

# EDITORIAL

Em trabalho veiculado recentemente pela revista *The Academy of Management Executive* – “Mitigating Risks, visible hands, inevitable disasters, and soft variables: Management research that matters to managers” – Eric W. Ford e colaboradores descrevem a incômoda situação da pesquisa em gestão. De um lado, pesquisadores lamentam o fato de que suas pesquisas têm pouco impacto sobre a prática gerencial. Para os executivos, a produção acadêmica é incompreensível e irrelevante. Por seu lado, acadêmicos crêem que os executivos têm uma queda por modas e soluções fáceis. Ford e seus colegas acreditam que é possível desenvolver pesquisa relevante, mas isto exige parcerias entre executivos e pesquisadores, com apoio de suas instituições.

Porém, antes de produzir pesquisa capaz de aperfeiçoar a prática administrativa, os pesquisadores devem ser capazes de produzir boa teoria. Cabe então perguntar: como deve ser construída uma boa teoria?

Alguns artigos e livros-texto tratam da questão mas ou são excessivamente abstratos ou são demasiadamente esquemáticos e superficiais. Além disso, as abordagens mais ortodoxas enfocam mais a validação que a utilidade, o que gera teorias triviais e conservadoras.

Em um artigo publicado em 1989 na revista *Academy of Management Review* – “Theory construction as disciplined imagination” –, Karl Weick oferece uma alternativa à ortodoxia, enfatizando o papel da imaginação, da representação e do pensamento especulativo. Segundo este autor, quando pesquisadores elaboram uma teoria, eles projetam, conduzem e interpretam experimentos imaginários. Este processo assemelha-se aos três elementos do processo de seleção: variação, seleção e retenção. A qualidade da teoria resultante é função de três fatores: primeiro, da precisão e grau de detalhe presente na elaboração do problema; segundo, do número e independência das conjecturas que tentam resolver a questão; e terceiro, do número e diversidade de critérios de seleção usados para testar as conjecturas.

## ALIMENTO PARA A MENTE E PARA A ALMA

Em um momento em que a pesquisa em administração no Brasil cresce em quantidade e qualidade, e começa a enfrentar os mesmos problemas e paradoxos que outros centros vem enfrentando, a RAE dedica parte desta edição a discussão do tema do desenvolvimento de teoria.

No campo da teoria das organizações, José Roberto Gomes da Silva e Sylvia Constant Vergara revêem alguns mitos que envol-

vem o conceito de resistência à mudança. O trabalho é baseado em pesquisa de campo com cinco organizações brasileiras.

No campo da mercadologia, André Luiz M. de S. Leão e Sérgio C. Benício de Mello apresentam uma pesquisa realizada pelo método *laddering* e mostram quais são os principais “valores do cliente” dos leitores de jornais *on-line*.

Já em gestão de operações e logística, Roberto Giro Moori e Rubens Vieira da Silva atualizam o tema do custo da qualidade, apresentando uma análise da aplicação de sistemas de gestão deste custo nas indústrias associadas à Abiquim.

No campo de finanças, Alexandre de Micelli da Silveira, Lucas Ayres B. C. Barros e Rubens Famá compravam o impacto da estrutura de governança na atribuição de valor para as companhias abertas no Brasil.

O Fórum Desenvolvimento de Teoria, prefaciado pelo Professor Miguel P. Caldas, traz três artigos clássicos, que julgamos de grande valor para o público leitor da RAE. No primeiro artigo, David A. Whetten propõe uma série de conceitos simples, que devem servir como parâmetros para avaliar o que constitui uma contribuição teórica. No segundo artigo, Robert I. Sutton e Barry M. Staw procuram descrever as diferenças entre artigos que possuem alguma teoria e os que não possuem teoria. Os autores sugerem como as revistas acadêmicas podem ajudar o campo na produção de teorias mais robustas. No terceiro artigo, William Mckinley, Mark A. Mone e Gyewan Moon defendem o argumento que o desenvolvimento de escolas de pensamento deve exibir uma combinação de inovação, continuidade e escopo.

Em *Pensata*, Livia Barbosa discute o uso da etnografia no estudo do comportamento do consumidor, sinalizando as possibilidades abertas ao marketing pela utilização dessa abordagem.

Completam esta edição 2 resenhas e 2 indicações bibliográficas.

## CONVITE

Desejamos que esta edição dedicada ao desenvolvimento da teoria incentive nossos pesquisadores a refletir sobre a qualidade da produção local e a produzir e nos enviar trabalhos sobre o tema. A RAE e a RAE-eletrônica manterão sempre um canal aberto para divulgar trabalhos nesta linha.

Boa leitura!

**Thomaz Wood Jr.**  
Diretor e editor