

3

Método

3.1.

Procedimentos metodológicos

Este estudo tem natureza exploratória e foi realizado por meio de análise bibliométrica e entrevistas em profundidade com autores dos artigos encontrados no levantamento bibliométrico.

3.1.1.

Análise bibliométrica

A primeira etapa do estudo analisou artigos publicados em 24 fontes bibliográficas (22 periódicos da área de Administração e anais de dois eventos científicos) publicados no período de 2004 a outubro de 2010. O primeiro evento considerado foi o EnANPAD, classificado pelo Comitê de Administração, Ciências Contábeis e Turismo da CAPES como internacional nível A. O segundo foi o EMA, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) e classificado com conceito nacional nível A.

Optou-se como objeto de análise dos anais dos EnANPADs somente artigos da temática Marketing, em função de a pesquisa ter também interesse nesta subárea da Administração. Todos os artigos publicados nos anais do EMA foram considerados no estudo, por ser o evento exclusivamente relacionado à área.

Inicialmente, buscou-se identificar e relacionar todos os artigos que tivessem feito uso de alguma informação estatística de natureza socioeconômica, oriunda de fonte pública. Ao término desta etapa, foi observada quantidade relevante de dados originados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), produtor de informações estatísticas e geocientíficas sobre o Brasil. A partir desta constatação, optou-se por restringir a análise aos artigos que fizeram uso de dados estatísticos produzidos pelo IBGE.

Apesar de Glanzel (1993) afirmar que as políticas de publicação e disponibilização das bases de dados podem vir a limitar a pesquisa bibliométrica, para a realização deste trabalho não foram encontradas dificuldades, pois os periódicos e eventos selecionados tinham seus conteúdos disponíveis pela Internet ou em bibliotecas especializadas. Os artigos publicados em revistas e eventos foram obtidos através de busca eletrônica nos sites das revistas consideradas, de publicações impressas ou em CD-ROM, enquanto que os artigos dos EnANPADs e dos EMAs foram obtidos no site da ANPAD.

Foram identificados 196 artigos na área de Administração e na subárea de Marketing, resultantes de pesquisas teóricas, empíricas e ensaios, publicados nos periódicos e anais dos eventos selecionados (Tabela 1).

Tabela 1 – Distribuição dos artigos

Classificação dos Periódicos	Número de artigos encontrados
Qualis A2	23
Qualis B1	49
Qualis B2	35
Qualis B3	28
Total Artigos Periódicos	135 (68,9%)
Eventos	
EnANPAD (somente artigos da área de Marketing)	30
EMA	31
Total Artigos Eventos	61 (31,1%)
TOTAL	196

Fonte: Própria

Em seguida, conduziu-se a análise de conteúdo. Para tal, os 196 artigos foram separados para nova avaliação e categorização, iniciando a segunda etapa do estudo. É importante ressaltar que os textos integrais de cada um dos 196 artigos selecionados foram revisados, de modo a garantir com maior segurança sua classificação segundo as variáveis de interesse.

Os artigos foram classificados por: (1) frequência anual de artigos contendo estatísticas socioeconômicas publicados; (2) número de autores por artigo; (3) filiação acadêmica do principal autor; (4) temas abordados; (5) informações estatísticas utilizadas; e (6) utilização de outras fontes públicas de estatísticas além do IBGE no mesmo artigo.

Em seguida, os resultados foram quantificados por contagem simples de frequência e reunidos em tabelas e figuras, para facilitar sua apresentação.

3.1.1.1.

Periódicos e eventos analisados

Memória e disseminação são duas funções básicas das publicações periódicas expressas através do arquivo do conhecimento e da possibilidade de transmissão de idéias (Krzyzanowski e Ferreira, 1998). No Brasil, a CAPES, subordinada ao Ministério da Educação, é o órgão responsável por ações dessa natureza.

Constitui-se numa das principais linhas de ação CAPES promover o acesso e divulgação da produção científica nacional. Nesse sentido, visando contribuir para a criação de mecanismos efetivos de controle de qualidade e aprofundar o relacionamento com a comunidade científica e acadêmica foi criado em 1998 o Sistema Qualis (CAPES, 2010).

O desenvolvimento do Qualis buscou um tratamento mais sistemático e qualitativo da produção científica dos programas de pós-graduação brasileiros, com o constante aperfeiçoamento dos indicadores que servem de base à avaliação desses programas (Souza e Paula, 2002). Sua base é composta exclusivamente pelos títulos dos periódicos utilizados por programas de pós-graduação para divulgar a produção científica docente e discente. A classificação do periódico é resultado da aplicação de um conjunto de critérios que, ao serem atendidos, garantem a qualidade dos artigos publicados. O fato de as apreciações e análises serem feitas por membros da comunidade científica e consultores com experiência em pós-graduação confere legitimidade ao processo. Paralelamente, os relatórios enviados à CAPES pelos programas se constituem na fonte de informação que dá início ao processo de qualificação.

A classificação dos periódicos, revisada anualmente, os enquadra em estratos indicativos da qualidade - A1; A2; B1; B2; B3; B4; B5; e C (CAPES, 2010).

O objetivo do Qualis é “proporcionar um instrumento que possibilite avaliar a produção intelectual dos programas de pós-graduação” (Souza e Paula, 2002, p.21). Além disso, a implantação do sistema contribui para o debate, medição da ciência, avaliação da atividade científica e, em última análise, para o melhor desenvolvimento de indicadores científicos no Brasil.

Especificamente na área de Administração, o uso do Sistema Qualis-CAPES é considerado o mais importante instrumento de avaliação de periódicos da área (Machado-da-Silva et al., 2008). Assim, a qualificação de um periódico e, conseqüentemente, seu prestígio perante a comunidade acadêmica, são fortemente influenciados por esse sistema.

Considerando que a análise bibliométrica seria a ferramenta utilizada para se atingir os objetivos propostos neste estudo, foram estabelecidos critérios para a seleção dos periódicos que fariam parte da análise:

- i) o periódico deveria ser considerado no Sistema Qualis-CAPES em outubro de 2010;
- ii) ter classificação A2, B1, B2 ou B3;
- iii) ter linha editorial orientada predominantemente para a área de Administração;
- iv) ser de âmbito nacional.

A Tabela 2 relaciona os periódicos escolhidos e o número total de artigos neles publicados no período de interesse.

Tabela 2 – Artigos publicados entre 2004 e 2010

Periódicos	Qualis	Total Artigos Publicados
Revista de Administração Pública	A2	289
Revista Brasileira de Ciências Sociais	A2	184
Brazilian Business Review	A2	106
Latin American Business Review	A2	109

Cadernos Ebape	B1	277
Revista de Administração Contemporânea (versão impressa)	B1	309
Revista de Administração Mackenzie	B1	211
Revista de Administração de Empresas (versão eletrônica)	B1	90
Revista de Administração de Empresas (versão impressa)	B1	121
Revista de Administração Contemporânea (versão eletrônica)	B1	71
Revista Eletrônica de Administração	B2	297
Organizações & Sociedade	B2	252
Revista de Administração da USP	B2	207
Brazilian Business Review	B2	99
BASE – Revista de Administração e Contabilidade	B2	123
Comunicação, Mídia e Consumo	B2	163
Revista de Gestão (USP)	B3	210
Revista Brasileira de Gestão de Negócios	B3	132
Revista Gestão e Planejamento	B3	91
Faces – Revista de Administração	B3	126
Civitas – Revista de Ciências Sociais	B3	120
Revista de Ciências da Administração	B3	145
Eventos		
EnANPAD (somente artigos da área de Marketing)		530
EMA		425
TOTAL		4687

Fonte: Própria

No total, foram analisados 22 periódicos da área de Administração, além dos anais dos EnANPADs e dos EMAs entre 2004 e 2010 (outubro), sendo encontrados 4.687 artigos. Cabe salientar que, ao encerrar o período de coleta (no final de outubro de 2010) alguns periódicos ainda não tinham publicado todas as edições do ano.

3.1.2. Entrevistas em profundidade

A terceira etapa do trabalho envolveu entrevistas em profundidade com sete autores de artigos da área de Administração e da subárea de Marketing encontrados na fase do levantamento bibliométrico. Estes autores fizeram uso de estatísticas socioeconômicas públicas em seus estudos.

Considerando que o assunto investigado neste estudo contém diversos aspectos subjetivos que fazem parte dos processos mentais dos indivíduos, há vantagens evidentes na utilização de entrevistas para o propósito do trabalho. Malhotra (2004, p. 164), considerou a entrevista individual como “eficaz para revelar informações subjacentes ou ocultas” dos entrevistados, que são testados por um entrevistador que busca descobrir motivações, crenças, atitudes e sensações sobre um determinado tópico.

Alguns autores destacam as vantagens e desvantagens da entrevista em profundidade. Marconi e Lakatos (2008) atentam para a possibilidade de o respondente ser influenciado pelo pesquisador e para o pouco controle do pesquisador sobre a coleta de dados. Porém, Migueles (2003, p. 103) lembra que “é importante ter em mente que este controle nunca é total, independentemente do método que se utilize”.

As entrevistas foram realizadas com a utilização de roteiro semiestruturado, com perguntas abertas que possibilitavam coleta de informações mais rica, ao permitir que os entrevistados pudessem abordar detalhadamente o tema. As questões abordadas visaram registrar as impressões dos acadêmicos e elucidar pontos em relação à obtenção, acesso e utilização de dados socioeconômicos fornecidos por instituições públicas. Os entrevistados foram estimulados a dissertarem sobre o que achassem relevante, em vez de conduzir a entrevista somente conforme a noção de relevância da pesquisadora.

Foram feitas solicitações a doze autores diferentes para a realização das entrevistas, esclarecendo-se o objeto de estudo, a importância da colaboração, a garantia de confidencialidade e a duração aproximada da entrevista. Sete convidados, quatro homens e três mulheres, colocaram-se à disposição para conceder a entrevista. Sua colaboração com o estudo trouxe relevantes contribuições, sendo determinante para os resultados. Foram priorizados os

aspectos relacionados ao fato estudado em detrimento do número de participantes das entrevistas, já que, de acordo com Goldenberg (2005):

“(...) na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc” (p. 14)

As entrevistas ocorreram em fevereiro e março de 2011, sendo realizadas por telefone ou pelo programa Skype e, em um único caso, de forma presencial. Cada entrevista durou cerca de trinta e cinco minutos. Todas foram gravadas e transcritas e seus conteúdos analisados segundo o método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2002), com o intuito de conhecer as experiências dos autores no acesso aos dados utilizados em seus estudos.

3.1.3. Limitações do método

Para a pesquisa bibliométrica, foram considerados os periódicos com classificação Qualis até B3 (exceto A1), que a CAPES considera serem os mais relevantes e com maior uso pela comunidade acadêmica. Porém, isso não significa que periódicos classificados como B4, B5 e C também não sejam importantes e talvez possam trazer novas contribuições a estudos dessa natureza. Para esta dissertação, eles não foram considerados em função do grande volume de artigos a serem analisados. Além disso, é provável que os periódicos com Qualis até B3 tenham uma revisão crítica mais detalhada e minuciosa por parte de seus revisores e editores, exigindo a submissão, e posterior publicação, de trabalhos com mais consistência.

Já nas entrevistas em profundidade, do total de 12 autores convidados, apenas sete puderam ser entrevistados. Este número pode não vir a expressar significativamente a opinião da maioria dos autores que publicam artigos na área de Administração, impossibilitando a generalização das opiniões deles. Porém, os relatos dos sete entrevistados certamente servem como base para especulações acerca do objetivo deste estudo.