam em um tipo de artigo, como: <ul style="list-style-type: none"> - artigos de revisão - artigos qualitativos - artigos aplicados (voltados para a prática)
Funções da Universidade	Praticamente voltada apenas para pesquisa	Prioriza pesquisa, mas atende ensino e extensão
Pesquisa	Todas as revistas publicam artigos (teóricos ou empíricos voltados para pesquisadores e para o avanço do conhecimento)	80% das revistas são voltadas principalmente para pesquisadores. Assim como nas brasileiras há seções de casos (ensino) ou resenhas de livros (divulgação)
Extensão (divulgação e aplicação do conhecimento)	<ul style="list-style-type: none"> - A seção RAE-clássicos tem uma função de divulgar o conhecimento. - A RPBG publica textos da Sloan Mang Review - A RBI (da FINEP) possui uma seção de “ideias fundadoras”. 	<p>Aplicação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Há as revistas voltadas para executivos: HBR, AOM Perspectives, SloanMR, California MR e Interfaces. - Os artigos da Management Sciences possuem uma seção para explicar a aplicação do conhecimento criado no artigo. - Algumas revistas, como a Technovation, publicam casos ilustrativos. - Há 1 revista comercial: Fortune <p>Divulgação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Há revistas de revisão, algumas aceitando apenas artigos convidados:
Ensino	A RAC e a REAd publicam casos de ensino.	<ul style="list-style-type: none"> - Há 2 revistas voltadas exclusivamente para o ensino de administração. - Algumas revistas publicam casos de ensino. - Algumas publicam notas para ensino

FONTE: Elaborado pelo autor

6. SITUAÇÃO DESEJADA

A descrição da situação atual de certa forma conduz para a situação desejada. Basta inverter os problemas listados nos capítulos anteriores. O que era “pouca citação dos artigos publicados em periódicos nacionais”, passa a ser “os artigos nacionais estão sendo citados”. Apesar de parecer simples, essa transformação de problema descrito em solução não é uma questão lógica de solução única. O problema de pouca citação pode criar, por exemplo, duas situações desejadas: os artigos das revistas nacionais costumam ser citados em artigos de autores brasileiros ou esses artigos costumam ser citados nas revistas internacionais. Ambas as situações invertem o problema. A escolha entre as diversas possibilidades de situação desejada leva a uma proposição com julgamento de valor. As propostas deste capítulo não podem ser consideradas como uma pesquisa positivista que busca entender como as coisas são. Este capítulo propõe como as coisas poderiam ou deveriam ser.

Haverá um julgamento de valor do autor na descrição da situação desejada, que não pode ser entendida como a única solução ou a solução que todos devem aceitar. A função desta descrição é incentivar a discussão sobre o tema e mostrar um caminho para a melhoria das revistas nacionais.

Alguns autores afirmam que esta discussão não é científica, por envolver julgamento de valor, por não poder ser testada usando o método científico, por não poder ser falseada ou por não ser consensível (permitir o consenso dos pesquisadores sobre o tema)²⁰. Apesar de o tema abordado neste capítulo não ser científico, ele é acadêmico. O futuro da publicação científica é um tema que deve ser estudado e debatido na academia. As publicações acadêmicas nacionais devem abrir espaço para este tipo de texto. O texto não deve ser “maquiado” como se fosse científico e estivesse apresentasse provas de uma teoria.

Algumas revistas científicas internacionais permitem esse tipo de texto e geralmente ressaltam que se trata de uma opinião. Algumas, como a *Academy of Management Journal* (revista que só aceita artigos empíricos), publicam textos com julgamento de valor no seu editorial. Diferente das revistas nacionais, nessas revistas não é apenas o editor que escreve o editorial. Qualquer pessoa da comissão editorial (que também é chamada de editor) pode escrever um

²⁰ Ziman (1996, retomando os conceitos apresentados em Ziman, 1979) defende que o conhecimento científico é aquele que permite o consenso de opinião racional.

editorial, que geralmente tem algumas páginas de extensão. Na *Academy of Management Journal* não é raro ter mais de um editorial no mesmo número.

Como explicitado no objetivo deste trabalho, **a situação desejada é ter revistas acadêmicas com missões distintas de forma que o conjunto de revistas possa atender ao ensino, à pesquisa e à extensão.** A proposta é que haja **diferenciação das revistas** para que elas deixem de atuar como commodities. **As revistas devem tratar o leitor como cliente** e não apenas os autores e os sistemas de avaliação.

A descrição desejada será feita em três etapas, indicando um processo de mudança gradual. Na primeira parte será abordada a necessidade de as revistas se diferenciarem. Esta pode ser uma situação que ocorrerá em um prazo menor, pois as revistas podem se diferenciar e continuar sendo revistas científicas (voltadas para a pesquisa). A segunda parte é uma proposta de distinguir as revistas científicas das revistas de ensino e extensão. A terceira parte é a proposição de diversos tipos de textos que deveriam ser encontrados nos periódicos nacionais.

6.1. Revistas com diferenciação

Trzesniak (2001a) expõe duas situações limites para uma área do conhecimento ou disciplina. A primeira seria a existência de uma revista que cobrisse todos os tipos propostos, da ebulição à autopreservação. O outro limite seriam revistas superespecializadas, que cobrissem apenas um dos tipos propostos e apenas uma subárea, sem abranger a disciplina como um todo.

Geralmente a situação é híbrida. Uma revista que foca em artigos de ebulição, para conseguir publicar este tipo de artigo, terá que ser mais generalista, abrangendo uma disciplina como um todo ou até várias disciplinas (como é o caso da *Nature*). As revistas que focam em evaporação geralmente especializam-se em um tema específico. Quando atenderem a toda uma disciplina, provavelmente, terão uma frequência maior (publicação mensal, por exemplo). Raro é encontrar uma revista que publique ciência primária e textos didáticos ou de aplicação, pois os públicos-alvo destes textos são distintos.

A questão é similar no posicionamento de mercado. Se o mercado não for uniforme, dificilmente um mesmo produto atenderá todo este mercado. Dificilmente uma pessoa que está buscando um texto didático para entender um assunto se interessará em ler um artigo de

pesquisa primária sobre este assunto. Da mesma forma, professores da área de recursos humanos podem não se interessar por pesquisas da área de finanças, portanto, pode ser vantajoso ter revistas diferentes para cada tema.

A segunda questão do posicionamento de mercado é conseguir se destacar perante os concorrentes. Se já há concorrentes fortes atendendo o mercado de forma genérica, deve-se buscar um nicho. Hoje há muitas revistas de administração e dificilmente uma nova revista se destacará em administração. Entretanto, se for criada uma revista específica de governança corporativa, ela terá maior facilidade de se destacar entre os pesquisadores deste tema.

Essa subespecialização só deve ocorrer quando há massa crítica de artigos para justificar a criação de uma revista específica. Caso contrário, as novas revistas devem continuar sendo abrangentes, pois ainda há espaço para competição no mercado como um todo e não há necessidade de explorar os nichos.

Para o autor, cujo interesse está apenas na publicação do artigo e na pontuação que isto representa, a subespecialização não é um diferencial. Não há grande diferença para o autor publicar em uma revista específica ou genérica, o que importa é a classificação da revista no QUALIS.

Para o leitor, a subespecialização é vantajosa porque reduz o número de revistas que ele deve acompanhar para estar ao par do desenvolvimento das pesquisas na sua área. Neste caso, a estratégia de nicho é vantajosa.

Essa subespecialização, portanto, só será criada se as revistas brasileiras sobre administração tratarem os leitores como clientes. Entretanto, essas revistas focam apenas na pesquisa primária (mesmo que de baixa qualidade), pois essa é a pressão exercida pela academia como um todo. Desta forma, o mercado de autores deste tipo de artigo apresenta grande demanda por espaço por publicações. Como a demanda é alta e as necessidades são similares, não há necessidade de as revistas criarem estratégias de nicho. Ou seja, os autores publicam os textos nas revistas que contam ponto na CAPES, independente da temática do artigo.

Não pode ser imputada apenas à avaliação da CAPES a culpa pela falta de foco em subáreas das revistas nacionais. Os editores e os pareceristas das revistas entendem que uma boa revista é publica pesquisa, fazendo com que textos voltados para pesquisa dominem o espaço dos

periódicos nacionais. Entretanto, a escolha da temática da revista ser abrangente ou especializada não é considerada na avaliação do QUALIS.

Uma das razões para isso é que boa parte das revistas brasileiras de administração são institucionais (ligadas a uma universidade) e não, a uma associação. Döbereiner (2001) afirma que as vantagens da revista institucional são os recursos humanos, financeiros e de estrutura que a universidade oferece, porém as “revistas domésticas, na maior parte das vezes, são muito heterogêneas tematicamente e têm um ‘peso’ bastante discutível” (destaque no original).

Realmente não deve ser fácil para uma escola de administração ter uma revista que não seja heterogênea. Como defender entre os professores das demais áreas que a revista da escola será focada apenas em recursos humanos? Isso significa que a estratégia da escola como um todo é ser mais forte em recursos humanos?

O interessante desta análise é observar que, por ser condenado pela CAPES (representando uma visão de qualidade das revistas do meio acadêmico), as revistas institucionais deixaram de ser endógenas. Ou seja, não é lendo a RAUSP que uma pessoa conhecerá o que está sendo pesquisado na USP.

Na situação ideal haveria revistas especializadas, por exemplo, em finanças ou até, de forma mais específica, em tesouraria, crédito ou análise de investimentos. Também poderia haver revistas especializadas em um tipo de organização, por exemplo, varejo, bancos ou pequenas empresas. Outra possível divisão seria por especialização metodológica ou paradigmática, com revistas especializadas em artigos quantitativos ou especializadas em artigos com paradigmas fenomenológicos. Entretanto, as revistas de administração no Brasil costumam ser abrangentes e não se especializam por temas.

6.1.1. Há massa crítica para especialização das revistas?

A proposta de diferenciação por tema, de tal forma que o pesquisador possa acompanhar os periódicos que exploram a sua área de pesquisa, só é válida se houver uma quantidade suficiente de artigos nesta subárea para justificar a criação de uma revista.

Há dois argumentos que apóiam esta proposta. O primeiro é que há diversos congressos focando temas específicos no Brasil. Se há artigos suficientes para realizar congressos anuais de estratégia, provavelmente haverá produção suficiente para uma revista de estratégia.

O segundo argumento é olhar o exemplo internacional. Das 27 revistas nacionais analisadas, 22 (81%) tratam de administração como um todo e publicam o mesmo tipo de artigo, com linha editorial muito semelhante. No caso internacional, apenas 29 (21%) são abrangentes. Apesar de terem temática abrangente, as linhas editoriais são bem distintas. A *Academy of Management Journal*, a *Harvard Business Review* e a *Fortune* são muito diferentes entre si.

A diferença em percentual é grande, mas em número absoluto não é tão expressiva: 29 internacionais e 22 nacionais. Como a quantidade de revistas brasileiras é muito menor que as internacionais e o crescimento das revistas nacionais é mais recente, é possível que ainda não tenha sido atingida a massa crítica no Brasil para iniciar a especialização das revistas. Entretanto, a terceira revista mais antiga entre as nacionais avaliadas é uma especializada em administração pública (a RAP). Este fato sugere que, mesmo com poucas revistas, a especialização já é possível.

Avaliando as datas de criação das revistas internacionais, verifica-se que, entre as 7 revistas mais antigas, apenas 2 eram de temática geral, mostrando que a especialização já ocorre há muito tempo nas revistas internacionais, conforme pode ser visto no Quadro 11. Esse histórico das revistas internacionais sugere que há condições de especialização das revistas, mesmo que haja poucas revistas abrangentes.

Quadro 11 – Temática das revistas internacionais mais antigas

Revista	Data da primeira publicação	Tema
Harvard Business Review	1922	Abrangente
Journal of Retailing	1925	Varejo
Business History Review	1926	História dos negócios
Fortune	1930	Abrangente
Journal of Marketing	1936	Marketing
Human Relations	1947	Recursos Humanos
Journal of the Operational Research Society	1950	Pesquisa Operacional

FONTE: Dados primários

6.1.2. Diferenciação por tema

A diferenciação por tema, ainda mantendo as características de revistas de pesquisa, pode ser o primeiro passo para surgirem revistas com missões diferentes. Revistas com temas específicos melhor atendem às especificidades dos leitores, já que eles, geralmente, especializam-se em uma subárea e não, em todas as áreas da administração.

Essa diferenciação por tema pode ser incentivada de três formas: (i) As revistas deixarem de ser de uma instituição de ensino e passarem a pertencer a uma associação. Desta forma, a sociedade de estratégia, por exemplo, teria uma revista de estratégia. (ii) As pós-graduações, por definirem linhas de pesquisa mais específicas (como a CAPES incentiva), publicariam revistas nestas linhas de pesquisa. (iii) Na avaliação das revistas pelo QUALIS, a revista com uma temática focada seria pontuada de forma positiva.

A terceira proposição não é desejada, pois não cabe ao QUALIS definir a missão das revistas. O QUALIS deve avaliar se a missão está sendo atendida. Ou seja, ele deve dar uma avaliação ruim, por exemplo, a uma revista que se diz da área de finanças, mas que publica artigos de outras áreas, pois, fazendo isso, a publicação não estará cumprindo a missão estabelecida por ela mesma.

A proposição 2 deve acontecer no Brasil em breve e deve melhorar a situação das revistas quanto ao foco. Entretanto, como as revistas continuarão pertencendo a uma instituição de ensino, a endogenia manter-se-á um problema.

A situação desejada é a primeira, em que as associações passam a criar suas próprias revistas acadêmicas e usam-nas como instrumento de comunicação entre os seus membros.

O passo seguinte é a criação de revistas focadas no ensino e/ou extensão. Talvez este passo não seja dado de uma vez e as revistas, antes disso, passem a publicar seções voltadas para o ensino ou a extensão, como já é feito pela RAC, que publica casos de ensino.

6.2. Separando as revistas científicas das acadêmicas

O modelo das revistas brasileiras pode ser modificado de forma que elas deixem de pertencer a uma instituição de ensino para pertencerem a uma associação (como a ANPAD ou a Sociedade Brasileira de Finanças). Isso permitiria às publicações concentrarem-se em um tema específico e se destacarem neste tema (como fazem as revistas internacionais). Essa mudança resultaria em menor endogenia e, ao mesmo tempo, aproximaria os pesquisadores dos mesmos temas. A dificuldade deste novo modelo seria ter uma associação com recurso suficiente para arcar com os custos da revista.

No Brasil, esse movimento de especialização já ocorreu nos congressos, com destaque aos congressos da ANPAD. No futuro as revistas deverão se especializar e, concentradas em temas específicos, irão buscar contribuições de autores de fora do Brasil.

Associadas a temáticas específicas, as revistas brasileiras poderão definir melhor seu público. Revistas voltadas para pesquisadores devem assumir a sua posição. Também deverão ser criadas revistas mais voltadas para a prática e para o ensino. Uma alternativa é seguir o modelo internacional, em que as revistas de pesquisa estão relacionadas com associações e as revistas voltadas para aplicação estão vinculadas a instituições de ensino. Neste segundo caso, a endogenia não deve ser um problema como é no caso de revistas voltadas para a pesquisa. A EAESP separou as suas revistas desta forma: a RAE é voltada para pesquisadores e um público mais acadêmico e a GV Executivo é voltada para a aplicação e disseminação do conhecimento.

Propostas de revistas voltadas para pesquisa com temas específicos, geridas por associações, e de revistas abrangentes voltadas para ensino e extensão, geridas por universidades, devem modificar o modelo de negócio das revistas nacionais.

Uma das mudanças possíveis é a restrição de acesso às revistas científicas, onde apenas os associados terão acesso livre. Essa mudança não deve ocorrer no Brasil, pois as revistas deverão ter que desenvolver sistemas para restringir/permitir o acesso ao seu conteúdo. Hoje grande parte das revistas (40%) utiliza um software gratuito, desenvolvido para a gestão de revistas no sistema de Open Access.

As revistas mais abrangentes, voltadas para extensão e ensino, terão vários tipos de textos organizados em seções distintas: casos (ilustrativos ou de ensino), entrevistas, notas de ensino, etc. Elas serão publicadas pelas instituições de ensino e poderão ter acesso restrito, como é o caso da GV Executivo. Entretanto, as universidades públicas poderão deixar essas revistas abertas para cumprir seu papel social e ajudar a desenvolver o ensino de administração no Brasil. Essas revistas não serão referência para os pesquisadores da área, mas para os professores e alunos.

A situação futura proposta é ter uma revista científica voltada para a pesquisa e uma revista acadêmica que não está voltada para a pesquisa. Uma grande vantagem desta diferenciação é que isso reduziria o número de textos de aplicação e ensino (inclusive trabalhos de conclusão

de curso) que simulam serem artigos científicos que contribuem para o avanço do conhecimento. O Quadro 12 resume as características dos dois tipos de revistas.

Quadro 12 – Proposta de tipos de revistas acadêmicas no Brasil

	Revistas Científicas (voltadas para pesquisa)	Revistas Acadêmicas (voltadas para ensino e extensão)
Foco	Pesquisadores	Professores e alunos
Publicado por	Associação	Universidade
Editora comercial	Há possibilidade	Não (talvez editora da universidade)
Acesso	Livre (na maioria)	Livre (na maioria)
Idioma	Inglês	Português
Avaliada pela CAPES	Grande importância de ser avaliada pela CAPES	Menor importância
Critério de Avaliação	As principais revistas devem estar em bases que permitam análise de citações	Análise qualitativa
Diferenciação	Diferenciadas por tema ou por tipo de artigo (segundo modelo internacional)	Não há necessidade de ser diferenciada

FONTE: Elaborado pelo autor

As revistas científicas para se destacarem internacionalmente e contribuírem com o conhecimento mundial sobre gestão devem ser publicadas em inglês, estar nas principais bases de dados do mundo e ter foco específico. O rigor metodológico deve ser grande e as revistas não podem aceitar artigos de aplicação mascarados como artigos científicos.

Não há espaço para muitas revistas científicas no Brasil atuando com temática abrangente e buscando inserção internacional. Esta competição divide os melhores artigos nacionais entre diversas revistas e nenhuma delas consegue força para entrar no “mercado” internacional. A situação desejada é que haja uma grande revista nacional publicada em inglês que receba os melhores artigos produzidos no Brasil.

As revistas acadêmicas devem, pelo menos no início, focar o público interno. A inserção internacional não é de grande importância para este tipo de revista. A primeira contribuição destas revistas será a divulgação do conhecimento gerado na academia (conhecimento brasileiro e internacional) de forma bem embasada. Essas revistas terão uma linguagem mais acessível, mas ainda terão uma base conceitual e teórica, que não é encontrada nas revistas jornalísticas.

Estas revistas serão publicadas por instituições de ensino de primeira linha, serão adotadas pelas demais instituições de ensino e terão aceitação no mercado profissional. Algo similar à

Harvard Business Review. Entre as instituições de primeiro nível haverá uma briga para ter a melhor revista que tenha maior aceitação no ensino e/ou na extensão.

As fundações que prestam consultorias e possuem cursos de pós-graduação *lato sensu* terão revistas voltadas para a aplicação. Se a competição entre elas for saudável, as revistas se especializarão, trarão textos interessantes e serão ferramenta de divulgação da marca da instituição.

As instituições de ensino públicas e as associações, como a ANGRAD - Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração, terão revistas voltadas para o ensino. Desta forma, a pós-graduação não apenas melhora o ensino da instituição em que ela está inserida, como das instituições que estão menos envolvidas com a pesquisa científica. As revistas de ensino devem ser de uma associação ou explicitar que são da pós-graduação de uma faculdade. Isso evitaria que um professor não pudesse indicar a revista por ela ser de uma instituição concorrente.

O avanço desta especialização das revistas é ter, no futuro, um conjunto de revistas nacionais que publiquem todos os tipos de textos acadêmicos.

6.3. Que tipo de textos deve aparecer em periódicos acadêmicos?

Não há uma forma padronizada e bem definida para classificar os tipos de publicação que podem compor os periódicos acadêmicos. A pressão por publicação de artigos empíricos dá destaque a este tipo de texto, mas a comunicação acadêmica por periódicos não se limita a um só tipo de texto.

As tipologias de Döbereiner (2001) e Trzesniak (2001a) foram construídas pensando em tipos de revistas. Já o Quadro 13 foi construído com o foco em tipos de textos e cada revista, dependendo do seu tipo ou público-alvo, poderá publicar alguns destes textos adaptado para o seu contexto.

Quadro 13 – Publicações em periódico para diferentes missões das revistas

Missões das Revistas Tipo de Publicação	Foco na Pesquisa (Concepção Alemã)	Foco no Ensino (Concepção Inglesa)	Foco na Extensão (Concepção Norte-americana)
Artigos empíricos para avanço do conhecimento	Voltados para pesquisa. Busca evidências para o conhecimento científico.	Pouca utilidade no ensino.	Pouca utilidade, pois não trabalham a aplicação do conhecimento.
Artigos teóricos para avanço do conhecimento	Voltados para pesquisa. Busca novos conceitos, metodologias ou correntes de pensamento.	Pouca utilidade no ensino.	Pouca utilidade prática, pois apenas constrói e propõe hipóteses a serem testadas.
Artigos de opinião	Apesar de voltado principalmente a pesquisadores, não tem como princípio a prova científica empírica.	É de interesse do ensino quando a opinião faz a ponte entre pesquisa e ensino.	É de interesse da extensão quando a opinião faz a ponte entre pesquisa e aplicação.
Artigos de revisão	Consolida o conhecimento dos pesquisadores.	Dependendo do tema, passam a ser acessíveis aos alunos. Interesse médio neste tipo de publicação.	Consolida um conhecimento que pode ser aplicado. Interesse médio neste tipo de publicação.
Artigos de vulgarização do conhecimento	Não há utilidade para pesquisadores da linha de pesquisa do artigo.	Pode ser voltado para ensino caso tenha uma linguagem didática.	Pode ser voltado para extensão caso tenha uma linguagem de aplicação do conhecimento.
Relato de experiência	Baixo interesse aos pesquisadores, mas podem sugerir novos <i>insights</i> .	Servem de exemplos para auxiliar o ensino.	Voltados para a prática.
Casos de estudo	Baixo interesse	Voltados para o ensino.	Formação de executivos (que pode ser considerada uma ação de ensino)
Artigos de replicação de pesquisa empírica	Serve à pesquisa para comprovar teorias e, no caso da ciência social, validá-las na realidade brasileira. Replicar pesquisas ajuda a formação do pesquisador.	Ensinar ao aluno o método científico (investigativo).	Pouca utilidade à extensão.

Quadro 13 – Continuação

Adequação do conhecimento à realidade nacional	Não apenas pesquisa empírica de replicação, mas também artigos teóricos, de opinião e revisão.	Textos didáticos com exemplos da realidade brasileira. Adequação da teoria e exercícios a legislação e sistema tributário nacional.	Textos voltados para aplicação de teoria desenvolvida no exterior à realidade nacional.
Análise de teorias existentes	Pouca utilidade aos pesquisadores. Se for útil à pesquisa, provavelmente trata-se de um artigo teórico, de opinião ou revisão.	Análise de uma teoria, seu histórico ou sua contribuição. Também pode ser analisada a convergência de duas ou mais teorias que são ensinadas isoladamente. Esse texto pode ser elaborado para os alunos e pelos alunos (como um exercício).	Textos voltados para a aplicação de uma teoria. Avaliação da aplicação de duas ou mais ferramentas administrativas em uma mesma empresa.
Resenhas e resumos	Interessa aos pesquisadores resenhas de livros, como indicação de bibliografia. Também podem ser feitas resenhas críticas (contrapondo as proposições do autor)	Resumo voltado ao ensino pode ser visto como um artifício para evitar a leitura do original. Entretanto a leitura de resumos pode contribuir à aprendizagem. A resenha de livros também pode ser um bom exercício quando elaborada pelo aluno.	Resumos são úteis à extensão como indicação de livros e como síntese de uma obra importante.

As células do quadro sombreadas representam que aquele texto está voltado prioritariamente à pesquisa, ao ensino ou à extensão.

Fonte: Elaborada pelo autor.

O Quadro 13 não explora todos os tipos de textos que podem ser publicados por periódicos acadêmicos. Por exemplo, não foi distinguido o artigo empírico completo das notas de pesquisa ou *letters*. Ambos publicam pesquisa empírica inovadora, mas as notas são mais curtas. Geralmente as notas servem para publicar mais rapidamente as descobertas, muitas vezes de pesquisas de grande impacto. Em administração não é tão evidente esta urgência de publicação e as notas são vistas como artigos mais simples e de importância menor.

Dentro de pesquisa, ensino ou extensão haverá uma subespecialização. Na pesquisa haverá poucas, mas importantes revistas voltadas para desenvolver o conhecimento mundial em administração que serão publicadas em inglês. Haverá revistas nacionais, com publicações focadas em temas brasileiros ou latino-americanos. Também haverá revistas de pesquisa que publicarão pesquisas de menor impacto. A especialização descrita neste parágrafo pode ser acompanhada das diferenciações por temas da revista e por tipo de artigo que ela publica (artigos empíricos, teóricos de revisão etc).

No caso do ensino haverá revistas voltadas para o aluno e outras específicas, para os professores. As primeiras terão textos didáticos e casos de ensino, as últimas terão relatos de experiência de ensino. Um terceiro tipo de revista é aquela voltada para o ensino da pesquisa e da redação científica. Neste tipo de revistas são publicados os textos realizados para o autodesenvolvimento do autor. O cliente deste tipo de revista é o autor e não, o leitor. Revistas deste tipo podem publicar os trabalhos de conclusão de curso de uma turma de graduação ou pós-graduação *lato sensu*.

No caso das revistas de extensão, elas serão uma forma da instituição de ensino divulgar suas pesquisas e consultorias. Mesmo sendo de forma sutil, a Harvard Business Review e a McKinsey Quarterly (esta última revista não foi avaliada pelo JCR 2008) anunciam as ferramentas que os autores usam para fazer suas consultorias. Essas revistas podem ser de mão única, isto é, divulgam para a sociedade o conhecimento da instituição de ensino. Porém a situação mais vantajosa é a revista ser de mão dupla e fazer a ponte entre a prática profissional e a teoria da instituição de ensino.

7. VIABILIDADE DA PASSAGEM

A viabilidade da passagem envolveria análise das barreiras que os editores acadêmicos deveriam superar para chegar à situação desejada. Não há pretensão de estudar e estruturar como as revistas podem fazer esta passagem, apenas mostrar que o tamanho do mercado (número de leitores possíveis) e custos não são empecilhos significativos. A principal barreira a ser abordada nesta pesquisa é a falta de interesse dos acadêmicos em mudar.

7.1. Público das revistas

Para realizar uma ampliação do foco das revistas é importante verificar se haverá clientes para estes novos focos. Para isso é necessário que o principal cliente da revista não seja o acadêmico que quer publicar um artigo de pesquisa para melhorar seu currículo.

7.1.1. Pesquisa

Atualmente o foco dos periódicos científicos é a pesquisa. E o número de pesquisadores nesta área vem sendo ampliado. Os dados da CAPES (2008), agrupando as áreas de administração, administração de empresas e administração pública, mostram que em 1996 havia 23 programas de pós-graduação e em 2007 esse número passou para 74. O crescimento do número de matrículas no início do ano também foi significativo. Em 1996 eram 2028 matrículas no mestrado e 319 no doutorado. Em 2007 os números subiram para 2240 no mestrado e 547 no doutorado. Significativa em 2007 foram as matrículas no mestrado profissionalizante (que não existia em 1996): 1362 alunos.

Os números de pós-graduandos em administração são muito menores que em educação ou direito, mas estão crescendo bastante. Especialmente os cursos de mestrado profissionalizante. As revistas acadêmicas voltadas apenas para pesquisa, sem uma preocupação com a aplicação (extensão) não focam em um “mercado” expressivo de alunos que cursam o mestrado profissionalizante.

7.1.2. Ensino

A graduação é um mercado muito grande. O número de alunos na graduação de administração ultrapassa meio milhão e responde por aproximadamente 15% das matrículas no ensino superior. Isso sem contar os cursos que envolvem gestão como publicidade e contabilidade. Também não considera a necessidade de aulas de gestão nos cursos de engenharia, por exemplo.

Esse número é tão expressivo que os pesquisadores da área não podem deixar de produzir conteúdo para esse público. A ligação da pesquisa com o ensino deve ocorrer dentro da universidade, com o aluno tendo aula com professores que fazem pesquisa. Entretanto esta elite acadêmica – pesquisadores em administração - poderia (ou deveria) fazer a ponte do conhecimento gerado nas importantes universidades de pesquisa com as faculdades voltadas exclusivamente ao ensino.

As atividades de ensino de administração não se limitam à graduação. Há cursos técnicos de gestão que poderiam se beneficiar de periódicos voltados para a área didática. Também há os cursos de pós-graduação *lato sensu*. Apesar de serem considerados de extensão, os cursos de pós *lato sensu* poderiam usar as revistas voltadas para ensino. Tanto os professores como alunos se beneficiariam de textos, casos e exemplos produzidos no Brasil.

As revistas voltadas para o ensino podem publicar textos para os alunos lerem ou textos elaborados pelos alunos. De uma forma ou de outra, o número de alunos que poderiam se beneficiar de um periódico focado no ensino seria muito grande.

7.1.3. Extensão

Como abordado anteriormente, há evidências mostrando o baixo impacto das pesquisas acadêmicas de administração na prática das organizações. Isso significa que a academia deve melhorar a sua atuação nesta área. Os periódicos voltados para pesquisa, como o *Academy of Management Journal*, solicitam uma pesquisa voltada aos problemas práticos. Entretanto, outra forma de melhorar a influência da academia é incentivando o relacionamento dela com as organizações. Neste caso uma revista acadêmica poderia contribuir para melhorar este relacionamento.

Difícilmente uma revista acadêmica competirá com as mídias de massa (Exame, Valor Econômico, Gazeta Mercantil etc). Entretanto há espaço para uma publicação intermediária entre o pesquisador e o jornalista. O sucesso da HSM Management, que traduz textos de revistas como HBR e MIT Sloan Management Review mostra que esse mercado “intermediário” é importante. A HBR já é distribuída no Brasil em português, ocupando o espaço intermediário entre o pesquisador e o jornalista.

Mesmo com o aumento dos cursos de pós-graduação *lato sensu* no Brasil, não há um forte preocupação em criar revistas voltadas para extensão. Afinal os professores não têm interesse em publicar textos para extensão, pois o que conta ponto (inclusive nos processos de avaliação internacional de MBA) é a publicação científica (pesquisa, preferencialmente um artigo empírico).

Outra forma de analisar a revista extensionista é como uma ferramenta de marketing da instituição. Revistas com textos de leitura acessível contendo casos de aplicação de teoria interessarão à diversos executivos e estudantes. Uma boa revista de extensão pode dar mais prestígio a universidade do que publicar revista para os pesquisadores. Uma revista de extensão pode atrair alunos, já a revista de pesquisa atrai bons textos de pesquisadores.

7.1.4. Divulgação da ciência

É possível argumentar que a universidade que faz pesquisa deve gerar o conhecimento de ponta e a vulgarização do conhecimento não é uma das suas principais funções. Ou seja, a universidade deveria trabalhar para fazer os artigos de revisão ou um livro organizando o conhecimento. Não é competência da universidade uma divulgação mais jornalística ou uma divulgação para os níveis básicos e fundamentais de ensino. Afinal, um pesquisador de ponta está envolvido com conhecimento tão complexo que não saberia passá-lo a um público amplo. Essa é a especialidade de negócios como Discovery Chanel, Superinteressante ou Exame (no caso da administração). O conteúdo é feito por jornalistas, que têm competência em comunicação dirigida para massas, entrevistando acadêmicos, que possuem conhecimento científico sobre o assunto.

Misturar pesquisa de ponta e divulgação em massa seria uma ação com sinergia negativa? Muitos poderiam responder positivamente a esta pergunta, mas o NPG - Nature Publishing

Group responde que não concorda com esse posicionamento. Já na sua missão o NPG declara (<http://www.nature.com/nature/about/index.html>):

First, to serve scientists through prompt publication of significant advances in any branch of science, and to provide a forum for the reporting and discussion of news and issues concerning science. Second, to ensure that the results of science are rapidly disseminated to the public throughout the world, in a fashion that conveys their significance for knowledge, culture and daily life.

A Nature é reconhecida como uma das melhores revistas científicas, publicando pesquisas de ponta, mas também se preocupa com a disseminação do conhecimento. Uma experiência recente é a criação do Nature Education uma nova divisão no NPG. Atuando ainda apenas na área de genética (informação de dezembro de 2008) a divisão Nature Education criou o portal Scitable, combinando textos dos editores do NPG e com um sistema de colaboração através de comunidade virtual.

7.2. Custos das revistas

Outro ponto importante para ser viável que haja várias revistas atuando com escopos distintos e o custo destas publicações.

Atualmente o custo das publicações foi reduzido com a internet, evitando os gastos com impressão e distribuição. Caso as revistas mudem de foco e deixem de atender apenas a pesquisa, não haverá um aumento de custo. Publicar um artigo de pesquisa ou um texto didático tem o mesmo custo.

O problema financeiro desta mudança seria a perda de assinantes. Se não for mais voltada para pesquisa algumas bibliotecas e pesquisadores deixarão de comprar a revista. Talvez isso seja um argumento válido para poucas revistas, pois a maioria tem acesso aberto pela internet e seu orçamento não é sustentado pelas assinaturas.

É provável que ocorra o contrário. Isto é, revistas voltadas para ensino ou extensão façam tanto sucesso que possam deixar de ser de acesso aberto para cobrar assinatura. O mercado de ensino e extensão é muito maior que o mercado de pesquisa. Enquanto as revistas voltadas para pesquisa da FGV são abertas, a GV Executivo restringe o acesso aos seus textos.

7.3. O que motivaria o editor a publicar outros textos?

Provavelmente o principal ponto para tornar viável essa mudança, ampliando o foco de atuação das revistas acadêmicas, seja a geração de conteúdo. Hoje, para se desenvolverem na carreira, os pesquisadores necessitam publicar. Portanto, as revistas costumam estar saturadas de textos enviados para publicação. Isso não significa que sejam bom textos e que serão publicados, mas não é por falta de texto que uma revista em administração com foco em pesquisa sairá de circulação.

Mudar o foco das revistas significa modificar a forma de decisão dos acadêmicos: quais tipos de conteúdo eles devem gerar? A proposição de Kirshbaum, Porto e Ferreira (2004) é que atualmente “[o] processo de decisão e produção acadêmica no Brasil segue um comportamento isomórfico, com forte vertente coercitiva. Os acadêmicos orientam sua produção acadêmica majoritariamente para o cumprimento das metas estipuladas pela CAPES.” Caso sejam valorizada pela CAPES uma produção mais ampla, haverá uma geração de conteúdo para o ensino e extensão. Se a avaliação da produtividade do docente for medida apenas pela sua publicação científica (pesquisas inovadoras), dificilmente será gerado conteúdo em quantidade suficiente para o desenvolvimento de revistas para ensino e extensão.

A valorização de outros tipos de publicação não significa abrandar o sistema de avaliação. Há possibilidade inclusive de enrijecer os critérios. Se há outras possibilidades de fazer outro tipo de publicação acadêmica, os professores e alunos não necessitam mascarar seus textos para que eles pareçam artigos de pesquisa empírica que avança o conhecimento.

Se a CAPES valorizar outros tipos de textos além dos artigos científicos, os editores terão interesse em abrir espaço em suas revistas para esses novos tipos ou serão criadas novas revistas que voltadas para outros tipos de textos e públicos. Cada revista deverá selecionar quais os tipos de texto que se adequam melhor a sua missão e não passar a ter revistas que publiquem só o que conta ponto na CAPES.

7.3.1. Forças que direcionam a publicação acadêmica

A criação instrumentos para orientar e avaliar as ações das pessoas é bastante comum. Esses instrumentos foram bastante desenvolvidos especialmente no contexto administrativo, em que

os gestores necessitam direcionar o trabalho de diversos funcionários com o intuito de atingir os objetivos organizacionais.

Taylor (1990, original de 1911), considerado o precursor da administração, já defendia a medição da produtividade do trabalhador para avaliá-lo, remunerá-lo ou demiti-lo. Drucker (1954) sugere que as empresas sejam administradas por objetivos, onde os objetivos da organização deveriam ser divididos em objetivos cada vez menores até chegar aos funcionários. Por exemplo: objetivos da empresa poderiam ser divididos em objetivos das diretorias, que seriam subdivididos em objetivos departamentos e o processo de divisão continuaria até chegar aos objetivos individuais. O *balanced scorecard*, criado por Kaplan e Norton (1997), é um exemplo mais recente de sistema que busca gerenciar (direcionar, incentivar e controlar) a organização com uso de indicadores. Os indicadores formam o conjunto de medidas que a empresa valoriza e incentiva para que seus colaboradores trabalhem com o intuito de melhorar essas medidas.

A frase de Kaplan e Norton (*op. cit.*, pg. 21) “o que não é medido não é gerenciado” indica o quanto se aceita que um instrumento de medida e, de forma implícita na frase, o estabelecimento do valor que se pretende atingir (chamado de meta) seja a forma de direcionar o comportamento humano.

No meio acadêmico também há sistemas de avaliações. As universidades e faculdades criam critérios próprios para avaliar os docentes que podem ser bastante amplos. Afinal, a tarefa dos acadêmicos possui objetivos múltiplos. As missões das universidades, conseqüentemente dos seus professores, abrangem ensino, pesquisa e extensão. Estas tarefas são complexas, difíceis de serem mensuradas e indissociáveis. Entretanto, mesmo que o ensino e a prestação de serviço possam ser recompensados localmente, a publicação de pesquisa é a moeda que dará ao acadêmico prestígio internacional (Rond e Miller, 2005).

Como a principal forma de avaliar o acadêmico passou a ser as publicações, tornou-se notória a expressão *publish or perish* (publicar ou perecer). Rond e Miller (2005) destacam que esta expressão reflete um estilo de vida que pressiona os acadêmicos a publicarem em um grupo de revistas importantes cujos artigos são revisados por pares (*peerreviewed journals*). Cheng (2006) cita diversas pesquisas demonstrando o quanto os acadêmicos americanos são avaliados pelas suas pesquisas publicadas em revistas que tenham *referee*. Mesmos os

professores de cursos de *liberal arts*²¹, sem vínculo com pós-graduação, sentem que a pressão para publicação vem aumentando nos últimos anos.

Rond e Miller (2005) salientam que esta pressão não está limitada às ciências duras, mas tem forte influência na Administração. Os autores apontam os estudos da *Ford Foundation* e da *Carnegie Corporation*, que foram realizados na década de 50 e diagnosticaram um baixo volume de pesquisa significativa no campo da administração, como um influente fator para que a pressão por publicações com *referee* na área de administração. Com recursos de aproximadamente 35 milhões de dólares de doações estas duas instituições incentivaram diversas universidades a realizarem pesquisas científicas na administração (ou seja, pesquisas que devem ser publicadas em revistas com *referee*).

Os autores se referem especificamente aos EUA, que são muito competitivos em publicações, porém essa pressão também existe no Brasil. Aqui o pesquisador que publica muitos artigos é chamado de “produtivo”. Provavelmente o termo está ligado ao termo “produção científica”, mas isso cria um caráter pejorativo ao que publica pouco que é chamado de “improdutivo”. Não importa o que o acadêmico faça para o ensino ou extensão. Não importa se é bem avaliado pelos alunos ou se exerce cargos importantes no governo. Não importa o número de alunos ou de aulas, nem os serviços que presta à sociedade. Não importa os textos publicados em jornais ou revistas (*magazines*). Nada disso importa, se o acadêmico não publicar artigos científicos ele será taxado de “improdutivo”.

Provavelmente o órgão que representa o estilo de vida *publish or perish* brasileiro seja a CAPES. Responsável por avaliar (de certa forma avalizar) os cursos de pós-graduação e, conseqüentemente, seus professores, a CAPES usa a quantidade de publicações como um critério importante.

²¹ As conclusões de Cheng se baseiam principalmente nos estudos da *Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching* que classifica as instituições de ensino superior como: (a) *Research Universities*: instituições que oferecem uma ampla gama de programas de bacharelado; estão comprometidas com a pós-graduação; formam mais de 50 doutores por ano; dão grande prioridade à pesquisa; e recebem pelo menos 15,5 milhões de dólares de apoio federal. (b) *Doctoral Universities*: instituições que oferecem uma ampla gama de programas de bacharelado; estão comprometidas com a pós-graduação; e formam mais de 10 doutores por ano em pelo menos 3 disciplinas. (c) *Master's (Comprehensive) Colleges and Universities*: instituições que oferecem uma ampla gama de programas de bacharelado; estão comprometidas com a pós-graduação até o nível de mestrado (*master*); e formam mais de 20 mestres por ano. (d) *Baccalaureate (Liberal Arts) Colleges*: instituições que não estão focadas na pós-graduação, mas estão priorizando a formação de bacharéis. (e) *Associate of Arts Colleges*: instituições que raramente oferecem diploma de bacharelado e focam em cursos superiores de dois anos (Huber, 1998). Apenas os professores deste último tipo de instituição não sentem a forte pressão por publicação.

Não basta o acadêmico publicar a sua pesquisa em qualquer meio de divulgação. Ter um site na internet ou publicar um texto em um jornal não é considerado como publicação científica. Assim como no exterior o que se valoriza é a publicação nas revistas com *referee*. Mas nem toda revista possui a mesma qualidade e o mesmo valor. No exterior este problema foi solucionado pelo fator de impacto²² das revistas (indicador que mede o quanto uma revista é citada por outros pesquisadores). No Brasil a CAPES criou um sistema de classificação chamado QUALIS. Desta forma, a avaliação do acadêmico é feita pela quantidade de pontos que ele consegue no QUALIS.

A pressão por publicação em revistas do QUALIS não é meramente para ter um prestígio perante os pares. A avaliação dos cursos de pós-graduação pela produção²³ do corpo docente faz com que a instituição avalie, selecione e premie os professores que possuem maior quantidade de pontos no QUALIS. Caso o professor não atinja nível mínimo de pontuação, ele pode ser dispensado da pós-graduação.

Esse sistema de valorização (na comunidade acadêmica) e avaliação do docente (pela instituição onde ele atua ou está se candidatando a atuar) faz com que o professor direcione o seu esforço de divulgação do conhecimento para as revistas do QUALIS, reduzindo o interesse em publicar textos em outros meios. Isso também causa desinteresse da academia em manter publicações que não estejam de acordo com o critério estipulado pela CAPES²⁴. Debates, comentários de pesquisas ou resenhas de livros podem ser vistos como desperdício de espaço, por competirem com os artigos que realmente valem ponto no QUALIS. Além disso, os periódicos em administração que estão sendo criados pelas instituições de ensino, já são criados visando o atendimento destes critérios.

²² O fator de impacto do JCR - *Journal Citation Reports* (elaborado pela editora Thomson Scientific) é o indicador mais comum na classificação das revistas, apesar de outros indicadores estarem sendo desenvolvidos. Butler (2008) cita o surgimento de outro índice usando um método de cálculo distinto do JCR (elaborado com apoio de outra editora, a Elsevier).

²³ A força da avaliação da instituição e do docente pela publicação pode ser constatada pelo uso do termo “produção”. No meio acadêmico nem se precisa falar “produção científica”, basta o termo produção. Mais explícito é classificar o professor que publica pouco como “improdutivo”, como se outras atividades mais voltadas para ensino e extensão não fossem significativas.

²⁴ Na verdade a CAPES busca representar o que a comunidade acadêmica (os professores) valoriza. Os critérios do QUALIS buscam avaliar a qualidade da revista, mas ela não diz o que é um bom artigo científico. A definição do bom artigo é um conceito tácito da comunidade acadêmica. O julgamento se um texto é apto a ser publicado por uma revista científica é feito por outros pesquisadores (pares). O QUALIS não avalia diretamente a qualidade do artigo (conhecimento exposto no texto), mas o processo que a revista usa para ter qualidade (processo de revisão, nacionalidade dos autores, periodicidade da publicação etc).

Este contexto dá muito mais força ao QUALIS do que ele possui formalmente. O QUALIS é simplesmente um procedimento usado para estratificar as revistas de uma determinada área do conhecimento. Com isso, a CAPES pode avaliar a produção da pós-graduação que é um dos critérios de classificação dos cursos de pós-graduação. Entretanto, como esta ferramenta é usada por Instituições de Ensino Superior para avaliar seus professores e candidatos a professores, o QUALIS assumiu um papel de métrica da excelência do professor brasileiro de administração. Mesmo professores da graduação, sem vínculo com a pós *stricto sensu*, devem apresentar à instituição que os contrataram as publicações feitas no ano. Publicações neste caso refere-se a revistas nos extratos A ou B do QUALIS.

A Ilustração 3 busca transformar em um esquema visual os argumentos anteriormente apresentados. Esta ilustração mostra as forças que estão agindo no sentido de criar um sistema de publicação acadêmica restrito. Isto é, um sistema que prioriza a publicação da pesquisa em detrimento a divulgação de textos voltados para o ensino e extensão.

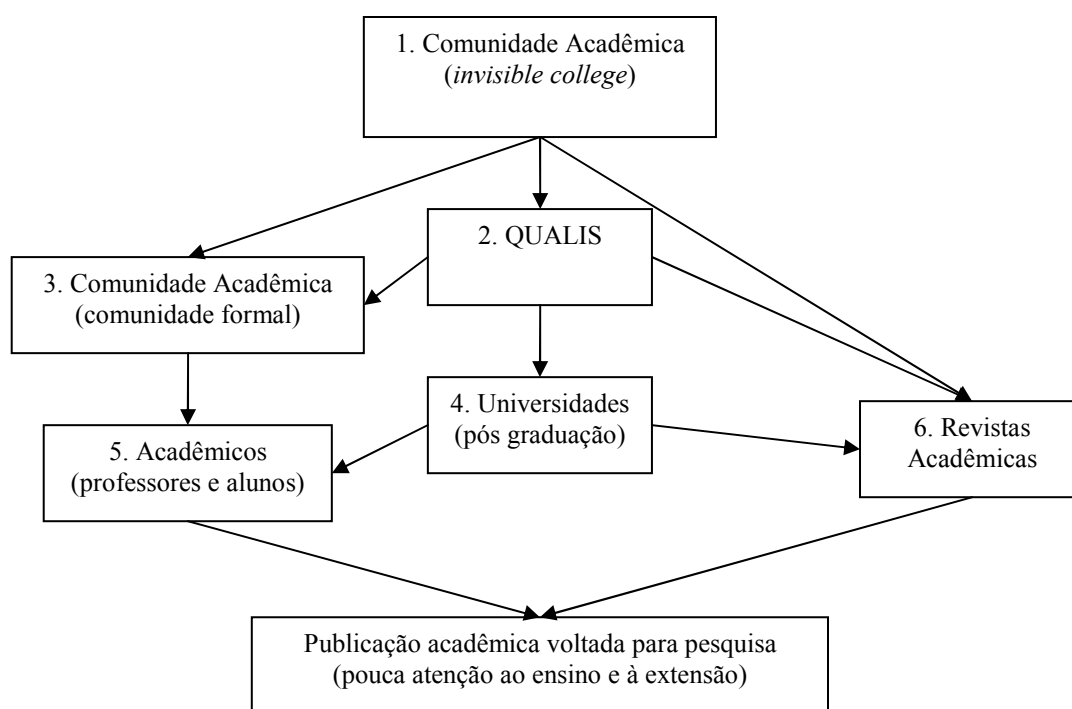


Ilustração 3 – Forças que impulsionam a publicação acadêmica voltada para pesquisa

FONTE: Autor

A **primeira força** que aparece na Ilustração 3 é a comunidade acadêmica que valoriza o avanço do conhecimento ou a busca pela verdade. É a concepção alemã de universidade que sobrepuja os modelos inglês (voltado para o ensino) e norte-americano (voltado para a

extensão)²⁵. Esta primeira força se refere à comunidade acadêmica como *invisible college* (colegiado invisível). O *invisible college* se refere ao relacionamento não formal da academia (fora do controle das universidades, cátedras ou governos). A força 1 da Ilustração 3 refere-se ao espírito da comunidade e não os seus aspectos tangíveis e práticos.

O sistema QUALIS foi desenhado como a **segunda força**. De forma direta o QUALIS avalia as revistas e com isso influencia como elas devem publicar. O QUALIS também exerce influência sobre as universidades, pois um dos critérios de avaliação dos cursos de pós-graduação é a quantidade de publicação dos professores e alunos da pós podenderada pelos extratos do QUALIS. De forma indireta o QUALIS influencia a comunidade acadêmica, pois essa passa a usar o QUALIS como critério de boa revista.

Apesar do QUALIS não determinar especificamente o que é um artigo/ensaio que merece pontuação, a comunidade acadêmica (*invisible college*) faz essa função através dos pareceristas (*peer reviewers*) que não aceitarão publicações que não estejam adequados ao modelo de artigo científico. Não é fácil definir o que seja um artigo científico, essa definição está mais próxima do *invisible college* que das regras formais de instrumentos de análise de qualidade como o QUALIS. É a leitura de vários artigos, o longo processo de formação dos pesquisadores e as críticas dos pareceristas que constroem o conceito de um artigo. Desta forma o que é um artigo científico está no “subconsciente coletivo” da comunidade acadêmica.

O QUALIS não avalia o conteúdo das revistas, mas os editores e revisores enxergam um bom artigo/ensaio como aquele que avança o conhecimento de administração. Mesmo estando na missão das revistas nacionais uma contribuição para prática e afirmando que seu público abrange profissionais, o textos publicados pelas revistas seguem o padrão de um artigo científico voltado para o avanço do conhecimento.

Tendo em vista que um dos critérios do QUALIS é que artigos/ensaios originais representem no mínimo 90% do total de páginas de cada fascículo em média, não é de se espantar que as revistas tenham foco em pesquisa e deixem de publicar textos voltados ao ensino ou extensão.

²⁵ As três concepções de universidades citadas se baseiam no trabalho de Drèze e Debelle (1983). Porém Cheng (2006) cita a evolução das escolas americanas que passaram da priorização do ensino, para o foco no serviço (ou extensão) e por último a ênfase na pesquisa (influenciadas por diversos estudantes americanos que foram à Alemanha obter o título de doutor). Cheng salienta que estas etapas não são muito precisas e se sobrepõem.

Mesmo um editorial mais longo voltado para os pesquisadores (público da revista), como faz o *Academy of Management Journal*, é desencorajado.

A **terceira força** é a comunidade acadêmica. Como explicado anteriormente a academia possui alguns valores próprios e uma cultura que valoriza a descoberta e o avanço do conhecimento. Desta forma a comunidade cria uma pressão social para que os professores publiquem artigos (mesmo aqueles docentes que só dão aula em cursos de graduação ou pós-graduação *lato sensu*).

A comunidade acadêmica usa critérios para avaliar os pares (acadêmicos) e a aceitação do QUALIS na comunidade faz com que os docentes que tiverem boa pontuação no QUALIS passem a ter maior prestígio. Assim existe uma influência do QUALIS sobre a comunidade acadêmica que acaba ditando a forma que a comunidade passa a valorizar os seus pares.

Portanto esta terceira força se refere à comunidade acadêmica formal, em especial as regras para contratar, promover e remunerar professores. A existência de critérios claros para avaliar os professores e suas publicações faz com que eles sejam direcionados cada vez mais a seguirem as recomendações destes critérios formais e desprezarem outras tarefas menos mensuradas. Afinal, aceitando a proposição de Kaplan e Norton (1997, pg. 21), “o que não é medido não é gerenciado”. A criação de critérios para avaliação da publicação e a divulgação destes dados direciona a comunidade acadêmica a atender estes critérios que estão sendo medidos.

A **quarta força** é a instituição de ensino que tem ou deseja ter uma pós-graduação. Para aprovar o curso ou receber uma nota melhor (o que significa também maior recurso de apoio do governo, especialmente da CAPES, aos cursos de pós) a instituição necessita de um quadro de professores e alunos que publiquem artigos nas revistas classificadas no QUALIS.

A necessidade dos cursos de pós-graduação terem professores com publicação no QUALIS leva a **quinta força** da Ilustração 3. O acadêmico (aluno ou professor) necessita publicar para poder entrar e se manter em cursos de pós-graduação. Essa pressão é maior sobre os professores, mas os alunos não estão livres. Como exemplos podem ser citados os seguintes fatos que incentivam o aluno a publicar:

- a) A CAPES avalia não só a publicação do corpo docente, mas a publicação deste com os alunos do curso, portanto as instituições de ensino apóiam a publicação dos alunos.

- b) Se a pós-graduação forma pesquisadores, estes já devem começar (e publicar) as suas pesquisas durante o curso.
- c) Alguns cursos usam como critério de seleção as publicações do candidato a aluno

A **sexta força** se refere às revistas acadêmicas que por pressão das instituições de ensino (que desejam ter revistas aceitas como de boa qualidade pela comunidade acadêmica) devem seguir as regras do QUALIS. Ao se adequar ao QUALIS, a revista passa a ser reconhecida como de qualidade e passa a receber interesse dos acadêmicos que querem encontrar espaço para publicar as suas pesquisas. Uma boa revista pode ser um local para que os professores da instituição que criou a revista publiquem seus artigos²⁶. Essa conjunção de forças, do QUALIS direcionando como as revistas devem ser e das instituições de ensino que desejam uma revista de qualidade (ou seja, bem avaliada no QUALIS) cria um sistema de publicação acadêmica muito homogêneo.

Qualquer divulgação de textos que não seja valorizado pelo QUALIS passa a ser vista como perda de um espaço editorial. Portanto as revistas restringem bastante os textos que publicam, focando apenas nos artigos de avanço do conhecimento. Apesar do QUALIS não avaliar conteúdo diretamente, há um consenso do que é um artigo/ensaio que pode aparecer em uma revista avaliada pelo QUALIS. Um texto voltado para pesquisa ou extensão, com poucas citações de autores acadêmicos será considerado de baixa qualidade e impróprio para uma revista acadêmica.

O modelo de revista e artigo valorizado pela área de administração envolve, portanto, uma parte formal e explícita descrita no QUALIS e outra tácita e cultural que é expressa pelo julgamento dos editores e revisores das revistas. Esse modelo “QUALIS/cultural” está sedimentado entre os acadêmicos de administração do Brasil.

Isso leva ao resultado final da Ilustração 3: a **publicação acadêmica é voltada para a pesquisa** e não valoriza as atividades de ensino e extensão. Afinal quem gera o conteúdo acadêmico (professores) estão voltados para publicação de artigos valorizados pelo modelo QUALIS/cultural e quem divulga o conteúdo acadêmico (revistas) está preocupado em se adequar ao modelo QUALIS/cultural.

²⁶ Para evitar um exagero desta estratégia, o QUALIS penaliza (diminuindo a classificação da revista) os periódicos que publicarem muitos artigos com autores da própria instituição (reduzindo a endogenia).

Essa análise mostra a barreira que deverá ser superada para ampliar o escopo das revistas acadêmicas brasileiras de administração. Uma mudança no QUALIS formal possibilitará mudanças, mas também é necessária uma mudança cultural. Para essa mudança ocorrer é necessária uma divulgação da importância de textos voltados para extensão e para o ensino.

7.3.2. Argumentos para mudar a cultura

Esta pesquisa apresenta dois argumentos para mudar a cultura de valorização de revistas voltadas para a pesquisa. O primeiro é que as revistas internacionais possuem um modelo mais flexível que as revistas brasileiras. Algumas revistas internacionais são muito rigorosas quanto ao método das pesquisas científicas, como por exemplo o *Academy of Management Journal* e o *Administrative Science Quarterly*. Entretanto há revistas bem menos rígidas e igualmente reconhecidas como o *Academy of Management Review* e *Harvard Business Review*. A pluralidade do modelo internacional de revistas pode influenciar a cultura nacional de valorizar a pesquisa científica e a publicação de um estilo único de artigo acadêmico.

Uma mudança causada pela aceitação desse primeiro argumento leva a uma mudança pequena mais significativa nos tipos de revistas acadêmicas de administração publicadas no Brasil. Entretanto, o segundo argumento sugere que a mudança pode ser maior. A importância do ensino e extensão merece que as publicações feitas pelos acadêmicos equilibrem a formação profissional e o desenvolvimento do conhecimento pela pesquisa. Isso não significa que o mesmo professor deva ser bom nas duas coisas, nem que mesma revista deveria publicar textos para o ensino, pesquisa e extensão. Isso provavelmente causaria uma confusão, ou pelo menos uma falta de foco, nas revistas e nos acadêmicos. O segundo argumento desta pesquisa defende a pluralidade de revistas, umas atendendo mais o ensino e outras voltadas para a pesquisa.

Para atingir esta pluralidade, a mudança de cultura deve acompanhar uma mudança na forma de avaliar as revistas.

7.4. Quais serão as formas de avaliação das revistas?

O conjunto de procedimentos usados pela CAPES para estratificar as revistas é o QUALIS. Cada área do conhecimento usa critérios particulares para classificar as suas revistas.

Algumas recorrem apenas ao fator de impacto do JCR, outras, como administração, usam critérios próprios.

Trzesniak (2006) cita quatro dimensões para avaliar a qualidade de um periódico: a de adequação técnico-normativa do produto, a de finalidade do produto, a de processo de produção e a de mercado.

A **dimensão técnico-normativa** refere-se à capacidade da revista seguir uma norma estipulada. Por exemplo, uma revista que escolhesse seguir a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) deveria garantir que os textos atendam a esse padrão. As formas de avaliar esta dimensão podem ser diretas ou indiretas. Um julgamento direto da qualidade segundo esta dimensão exige a avaliação da publicação (produto) e uma sistemática (manual ou computacional) de contagem de erros nos textos. A indireta envolve os sistemas usados para garantir que as normas sejam aceitas: divulgação das normas adotadas pela revista, ter um revisor técnico (e não apenas científico).

O problema da avaliação direta, principalmente quando usados computadores, é que ela tende a avaliar erros do uso da norma como o uso de *vírgula* ou *ponto e vírgula* para separar os nomes dos autores, mas não irá verificar se o texto é compreensível. Também não é verificado se as figuras estão legíveis ou os valores das tabelas estão corretos.

A **dimensão de finalidade** do produto é mais subjetiva que a técnico-normativa. Ela está ligada ao cumprimento da sua missão ou ao fornecimento de informações científicas relevantes ao seu público-alvo. Trzesniak (2006) cita que:

...essa conceituação contempla o sentido amplo de revista científica, abrangendo tanto a ortodoxa (na qual o foco está na pesquisa na área do conhecimento) como as que se dedicam, por exemplo, ao ensino da especialidade ou à inovação tecnológica (destaques do original).

O destaque que os critérios de qualidade poderiam abranger revistas voltadas para o ensino ou extensão é importante, pois não haveria necessidade de alterar todo o sistema de julgamento das revistas para adequá-los às revistas com escopo ampliado.

Os critérios da dimensão qualidade acabam sendo tão complexos de avaliar, que geralmente são apenas julgadas as pessoas responsáveis por garantir o atendimento a este critério. Ou seja, avalia-se principalmente o corpo editorial e os pareceristas. O critério geralmente

abrange currículo e a endogenia do grupo. A expectativa é que o corpo editorial realmente atue para garantir a qualidade acadêmica da revista, algo que nem sempre ocorre.

A **dimensão de processo de produção** está ligada ao conceito moderno de que o controle de qualidade é feito durante o processo de produção e não apenas na avaliação do produto final. Essa dimensão de qualidade refere-se à padronização dos processos de forma que a revista não fique dependente do seu editor. Atualmente o processo de edição de uma revista foi simplificado e padronizado com o desenvolvimento de softwares que gerenciam este processo.

A **dimensão de mercado** está relacionada com a qualidade julgada pelo “cliente”. Há o problema subjetivo deste julgamento tendo em vista que uma instituição pode emprestar seu prestígio a uma revista e ela ser bem avaliada mais pelo nome da instituição do que pelo seu conteúdo.

Uma forma de avaliar a dimensão mercado é a citação que a revista recebe. O principal indicador é o JCR, mas ainda não há revistas nacionais de administração avaliadas por este instrumento. O SciELO publica estatística de citações das revistas cadastradas em suas bases, mas ainda há poucas revistas de administração nesta base (em dezembro de 2008 apenas a RAE eletrônica e a RAC) para que possam ser usadas as citações como critério de qualidade.

Uma forma de avaliar a qualidade para o público seria a elaboração de uma enquete, buscando identificar através da opinião dos pesquisadores quais revistas eles consideram melhores ou piores.

7.4.1. Sugestões para mudanças no critério de avaliação atual

O critério de avaliação atual da CAPES não restringe diretamente as revistas que não sejam voltadas para o ensino, entretanto apenas os “artigos” são computados como publicação. Portanto um texto sobre uma empresa que seria um ótimo caso para estudo na graduação, acaba se transformando em um caso de pesquisa que busca confirmar uma teoria.

Dos quatro critérios apresentados por Trzesniak (2006) é o de finalidade que precisa ser revisto. O julgamento objetivo da CAPES fixa-se em parâmetros que avaliam o corpo editorial da revista, mas não avaliam a sua missão. Mesmo as revistas que dizem atender

executivos, publicam apenas pesquisas. Se a avaliação da finalidade fosse orientada pela missão, essa revista deveria perder pontos neste critério.

Para permitir um enfoque mais amplo o que deve ser alterado é a concepção do que é um texto acadêmico e como ele contribui para a administração. Se for considerado “válido” apenas o texto de pesquisa, as revistas pouco publicarão além destes artigos. Entretanto, se for considerado importante textos para ensino e extensão e eles contarem pontos no currículo de um acadêmico, então os tipos de textos a serem publicados irão expandir.

Havendo a mudança na finalidade os outros critérios poderão sofrer algumas modificações.

A **dimensão técnico-normativa** permanece importante para todas as publicações, porém as revistas de pesquisa que pretendem tornar-se internacionais devem usar padrões internacionais e escrever em inglês (pode haver textos em espanhol caso o objetivo seja atender a um público latino-americano).

A **dimensão de finalidade** deve ser alterada, mas se a avaliação objetiva desta dimensão continuar sendo apenas o corpo editorial, pouco precisa ser modificado. Talvez possa ser permitida (não incentivada) uma maior endogenia nas revistas para ensino ou extensão.

A avaliação de finalidade deve ser orientada pela missão da revista. Quais as funções e públicos que ela se propõe atender e qual ela realmente atinge? A linguagem administrativa está adequada ao seu público? Está desenvolvendo conhecimento nacional?

A **dimensão de processo de produção** pode ser avaliada de maneira semelhante para todos os tipos de revista. Entretanto as revistas que se propõem a publicar trabalho de alunos necessitam ter um cuidado especial com o processo de produção. Afinal é neste processo que ocorre a aprendizagem e não apenas na leitura dos textos publicados.

Como poderão existir várias revistas com propostas diferentes, há necessidade de informar aos pareceristas as expectativas da revista. Há necessidade de ser um artigo inovador, ou pode ser uma replicação? É possível conter opiniões no texto, ou qualquer julgamento de valor deve ser excluído? Se o objetivo é o autodesenvolvimento do autor, os textos dos pareceristas devem ser mais detalhados. Se o foco é a extensão, não há necessidade de detalhar a metodologia científica.

Provavelmente uma mesma revista não conseguirá diferenciar todos estes requisitos apenas criando seções dentro dela. Focar em algum público facilita a especialização do processo de produção para as necessidades específicas deste público.

A **dimensão de mercado** deverá ser modificada. As revistas científicas devem continuar a ser avaliadas pelo fator de impacto. Isto significa que as revistas de administração devem participar das bases que permitam construir dados sobre citação. As revistas focadas na extensão podem ser avaliadas pelo número de *downloads* dos textos ou por enquete. Já as revistas de ensino, além das maneiras usadas para a extensão, podem ser julgadas pela sua adoção nos programas das disciplinas.

Não significa que a pós-graduação deva se responsabilizar por todas as publicações acadêmicas (incluindo as voltadas para ensino e extensão), mas a pós-graduação pode oferecer conteúdo com qualidade científica e embasamento teórico.

A avaliação das revistas científicas pela CAPES é fundamental, pois a qualidade de um programa de pós-graduação está associada a sua contribuição para o avanço do conhecimento da área. O avanço deste modelo inclui uma avaliação mais quantitativa apoiado em citações. Não há necessidade de usar o JCR, pois outras bases oferecem este tipo de recurso. O SciELO, por exemplo, possibilita este tipo de avaliação.

As revistas acadêmicas voltadas para ensino e extensão não requerem a mesma atenção da CAPES, porém o apoio desta instituição fará com que os pesquisadores publiquem neste tipo de periódico. A importância de ter os principais pesquisadores publicando na revistas é a garantia da qualidade dos textos voltados para a divulgação e ensino. Com isso a pós-graduação, além do papel de desenvolver pesquisa no Brasil, assume o papel pelo ensino de administração, pois grande parte dos alunos deste curso estuda em faculdades cuja graduação não possui um forte vínculo com a pesquisa.

A contribuição para este tipo de revista poderá ser feita pelos pesquisadores e professores da pós-graduação. Estas revistas devem ter uma aprovação acadêmica, podendo usar inclusive o sistema de revisão por pares. A CAPES poderia incentivar esse tipo de publicação de 3 formas distintas (as alternativas não são necessariamente excludentes):

- a) Incluindo estas revistas no QUALIS, provavelmente com uma pontuação menor que as revistas científicas.

- b) Incluir os textos neste tipo de revista como produção técnica e valorizar essa produção na avaliação dos cursos de pós-graduação.
- c) Classificar a revista ou produção de textos para estas revistas como impacto social. Isso só deverá ser aceito caso a revista mantenha aberto (livre de restrições) o acesso aos seus textos.

8. CONCLUSÃO

Este estudo foi organizado como um problema de passagem. Neste tipo de problema há uma insatisfação com a situação atual e o desejo de mudar para uma situação diferente. Este tipo de problema só faz sentido se houver uma crença na viabilidade da passagem da situação atual para a desejada (Zaccarelli, 1996, pg. 43-59).

Apesar de ser bastante usado em estratégia, esse tipo de problema não costuma orientar as pesquisas científicas. A ciência busca entender como as coisas funcionam e não como elas devem funcionar. No problema de passagem o método científico contribui para a análise da situação atual. A descrição da situação futura, por sua vez, envolve julgamentos de valor que não se adequam ao rigor do método científico, mas que podem ser abordados em um texto acadêmico ou complementar uma pesquisa científica. Entretanto, para ser um texto acadêmico, a situação futura deve ser sustentada por argumentos explícitos sujeitos a críticas pelos pares (por outros pesquisadores).

O objetivo deste estudo é propor a ampliação do escopo das revistas acadêmicas de administração para que o conjunto de revistas exerça um papel que melhor atenda as diversas necessidades acadêmicas (pesquisa, ensino e extensão). Uma proposição sobre como o futuro deveria ser é uma descrição da situação desejada. Para ser considerado um problema de passagem, é necessário complementar este objetivo, descrevendo a insatisfação com a situação atual e a crença na viabilidade da passagem. A insatisfação com a situação atual é o foco das revistas acadêmicas brasileiras estar voltado apenas para a pesquisa. A viabilidade da mudança é possível, caso haja uma mudança nas avaliações da produtividade dos professores, considerando, além da publicação de pesquisas, os textos voltados para ensino e extensão.

8.1. Situação Atual

A análise da situação atual envolveu o levantamento das características das revistas brasileiras. Foram estudadas as revistas de administração classificadas nos estratos superiores do QUALIS (A2, B1, B2 e B3), resultando em 27 revistas.

Com base nestes dados, a revista acadêmica de administração brasileira típica: (i) está voltada para pesquisa (100% das revistas analisadas); (ii) oferece acesso aberto aos seus artigos na internet (100%); (iii) publica grande parte dos seus artigos apenas em português (85%); (iv)

não tem uma temática específica e abrange a área de administração como um todo (81%); (v) é publicada por uma Instituição de Ensino Superior (81%); e (vi) foi criada após 1994 (74%).

Apesar de mostrar que as revistas nacionais estão voltadas para pesquisa, essa informação por si só não gera insatisfação. A descrição da situação atual deve ser complementada mostrando o descontentamento que isso causa no ensino, extensão e pesquisa.

Ensino

A falta de revistas direcionadas para o ensino e a não valorização de textos voltados para ensino nos periódicos resultam em baixa publicação deste tipo de texto pelos professores da pós-graduação.

Mesmo em um país onde 15% das matrículas na graduação estão em cursos de administração ou gestão, a publicação de periódicos acadêmicos voltados para esse público não é significativa.

Essa situação faz com que os professores recorram a revistas jornalísticas (magazines) para apoiar as suas aulas. São nessas revistas que estão os exemplos atualizados que os professores usam em sala de aula.

Os alunos, ao fazerem suas pesquisas, buscam material disponível na internet. Muitas vezes eles não encontram material nas revistas acadêmicas nacionais porque elas não estão apropriadamente cadastradas nos sistemas de busca. Quando os alunos encontram uma revista acadêmica nacional, eles não conseguem compreender o texto. O texto está voltado para o pesquisador, ou seja, o texto foi escrito para pessoas que compreendem o assunto tratado e é iniciado na linguagem usada nos textos científicos. Portanto, muitos alunos recorrem a textos de jornalistas ou a fontes de qualidade duvidosa.

Uma revista acadêmica voltada para o ensino deverá publicar textos com uma linguagem acessível e corretamente embasados nas teorias administrativas. Para garantir a qualidade do texto, essas revistas podem recorrer ao sistema de avaliação por pares. Se for considerado como produção nas avaliações dos docentes, provavelmente os textos desta revista serão publicados por professores que atuam na pós-graduação.

Extensão

Há um espaço entre a academia e a prática. O foco na pesquisa com método rigoroso e objeto muito recortado, condições para um bom artigo de revista científica, faz com que os autores escrevam em uma linguagem própria da ciência e desconhecida das pessoas que estão atuando no mercado. Por falarem idiomas diferentes, os acadêmicos e os práticos não conversam entre si.

Os cientistas falam em metodologia e significância estatística (com $p < 5\%$). A linguagem pragmática está mais interessada na aplicação do resultado da pesquisa do que no seu método de obtenção ou medida de erro. Uma revista acadêmica voltada para a prática pode ser uma ponte ligando a academia à prática profissional.

Pesquisa

O descontentamento com a pesquisa envolve a crítica que os artigos das revistas nacionais são pouco citados pelos autores brasileiros. Muitos desses artigos são de baixa qualidade, com destaque aos estudos de caso que, na verdade, são apenas casos ilustrativos.

A proposição de criar revistas para o ensino e a extensão não ajuda a melhorar a qualidade dos artigos de pesquisa, mas pode eliminar alguns artigos ruins. Mascaram um caso ilustrativo como uma pesquisa gera um artigo científico de baixa qualidade. Entretanto, os casos ilustrativos podem ser usados para: (i) explicar uma teoria para alunos em uma revista acadêmica voltada para o ensino ou (ii) ser um exemplo de aplicação de uma ferramenta administrativa. Se houver revistas publicando estes tipos de textos e as avaliações dos docentes considerarem como positivas este tipo de produção acadêmica, não mais será usada a artimanha de mascarar casos e consultorias em artigos científicos.

Um hábito que contribui para a proliferação de artigos de baixa qualidade é a substituição de trabalhos ou provas nas matérias de pós-graduação por artigos. O que deveria ter um foco preferencialmente didático, voltado ao autodesenvolvimento do autor, é transformado em uma pesquisa geralmente de baixa qualidade. Esse tipo de texto pode ser publicado em uma revista acadêmica com a intenção de ensinar a publicar artigos. A conclusão desses artigos deve focar o aprendizado do autor e não a contribuição do texto para o conhecimento científico. Ou seja, é possível que haja uma revista de ensino, cujo principal cliente seja o autor e não, o leitor. Uma revista deste tipo publicaria os trabalhos de conclusão de curso dos alunos de uma

instituição de ensino superior. Esses trabalhos não contribuirão para o leitor, um aluno, que busca um texto didático para aprender uma disciplina, ou um pesquisador, que busca textos avançando a fronteira do conhecimento. Os principais leitores deste tipo de revista serão outros alunos interessados em publicar seus trabalhos e pessoas próximas aos autores dos textos publicados.

Parece estranho haver revistas que consideram o autor como seu principal cliente. Entretanto, esta é uma característica das revistas atuais. O foco das revistas é oferecer espaço para o autor publicar um artigo e ter uma boa classificação no QUALIS. Alguns fatos mostram que o leitor não é o principal cliente:

- a) Com o avanço da internet, os pesquisadores passaram a buscar artigos nos grandes sites de busca que procuram palavras-chave em diversas revistas científicas. A presença das revistas brasileiras de administração nas bases de dados com sistemas de busca de artigos é recente. Essa preocupação tornou-se importante quando a presença nas bases de dados passou a ser critério de qualidade no QUALIS.
- b) As revistas não se especializaram em temas específicos. Os artigos científicos costumam interessar apenas aos pesquisadores do tema específico do artigo. Quando uma área de conhecimento já tem massa crítica de artigos, as novas revistas costumam se especializar em subáreas. No Brasil, 81% das revistas publicam artigos em qualquer área da administração, mas isso só ocorre em 21% das revistas internacionais de *management* ou *business* avaliadas pelo JCR. As revistas brasileiras, além de temática abrangente, publicam o mesmo tipo de texto: artigo científico teórico ou de revisão. As revistas internacionais abrangentes costumam se diferenciar, sendo que há algumas voltadas para extensão, como a Harvard Business Review. Essa constatação de falta de diferenciação merece destaque tendo em vista que a teoria da administração advoga que, para melhor atender os clientes, as empresas não devem oferecer a mesma coisa que seus concorrentes.
- c) As revistas publicam os artigos por ordem de aprovação ou escolhendo os autores para evitar os indicadores de endogenia. Não há um agrupamento de artigos para atrair o leitor, por exemplo, publicando artigos sobre fusões de empresas, após o anúncio da fusão de grandes empresas brasileiras. Uma prática comum nas revistas internacionais e rara nas brasileiras (a exceção é o fórum que a RAE publica em alguns de seus números) é o agrupamento de artigos com temas similares. Algumas revistas

internacionais publicam edições especiais, abordando um tema específico. Uma pessoa do corpo editorial da revista geralmente publica um editorial longo, comentando o tema proposto e, às vezes, contando a evolução do tema na literatura ou na prática profissional. Agrupar artigos por tema é uma estratégia para atrair leitores para a revista e para o tema abordado nesta coletânea.

A proposta futura não é tornar o autor o único cliente e motivo da revista científica, mas estabelecer um equilíbrio para que os editores das revistas passem a querer agradar tanto ao leitor quanto ao autor.

8.2. Situação Desejada

A situação desejada já está descrita no objetivo deste trabalho: ter revistas com missões distintas. Algumas focadas na pesquisa, outras no ensino e outras ainda na extensão.

Esta mudança, provavelmente, não será abrupta. Serão criadas novas revistas com focos distintos e as existentes poderão desenvolver a sua própria personalidade. A diferenciação das revistas será gradual, mas cada passo envolve uma mudança de cultura.

Provavelmente uma primeira mudança ocorrerá com as revistas científicas quando passarem a se especializar por temas. Essa é sugerida como primeira mudança por não ter grande impacto na cultura dos acadêmicos. Nada muda no modelo do que pode ser considerado um texto acadêmico. A diferença é que os artigos, da maneira como são feitos hoje, serão agrupados em revistas que abordem temas específicos.

A importância da especialização por tema não estava no objetivo desta tese, mas a comparação das características das revistas brasileiras com as internacionais mostrou que essa era uma diferença significativa.

A segunda mudança é a criação de novas revistas ou seções de revistas especializadas em ensino ou extensão. Hoje a RAC e a REAd publicam casos de ensino, mas o objetivo é ir mais longe. A produção de textos para o ensino e a extensão deve ser grande no futuro para que haja revistas com estes focos.

Deve haver um conjunto grande de revistas voltadas para o ensino e validadas por um sistema semelhante ao QUALIS de tal forma que os alunos de graduação tenham material bibliográfico para realizarem as suas pesquisas. Estas revistas acadêmicas estarão competindo com sites que disponibilizam trabalhos de alunos e sites com pouca legitimidade sobre o tema, pois não possuem um sistema de revisão e aprovação (por pares ou por editor científico).

Na extensão, as revistas farão a ponte entre a academia e o mercado. Provavelmente as instituições com MBAs publicarão este tipo de revista.

Na pesquisa, as associações e sociedades passarão a ter as suas revistas que agruparão os pesquisadores em temas específicos. Isso dará um novo impulso ao que foi descrito como primeira mudança.

Essa mudança pode mudar o modelo de negócio das revistas nacionais. Hoje a revista nacional típica é sustentada pela Instituição de Ensino que a publica. Nas revistas publicadas por associações, são elas que poderão dar esse apoio financeiro às revistas. Dificilmente as revistas nacionais cobrarão assinaturas como fazem 99% das revistas internacionais. A associação, por ter uma revista científica, ganha legitimidade no meio acadêmico. A revista, por sua vez, ganha por evitar a endogenia comum nas revistas vinculadas com instituições de ensino.

8.3. Viabilidade

A viabilidade da passagem é estudada considerando três temas distintos: custo, demanda e mudança de atitude.

Quanto ao **custo**, não há grandes diferenças entre o modelo atual e o proposto. O custo de uma revista permanece o mesmo. Hoje, com o sistema SEER, que é gratuito e faz a gestão e publicação de revistas na internet, o custo de operação de uma revista (sem considerar o custo de produção do texto, pois a revista não paga o autor pelo direito de publicar seu texto) é relativamente baixo.

O custo operacional por revista permanece o mesmo, pois não há diferença se ela está voltada para pesquisa, ensino ou extensão. Entretanto a proposta exige que mais revistas sejam

criadas. Nos últimos anos (entre 1996 e 2006) o número de programas de pós-graduação *stricto sensu* vem crescendo acima de 10% ao ano e a soma do número de alunos de mestrado profissionalizante, acadêmico e doutorado cresceu acima de 15% ao ano. Se esses números continuarem crescendo, não haverá dificuldade de oferta de artigos para as revistas acadêmicas que serão criadas no futuro.

O aumento do número de alunos e, conseqüentemente, de professores não ocorre apenas na pós *stricto sensu*. Também há crescimento na graduação e na pós *lato sensu*. Essa expansão sugere que haverá **demanda** para as revistas voltadas para o ensino.

Há revistas voltadas para a extensão, como a Harvard Business Review Brasil e a HSM Management, mas elas não são controladas por acadêmicos brasileiros. A venda dessas revistas no Brasil sugere que também haja demanda para revistas acadêmicas voltadas para a extensão.

O terceiro ponto para viabilizar a passagem refere-se à **mudança de atitude** do acadêmico, que deveria passar a publicar textos para o ensino e a extensão. Segundo Fischmann e Almeida (1991, p. 131), a mudança de atitude é composta de três elementos:

- a) Cognitivo. A cognição está relacionada com a percepção da ideia. Um estudo como este ajuda os leitores a compreenderem a situação atual, enxergarem as insatisfações e desejarem a situação proposta.
- b) Afetivo: Uma mudança imposta geralmente é repelida. Os acadêmicos, por sua formação científica, são pessoas críticas que costumam analisar os motivos das mudanças. Sugerir mudanças por meio de teses, artigos e debates é uma forma bastante aceita no meio acadêmico. Este é um dos motivos para a mudança ser gradual e não abrupta.
- c) Comportamental: O elemento comportamental está relacionado com os controles da ação. Para este elemento sugere-se criar um sistema de incentivo para os acadêmicos publicarem textos para o ensino e a extensão. Tendo em vista a importância da CAPES e do QUALIS no processo de contratação e avaliação do docente, é importante que estes instrumentos sejam alterados para contemplar a produção de textos para ensino, pesquisa e extensão.

8.4. Comparação com as revistas internacionais

A comparação das características das revistas brasileiras com as características das internacionais revelou dois pontos que as revistas nacionais podem seguir para melhorar sua inserção internacional.

O primeiro ponto refere-se ao idioma que as revistas usam para publicar seus textos. Enquanto no Brasil o português é usado pela maioria das revistas, apenas 2 (1%) revistas internacionais não publicaram todos os seus artigos em inglês nos últimos anos. Se o objetivo for se internacionalizar e atuar na América Latina, não há necessidade de usar o inglês. Entretanto, se o objetivo for disputar espaço entre as revistas avaliadas pelo JCR, o inglês é fundamental. A BAR é uma revista brasileira que está seguindo o modelo internacional, usando o inglês e o modelo de citação da APA (e não o da ABNT).

Outro ponto a ser considerado é que o modelo de revistas internacionais envolve a cobrança de taxas/assinatura para acesso aos artigos disponíveis na internet (99% das revistas) e o apoio de uma editora comercial (83%). Ter apoio de uma editora internacional deve facilitar a gestão das revistas e a inserção nas bases de dados internacionais, inclusive na base do JCR. Entretanto, esta mudança pode resultar na cobrança para acessar artigos na internet.

Esse segundo ponto muda o modelo de negócio das revistas nacionais, que deixaria de ser *Open Access*, algo muito valorizado pela academia.

Quanto ao *Open Access*, ao invés de as revistas brasileiras copiarem o modelo de negócio internacional, este último poderia basear-se em nosso modelo. No exterior, há diversas pressões para que não haja restrição ao acesso de artigos científicos. Uma das formas que as revistas internacionais podem usar é seguir o modelo Brasileiro: (i) revistas publicadas e sustentadas por Instituições de Ensino ou Associações; (ii) uso de software para gestão e publicação da revista (como o SEER); e cadastro em bases de dados públicas (ou de organizações sem fim lucrativo) para divulgar ou pesquisar os artigos.

No Brasil, o SciELO faz essa função de base de dados e sistema de busca. Nas revistas da área médica, o PubMed é o grande sistema de busca por artigos científicos e possui uma central de armazenamento gratuita. Portanto, essa não é uma grande dificuldade para as revistas internacionais adotarem o modelo Brasileiro.

O sistema SEER usado no Brasil para gestão das revistas é baseado no OJS, que foi desenvolvido originariamente em inglês nos Estados Unidos. Portanto as revistas internacionais podem prescindir das editoras para fazer a gestão da revista.

O aspecto financeiro é o entrave para a adoção do modelo Brasileiro. Enquanto no exterior as revistas geram lucro para editora e facilitam o trabalho do editor da revista, no Brasil, ela é um custo para a instituição que publica a revista. O aspecto financeiro e a gestão da revista por uma editora comercial dificultam a adoção do sistema brasileiro.

No Brasil, o custo de operação deve ser muito pequeno, pois a Instituição que dá suporte à revista gastará a mesma quantia, independentemente do número de leitores. No modelo americano, o aumento do custo de gestão pode ser compensado se houver um aumento no número de assinantes.

Quando há uma editora comercial, o trabalho do editor está focado apenas em questões científicas e não nas questões operacionais. O gasto para apoiar o editor nas questões administrativas das revistas internacionais pode ser compensado pela receita de venda de acessos aos arquivos. No Brasil, o gasto de apoio deve ser repassado à Instituição de Ensino que, para economizar, obriga o editor científico da revista realizar tarefas operacionais.

8.5. Futuras Pesquisas

Uma pesquisa importante é acompanhar o movimento das revistas nacionais. Há alguns anos, a RAE-eletrônica era a única revista de administração no SciELO. Hoje, novembro de 2009, há 7 revistas e este número tende a crescer. O inglês também é recente nas revistas Brasileiras. Esse acompanhamento do sistema de publicação no Brasil ajuda a incrementar o diagnóstico e conseqüentemente a proposição sobre a situação futura.

Futuras pesquisas podem ajudar a aprofundar a compreensão da situação atual. Uma pesquisa pode verificar o tipo de texto que os professores estão lendo e recomendando para seus alunos. Outra pesquisa poderia avaliar quais são os textos que os alunos estão usando para fazerem as suas pesquisas. Esta pesquisa não é fácil, pois muitos alunos costumam copiar as citações que a sua fonte real estava usando. Os alunos citam diretamente “Porter, 1979” e não “Porter, 1979 *apud* trabalho do aluno que fez a citação”.

Novos textos e debates sobre a situação futura são importantes para aprimorá-la e “vender a ideia” para o restante da comunidade acadêmica.

Também há uma questão mais filosófica que perpassa toda esta pesquisa e que deve ser aprofundada: afinal, o que é um texto científico e o que é um texto acadêmico? Nesta pesquisa, o texto científico foi considerado um subconjunto do texto acadêmico. Flyvbjerg (2001) tem uma visão diferente e considera que as ciências sociais devem contribuir com um tipo diferente de conhecimento. A ciência natural trabalha o conhecimento como *episteme* (conhecimento associado à verdade) e a ciência social deveria trabalhar o conhecimento como *phronesis* (associado à prudência ou à virtude).

A expectativa do autor com esta tese é contribuir para o debate sobre divulgação do conhecimento científico a partir das revistas acadêmicas, que constituem um dos meios para realizar esta divulgação. Não se pretende encerrar o debate, mas acrescentar a ele informações (capítulos 2, 4 e 5) e proposições (capítulos 6 e 7) que possam enriquecê-lo. Afinal, este é um debate que deve ser perene para possibilitar a melhoria contínua do sistema de divulgação do conhecimento científico.

BIBLIOGRAFIA

ABBASI, Kamran; BUTTERFIELD, Michael; CONNOR, Jackie; DELAMOTHE, Tony; DUTTON, Stella; HADRIDGE, Philip; HORGAN, Andrea; SMITH, Jane; SMITH, Richard; WALFORD, Eunice; WILLIAMSON, Alex. Four futures for scientific and medical publishing. **BMJ** v. 325, dezembro 2002.

ALBEE, Bárbara e DINGLEY, Brenda. U. S. Periodical Prices. *American Libraries*, May 2001. Disponível em <<http://www.ala.org/ala/online/selectedarticles/periodicals01.pdf>> Acesso em 18/04/08.

ALMEIDA, F. R. Uso da visão de futuro como metodologia para pesquisa em administração. In: XII SemeAd; 2009, São Paulo. **Anais do XII SemeAd**, São Paulo: FEA/USP, 2009.

BARSCHELL, Henry H. The Cost of Physics Journals. **Physics Today**, December, 1986.

_____. The Cost-Effectiveness of Physics Journals. **Physics Today**, July, 1988.

BARSCHELL, Henry H. e ARRINGTON, J. R. Cost of Physics Journals: A Survey. **Bulletin of the American Physical Society**, v. 33, n. 7, July 1988.

BENNIS, Warren G. e O'TOOLE, James O'Toole. How Business Schools Lost Their Way. **Harvard Business Review**, v. 83, n. 5, maio 2005.

BERGER, Eric. Peer Review: a castle built on sand or the bedrock of scientific publishing? **Annals of Emergency Medicine**, v. 47, n. 2, fevereiro de 2006.

BERGSTROM, Theodore C. A Lysistratan Scheme, 2002. Disponível em <<http://www.econ.ucsb.edu/%7Etedb/Journals/lysistrata.html>> Acesso em 17/03/2008.

_____. Ted Bergstrom's Journal Pricing Page. Disponível em <<http://www.econ.ucsb.edu/%7Etedb/Journals/jpricing.html>> Acesso em 18/04/08.

BERGSTROM, Theodore C. e BERGSTROM, Carl T. The economics of scholarly journal publishing. 2001. Disponível em <<http://octavia.zoology.washington.edu/publishing/>> Acesso em 18/04/08.

BERTERO, Carlos Osmar. Produção Científica Ontem e Hoje. **Informativo ANPAD**, n. 2, jan-fev-mar 2004.

BERTERO, Carlos Osmar; CALDAS, Miguel Pinto; WOOD JR., Thomaz. Produção Científica em Administração de Empresas: Provocações, Insinuações e Contribuições para um Debate Local. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 3, n. 1, Jan./Abr. 1999.

BERTERO, C.; VASCONCELOS, F.; BINDER, M. Estratégia empresarial: a produção científica brasileira entre 1991 e 2002. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 4, 2003.

BETHLEM, Agrícola de Souza. **Gestão de negócios: uma abordagem brasileira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

BIGNETTI, Luiz Paulo e PAIVA, Ely Laureano. Ora (Direis) Ouvir Estrelas!: Estudo das Citações de Autores de Estratégia na Produção Acadêmica Brasileira. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 6, n. 1, Jan./Abr. 2002.

BOAI - Budapest Open Access Initiative. Budapeste, 14 de fevereiro de 2002. Disponível em <<http://www.soros.org/openaccess/read.shtml>> Acesso em 11/06/09

BORGHUIS, Marthyn; BRINCKMAN, Hans; FISCHER, Albert; HUNTER, Karen; LOO, Eleonore van der; MORS, Rob ter; MOSTERT, Paul; ZIJLSTRA, Jaco. **Tulip Final Report**. New York: Elsevier Science, 1996.

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Estatísticas da Pós-graduação. Disponível em <<http://ged.capes.gov.br/AgDw/silverstream/pages/frPesquisaColeta.html>> Acesso em 16/12/2008.

CHENG, Biao. Using Social Network Analysis to Investigate Potential Bias in Editorial Peer Review in Core Journals of Comparative/International Education. Dissertação (Doctor of Philosophy), Department of Educational Leadership and Foundations, Brigham Young University, 2006.

CLEGG, Stewart R. e HARDY, Cynthia. Introdução: Organização e Estudos Organizacionais. In CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1998.

COMITÊ DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA CASA DOS COMUNS. **Scientific Publications: Free for all?** Tenth Report of Session 2003-04. London: The Stationery Office Limited 2004.

DAVYT, Amilcar; VELHO, Léa. A avaliação da ciência e a revisão por pares: passado e presente. Como será o futuro? **Hist. cienc. saude-Manguinhos.**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, 2000.

DÖBEREINER, Jürgen A publicação científica vista por um pesquisador, *in*: X Curso de Editoração Científica da ABEC. Petrópolis/RJ: Associação Brasileira de Editores Científicos. 2001

DRÈZE, J. e DEBELLE, J. **Concepções da Universidade**. Fortaleza, Edições Universidade Federal do Ceará, 1983.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **The practice of management**. New York: Harper, 1954.

D'AVENI, Richard A. **Hipercompetição**: Estratégias para dominar a dinâmica do mercado. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

FISCHMANN, Adalberto A. e ALMEIDA, Martinho I. R. de. Planejamento Estratégico na Prática. São Paulo: Atlas, 1991.

FLYVBJERG, Bent. **Making Social Science Matter**: Why Social Inquiry Fails and How It Can Succeed Again. West Nyack: Cambridge University Press, 2001. Disponível em <http://site.ebrary.com/lib/usp/Doc?id=10069912&ppg=14>

FRAZIER, Kenneth. "The Librarians" Dilemma: Contemplating the Costs of the "Big Deal" **D-Lib Magazine**, v. 7, n. 3, March 2001.

GALVAN, Robert; HARRINGTON, Denis; KELLIHER, Felicity. A work in progress. The road to relevance 15 years on – Are we there yet? **EDiNEB Conference Paper**. Malaga, June 2008.

GHOSHAL, Sumantra. Bad Management Theories Are Destroying Good management Practices. **Academy of Management Learning & Education**, v. 4, n. 1, 2005.

GUÉDON, Jean-Claude. In Oldenburg's Long Shadow: Librarians, Research Scientists, Publishers, and the Control of Scientific Publishing. **ARL: A Bimonthly Report**, no. 218, October 2001.

GUETZKOW, Joshua; LAMONT, Michele; MALLARD, Gregoire. What is Originality in the Humanities and the Social Sciences? **American Sociological Review**. v. 69. n. 2 Abril 2004.

HAMILTON, David P. Publishing by- and for?- the Numbers. New evidence raises the possibility that a majority of scientific papers make negligible contributions to knowledge. News & Comment. **Science**, v. 250, 07/dez/1990.

HOPPEN, Norberto e MEIRELLES, Fernando S. Sistemas de informação: um panorama da pesquisa científica entre 1990 e 2003. **RAE - Revista de Administração de Empresas**. v. 45, n. 1, 2005.

HUBBARD, Raymond e VETTER, Daniel E. An empirical comparison of published replication research in accounting, economics, finance, management, and marketing, **Journal of Business Research**, v. 35, n. 2, fevereiro 1996.

KAPLAN, Robert S. e NORTON, David P. **A estratégia em ação**: balanced scorecard. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

KIRSHBAUM, Charles; PORTO, Elvio Corrêa; FERREIRA, Fernando Coelho Martins. Neo-institucionalismo na produção acadêmica em administração. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, jan./jun. 2004.

KYRILLIDOU, Martha e YOUNG, Mark. **ARL Statistics 2005-06**: A Compilation of Statistics from the One Hundred and Twenty-Three Members of the Association of Research Libraries. Washington: ARL, 2008.

KRONICK, D. A. Peer review in 18th century scientific journalism. **JAMA**, v. 263, n. 10, março 1990.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das Revoluções Científicas** – 9^a ed. – São Paulo: Perspectiva, 2005.

- MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L. Editorial. **Informativo ANPAD**, n. 2, jan-fev-mar 2004.
- MATTOS, Pedro Lincoln C. L. Nós e os Índices – a propósito da pressão institucional por publicação. **RAE**. v. 48, n 2, abril-junho 2008.
- MAXIMIANO, A. C. Amaru. Teoria geral da Administração: da escola científica à competitividade na economia globalizada. – 3ª ed. – São Paulo: Atlas, 2000.
- MCCABE, Mark J. Journal Pricing and Mergers: A Portfolio Approach. **The American Economic Review**, v. 92, n. 1, March 2002.
- MEADOWS, Arthur Jack. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos, 1999.
- MEC – MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. <<http://www.inep.gov.br/>> Acesso em janeiro de 2009.
- MILLER, C. Chet. Peer review in the organizational and management sciences: prevalence and effects of reviewer hostility, bias, and dissensus. Editorial. **Academy of Management Journal**, v. 49, n. 3, 2006.
- MINTZBERG, Henry. **Criando Organizações Eficazes**. – 3ª ed. – São Paulo: Atlas, 2003.
- MINTZBERG, Henry; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GHOSHAL, S. **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. – 4ª ed. – Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MORAES, Walter Fernando Araújo de. Uma agenda de pesquisa em administração?. **Informativo ANPAD**, n. 4, jul-ago-set 2004.
- ORASAN, C. Patterns in scientific abstracts. *in* Proceedings of Corpus Linguistics 2001 Conference, Lancaster University, Lancaster, UK, 2001.
- PORTER, Michael E. How competitive forces shape strategy. **Harvard Business Review**, March-April 1979.
- _____. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- REINHARD, Nicolau Editorial. **Revista de Administração da USP**, jul-set 2009.
- ROND, Mark de; MILLER, Alan N. Publish or Perish: Bane or Boon of Academic Life? **Journal of Management Inquiry**, v. 14, n. 4, dezembro, 2005.
- SCImago. SJR — SCImago Journal & Country Rank. 2007. Disponível em <<http://www.scimagojr.com>>. Acesso em 09/12/08.
- SMITH, Richard. Peer review: a flawed process at the heart of science and journals. **J R Soc Med**, v. 99, abril 2006.

SPARC (Scholarly Publishing and Academic Resources Coalition). Site institucional. Disponível em < <http://www.arl.org/sparc/>>. Acesso em 19/04/08.

STUMPF, Ida Regina Chitto. Passado e futuro das revistas científicas. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 3, 1996.

SUBER, Peter. How should we define "open access"? SPARC **Open Access Newsletter / Free Online Scholarship (FOS) Newsletter**, n. 64, 4 de agosto de 2003. Disponível em <<http://www.earlham.edu/~peters/fos/newsletter/08-04-03.htm>> Acesso em 15/04/08.

_____. Timeline of the Open Access Movement. Atualizado em dezembro de 2007. Disponível em < <http://www.earlham.edu/~peters/fos/timeline.htm>> Acesso em 19/04/08.

TAMBER, Pritpal S. Is scholarly publishing becoming a monopoly? It seems to be but scientific culture must take part of the blame. Editorial. **BMC News and Views**, v. 1, n. 1, 2000.

TAYLOR, Frederick W. **Princípios de Administração Científica**. São Paulo: Atlas, 1990.

TONELLI, M. J.; CALDAS, M. P.; LACOMBE, B. M. B.; TINOCO, T. Produção acadêmica em recursos humanos no Brasil: 1991-2000. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n.1, 2003.

TRZESNIAK, Piotr. Periódicos científicos e seu perfil de atuação. *in*: X Curso de Editoração Científica da ABEC. Petrópolis/RJ: Associação Brasileira de Editores Científicos. 2001a.

_____. Análise da cobertura de uma área do conhecimento por periódicos científicos. *in*: X Curso de Editoração Científica da ABEC. Petrópolis/RJ: Associação Brasileira de Editores Científicos. 2001b.

_____. As dimensões da qualidade dos periódicos científicos e sua presença em um instrumento da área da educação. Espaço Aberto. **Revista Brasileira de Educação**. v. 11, n. 32, maio/ago. 2006.

U. C. BERKELEY LIBRARY. Hot Topics: Publisher Mergers. Disponível em <http://www.lib.berkeley.edu/scholarlycommunication/publisher_mergers.html> Acesso em 22/04/2008.

WUST, Markus G. Attitudes of Education Researchers towards Publishing, Open Access and Institutional Repositories. Tese (Mestrado em Artes e mestrado em Biblioteca e Sistemas de Informação) – Faculty of Graduate Studies and Research, University of Alberta, Edmonton, 2006.

ZACCARELLI, Sérgio B. **Estratégia Moderna nas Empresas**. São Paulo: Zarco, 2006.

ZIMAN, J. M. **Conhecimento Público**. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1979.

_____. **O Conhecimento Confiável**. Campinas: Papirus, 1996.