

Editorial

Esta edição marca um evento importante: a *RAE* está completando 40 anos de publicação ininterrupta. Em 1961, o professor Raimar Richards ocupou este mesmo espaço no qual escrevo para tratar do momento da administração de empresas no Brasil e da missão da *RAE*. Quatro décadas depois, a *RAE* segue sua trajetória de permanente renovação, voltada para o fomento e a disseminação do conhecimento em nosso campo.

Evolução do campo

De 1961 a 2001, o ensino e a pesquisa em administração, assim como a prática gerencial, evoluíram fortemente no Brasil. No *front* do ensino, as escolas de administração cresceram e multiplicaram-se. É claro que quantidade e qualidade não caminharam no mesmo ritmo. Hoje, uma sala vazia e um retroprojetor parecem ser suficientes para criar um MBA!

Ibrahim Warde, em matéria veiculada pelo *Le Monde Diplomatique*, toca na ferida da mercantilização do ensino: segundo o autor, ensinar administração tornou-se um grande negócio, e muitas instituições já oscilam entre uma lógica “imobiliária” – pautada pela ampliação das instalações físicas – e uma lógica “hoteleira” – focada na plena ocupação das salas de aula, independente da qualidade dos “hóspedes”. Com isso, os professores passam a ser *entertainers* e empreendedores. Como *entertainers*, divertem suas platéias com receitas para o sucesso. Como empreendedores, administram seu tempo com foco na maximização dos ganhos pessoais.

No Brasil, temos hoje um quadro multifacetado, no qual “ilhas de excelência” se misturam com escolas do tipo *fast-food* – com a produção em massa de diplomas –, escolas pseudomodernas – com suas aulas-*shows* – e as guardiãs da desinformação – nas quais as ementas dos programas seguem firmes por anos a fio, ignorando qualquer possibilidade de renovação.

Por outro lado, no campo da pesquisa, nossa comunidade também experimenta notável crescimento. Acompanhando os eventos anuais do Enanpad – Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação –, tem-se um bom retrato do desenvolvimento do campo. Ano a ano, aumentam o número de submissões e a qualidade dos melhores trabalhos. Mas toda essa vitalidade vem junto com alguns efeitos colaterais. Muitas escolas, para atender às pressões institucionais, estão montando verdadeiras fábricas de *papers*. Assim, em meio à diversidade, sem dúvida salutar, prolifera a produção de irrelevantâncias e, em certa medida, caminha-se a construir uma anacrônica torre de marfim, isolada e voltada para si mesma.

Não são, portanto, poucos os desafios de uma revista acadêmica como a *RAE*. Devemos enfrentar este contexto positivo de desenvolvimento, porém marcado por paradoxos e ambigüidades. Ao fomentar a produção acadêmica, devemos encorajar a reflexão crítica. Ao disseminar a produção acadêmica, devemos abrir espaço para temas pertinentes e provocativos.

Alimento para a mente e para a alma

Este número da *RAE* traz uma importante novidade. Inauguramos, com o assunto Gestão Latina, nosso espaço de fóruns temáticos.

Objetivo: criar um espaço de reflexão e discussão sobre nossas peculiaridades diante da indústria do *management*, hoje fortemente influenciada pelo pensamento e prática anglo-saxões. No primeiro artigo do fórum, o mexicano Jorge Miguel Carrillo apresenta uma reflexão sobre sistemas gerenciais e as especificidades dos países em desenvolvimento. O segundo trabalho, do francês Michel Fiol, traz uma interessante pesquisa sobre o comportamento de executivos latinos diante de processos decisórios. Finalizando o fórum, o norte-americano David Stephen reflete sobre os resultados de sua pesquisa sobre a adoção de sistemas de avaliação de desempenho no Brasil.

Completam a revista outros sete artigos.

No campo da estratégia empresarial, Marco A. Barros estuda o processo estratégico em empresas ponto-com. O valor de seu trabalho transcende o objeto e aponta tendências para a prática administrativa.

Na área da mercadologia, André Torres Urdan trata da percepção do paciente sobre a qualidade de serviços médicos de consultório. O trabalho representa notável contribuição para os estudiosos da área de serviços de saúde.

Também na área mercadológica, Renato Marchetti e Paulo H. M. Prado apresentam um trabalho de grande interesse teórico, analisando diversos métodos de avaliação da satisfação do consumidor e da qualidade percebida.

Ainda no campo mercadológico, porém a partir de uma abordagem distinta, Pedro Jaime Júnior ressalta a dimensão cultural e simbólica do consumo e propõe o uso do que denomina aporte antropológico na gestão de *marketing*.

No domínio da economia, Lauro Eduardo Soutello Alves trata do tema da cidadania empresarial, visto sob a ótica da governança e da globalização.

No âmbito da gestão da informação, Antonio Carlos Gastaud Machado e João Luiz Becker analisam as percepções dos executivos de bancos brasileiros e norte-americanos quanto aos impactos da Tecnologia de Informação nas variáveis estratégicas organizacionais.

Em *Pensata*, Flávio C. Vasconcelos contrapõe a gestão do conhecimento, um tema do momento, à gestão da ignorância, com base no conceito de co-evolução. Cumpre, assim, a missão desse espaço ao tratar de um tema atual a partir de uma perspectiva provocativa.

Convite

Mais uma vez, cabe, neste Editorial, renovar o convite a pesquisadores de todas as instituições. Aos 40 anos, a *RAE* é um organismo vivo que depende essencialmente do aporte de idéias e contribuições da comunidade à qual serve. Contamos com suas colaborações em todas as seções!

Boa leitura!

Thomaz Wood Jr.
Editor e Diretor