



Apresentação

Esta edição tem uma importância dupla. Por um lado, temos um Tema Central, um dossiê sobre Carnaval, assunto que atrai a atenção de vários olhares epistemológicos. Por outro lado, representa esta edição a saída deste editor depois de 17 anos à frente da editoria da revista *Organizações & Sociedade*. Sobre o dossiê de Carnaval, o seu organizador, Prof. Bernardo Buarque de Hollanda, FGV, fará uma apresentação apropriada sobre os artigos e sobre a trajetória da pesquisa em Carnaval. Antes de mais, gostaria de registrar o empenho, dedicação e comprometimento do Prof. Bernardo com a missão de concretizar este dossiê. Não só deixo aqui meus agradecimento como meus cumprimentos pela sua condução da tarefa. Só tem este editor a observar que o tema do Carnaval comporta vários focos de análise. O perfil da revista que é bastante heterodoxo, abre diálogo, como sempre, com várias áreas do conhecimento, o que, aliás, caracteriza a área de Administração. Assim, aqui convivem, entre os artigos selecionados, enfoques sobre o Carnaval do ponto de vista das organizações, dos negócios, das relações entre *stakeholders*, bem como sobre aspectos mais antropológicos e culturais. Quanto à saída deste editor, segue outro documento de despedida.

Voltando-nos para os artigos que compõem esta edição, exceto os referentes ao Carnaval, esta edição se inicia com a contribuição de Osório Carvalho e Janann Medeiros que estudam a disseminação da responsabilidade social corporativa (RSC), sob a perspectiva das racionalidades instrumental e substantiva. O marco teórico se apoia em conceitos de corporação, racionalidade substantiva, racionalidade instrumental e responsabilidade social corporativa. O estudo interpretativo se deteve em casos de quatorze corporações, de sete setores da economia, identificando a predominância de elementos de racionalidade instrumental em suas ações de RSC, que demonstram o cálculo utilitário de tais iniciativas. As conclusões do estudo contribuem para um refinamento deste conceito e criam um modelo de análise que poderá ser utilizado para avaliar discursos sobre RSC em outros tipos de empresa e outros contextos, além de aprofundar o nível teórico das discussões e suscitar questões inéditas sobre o tema.

Prossigue esta edição da O&S com artigo do labor de Maria Aparecida Gouvêa, Bráulio Oliveira e Sandra Sayuri Yamashita Nakagama tratando de aspectos relevantes para a lealdade dos clientes ao fornecedor e ao canal, especificamente nas possíveis diferenças entre compras feitas ou não feitas através da Internet. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa com 30 compradores de livros, cd's e dvd's resultando a identificação de que os maiores atrativos do canal *online* são a praticidade e a comodidade e, como fatores desestimulantes, a confiabilidade e os aspectos financeiros relativos. Em relação à lealdade ao fornecedor, no canal físico, foram identificados na pesquisa o atendimento dos vendedores, a localização da loja/ facilidade de acesso, a satisfação com experiência anterior de compra e a competitividade de preços. No canal *online*, os aspectos mais importantes centram-se na satisfação com a experiência anterior de compra, a disponibilidade das informações sobre produtos e a competitividade de preços.

De Marina Dantas de Figueiredo, Neusa Rolita Cavedon e Alfredo R. Leite da Silva aporta artigo tratando da construção de sentidos que desvalorizam grupos sociais específicos na cultura de pequenas organizações que compartilham espaços comerciais, focando em um centro comercial em Porto Alegre. A investigação constatou que as organizações sofrem influência das representações circulantes na sociedade para elaborar expectativas normativas referente aos interesses relacionados ao uso do seu espaço comum pelos grupos sociais. Foram identificados dois grupos: "bons frequentadores" e "maus frequentadores", estes últimos associados à juventude e homossexualidade.

Fecha este bloco de artigos a contribuição vinda da lavra de Paulo Thiago N. Bezerra de Melo e Helder Pontes Régis que tratam da classificação dos laços entre gestores e *stakeholders* na rede ligada a pontos de cultura no Grande Recife. O artigo parte das hipóteses de que as técnicas de ARS (Análise de Redes Sociais) permitem observar as relações entre *stakeholders* e os seus papéis na percepção de diferentes gestores, e que os gestores percebem *stakeholders* que constituem uma rede caracterizada por agrupamentos de laços fortes e atores centrais. De maneira geral, os *stakeholders*

analisados são atores vistos como legítimos nos níveis individual, organizacional e social, são ativos na busca de atenção dos gestores e têm alta influência simbólica. Uma vez mapeada a rede dos Pontos de Cultura do Grande Recife, foi possível observar que ela é amplamente caracterizada pela presença de relações de legitimidade, fazendo com que muitos atores sejam classificados como *stakeholders* discricionários.

Esta edição completa-se com o Tema Central, o dossiê sobre Carnaval e Organizações, que comporta uma Apresentação feita pelo organizador Prof. Bernardo Buarque de Hollanda e quatro artigos selecionados, sobre os quais discorrerá o organizador, quais sejam:

- 1) Escolas de Samba: trajetória, contradições e contribuições para os estudos organizacionais: César Tureta e Bruno Félix Von Borell de Araújo.
- 2) Muitas Festas numa Só: a configuração do campo do carnaval do Recife: Brunno Fernandes da Silva Gaião e André Luiz Maranhão de Souza Leão
- 3) A Dança dos Blocos, Empresários, Políticos e Técnicos: condicionantes da dinâmica de colaboração interorganizacional do carnaval de Salvador: Sandro Cabral, Dale Krane e Fagner Dantas
- 4) A Cultura Carnavalesca em Porto Alegre: o espetáculo, a retórica e a organização da festa: Ulisses Corrêa Duarte

Aqui se encerra esta edição que é também a última sob a responsabilidade deste editor. Um documento de despedida segue adiante.

Só nos resta desejar uma boa leitura acompanhada de um bom divertimento.

Saudações momescas!

José Antonio Gomes de Pinho
EditorO&S

Índice de Endogenia desta edição (artigos por docentes/discentes da instituição: Escola de Administração/NPGA/CIAGS) – Um (em 8 artigos): 12,5%

Índice de Endogenia acumulado (calculado desde o número 42): 12,2%