

EDITORIAL

Qual a relevância da pesquisa em Administração de Empresas? Se considerarmos os argumentos de Jeffrey Pfeffer e Christina T. Fong, não é muita. Num provocativo artigo publicado recentemente pela revista *Academy of Management Learning and Education*, os autores atestam que há muito pouca evidência que a pesquisa feita em nossa área tenha influência sobre a prática gerencial. Aparentemente, o único benefício da pesquisa em gestão é conferir prestígio às escolas e servir de propulsor para as carreiras dos professores.

O fenômeno não é difícil de explicar. A academia em nossa área se institucionalizou emulando em grande parte as *hard sciences*. Fê-lo para ganhar legitimidade, mas pagou um preço alto: primeiro, com o afastamento da realidade organizacional, um pecado mortal para uma ciência aplicada, criando uma "torre de marfim"; segundo, com a proliferação de teorias e modelos preditivos de utilidade remota; e terceiro, abrindo espaço para o surgimento de uma sub-literatura de gestão, próxima da auto-ajuda, de grande apelo popular e de consistência duvidosa.

À medida que a academia brasileira, de grande vitalidade, se desenvolve, a provocação de Pfeffer e Fong merece ser discutida. Que futuro nós estamos semeando: um com pesquisadores capazes de perceber e explicar, criticamente, os fenômenos organizacionais; ou apenas "fábricas de artigos", capazes de preencher currículos e somar pontos em avaliações oficiais?

ALIMENTO PARA A MENTE E PARA A ALMA

Esta edição da RAE é marcada pela renovação do projeto gráfico. O novo projeto foi desenvolvido com três grandes focos: primeiro, apresentar ao leitor uma revista de aspecto moderno e que convide à leitura; segundo, garantir a homogeneidade em termos de identidade visual com a *RAE-executivo*, recém-lançada; e terceiro, atender aos requisitos da Capes em termos de informação e formato.

Coincidindo com a renovação do projeto gráfico, esta edição traz alguns artigos marcados por abordagens pouco ortodoxas. Tal aposta em abordagens reflete nosso intento de mostrar tendências importantes e convidar nossos leitores a considerar perspectivas inovadoras de pesquisa.

Abrindo a revista, o Fórum de Teatro, Cinema e Organizações traz 4 artigos: no primeiro trabalho, o inovador David Boje trata do espetáculo e do carnaval como construções teatrais de poder e resistência. Boje, dono de vasta produção acadêmica, tem se notabilizado pela articulação de abordagens heterodoxas com uma visão crítica do mundo corporativo.

No segundo trabalho, Georg Schreyögg mostra que o teatro, além de constituir uma metáfora poderosa para a compreensão do universo organizacional, pode também constituir uma ferramenta importante em processos de mudança; no terceiro trabalho, Peter Pelzer utiliza o filme independente americano "Dead man" para discutir a dinâmica dos processos de transformação organizacional que seguem fusões e aquisições; e no quarto trabalho, Heather Höpfl parte do conceito de sublime e do filme "Vertigo" para discutir melancolia, obsessão e idealização organizacional.

No campo da estratégia, Vikas Anand, Willian H. Glick e Charles C Manz discutem como as empresas podem ter acesso ao conhecimento que está além de suas fronteiras. Capital social é o conceito-base explorado neste trabalho.

No domínio da teoria das organizações, Pedro Jaime Júnior discute cultura organizacional sobre a ótica da perspectiva antropológica. Seu objetivo é superar os limites da corrente funcionalista, dominante nos estudos de cultura.

Em mercadologia, Roberto Costa Fachin, Jorge Francisco Lengler e Marcelo Falcão Vieira adotam uma perspectiva crítica sobre um conceito dominante em marketing: a segmentação de mercado. O *insight* para este ensaio vem de "Deconstruindo Harry", um filme de Woody Allen.

Em gestão de operações, Francisco Lima Cruz Teixeira e Oswaldo Guerra procuram demonstrar que o arranjo interorganizacional típico dos sistemas complexos de produção é o de rede de firmas, marcada por uma forte especialização dos agentes que a compõem e uma intensa complementaridade entre eles.

Em Pensata, Livia Barbosa introduz o conceito de cultura de negócios, mostrando suas características básicas e discutindo, a partir de uma abordagem crítica, suas ambigüidades e contradições.

Complementam esta edição resenhas e indicações bibliográficas.

CONVITE

Desejamos que a renovação do projeto gráfico e a divulgação de novas perspectivas de pesquisa representem um estímulo adicional para que nossos pesquisadores enviem seus trabalhos à RAE.

Boa leitura!

Thomaz Wood Jr.
Diretor e editor