

EDITORIAL

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020160301>

NOVAMENTE A QUESTÃO DO LUGAR: LOCAL, GLOBAL OU GLOCAL?

Os periódicos nacionais estão diante de alguns dilemas: publicar temas de interesse local *versus* produzir conhecimento para uma ciência universal; atender à crescente pressão para publicação em língua inglesa *versus* o ainda necessário aprimoramento das pesquisas e artigos em português; e atrair os artigos de pesquisadores brasileiros talentosos quando estes, por pressão de suas instituições, precisam publicar em periódicos internacionais.

O objetivo de todo periódico científico é disseminar a produção de conhecimento e, como consequência da qualidade desse conhecimento, aumentar a sua visibilidade, mas as revistas não são responsáveis por todos os problemas citados, que resultam de uma complexidade de fatores. Por exemplo, da relação dos programas de pós-graduação com os órgãos que regulamentam as métricas de avaliação da qualidade, e da articulação entre vários atores sociais: professores, alunos, editores, coordenadores de programa, congressos acadêmicos. A comunidade acadêmica em Administração precisa dialogar constantemente para a construção das respostas que atendam ao rigor científico, às boas práticas de pesquisa, aos interesses locais e à produção de conhecimento universal, em benefício do bem comum. Afinal, como sabemos, a realidade é socialmente construída, e o sistema decorre de todos os *stakeholders* que o sustentam. A Administração encontra-se na área das Ciências Sociais Aplicadas e, como tal, deveria contribuir para melhores condições de vida, cabe lembrar. O artigo é um dos possíveis resultados de uma pesquisa. E, para o artigo chegar à publicação, são necessários vários passos.

Além dos debates nos programas de pós-graduação, algumas iniciativas poderiam reforçar esses passos: os congressos acadêmicos da área poderiam oferecer *workshops* para estimular competências de escrita e publicação entre estudantes de mestrado e doutorado, e reforçar, perante as novas gerações, a necessidade de rigor científico e relevância da pesquisa para o País. Por sua vez, os periódicos científicos poderiam estimular ainda mais os autores brasileiros a contribuírem com soluções criativas de questões locais, mas também fóruns temáticos que incentivem a colaboração entre pesquisadores nacionais e do exterior. Além disso, poderiam providenciar pareceres que sejam realmente úteis para o aperfeiçoamento dos artigos e também convidar professores pesquisadores seniores a contribuírem com suas pensatas e debates acadêmicos.

Coincidentemente, dois artigos neste número trazem, com perspectivas diferentes, o debate sobre essas questões. Sérgio Olavarrieta avalia a qualidade das revistas científicas latino-americanas e mostra, entre outros critérios, que publicar trabalhos relevantes, com metodologias sofisticadas, sobre tendências, é ainda a melhor alternativa para os periódicos científicos, em vez de caminhos aventureiros e tortuosos para aumentar o fator de impacto. Outra conclusão do artigo é que periódicos com nome em inglês são mais lembrados (!). A marca da instituição da publicação também é fator relevante. O autor recomenda que os editores aumentem a percepção de qualidade dos periódicos por meio de um conjunto de ações, entre elas, benefícios reais para os autores, como tempo de resposta, e, especialmente, pela qualidade da revisão dos artigos. Não há dúvidas de que essas recomendações são válidas para nossa academia local. Mas a questão do idioma não é trivial: nosso complexo de vira-lata, o gosto pelo estrangeiro, a reprodução sem criatividade e a falta de valorização das referências nacionais têm sido apontados há décadas por diversos pesquisadores brasileiros: Machado-Da-Silva, Cunha e Amboni (1990), Bertero, Caldas e Wood Jr. (1999), Rodrigues e Carrieri (2001), Vergara e Pinto (2001), entre ou-

tros. Precisamos “decolonize the mind” e, ao mesmo tempo, contribuir para a construção de conhecimento universal. Bem, os artigos desta edição estão em inglês e espanhol, mas essa não é a questão essencial. Poetas extraordinários tiveram seus poemas traduzidos do polonês, do português ou do russo para diferentes idiomas. Mas isso significa que eles tinham algo a dizer. Podemos publicar em português, espanhol ou inglês: fundamental é podermos contribuir com a produção de conhecimento que seja local e globalmente importante. E esse é o tema da pensata de Letícia Moreira Casotti e Maribel Carvalho Suarez na área de *Consumer Culture Theory*. O debate das autoras se estende para além desse campo específico: como estimular o interesse de mestrandos em Administração para a leitura de artigos conceituais? Como apontar a importância das abstrações teóricas para a compreensão da realidade social? Casotti e Suarez apontam, com exemplos na área de *Consumer Culture Theory*, como ter reconhecimento universal falando da própria aldeia.

Nessa direção, os demais artigos que compõem esta edição tratam de temas importantes para a realidade local: Renê Birochi e Marlei Pozzebon, em “Improving financial inclusion: Towards a critical education framework”, com base num estudo na Amazônia brasileira, propõem como a educação financeira, baseada em tecnologias de informação, pode ter impacto para empreendedores de baixa renda e levar à emancipação social. O artigo de Thadeu Gasparetto e Angel Barajas trata da economia do esporte, fundamentado num estudo comparativo de campeonatos de futebol. Antonio Benedito de Oliveira Jr., Felipe Mendes Borini, Roberto Carlos Bernardes e Mauro José de Oliveira, a partir de pesquisa com 101 empresas brasileiras, argumentam que a orientação empreendedora e alianças estratégicas devem ser utilizadas para melhorar o desempenho da firma, especialmente quando se trata de pequenas e médias empresas. Nesses estudos, os autores partem de experiências locais, mas avançam na proposição de modelos que ultrapassam a descrição empírica. Finalmente, a pesquisa de Eduardo Acuña e Matias Sanfuentes trata de um tema clássico, mas sempre relevante, que é a questão da identidade organizacional.

Completam esta edição a resenha sobre o livro *Key concepts in creative industries*, de John Hartley, Jason Potts e Stuart Cunningham, e as indicações bibliográficas sobre remuneração dos executivos e empreendedorismo nas indústrias criativas.

Boa leitura!

MARIA JOSÉ TONELLI | Editora-chefe

Professora da Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo – São Paulo – SP, Brasil

REFERÊNCIAS

- Bertero, C. O., Caldas, M. P., & Wood Jr., T. (1999). Produção científica em administração de empresas: Provocações, insinuações e contribuições para um debate local. *Revista de Administração Contemporânea*, 3(1), 147-178.
- Machado-Da-Silva, C. L., Cunha, V. C., & Amboni, N. (1990). *Organizações: O estado da arte da produção acadêmica no Brasil*. Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, Florianópolis, SC.
- Rodrigues, S. B., & Carrieri, A. D. P. (2001). A tradição anglo-saxônica nos estudos organizacionais brasileiros. *Revista de Administração Contemporânea*, 5(SPE), 81-102.
- Vergara, S. C., & Pinto, M. C. S. (2001). Referências teóricas em análise organizacional: Um estudo das nacionalidades dos autores referenciados na literatura brasileira. *Revista de Administração Contemporânea*, 5(SPE), 103-121.