

EDITORIAL

Estimulada pelo editorial do periódico *Academy of Management Learning and Education* eu procurei conhecer o livro *The Sage handbook of management learning, education and development*, que é uma coletânea de artigos de diferentes autores e tem Steven Armstrong e Cynthia Fukami como editores. Este livro está organizado em três blocos, com o primeiro tratando de aspectos teóricos do aprendizado e aquisição de conhecimento. O bloco dois tratando do ensino em administração em contextos formais, que são, em geral, as situações de sala de aula e as relações de tutoria e “mentoria” dentro processos de titulação. No bloco final constam trabalhos sobre o desenvolvimento de gestores em relações de aprendizado nas quais o ‘aprendiz’ não é recompensado com créditos por sua participação e desempenho no processo de interação.

A Revista da ANGRAD, por uma questão de submissões de nossos colaboradores, tem, em termos relativos, publicado mais trabalhos que eu classifico no bloco dois descrito acima, mas gostaríamos de intensificar a publicação de artigos que se classificariam nos demais blocos. O tema “garantia de aprendizado”, seja em relações formais ou não de ensino, também é de grande interesse nosso. Ao intensificarmos a publicação de trabalhos nestes temas, acredito que somaremos esforços com as áreas de gestão humana e administração geral no que tange à discussão do instigante tema de desenvolvimento de gestores. Por outro, poderemos contribuir com as IES, modo geral, em seus esforços de acreditação institucional e de seus cursos. Para isso, chamadas de trabalhos para números especiais poderão estimular os autores e serão propostas pelos editores da Revista.

Este número

O primeiro artigo, que tem autoria de Cintia de Oliveira Medeiros, Jacqueline Borges e Edvalda Leal, analisa a convergência entre os currículos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis tendo como referência o perfil indicado pelas Diretrizes Curriculares Nacionais e a opinião de gestores pesquisados. O resultado é uma clara diferença entre os cursos, assinalando-se as habilidades demandadas, mas as autoras identificam também as possibilidades de aproximação entre os cursos.

Francisco J. da Costa, Anderson Q. Lemos e Rodolfo J. Lôbo são os autores do segundo artigo. Este foca a percepção de estudantes de Administração sobre a importância da ética nos negócios e a adesão deste público ao relativismo moral ou ao idealismo. A pesquisa conduzida nas cidades de Fortaleza e Juazeiro do Norte mostra que os estudantes consultados atribuem

importância para a ética e tendem à postura idealista. Felizmente a pesquisa aponta que os alunos possuem uma forte indisposição para agirem de forma antiética.

O artigo seguinte avalia o entendimento dos formandos em Administração sobre os conceitos de estratégia e gestão estratégica. Os autores Emerson Mainardes, João José Ferreira e Gerson Tontini pesquisaram alunos de uma universidade de Portugal. Os resultados mostram que não há um conceito predominante para estratégia no repertório dos alunos pesquisados, mas ocorre maior convergência para a definição de gestão estratégica e uma aproximação das respostas às definições usuais presentes na literatura. Os autores notaram que os pesquisados têm dificuldade de traduzir os conceitos para situações reais, reforçando a necessidade de tornar a teoria em conhecimento aplicado no processo de ensino.

Sérgio Bulgacov, Rodrigo da Costa e Yára Lúcia Bulgacov são autores do quarto artigo, cujo tema se enquadra no bloco três da descrição feita acima do livro em ensino e aprendizagem. Os autores identificaram os condicionantes para a formação das comunidades de aprendizagem em Arranjos Produtivos Locais em processos de internacionalização, tendo como referência o conceito de comunidade de aprendizagem. Os resultados sugerem uma série de condicionantes, mas todos voltados para a ideia de “coletivo”, no meu entender.

O quinto artigo, que tem autoria de Juracy Parente e Fanny Terepins, discute o tema responsabilidade social empresarial. O estudo está baseado nas ações de cinco grandes varejistas atuando no Brasil. Os resultados da pesquisa apontam que não existe um padrão de gestão de RSE nas grandes empresas varejistas pesquisadas e que os pontos de venda são pouco aproveitados para as ações em RSE das empresas e não tornando as iniciativas parte do repertório dos atores na base das empresas.

O último artigo trata da interveniência da formação cultural na relação entre visão empreendedora e ação estratégica. Daniel Pardini, Carlos Alberto Gonçalves e Paulo Alves exploram estas relações usando o caso da Usiminas como referência, mostrando como a visão de negócio criada no contexto do ambiente organizacional pode ser a base para a construção de uma cultura empreendedora geradora de estratégias de sucesso.

Boa leitura e espero encontrá-los nas páginas de 2010.

Eliane Pereira Zamith Brito