



Apresentação

Trazemos nesta nova edição da O&S uma série de contribuições ao conhecimento em diversas áreas o que indica a insofismável pluralidade do nosso periódico. Começamos a sessão de artigos com a contribuição forjada por Serje Schmidt que se volta para a percepção de mudanças significativas na operação da cadeia produtiva coureiro-calçadista, decorrentes de profundas mudanças no ambiente competitivo internacional. Este novo quadro demanda das organizações uma nova visão sobre o seu posicionamento estratégico. O artigo trazido à O&S objetiva identificar o posicionamento estratégico das empresas calçadistas do Vale do Sinos, com base nas tipologias de Porter (1980), Mintzberg (2006) e Barney e Clark (2007), apontando os resultados de uma mudança no posicionamento estratégico dessas empresas. Saindo de um perfil industrial com foco em baixo custo, as empresas aprumaram-se para um perfil mais voltado ao mercado, oferecendo elementos de diferenciação. O artigo ainda faz uma reflexão sobre o aprendizado com este episódio no sentido de desenvolver ações preventivas para sustentar esta nova posição competitiva, mostrando o papel que a Universidade pode desempenhar no sentido de aproximação com a sociedade.

Da lavra de Paulo Emílio Matos Martins, Leandro Souza Moura e Takeyoshi Imasato vem uma reflexão sobre a pertinência do fenômeno do coronelismo na atualidade brasileira. Partem os autores do clássico *Coronelismo, Enxada e Voto*, de Victor Nunes Leal (1949) e os desdobramentos que o livro suscitou, como a questão do mandonismo. Nesse ensaio, os autores analisam a pertinência ou não-pertinência da sobrevivência desse referente no espaço organizacional do Brasil atual, postulando que o *coronelismo* tem sobrevivido historicamente no ambiente brasileiro, quer no seu significante transformado em *coronelismo eletrônico*, como, ainda, sob outras formas de manifestação. A análise ora proposta revela que as semioses desses referentes lingüísticos apresentam os traços semiológicos semelhantes. Defendem os autores que o referente genérico *coronelismo* tem sofrido re-significações ao longo da história, mantendo-se, no entanto, como forma viva e singular de *mandonismo* da cultura política organizacional no Brasil.

Prossegue esta edição da O&S com a contribuição de Milena Pavan Serafim e Renato Peixoto Dagnino que partem da percepção de que houve um fortalecimento da questão social, em especial da inclusão social, no Governo Lula. Isto posto, o objetivo do artigo foi analisar em que medida a Política Científica e Tecnológica (PCT) incorporou modificações e/ou preocupações semelhantes em sua agenda. A trajetória dessa política, em seu período mais recente, os documentos oficiais e bibliografias especializadas indicam, para os autores, que a criação da Secretaria Nacional de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social deve ser reconhecida como o surgimento de um novo espaço de disputa, ainda que assimétrica e frágil, no qual os atores antes excluídos do processo de conformação da agenda da PCT são, agora, considerados.

Emerson Wagner Mainardes e Maria José Carvalho de Souza Domingues aportam artigo tratando da avaliação da qualidade de atributos específicos das IES que oferecem cursos de graduação em administração em Joinville, SC, fazendo uma reflexão, portanto, sobre a própria realidade de Administração. Foram considerados 13 atributos que medem a qualidade de uma IES no que se refere à instituição. A pesquisa afunilou seu objeto tomando alunos formandos em duas das cinco IES que oferecem a graduação em administração na cidade de Joinville, sendo aplicado um questionário em 292 formandos. Os dados coletados permitiram caracterizar os formandos, bem como identificar os atributos quanto à qualidade dessas Instituições, percebidos como a imagem delas para a comunidade e a qualidade da IES com relação à inovação e ao desenvolvimento de novos cursos.

Fabio Frezatti, Artur Roberto do Nascimento, Emanuel Junqueira e Tânia Regina Sordi Relvas desenvolvem estudo aqui apresentado que objetiva propor uma teoria substantiva abrangente e fundamentada em dados empíricos para a análise do orçamento, partindo da constatação de que estudos sobre o orçamento exploram o fenômeno de forma reducionista. O foco do artigo se desenvolve por meio da aplicação da abordagem indutiva fundamentada nos dados empíricos (*grounded theory*), sob o paradigma qualitativo. Foi tomado como objeto de análise uma instituição financeira de grande porte, sendo o trabalho de campo desenvolvido ao longo de dois anos, envolvendo vários níveis gerenciais. A contribuição do trabalho advém da disponibilização de *framework* em um contexto amplo, o que permitiu entender aspectos que

deixariam de ser considerados com uma abordagem de análise mais restrita e menos abrangente. A adoção da teoria substantiva gerou cinco proposições que foram desenvolvidas com a perspectiva de serem aplicadas nas organizações.

Da lavra de Cesar Tureta, Maria José Tonelli e Rafael Alcadipani chega à O&S um ensaio teórico que objetiva apresentar a metáfora do gerente-ciborgue como um "instrumento" analítico capaz de apreender as recentes transformações do mundo do trabalho, tomando como referência o redirecionamento do conceito de "social", embasado na coexistência humana como constituída por elementos materiais. Defendem os autores que as fronteiras que antes demarcavam a divisão entre humanos e não-humanos já não são muito claras, posto que os materiais representam elementos indispensáveis para a produção. Argumentam que ampliar o escopo analítico para a participação dos não-humanos nas atividades dos gerentes, permite a compreensão de recentes fenômenos que surgem no espaço de trabalho, principalmente os vinculados a novas tecnologias. Os autores chegam à conclusão que a análise das relações de trabalho, por meio da metáfora do gerente-ciborgue, possibilita entender alguns aspectos críticos vivenciados por este, além de se constituir uma lente de análise interessante para futuras investigações empíricas acerca das implicações e alterações que a presença de elementos não-humanos gera nas atividades dos gerentes.

Fátima Cristina Trindade Bacellar e Ana Akemi Ikeda fazem uma prospecção na história do ensino de Marketing, percebendo-a como muito rica e que muito se pode aprender com as experiências de professores e alunos que nos antecederam. O resgate dessa história permite observar como o Marketing era visto e ensinado em sua origem e sua evolução com o passar dos anos sob o impacto das mudanças nos contextos social, político e econômico, chegando até a presente configuração como disciplina. O objetivo do artigo foi atingido através de uma revisão bibliográfica abrangendo publicações importantes da área, sendo a história do ensino de Marketing apresentada em quatro fases desde os primeiros cursos até o presente. Concluem as autoras que esse esforço pode trazer uma grande contribuição para a compreensão dos processos e problemas pelos quais passamos e, conseqüentemente, para uma reflexão sobre os caminhos vindouros.

Joyce Gonçalves Altaf e Irene Raguenet Troccoli debruçam-se sobre o tema dos hábitos do consumidor homossexual masculino brasileiro, objeto ainda pouco explorado. O estudo aqui publicado buscou entender a relação entre o construto do autoconceito e o comportamento do consumidor homossexual masculino no mercado de vestuário de marcas de luxo. A pesquisa resgatou a teoria do autoconceito aplicada ao marketing. A partir de entrevistas em profundidade com 12 sujeitos representativos desta subcultura, buscou-se captar e analisar sua percepção a respeito do tema enfocado, bem como promoveu um aprofundamento das percepções dos entrevistados através da aplicação de formulário com escala semântica de medição do autoconceito do respondente e do seu conceito quanto ao vestuário de luxo. Concluem as autoras que o autoconceito influencia diretamente no comportamento de compra do homossexual masculino.

Na seção *Idéias em Debate*, Maria Ceci Mizoscky e Sueli Goulart abrem diálogo com os textos produzidos por Peter Spink/Mário Aquino e Rafael Alcadipani, publicados na edição anterior. O objetivo dos textos foi, justamente, suscitar desdobramentos, apresentação de novos ângulos de ver a questão da publicação científica no Brasil. Também Sandro Cabral e Sérgio Lazzarini entraram no debate colocando suas idéias. Acreditamos que O&S cumpre, assim, seu papel de discutir um dos temas mais inquietantes e desafiadores da realidade acadêmica no Brasil e de se portar como um periódico capaz de abrir espaço para reflexões sobre nossa realidade acadêmica. Informamos que a seção ainda está em aberto, podendo abrigar novas contribuições sobre o tema em edições vindouras.

Boa leitura e aproveitamento a todos/as

José Antonio Gomes de Pinho
Editor O&S

Índice de Endogenia desta edição (artigos de professores/alunos da instituição:
Escola de Administração/UFBA: NPGA e CIAGS: zero (em 8)
Índice de Endogenia acumulado (calculado desde o N. 42): 12,2%