



Revista de Administração de Empresas

ISSN: 0034-7590

ISSN: 2178-938X

Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de S.Paulo

SAES, MARIA SYLVIA M.; MELLO, ADRIANA MAROTTI  
DE; SANDES-GUIMARÃES, LUISA VERAS DE  
REVISTAS BRASILEIRAS EM ADMINISTRAÇÃO: RELEVÂNCIA PARA QUEM?  
Revista de Administração de Empresas, vol. 57, núm. 5, 2017, Setembro-Outubro, pp. 515-519  
Fundação Getulio Vargas, Escola de Administração de Empresas de S.Paulo

DOI: 10.1590/S0034-759020170509

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155154581009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org  
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa  
acesso aberto

# PERPECTIVAS

Artigo convidado

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170509>

## REVISTAS BRASILEIRAS EM ADMINISTRAÇÃO: RELEVÂNCIA PARA QUEM?

A razão de ser de um periódico acadêmico é divulgar o conteúdo das pesquisas realizadas pela comunidade científica, promovendo o avanço das ciências. No caso específico das Ciências Sociais Aplicadas e, em particular, do campo de Administração, a divulgação das pesquisas tem também o papel de transmitir o conhecimento para além dos muros da comunidade científica, possibilitando melhores práticas de gestão de empresas privadas e de organizações públicas, assim como o desenvolvimento da sociedade.

Nos últimos anos, a publicação dos resultados dos esforços de pesquisa em periódicos acadêmicos passou a ser um dos principais parâmetros de produtividade dos docentes-pesquisadores e de suas respectivas instituições. O número absoluto de publicações por pesquisador, aliado aos indicadores bibliométricos de qualidade, é a principal referência da construção da carreira dos docentes, que se dedicam a seguir os padrões de publicação de alto impacto. Essa configuração dos requisitos de qualidade da produção acadêmica reflete diretamente na forma de desenvolver as pesquisas e divulgá-las, e, indiretamente, na transmissão dos conteúdos para a sociedade.

Os periódicos editados no Brasil, particularmente os situados nos estratos superiores de qualidade medidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), tentam se adequar a essa nova realidade buscando se conformar aos padrões ditados por grandes *publishers* internacionais, pois o seu mercado relevante deixou de ser restrito ao âmbito nacional.

Este artigo tem por objetivo discutir o atual cenário de publicações e de periódicos editados no Brasil, e contribuir para um debate sobre o futuro dos periódicos brasileiros em Administração, em um cenário de restrição orçamentária, maior concorrência e aumento do nível de exigência por parte da Capes.

MARIA SYLVIA M. SAES

[ssaes@usp.br](mailto:ssaes@usp.br)

Professora da Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – São Paulo – SP, Brasil

ADRIANA MAROTTI DE MELLO

[adriana.marotti@usp.br](mailto:adriana.marotti@usp.br)

Professora da Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – São Paulo – SP, Brasil

LUISA VERAS DE SANDES-

GUIMARÃES

[luisa.veras@usp.br](mailto:luisa.veras@usp.br)

Doutoranda em Administração pela Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – São Paulo – SP, Brasil

## PERIÓDICOS E PUBLICAÇÕES: CENÁRIO ATUAL E INDICADORES

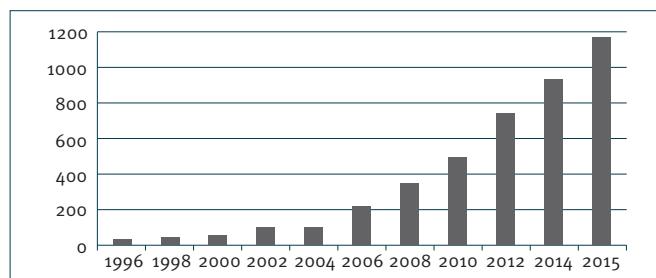
O Brasil tem avançado bastante em termos de produção acadêmica em todas as áreas do conhecimento, incluindo a Administração. O número de artigos de autores brasileiros na base Scopus<sup>1</sup> sextuplicou (*vide* Figura 1), e o País saltou do 30º lugar, em 1998, para o 12º, em 2015. Este crescimento está certamente relacionado com o aumento significativo do número de mestres e doutores formados no país.

O número de revistas acadêmicas classificadas na base da Qualis/Capes de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo também subiu significativamente, aumentando de 111 em 2004 para 1.087 em 2013 (Sandes-Guimarães & Diniz, 2014) e, na última avaliação realizada em 2017, apresentou 2.801 periódicos. Na base Scientific Periodicals Electronic Library

<sup>1</sup> Scopus é uma base de dados e indexador que inclui cerca de 21.500 periódicos de diversas disciplinas. Os indicadores da Scopus alimentam o SCImago Journal Rank, que apresenta os índices de visibilidade e impacto dos periódicos.

(Spell) (repositório e indexador de periódicos de Administração, Contabilidade e Turismo editados no Brasil), o número de revistas aumentou 24% entre 2010 e 2015, de 78 para 97 revistas indexadas.

Figura 1. Número de artigos de autores brasileiros na base Scopus na área de *Business, Management and Accounting*



Fonte: Capes (2016).

Esse fenômeno é explicado não só pelo aumento do número de programas de pós-graduação (57 programas acadêmicos foram incluídos na avaliação trienal de 2013, e 63% destes foram criados entre 2000 e 2012) e, consequentemente, de doutores formados, mas também pelo fato de a criação e manutenção de uma revista acadêmica ser fator positivo no quesito “Proposta do programa de pós-graduação” na Avaliação Quadrienal da Capes, como deixa implícito o documento de área quando afirma: “Serão também consideradas as atividades com a finalidade: de ampliar seu impacto local e nacional; de ampliar sua solidariedade com a comunidade acadêmica e não acadêmica; de inserir o programa no plano internacional”.

A partir dessa diretriz, a edição de periódicos passou a ser uma estratégia dos programas de pós-graduação, aumentando a concorrência entre eles e levando à criação de uma quantidade grande de periódicos, “[...] mas não necessariamente de qualidade, entre os quais poucos conseguirão ter sucesso no processo de internacionalização” (Farias, 2017, p. 401). Uma análise dos programas de pós-graduação em Administração (com pelo menos Mestrado Acadêmico) reconhecidos pela Capes mostra que 56% (40 em 71) editam pelo menos um periódico.

Para evitar, entretanto, a deterioração da qualidade, a Capes não só atribui valor aos indicadores de classificação de periódicos, como também está sendo cada vez mais rigorosa com os índices bibliométricos usados para definir os limites mínimos dos estratos superiores do Qualis da área. Em 2016, o fator de impacto do Journal Citation Reports (JCR) mínimo para a qualificação A1 foi de 1,5, enquanto, em 2010, era de 0,5.

Tem-se, portanto, por essa discussão, uma visão positiva do cenário: aumento do volume de produção acadêmica, aumento do número de periódicos, aumento da sua qualificação. No entanto, ao analisarmos com mais detalhes alguns indicadores relativos aos periódicos, começamos a delinejar um quadro muito desafiador para o futuro dos periódicos brasileiros.

## DESAFIOS PARA MELHORAR O IMPACTO DOS PERIÓDICOS NACIONAIS

Na área de avaliação de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo da Capes, vemos que não há nenhum periódico brasileiro classificado como A1 no Qualis. Pelos critérios estabelecidos pela Capes, também nenhum periódico brasileiro se qualificaria como A2. Porém, a Comissão de Avaliação da Capes entendeu que os periódicos mais relevantes da área – RAE, RAUSP, RAC, RAP, O&S, RBGN, BBR, Cadernos Ebape e BAR – deveriam ser classificados no estrato A2, apesar de não se conformarem aos indicadores bibliométricos estabelecidos por esta comissão. Sem essa decisão, não haveria periódico brasileiro da área classificado como A, o que seria crítico para a área como um todo, ao desestimular a publicação de pesquisas brasileiras de ponta em periódicos do próprio País.

Hoje, poucos periódicos brasileiros fazem parte dos principais indexadores internacionais usados pela Capes como parâmetro de avaliação. Apenas a RAE e a RBGN fazem parte da coleção principal da Web of Science (usada para calcular o fator de impacto), e a BAR, RAE, RBGN, Gestão & Produção, Revista Contabilidade e Finanças e Revista Brasileira de Orientação Profissional fazem parte da SCImago (usada para calcular o índice H e SJR).

Analisando do ponto de vista dos indicadores, há uma clara direção a ser seguida para melhorar a avaliação de um periódico: melhorar seus índices bibliométricos, notadamente o “fator de impacto”<sup>2</sup>. O fator de impacto médio de 2015 (no período de cinco anos, com autocitação) dos periódicos brasileiros indexados no Spell é de 0,28. Apenas 14 periódicos, de um total de 97, possuem fator de impacto maior que 0,5.

Isso nos remete a uma grande questão: Como aumentar o fator de impacto? Como fazer parte das principais bases de indexadores? Aumentar a base de leitores e, principalmente, fazer com que os autores citem os artigos de uma dada revista não é tarefa fácil, dada a vasta disponibilidade de periódicos. Na base

<sup>2</sup> Razão entre: A = número de citações recebidas pelo periódico no ano X (ex.: 2013) para artigos publicados no período T (dois ou cinco anos antes, exs.: 2011-2012 ou 2008-2012); B = número de documentos publicados pelo periódico nesse mesmo período T.

da Qualis, há 2.801 periódicos avaliados na área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo.

Nota-se, no entanto, que o crescimento no número de periódicos nos últimos anos não é prerrogativa brasileira. Trata-se de um fenômeno global. Na base Ulrich's – um dos maiores diretórios de periódicos do mundo –, constam cerca de 70 mil periódicos revisados por pares registrados. Nesse diretório, encontram-se 1.880 dos 2.801 periódicos classificados no Qualis da área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, e cerca de 28% dos periódicos estão cadastrados na área de Administração e Economia (*Business and Economics*). Os demais estão dispersos em diversas áreas do conhecimento, com destaque para Educação (6,44%), Ciências Médicas (5,21%), Agricultura (4,20%), Estudos Ambientais (3,78%), Ciência Política (3,4%), Biologia (3,09%), Computação (3,09%), Psicologia (2,87%), Engenharia (2,71%), Direito (2,34%) e Administração Pública (1,54%). Além disso, desse conjunto de periódicos, 38% são editados no Brasil, 22%, no Reino Unido e 15%, nos Estados Unidos.

Com essa enorme quantidade de periódicos que cresce a cada ano, contando com uma quantidade também crescente de periódicos predatórios (que publicam pesquisas de baixa qualidade em grande quantidade), os indexadores enfrentam uma grande dificuldade em processar os pedidos de indexação e selecionar bons periódicos para sua base. Dessa forma, a indexação, que é uma das principais formas de dar visibilidade aos periódicos e também de gerar indicadores de acesso e uso (citações), está se tornando um objetivo cada vez mais difícil de alcançar.

Aumentar a divulgação, fazer parte de bases de dados, repositórios e indexadores é uma tarefa que demanda um grande trabalho e investimento de recursos por parte dos periódicos. É necessário contratar assistentes editoriais, realizar diagramação profissional, marcação em XML, atribuição de DOI, manutenção de website, tradução e revisão de texto, entre outras atividades. O orçamento anual para um trabalho de primeira linha em uma revista acadêmica pode passar facilmente de 25 mil reais/edição. Uma questão dramática neste cenário de falta de recursos e crise que estamos vivendo.

Outro fator crítico para os periódicos editados no Brasil é a diretriz (baseada nos critérios da Capes) de que os programas de pós-graduação tenham suas metas de publicação direcionadas para periódicos com alto fator de impacto/índice H. Supõe-se que esses periódicos, por terem alto impacto e um processo editorial mais rigoroso, apresentem contribuições de maior qualidade para a área, ou seja, sinaliza-se uma intenção de se valorizar a publicação de artigos nos estratos superiores do Qualis, que leva em conta os critérios de qualidade de publicações, e

não só de quantidade. Para um autor que deseja publicar um artigo em revista A1, não há outra opção a não ser submeter o trabalho para uma revista estrangeira com fator de impacto/índice H. Para A2, há apenas poucas opções de periódicos brasileiros classificados. Logo, o mais natural seria direcionar o trabalho para uma publicação editada fora do país. Esse foco dos pesquisadores brasileiros em publicar em *top journals* com alto impacto e citar esses *top journals* faz com que as citações de periódicos brasileiros diminuam cada vez mais (Trzesniak, 2016).

O resultado é que os trabalhos mais promissores, como os resultantes de teses de doutorado ou de grandes projetos de pesquisa, acabem prioritariamente direcionados para periódicos estrangeiros de alto impacto. Publicar em uma revista brasileira seria a segunda opção, ou o destino para trabalhos menos promissores – o que, certamente, limitará o interesse da academia em citar esses trabalhos, criando um círculo vicioso – trabalhos menos citados, diminuição do impacto e da atratividade da revista.

## DESAFIOS PARA AMPLIAR O PÚBLICO E ATRAIR PRATICANTES PARA OS PERIÓDICOS BRASILEIROS

Se um dos objetivos da revista acadêmica é divulgar o conhecimento produzido na academia para a sociedade como um todo, até que ponto esse objetivo tem sido cumprido? Ou, em outras palavras, como fazer com que o conhecimento gerado na academia traga benefícios para o País, seja na gestão empresarial ou pública? Como tornar as publicações atrativas para esse público?

Apesar de parecer natural que a pesquisa em Administração deva atuar na elaboração de políticas e práticas de gestão, recebendo *inputs* das organizações, em um processo colaborativo, essa colaboração parece não estar acontecendo de maneira contínua e produtiva para ambos os lados. Vale ressaltar que uma característica da pesquisa de Administração é a sua natureza multidisciplinar. A área é composta por uma grande variedade de pesquisadores especializados em diferentes disciplinas (Engenharia, Economia, Sociologia, Psicologia, História etc.), que possibilitaria analisar a realidade cada vez mais plural do mundo em que vivemos, com significativos *insights* para a sociedade (MacIntosh, Beech, Bartunek, Mason, Cooke, & Denyer, 2017; Vale, Bertero & Silveira, 2013).

Na verdade, a temática diversa e o foco em casos reais são uma grande fonte de preocupação para as escolas de negócios, em termos de sua legitimidade aos olhos de estudantes, *practitioners*

e organismos de fomento. Na literatura, esse distanciamento entre pesquisa e prática é tratado basicamente em termos de como o conhecimento é produzido e disseminado (Banks, Pollack, Bochartin, Kirkman, Whelpley, & O’Boyle, 2016; Birkinshaw, Lecuona, & Barwise, 2016).

Uma das formas de visualizar o uso de pesquisas fora do ambiente acadêmico é por meio de Altmetrics, que utiliza métricas alternativas para medir o impacto de pesquisas. Tais métricas conseguem rastrear menções de artigos científicos em mídias sociais e documentos não acadêmicos, como Twitter, Facebook, Mendeley, Wikipedia, vídeos, notícias, fóruns, *blogs*, documentos de políticas organizacionais/públicas, entre outros. Isso traz uma nova dimensão de uso de pesquisas, permitindo verificar a visibilidade inicial do artigo entre pesquisadores, *practitioners* e público em geral, bem como algum indício inicial de uso das pesquisas para fins não acadêmicos.

Por exemplo, trabalhos da RAE, RAUSP, BAR, RAC e RAP foram citados em documentos de políticas (World Bank, Unesco e University of Oxford Refugee Studies Centre), notícias, *blogs* e até vídeos do YouTube. Dessa forma, o Altmetrics fornece uma imagem mais completa de como os produtos de pesquisa influenciaram conversas, pensamentos e comportamentos *on-line* (Piwowar, 2013).

A preocupação de integrar e medir os benefícios ou a influência dos resultados da atividade de pesquisa está se tornando cada vez mais importante. Autores como Scaratti, Galuppo, Gorli, Gozzoli, e Ripamonti (2017) e Cunliffe e Scaratti (2017) apresentam sugestões de como aumentar o impacto das publicações na esfera não acadêmica. Os autores sugerem que, por meio de mudanças no processo de pesquisa, a produção de conhecimento deveria incluir ativamente usuários (reais ou potenciais), ampliando a possibilidade de utilização do conhecimento gerado em benefício deles próprios.

Outra forma de disseminação do conhecimento seria a partir da inclusão de mediadores ou intermediários, que estabelecem essa conexão entre a pesquisa e a prática. Estes podem ser organizações, publicações ou pessoas que fazem o trabalho de interface, facilitando a transferência, tradução e troca de conhecimentos entre essas duas comunidades. Como exemplos, podemos citar consultores, empreendedores e revistas especializadas (*bridge journals*), um mecanismo que permite tornar as pesquisas mais acessíveis à comunidade prática de gestão (Birkinshaw et al., 2016; Wood, 2017).

Utilizar métricas que observam a relação da academia com a sociedade nos leva a refletir que cada área do conhecimento possui características distintas que se traduzem na forma de publicação dos resultados de pesquisa. Publicações em livros, capítulos de livro e periódicos voltados para o ensino e prática

em gestão são importantes para a área de Administração, mas são pouco valorizados em relação a *top journals* e periódicos *mainstream*, que são as publicações mais valorizadas para avaliação e promoção de pesquisadores (Banks et al., 2016).

Nesse sentido, vale questionar se, em termos de periódicos brasileiros, o foco deve ser sempre a indexação em bases como Web of Science (JCR) e Scopus. Naturalmente, a indexação nessas bases de dados leva à internacionalização, que certamente é benéfica para visibilidade das nossas pesquisas, atração de artigos de pesquisadores internacionais, assim como parcerias. No entanto, a internacionalização precisa ser o foco de todos os periódicos? Não seria interessante que alguns periódicos focassem em questões específicas do contexto nacional e publicassem em língua portuguesa para proporcionar mais acesso à comunidade?

## QUESTÕES PARA REFLETIR E ALGUMAS SUGESTÕES

O mercado brasileiro de periódicos não está mais restrito ao âmbito nacional. Essa dinâmica acirra a concorrência, que é alimentada pelo crescimento do número de lançamentos de novos periódicos no Brasil, dados os sinais das diretrizes dos programas de pós-graduação da Capes. Além disso, os critérios de avaliação e indexação apontam para a necessidade de internacionalização, publicação em inglês, atração de autores estrangeiros e disseminação de conteúdo produzido nos centros de pesquisa brasileiros para um público maior.

Entretanto, os estratos de classificação dos periódicos colocam claramente faixas distintas de competição, que podem ser uma oportunidade a ser explorada em dois aspectos. De um lado, há a possibilidade de criação de estratégias de cooperação entre os periódicos dentro de cada um desses estratos, que podem ser desde a redução de custos de publicação, editoração etc. até cursos em conjunto para pareceristas, para colaboradores, contribuindo para melhorar a qualidade científica e editorial dos periódicos (Diniz, 2017). De outro, há possibilidade de estratégias para periódicos que teriam como foco temas específicos da realidade brasileira. Estes poderiam explorar o contexto local, por meio de estudos de casos, que, além de contribuir no avanço da teoria, podem prover subsídios para melhores práticas de gestão, dada sua conexão direta com as organizações. Tais temas, quando focados em uma estratégia de publicação internacional, poderiam ser perdidos.

É um momento de grandes mudanças e novos caminhos, que cria espaço para aqueles que souberem aproveitar as oportunidades.

## REFERÊNCIAS

- Banks, G. C., Pollack, J. M., Bochantin, J. E., Kirkman, B. L., Whelpley, C. E., & O'Boyle, E. H. (2016). Management's science-practice gap: A grand challenge for all stakeholders. *Academy of Management Journal*, 59(6), 2205-2231. doi:10.5465/amj.2015.0728
- Birkinshaw, J., Lecuona, R., & Barwise, P. (2016). The relevance gap in business school research: Which academic papers are cited in managerial bridge journals? *Academy of Management Learning & Education*, 15(4), 686-702. doi: 10.5465/amle.2015.0282
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. (2016). *Documento de área: Administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo*. Brasília, DF.
- Cunliffe, A. L., & Scaratti, G. (2017). Embedding impact in engaged research: Developing socially useful knowledge through dialogical sensemaking. *British Journal of Management*, 28(1), 29-44. doi: 10.1111/1467-8551.12204
- Diniz, E. H. (2017). Periódicos brasileiros da área de Administração no contexto de internacionalização da produção científica. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 57(4), 357-364. doi: 0.1590/S0034-759020170406
- Farias, S. A. de (2017). Internacionalização dos periódicos brasileiros. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 57(4), 401-404. doi:10.1590/S0034-759020170409
- MacIntosh, R., Beech, N., Bartunek, J., Mason, K., Cooke, B., & Denyer, D. (2017). Impact and management research: Exploring relationships between temporality, dialogue, reflexivity and praxis. *British Journal of Management*, 28(1), 3-13. doi:10.1111/1467-8551.12207
- Piwowar, H. (2013, January). Altmetrics: Value all research products. *Nature*, 493, 159. doi:10.1038/493159a
- Sandes-Guimarães, L. V., & Diniz, E. H. (2014). Gestão de periódicos científicos: Estudo de casos em revistas da área de administração. *RAUSP-Revista de Administração*, 49(3), 449-461. doi:10.5700/rausp1160
- Scaratti, G., Galuppo, L., Gorli, M., Gozzoli, C., & Ripamonti, S. (2017). The social relevance and social impact of knowledge and knowing. *Management Learning*, 48(1), 57-64. doi:10.1177/1350507616680563
- Trzesniak, P. (2016). Um Qualis em quatro tempos: Histórico e sugestões para administração, ciências contábeis e turismo. *Revista Contabilidade & Finanças*, 27(72), 279-290. doi:10.1590/1808-057X20160140
- Vale, M. P. E. de M., Bertero, C. O., Silveira, R. A. (2013). Caminhos diferentes da americanização na educação em Administração no Brasil: A EAESP/FGV e a FEA/USP. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 14(4), 837-872. doi: 10.13058/raep.2013.v14n4.49
- Wood, T., Jr. (2017). Resisting and surviving the mainstream scientific model: Findings on social relevance and social impact in the tropics. *Management Learning*, 48(1), 65-79. doi:10.1177/1350507616659832