

Editorial



C@ros leitores,

Neste editorial da nossa segunda edição de 2017, número 81, volume 24, aproveitamos para informar a inserção de um novo item na política de publicação da O&S. Trata-se do item em que os autores, ao submeterem um artigo à nossa revista, devem estar cientes de que artigos em processo de avaliação que receberem um primeiro parecer rejeitando-os, serão reavaliados pelo editor ou editor associado que, com base no parecer e no próprio artigo, pode decidir por sua rejeição com apenas esse parecer. Essa decisão editorial foi tomada com base em minuciosa análise histórica da relação entre o número de artigos com pareceres rejeitados e o número de artigos efetivamente publicados. Além dessa análise, a questão foi debatida com alguns editores de periódicos nacionais que adotam tal política e colegas do Núcleo de Pós-Graduação em Administração (NPGA) da UFBA. Temos com isso dois principais intuitos. O primeiro deles é agilizar, ainda mais, o envio das respostas aos autores. Ou seja, ao invés de esperar semanas e meses por um segundo parecer (e muito provavelmente um terceiro), autores podem retrabalhar o texto ou mesmo decidir enviar para outro periódico. Em segundo lugar, nosso intuito é, certamente, agilizar nossos processos internos e a gestão do grande volume de artigos em avaliação no sistema. No entanto, ressaltamos que o artigo que receber um parecer rejeitando-o, sofre uma reanálise que considera o artigo, a qualidade do parecer e a expertise do parecerista.

Antes de iniciarmos a apresentação resumida dos nossos artigos e autores desta edição, gostaríamos de reforçar nosso empenho em 2017 para a inserção da O&S em importantes bases internacionais. No entanto, sabemos que se os artigos não estiverem em inglês, poucos resultados colheremos desse esforço de internacionalização da nossa revista. A partir deste ano, faremos esforços também nesse sentido e convidamos os autores a priorizarem as submissões na língua inglesa.

Como sempre, nossa edição é diversa em temáticas interessantes e provocativas. Nosso primeiro artigo da edição 81, intitulado "Orçamento participativo: mais qualidade da democracia?", de Fábio Jacinto Barreto de Souza e Suylan Almeida Midlej e Silva, discute a qualidade democrática do orçamento participativo a partir de um rico estudo empírico no Distrito Federal. Para isso, elabora um modelo de análise com base em seis parâmetros de qualidade da democracia extraídos de um arcabouço teórico diversificado. Os resultados apontam para rupturas no processo democrático e concluem que há pouca responsividade do processo democrático no caso em análise.

O segundo artigo, sob o título "O projeto de implantação da indústria automotiva no Brasil: por uma abordagem sob a ótica da teoria dos *stakeholders*", de Marcos Lopez Rego e José Ernesto Mattoso Faillace Júnior, apresenta uma contribuição inicial para a busca de integração de duas áreas com pesquisas ainda incipientes no universo dos estudos organizacionais: gerenciamento de projetos e história da gestão. O objetivo é descrever e analisar, à luz da teoria dos *stakeholders*, a criação da indústria automotiva no Brasil. Os autores constatarem a existência de *stakeholders* opositores de alto poder, como as três maiores empresas multinacionais do setor e a própria equipe econômica do governo.

O terceiro texto, "Oligarquização em um grande clube de futebol: o caso do Sport Club Corinthians Paulista", de Cláudio Gonçalves Couto, apresenta, mediante o estudo de caso do Sport Club Corinthians Paulista, a natureza dos processos de oligarquização, identificando os fatores-chave desse ciclo. Mais do que um estudo sobre a temática particular das entidades esportivas, esse estudo de caso contribui com a discussão sobre a oligarquização de entidades associativas, tendo como base teórica as pesquisas sobre o tema produzidas na senda aberta por Robert Michels.

Com autoria de Reed Elliot Nelson e Amaury Mei, o texto "Tecnologia de produção e cultura organizacional em uma empresa de transporte em massa" é o quarto artigo da edição 81. Esse artigo considera a relação entre tecnologia de produção e cultura organizacional em uma empresa estatal de transporte em massa. O estudo sugere que

as demandas de um sistema de produção altamente mecanizado, de alta intensidade de capital e alta precisão não determinam diretamente a cultura organizacional como alegariam alguns estudos clássicos. Antes, parece gerar tensões subculturais entre as unidades responsáveis pela operação cotidiana do sistema e as unidades que fazem intermediação entre a organização e o seu ambiente político e econômico. Em termos teóricos, o trabalho abre novo espaço conceitual para abordar a tecnologia como variável independente em um campo que tradicionalmente tem visto a cultura organizacional como variável dependente.

O quinto texto, "As identidades fragmentadas no cotidiano da Feira do Produtor de Maringá", de Rocío Del Pilar López Cabana e Elisa Yoshie Ichikawa, resgata a história de mais de 30 anos, procurando compreender como as práticas cotidianas dos sujeitos vão se alterando à medida que a identidade organizacional do local onde trabalham se modifica. O estudo foi feito na Feira do Produtor de Maringá, fazendo uso de observação, de entrevistas, de história oral temática e da análise do discurso. Os autores observaram durante a pesquisa movimentos de resistências e protestos por parte de alguns feirantes, no sentido de defender espaços temporários de posições identitárias, muito embora essas lutas sejam ofuscadas diante de uma aparente estabilidade que se impõe por diferentes instrumentos disciplinares e por diversos discursos que inibem comportamentos não congruentes com os prescritos na feira.

O sexto texto, de Francisco Vicente Sales Melo, Salomão Alencar de Farias e Michelle Helena Kovacs, intitulado "Estereótipos e estigmas de obesos em propagandas com apelos de humor", é instigante. De acordo com os autores, estereótipos positivos e negativos estão presentes em comunicações de marketing e são apresentados aos consumidores de forma indiscriminada. Com a atual epidemia de obesidade mundial, propagandas televisivas que se utilizam de indivíduos obesos em situações estigmatizadas não são exceção. Sendo assim, o artigo dos autores analisa o papel desempenhado por pessoas gordas em propagandas veiculadas na televisão sob a ótica de estigmas e estereótipos. As análises mostram que estigmas como "cômicos", "estranhos" e "fracos" são formados a partir dos seus estereótipos e papéis desempenhados. Os autores avançam no debate questionando até que ponto essas interpretações podem comprometer a imagem da marca veiculada, considerando que o fenômeno obesidade está presente no cotidiano da maioria dos consumidores.

O sétimo artigo, "Tribos de consumo: representações sociais em uma comunidade virtual de marca", de Thiago Assunção de Moraes e Nelsio Rodrigues de Abreu, tem o objetivo principal de verificar como o conjunto de representações sociais constrói o efeito do sentimento de tribo em uma comunidade virtual de marca. Caracterizado como um estudo netnográfico na comunidade peladeiro.com.br, evidenciou-se um comportamento de tribo em função das peladas, emergindo nos achados os elementos encontrados nas relações sociais de uma comunidade virtual que a transforma em uma tribo.

O oitavo e último artigo, "A influência das instituições no processo de construção da confiança interorganizacional", de autoria de Cristiane Marques de Mello, busca compreender de que modo as instituições influenciam no processo de construção da confiança interorganizacional. Nesse texto, a confiança é entendida como uma forma de ação individual ou coletiva que está constitutivamente imersa no ambiente institucional no qual um relacionamento está posto, com base em premissas favoráveis sobre a confiança nos futuros comportamentos¹. Os resultados apontam que os padrões institucionais operam de modo diferente nos períodos analisados. O estudo sobre o processo da construção da confiança contribuiu para a compreensão sobre os motivos que levam as empresas a confiarem ou a não confiarem em seus parceiros comerciais.

Desejamos a todos uma excelente leitura!
Ariadne Scalfoni Rigo
Editora

1 BACHMANN, R.; INKPEN, A. C. *Understanding institutional-based trust building processes in inter-organizational relationships*. *Organization Studies*, v. 32, n. 2, p. 281-301, 2011.