

# ASPECTOS DO CONSUMO E DA PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO NO CAMPO CIENTÍFICO DA ADMINISTRAÇÃO

## *ASPECTS OF CONSUMPTION AND PRODUCTION OF SCIENTIFIC INFORMATION IN THE FIELD OF ADMINISTRATION*

Ana Maria Mattos  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
[mattos.anamaria@ea.ufrgs.br](mailto:mattos.anamaria@ea.ufrgs.br)

### **Resumo**

Este trabalho identifica o conjunto de periódicos citados nas teses de doutorado em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul concluídas entre 1997 e 2007 e os diversos periódicos em que os autores destas teses publicaram seus artigos técnicos e científicos um ano após a obtenção do doutoramento até 2010. Os autores estudados citaram 1.131 periódicos em suas teses e publicaram seus artigos em outros 187 periódicos. Os dois conjuntos tinham em comum apenas 31 periódicos, aproximadamente 2% dos títulos.

**Palavras-chave:** Ciência da Informação. Comunicação científica. Produção e consumo da informação.

## **1 INTRODUÇÃO**

Pode-se definir comunicação científica como um conjunto integrado de atividades associadas à produção, disseminação e uso da informação. Mais formalmente, a comunicação científica é um

Conceito proposto por John Bernal, no final dos anos trinta, para designar o processo específico de produção, consumo e transferência de informação no campo científico. Em termos de comunicação, as duas características mais importantes de um cientista são a quantidade de informação que ele comunica e a qualidade dessa informação (CUNHA; CAVALVANTI, 2008, p. 97).

Portanto, este tipo de comunicação se processa em um grupo social peculiar e com regras bem definidas, procurando assegurar o intercâmbio de informações e o contato entre si. No que tange à transferência de informação, as premissas se encontram atendidas, desde que o cientista não tenha dificuldades de acesso ao documento ou de entendimento do idioma em que ele foi escrito. Mas como este grupo social se comporta na produção e consumo da informação?



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

DOI 10.5007/1518-2924.2011v16n31p71

O periódico científico, criado formalmente na Europa no século XVII, ao longo do tempo, se converteu em um importante veículo de comunicação do conhecimento produzido pelas atividades de pesquisa, proporcionando o registro e o arquivamento público da informação chancelada pela comunidade científica.

Tomando-se a publicação periódica um canal de informação privilegiado, parece-nos que, quanto à produção e ao consumo da informação científica, as práticas de uma comunidade podem, ou não, estar relacionadas. Neste contexto, aceitando-se por princípio que qualquer tipo de comunicação pressupõe a utilização de um canal em comum para que ela se concretize, é apresentado o seguinte problema de pesquisa: a escolha de títulos de periódicos de uma comunidade de pesquisa específica, como consumidora e produtora de artigos técnicos científicos publicados em periódicos, é comparável?

Este trabalho tem como objetivo distinguir as publicações periódicas utilizadas pelos doutores oriundos do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGA/UFRGS), como consumidores e produtores da informação técnica e científica publicada, visando a descrever suas escolhas ao consumir e publicar um artigo. Especificamente, objetiva-se:

- a) identificar os títulos dos periódicos mais citados pelos autores das teses defendidas no PPGA/UFRGS entre 1997 e 2007 e mapear suas preferências de consumo da informação técnica e científica publicada em periódicos;
- b) reconhecer os títulos dos periódicos em que os autores das teses defendidas no PPGA/UFRGS entre 1997 e 2007 publicaram seus trabalhos técnicos e científicos um ano após a obtenção do título de doutor até 2010 e discriminar os periódicos eleitos como canais preferenciais de comunicação de sua produção intelectual; e
- c) comparar os títulos descritos nos itens (a) e (b) em busca de diferenças e similaridades no consumo e na produção da informação no campo científico da Administração publicados em periódicos técnicos científicos.

Justifica-se esta investigação por possibilitar conhecer os aspectos do comportamento informacional, mais especificamente do consumo e da produção da informação técnica e científica de uma comunidade específica, os doutores formados pelo PPGA/UFRGS de 1997 até 2007, nas publicações de periódicos.

## **2 ANÁLISE DE CITAÇÕES COMO MÉTODO DE ESTUDO DO COMPORTAMENTO INFORMACIONAL**

Os estudos do comportamento informacional podem ser classificados como orientados ao uso, orientados ao usuário, básicos e/ou aplicados. Neste âmbito, a análise de citações de teses é considerada um estudo básico orientado ao uso, pois visa a obter conhecimento sobre o padrão de comunicação do usuário interno da biblioteca (DIAS, PIRES, 2004). No caso específico, estudam-se os hábitos de consumo de títulos de periódicos dos usuários da Biblioteca Setorial da Escola de Administração da UFRGS.

Na literatura, são encontrados alguns autores que consideram possível estudar a comunidade usuária pela análise das citações oriundas das teses e dissertações, podendo esta análise servir como método indireto de estudo do usuário (SMITH, 1981; TARAPANOFF; MIRANDA; ARAÚJO JÚNIOR, 2004; TUÑÓN BRYDGES, 2005; URBANO SALIDO, 2001), dado que este tipo de investigação permite desenvolver estruturas teóricas a respeito da expectativa do uso dos materiais futuros, baseadas nos critérios comuns dos materiais já utilizados. (KOVACS, 1990).

Acredita-se também que sejam particularmente atraentes, porque as respostas obtidas da análise das citações utilizadas na elaboração das teses apresentam a vantagem de não ser contaminadas por opiniões dos usuários participantes da investigação, que já a manifestaram *a priori*. Além disso, as informações podem ser descritas e contadas, e os dados coletados com relativa facilidade. (TUÑÓN; BRYDGES, 2005).

Concorda-se assim com os autores que consideram a análise de citações um estudo da comunidade usuária como um método indireto de análise do comportamento do leitor no consumo da informação. Neste estudo, pretende-se avançar contemplando também o comportamento dos autores das teses estudadas como produtores de informação técnico-científica.

## **3 MATERIAL E MÉTODO**

Citações e referências são elementos básicos para os estudos bibliométricos e muitas vezes são usadas de forma indiscriminada para indicar a localização ou identificação de um item informacional. Entretanto, citações e referências são elementos com personalidade própria,

que apresentam importante ligação entre si, representada pela indispensável indicação da fonte de onde foi extraída a citação, por meio de uma lista ordenada dos documentos efetivamente citados no texto. No contexto desta investigação, as palavras citação e referência são usadas como sinônimas.

Primeiramente, são analisados os autores das teses como consumidores de informação, depois analisados como produtores de informação, e finalmente se estabelece as diferenças e/ou similaridades no consumo e produção do grupo estudado em um canal informacional específico, a publicação periódica técnico-científica.

Dado que o curso de doutorado em Administração do PPGA/UFRGS começou nos idos de 1994, destaca-se que 1999 foi o ano em que ocorreram as primeiras defesas de tese. Foram definidos dois critérios de seleção para incluir a tese cujas citações de títulos de periódicos se pretende investigar. Ela (a) deve ter sido defendida no PPGA/UFRGS de 1999 até 2007; e (b) deve ter sido orientada por professores pertencentes ao Departamento de Ciências Administrativas (DCA) da UFRGS.

O PPGA/UFRGS está estruturado em seis áreas de concentração consideradas nas análises: Gestão da Tecnologia e da Produção (GTP), Marketing (MKT), Organizações (ORG), Recursos Humanos (RH), Sistemas de Informação e de Apoio a Decisão (SIAD) e Contabilidade e Finanças (CF).

Para proceder à seleção do material empírico, realizada em abril de 2008, foram selecionados no SABI<sup>1</sup> o tipo material, teses e dissertações. Logo após, inseriu-se, no campo de pesquisa, a seguinte linguagem de comando por meio da pesquisa *Common Command Language*:

<b>WUN = adm01 and WPI = pd and WYR = 1999 -&gt; 2007</b>
---

Sendo **WUN** para produção intelectual do DCA (**adm01**), **WPI** para selecionar somente as teses (**pd**) e **WYR** para delimitar o recorte temporal a ser estudado (**1999 -> 2007**).

Foram recuperadas 95 teses, das quais dez não obedeciam aos critérios de seleção estabelecidos, tendo sido descartadas. A distribuição das 85 teses restantes estava irregular quanto à sua frequência, seja por ano de defesa ou área de concentração (Tabela 1).

---

<sup>1</sup> Catálogo eletrônico das bibliotecas da UFRGS: <http://sabix.ufrgs.br/ALEPH?415825923>

ÁREA CONCENTRAÇÃO	ANO									TOTAL	(%)
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007		
GTP	1	1	2	2	0	4	6	7	0	23	27,06
MKT	1	1	3	1	1	2	4	3	2	18	21,18
SIAD	2	3	2	0	0	2	3	4	0	16	18,82
ORG	0	1	1	1	2	2	3	3	1	14	16,47
RH	0	2	4	0	0	1	2	0	2	11	12,94
CF	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3	3,53
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>85</b>	<b>100</b>
(%)	4,71	9,41	14,12	4,71	3,53	12,94	23,53	21,18	5,88	100	

**Tabela 1:** Teses defendidas no PPGA/EA/UFRGS por ano e por área de concentração

**Fonte:** Elaborado pela autora.

A distribuição temporal dos dados revela grande variabilidade, tanto por área de concentração quanto no todo. Por área de concentração, GTP lidera o total de teses defendidas, enquanto MKT apresenta maior regularidade, com pelo menos uma tese defendida por ano. CF apresenta a menor frequência de tese por área, concentrando suas defesas nos anos de 2005 e 2006.

Entretanto, no todo, se percebe substancial evolução do total de teses defendidas em relação a 1999, ainda que com alguma irregularidade para cima (2005 e 2006) e para baixo (2002, 2003 e 2007). Tais padrões podem ser atribuídos à complexidade do processo de elaboração de uma tese, no caso geral; e às especificidades de cada linha de pesquisa, nos casos particulares.

### 3.1 Os autores como consumidores

Reunidas as informações sobre cada uma das 85 teses, procedeu-se a contabilização das citações para, em seguida, produzir informações mais refinadas. Foram tabuladas 13.298 citações utilizadas na elaboração das 85 teses (Tabela 2).

ÁREA CONCENTRAÇÃO	TESES		CITAÇÕES	
	FREQ.	(%)	FREQ.	(%)
GTP	23	27,06	3568	26,83
MKT	18	21,18	2903	21,83
SIAD	16	18,82	2108	15,85
ORG	14	16,47	2276	17,12
RH	11	12,94	2142	16,11
CF	3	3,53	301	2,26
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100</b>	<b>13298</b>	<b>100</b>

**Tabela 2:** Frequência de citações utilizadas nas teses por área de concentração

**Fonte:** Elaborado pela autora

A Tabela 3 apresenta a estatística descritiva das citações por área de concentração. Verifica-se que duas áreas apresentam alto coeficiente de variação: RH com 0,55 e ORG com 0,48. De fato, a média de citações utilizadas na elaboração das teses destas áreas está acima das outras,

revelando que RH e ORG são as áreas com maior demanda informacional. Observando os mesmos indicadores, percebe-se que GTP e SIAD são as áreas em que os autores têm um uso mais parcimonioso dos itens informacionais, em função do baixo coeficiente de variação.

CITAÇÕES	ÁREA DE CONCENTRAÇÃO					
	CF	GTP	MKT	ORG	RH	SIAD
$\bar{X}$	100,33	155,13	161,28	162,57	194,73	131,75
s	43,36	49,53	61,00	77,48	107,40	43,80
C. V.	0,43	0,32	0,38	0,48	0,55	0,33
MAX	150	261	336	280	455	224
MIN	70	87	69	61	111	32

**Tabela 3:** Estatística descritiva das citações das teses por área de concentração

**Fonte:** Elaborado pela autora

Vale observar que, sem considerar o coeficiente de variação, fica-se com a percepção distorcida de que a área de CF tem indicadores mais parcimoniosos que GTP, o que não ocorre, porquanto CF apresenta a menor média, o menor desvio padrão e a menor máxima das áreas estudadas, mas seu coeficiente de variação é alto: 0,43.

Dado o panorama geral, elaborou-se uma lista de possíveis tipologias dos materiais informacionais de acordo com as normas para elaboração de referências da Associação Brasileira de Normas Técnicas (2002), que norteiam a descrição das referências citadas nas teses estudadas. Neste estudo, são observadas somente as citações de títulos de periódicos (Tabela 4).

TÍTULO	PERIÓDICO				CITAÇÃO				
	FREQ. (A)	(%)	ACUM.	(%)	FREQ. (B)	(A) x (B)	(%)	ACUM.	(%)
<i>Journal of Marketing</i>		0,09	1	0,09	325	325	6,41	325	6,41
<i>Harvard Business Review</i>	1	0,09	2	0,18	157	157	3,10	482	9,51
<i>Journal of Marketing Research</i>	1	0,09	3	0,27	150	150	2,96	632	12,47
<i>Academy of Management Review</i>	1	0,09	4	0,35	133	133	2,62	765	15,09
<i>Strategic Management Journal</i>	1	0,09	5	0,44	115	115	2,27	880	17,36
<i>Administrative Science Review</i>	1	0,09	6	0,53	114	114	2,25	994	19,61
<i>Revista de Administração de Empresas</i>	1	0,09	7	0,62	95	95	1,87	1089	21,49
<i>MIS Quarterly</i>	1	0,09	8	0,71	93	93	1,84	1182	23,32
<i>Journal of the Academy of Marketing Science</i>	1	0,09	9	0,80	82	82	1,62	1264	24,94
<i>Sloan Management Review</i>	1	0,09	10	0,88	68	68	1,34	1332	26,28
<i>Revista de Administração da USP</i>	1	0,09	11	0,97	60	60	1,18	1392	27,47
<i>Academy of Management Journal</i>	1	0,09	12	1,06	55	55	1,09	1447	28,55
<i>Journal of Consumer Research</i>	1	0,09	13	1,15	53	53	1,05	1500	29,60
<i>Management Science</i>	1	0,09	14	1,24	52	52	1,03	1552	30,62
<i>California Management Review</i>	1	0,09	15	1,33	47	47	0,93	1599	31,55
<i>Journal of Finance</i>	1	0,09	16	1,41	46	46	0,91	1645	32,46
<i>Journal of Management Studies</i>	1	0,09	17	1,50	41	41	0,81	1686	33,27
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1,53</b>					<b>33,27</b>		
Organization Science	1	0,09	18	1,59	40	40	0,79	1726	34,06

TÍTULO	PERIÓDICO				CITAÇÃO				
	FREQ. (A)	(%)	ACUM.	(%)	FREQ. (B)	(A) x (B)	(%)	ACUM.	(%)
2 títulos diferentes <sup>2</sup>	2	0,18	20	1,77	39	78	1,54	1804	35,60
Research Policy	1	0,09	21	1,86	37	37	0,73	1841	36,33
2 títulos diferentes	2	0,18	23	2,03	36	72	1,42	1913	37,75
American Economic Review	1	0,09	24	2,12	34	34	0,67	1947	38,42
Journal of Financial Economics	1	0,09	25	2,21	33	33	0,65	1980	39,07
2 títulos diferentes	2	0,18	27	2,39	32	64	1,26	2044	40,33
2 títulos diferentes	2	0,18	29	2,56	29	58	1,14	2102	41,48
2 títulos diferentes	2	0,18	31	2,74	28	56	1,10	2158	42,58
Psychological Bulletin	1	0,09	32	2,83	27	27	0,53	2185	43,11
Continua...									
Continuação.									
2 títulos diferentes	2	0,18	34	3,01	25	50	0,99	2235	44,10
Long Range Planning	1	0,09	35	3,09	24	24	0,47	2259	44,57
Revista de Administração Pública	1	0,09	36	3,18	23	23	0,45	2282	45,03
6 títulos diferentes	6	0,53	42	3,71	22	132	2,61	2414	47,63
2 títulos diferentes	2	0,18	44	3,89	20	40	0,79	2454	48,42
4 títulos diferentes	4	0,35	48	4,24	19	76	1,50	2530	49,92
2 títulos diferentes	2	0,18	50	4,42	18	36	0,71	2566	50,63
3 títulos diferentes	3	0,27	53	4,69	17	51	1,01	2617	51,64
Revista Brasileira de Saúde Ocupacional	1	0,09	54	4,77	16	16	0,32	2633	51,95
3 títulos diferentes	3	0,27	57	5,04	15	45	0,89	2678	52,84
3 títulos diferentes	3	0,27	60	5,31	14	42	0,83	2720	53,67
9 títulos diferentes	9	0,79	69	6,10	13	117	2,31	2837	55,98
7 títulos diferentes	7	0,62	76	6,72	12	84	1,66	2921	57,64
6 títulos diferentes	6	0,53	82	7,25	11	66	1,30	2987	58,94
8 títulos diferentes	8	0,71	90	7,96	10	80	1,58	3067	60,52
8 títulos diferentes	8	0,71	98	8,66	9	72	1,42	3139	61,94
14 títulos diferentes	14	1,23	112	9,90	8	112	2,21	3251	64,15
20 títulos diferentes	20	1,76	132	11,67	7	140	2,76	3391	66,91
<b>SUBTOTAL</b>		<b>10,20</b>					<b>33,64</b>		
25 títulos diferentes	25	2,20	157	13,88	6	150	2,96	3541	69,87
29 títulos diferentes	29	2,55	186	16,45	5	145	2,86	3686	72,73
39 títulos diferentes	39	3,44	225	19,89	4	156	3,08	3842	75,81
77 títulos diferentes	77	6,80	302	26,70	3	231	4,56	4073	80,37
166 títulos diferentes	166	14,67	468	41,38	2	332	6,55	4405	86,92
663 títulos diferentes	663	58,61	1131	100	1	663	13,08	5068	100,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>88,27</b>					<b>33,09</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>1131</b>	<b>100</b>			<b>2325</b>	<b>5068</b>	<b>100</b>		

**Tabela 4:** Títulos dos periódicos usados nas teses

**Fonte:** Elaborado pela autora

Os dados revelaram um conjunto de **5.068 citações** de periódicos utilizados na elaboração das 85 teses selecionadas, distribuídos entre **1.131 títulos**. Uma vez identificados os títulos dos periódicos, cujos artigos foram citados na elaboração das teses que fazem parte desta pesquisa, foi utilizada a Lei de Bradford, que mede a produtividade dos periódicos para descrever a distribuição da literatura periódica em uma área específica.

Bradford (1985) procurou verificar a dispersão dos artigos sobre um determinado assunto baseando-se no princípio da unidade da ciência, ou seja, todos os assuntos científicos estão relacionados entre si. Dessa forma, quando ocorre a publicação de artigos especializados em determinado assunto, estes artigos, ocasionalmente, podem aparecer em periódicos que não

<sup>2</sup> São apresentados como “títulos diferentes”, periódicos desiguais que receberam a mesma frequência de citação. No caso específico, Exame e *Journal of Retailing* receberam 39 citações cada um.

são da sua especialidade. Assim, um núcleo de periódicos especializados apresenta mais artigos sobre determinado assunto do que os que tratam de assuntos correlatos. Este fenômeno permite ordenar os títulos em zonas de produtividade decrescente de documentos, e o número de periódicos de cada zona aumentará à medida que sua utilização diminuir. Assim, para determinar a coleção núcleo de periódicos, dividiu-se o resultado apurado em três zonas:

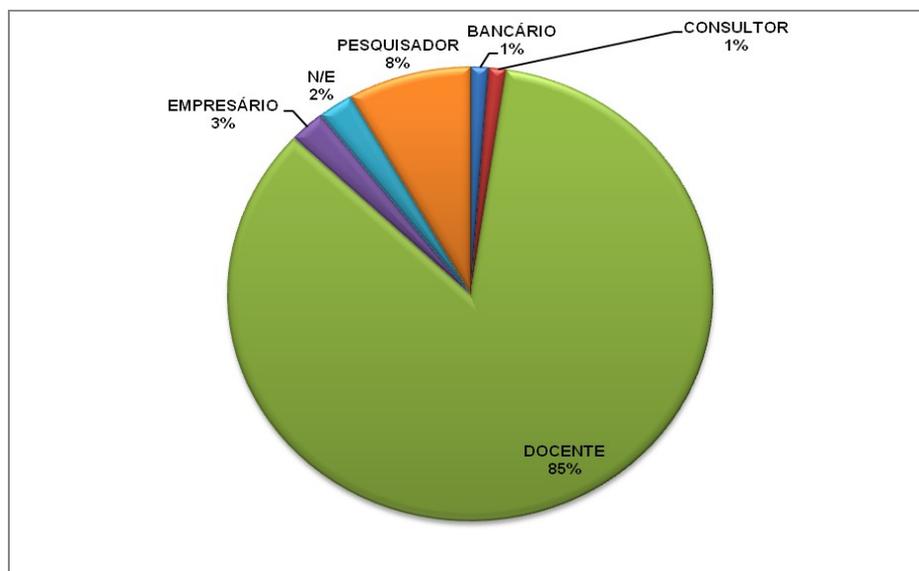
- a) a **primeira zona** apresenta 33,27% das citações ou 1.686 citações distribuídas em 17 títulos ou 1,53% dos periódicos da especialidade;
- b) na **segunda zona** encontram-se 33,64% das citações ou 1.705 citações distribuídas em 115 títulos ou 10,20% dos periódicos que não são da especialidade, mas possuem conteúdo que abarca o núcleo da literatura; e
- c) a **terceira zona** apresenta 33,09% das citações ou 1.677 citações distribuídas em 999 títulos ou 88,27% dos periódicos que possuem relação remota com a especialidade.

Na perspectiva de um equilíbrio entre as diferentes áreas de concentração do PPGA, colocou-se uma lupa sobre os títulos apurados na primeira zona do panorama geral (Tabela 4), reunindo-os com os títulos das primeiras zonas apurados nas seis áreas de concentração, formando uma única lista com 72 títulos de revistas científicas. Para dar consistência à listagem final, foram eliminados os títulos repetidos, restando 40 títulos de periódicos mais consumidos: *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Administrative Science Quarterly*, *Administrative Science Review*, *California Management Review*, *Ciência e Saúde Coletiva*, *Communications of the ACM*, *Decision Sciences*, *Decision Support Systems*, *European Journal of Operational Research*, *Harvard Business Review*, *Human Relations*, *Information and Management*, *Information Systems Research*, *Journal of Applied Psychology*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of European Industrial Training*, *Journal of Finance*, *Journal of Financial Economics*, *Journal of Global Information Management*, *Journal of Management Development*, *Journal of Management Information Systems*, *Journal of Management Studies*, *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Research*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *Management Learning*, *Management Science*, *MIS Quarterly*, *Organization Science*, *R&D Management*, *Research Policy*, *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, *Revista de Administração da USP*, *Revista de Administração de Empresas*, *Revista de Administração Pública*, *Saúde em Debate*, *Sloan*

### 3.2 Os autores como produtores

Para distinguir as publicações periódicas em que cada um dos 85 autores das teses estudadas publicou algum artigo técnico-científico, utilizou-se a plataforma Lattes, em consulta realizada em 05 de junho de 2010. Foram considerados na tabulação os artigos publicados por cada autor um ano após a obtenção do título de doutor até 2010.

O Gráfico 1 mostra a atividade profissional declarada pelos doutores egressos do PPGA/UFRGS no Lattes.



**Gráfico 1: Atividade dos autores das teses declaradas no Lattes.**

**Fonte:** Elaborado pela autora.

As informações referentes à atividade profissional dos autores das teses estudadas revelam que eles têm grande potencial como produtores de informação, pois são, na maioria, docentes (85%) e pesquisadores (8%). O currículo de dois autores não foi encontrado na plataforma Lattes, representando 2% da amostra.

Proporcionalmente, os autores mais produtivos são oriundos das áreas de MKT e ORG, possivelmente pela regularidade na formação de doutores, seguidos por RH e SIAD. A área de GTP, que apresenta o maior valor total de teses defendidas (Tabela 1), tem

proporcionalmente uma baixa produção de artigos de periódicos (5). CF tem a menor frequência de tese por área e baixa publicação de artigos, considerando que as teses da área foram defendidas anos de 2005 e 2006. Visualiza-se a distribuição dos artigos nacionais e estrangeiros por área de concentração na Tabela 5.

ÁREA	ARTIGOS DE PERIÓDICOS						TESES DEFENDIDAS (B)	PROPORÇÃO (A/B)
	ESTR	(%)	NAC	(%)	TOTAL (A)	(%)		
CF	0	0	5	1	5	1	3	2
GTP	7	14	101	21	108	20	23	5
MKT	18	35	118	25	136	26	18	8
ORG	3	6	109	23	112	21	14	8
RH	9	18	67	14	76	14	11	7
SIAD	14	27	76	16	90	17	16	6
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>476</b>	<b>100</b>	<b>527</b>	<b>100</b>	<b>85</b>	

**Tabela 5:** Distribuição dos artigos publicados por área de concentração

**Fonte:** Elaborado pela autora.

A Tabela 6 resume a informação acerca dos artigos de periódicos e ano de defesa da tese. Considerando o período de tempo após o primeiro ano da defesa da tese até 2010, proporcionalmente, os autores que defenderam teses em 2005 foram muito mais produtivos (22), inclusive em periódicos estrangeiros (11), ficando com apenas um artigo a menos que os autores que concluíram o doutorado em 2000 nesta categoria (12). Ressalta-se que 2005 foi o ano em que mais ocorreram defesas de teses (20), sendo este o ano em que MKT, a área mais produtiva, apresentou mais defesas de teses (4) na amostra estudada. Em 2006, o número de defesas de tese foi levemente menor (18), mas a proporcionalidade na frequência de publicação não foi similar (13).

ANO DE DEFESA	TEMPO P/ PUBLICAÇÃO EM 2010 (B)	ARTIGOS DE PERIÓDICOS			PROPORÇÃO (A/B)
		ESTR	NAC	TOTAL (A)	
1999	10	1	9	10	1
2000	9	12	97	109	12
2001	8	10	115	125	16
2002	7	4	57	61	9
2003	6	0	22	22	4
2004	5	6	58	64	13
2005	4	11	75	86	22
2006	3	5	35	40	13
2007	2	2	8	10	5
		<b>51</b>	<b>476</b>	<b>527</b>	

**Tabela 6:** Artigos de periódicos *versus* ano de defesa

**Fonte:** Elaborado pela autora

A tabulação dos dados referentes aos títulos de periódicos técnicos e científicos que continham artigos de autoria dos doutores estudados, descrito na Tabela 7, revelou um conjunto de **527 artigos** distribuídos em **187 títulos**. Utilizando a Lei de Bradford para determinar o núcleo das publicações, dividiu-se o resultado apurado em três zonas:

- a) a **primeira zona** apresenta 31,69% das publicações ou 167 artigos distribuídos em 7 títulos;
- b) na **segunda zona** encontram-se 37,19% das publicações ou 196 artigos distribuídos em 39 títulos; e
- c) a **terceira zona** apresenta 31,12% das publicações ou 164 artigos distribuídos em 141 títulos.

PERIÓDICO					PUBLICAÇÃO				
TÍTULO	FREQ. (A)	(%)	Σ	Σ (%)	FREQ. (B)	(A) x (B)	(%)	Σ	Σ (%)
REAd - Revista Eletrônica de Administração	1	0,53	1	0,53	39	39	7,40	39	7,40
Revista de Administração Contemporânea	1	0,53	2	1,07	34	34	6,45	73	13,85
Revista de Administração de Empresas	1	0,53	3	1,60	30	30	5,69	103	19,54
Organizações & Sociedade	1	0,53	4	2,14	20	20	3,80	123	23,34
Cadernos EBAPE.BR	1	0,53	5	2,67	17	17	3,23	140	26,57
Gestão.Org	1	0,53	6	3,21	14	14	2,66	154	29,22
Indicadores Econômicos FEE	1	0,53	7	3,74	13	13	2,47	167	31,69
<b>SUBTOTAL</b>							<b>31,69</b>		
2 títulos diferentes <sup>3</sup>	2	1,07	9	4,81	10	20	3,80	187	35,48
2 títulos diferentes	2	1,07	11	5,88	9	18	3,42	205	38,90
2 títulos diferentes	2	1,07	13	6,95	8	16	3,04	221	41,94
4 títulos diferentes	4	2,14	17	9,09	7	28	5,31	249	47,25
4 títulos diferentes	4	2,14	21	11,23	6	24	4,55	273	51,80
2 títulos diferentes	2	1,07	23	12,30	5	10	1,90	283	53,70
11 títulos diferentes	11	5,88	34	18,18	4	44	8,35	327	62,05
12 títulos diferentes	12	6,42	46	24,60	3	36	6,83	363	68,88
<b>SUBTOTAL</b>							<b>37,19</b>		
23 títulos diferentes	23	12,30	69	36,90	2	46	8,73	409	77,61
118 títulos diferentes	118	63,10	187	100	1	118	22,39	527	100
<b>SUBTOTAL</b>							<b>31,12</b>		
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>187</b>	<b>100</b>				<b>527</b>	<b>100</b>		

**Tabela 7:** Títulos dos periódicos em que os autores das teses publicaram

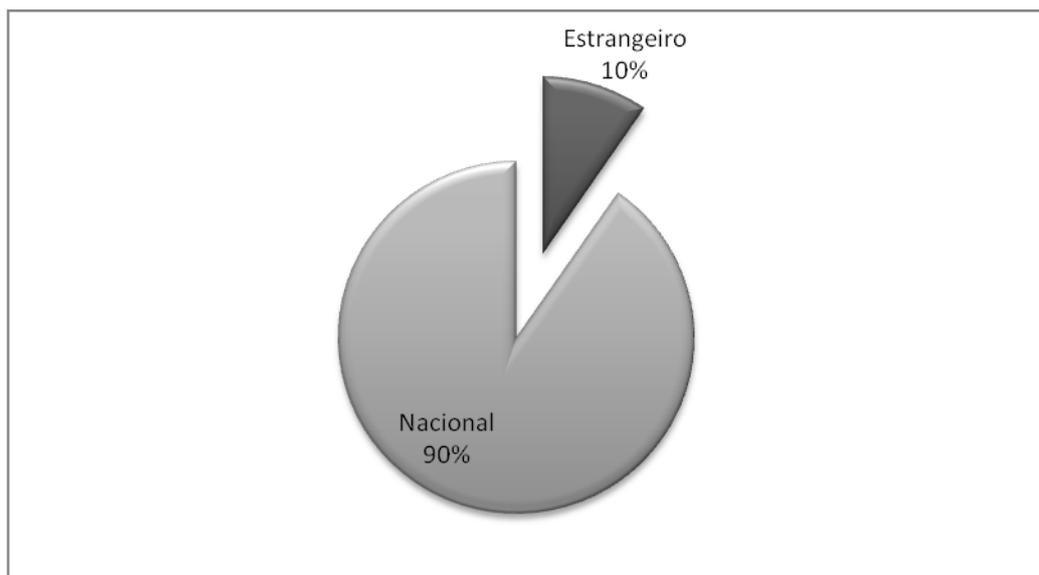
**Fonte:** Elaborado pela autora.

### 3.3 Diferenças e similaridades no consumo e na produção da informação

De acordo com os critérios da Lei de Bradford, nota-se que, no grupo de autores estudados, tanto os títulos apurados como preferenciais para publicação (Tabela 7) quanto os títulos apurados como preferenciais para o consumo da informação (Tabela 4), mesmo quando se utiliza a lista expandida de 40 títulos, que considerou as peculiaridades de cada área de concentração quanto ao consumo, não se assemelham.

<sup>3</sup> São apresentados como “títulos diferentes” periódicos desiguais que receberam a mesma frequência de citação. No caso específico, a Revista de Administração da USP e a Revista de Administração Mackenzie receberam dez citações cada uma.

A diferença mais evidente é quanto à origem da publicação periódica. Quando se trata da produção de informação técnico-científica, o grupo estudado prefere o periódico nacional (90%) ao estrangeiro (10%). De fato, os autores preferem o periódico estrangeiro para consumir informação, e o periódico nacional para produzi-la. Trata-se assim de um grupo com pouca visibilidade e inserção internacional, apesar de ser formado, em sua maioria, por professores doutores de instituições de ensino superior e pesquisadores.



**Gráfico 2:** Proporção de artigos publicados em periódicos nacionais e estrangeiros.  
**Fonte:** Elaborado pela autora.

Ao analisar os dois conjuntos de títulos de publicações periódicas sem considerar as estratificações apresentadas com a aplicação da Lei de Bradford, em ambos os casos, consumo e produção, encontrou-se um pequeno ponto de contato entre eles: 31 títulos, sendo 17 nacionais e 14 estrangeiros. Ou seja, dos 1.131 títulos que os autores das teses consumiram, mais os 187 títulos em que eles produziram artigos, menos os 31 títulos em comum, restaram 1.287 títulos em que os 31 títulos em comum representam cerca de 2% deste universo. E mais, nestes 2% nem sempre o consumo e a publicação por área de concentração coincidem.

O local de coincidência de consumo e produção no mesmo título de periódico por uma mesma área de concentração foi destacado colorindo a célula no Quadro 1. Os doutores da área de CF, por exemplo, comportaram-se somente como consumidores de informação nestes 31 títulos, não produzindo (publicando) nenhum artigo. Em oito títulos, não há coincidência das áreas como consumidoras e produtoras de informação (Administração do Milênio,

*Communications of the AIS*, *Gestão e Produção* (UFSCar), *Gestión Revista de Economía*, *Horizontes Antropológicos*, *Psicologia e Sociedade*, *Revista de Sociologia e Política e Veritas*).

PERIÓDICO	WQ*	CONSUME						PRODUZ						
		MKT	ORG	RH	SIAD	GTP	CF	MKT	ORG	RH	SIAD	GTP	CF	
Administração no Milênio (PPGA/UFRGS)	-	X							X					
Análise (PUCRS)	B4	X	X	X	X	X		X	X		X	X		
<i>Applied Artificial Intelligence</i>	A2				X						X			
<i>Communications of the AIS</i>	-					X					X			
<i>Decision Support Systems</i>	A1				X						X			
Educação Brasileira	B3		X		X						X			
Ensaio FEE	-	X	X			X		X						
<i>Expert Systems with Applications</i>	A1				X						X			
Gestão e Produção (UFSCar)	A2	X				X					X			
<i>Gestión Revista de Economía</i>	-			X				X						
Horizontes Antropológicos (UFRGS)	A2			X					X					
<i>Human Relations</i>	A1	X	X	X		X			X	X				
Indicadores Econômicos FEE	B5	X	X	X		X		X						
<i>Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior</i>	C	X						X						
<i>Journal of Global Information Technology Management</i>	-				X						X			
<i>Management Decision</i>	A2	X		X	X	X							X	
<i>Management Review</i>	-	X		X						X				
<i>Marketing Science (Providence)</i>	-	X				X		X						
<i>Marketing Theory</i>	B1	X	X	X				X						
Organizações & Sociedade	B2		X	X	X			X	X	X	X	X		
Psicologia e Sociedade	-		X			X				X				
READ - Revista Eletrônica de Administração (PPGA/UFRGS)	B2	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		
Revista de Administração (USP)	B2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Revista de Administração Contemporânea	B1	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		
Revista de Administração Mackenzie	B1		X				X	X	X	X	X	X		
Revista de Administração Pública	A2		X	X	X	X			X			X		
Revista de Sociologia e Política	B2		X									X		
Saúde em Debate	B2		X						X				X	
<i>Sloan Management Review</i>	-	X	X	X	X	X		X						
Veritas (PUCRS)	B2		X	X				X						
<i>Waste Management (Elmsford)</i>	A1				X						X			

**Quadro 1:** Consumo e produção em periódicos coincidentes

**Fonte:** Elaborado pela autora. \*WebQualis para a área de Administração ou Interdisciplinar.

O uso da *Administração no Milênio* e da *READ - Revista Eletrônica de Administração* -, editadas pelo PPGA/UFRGS, como canal preferencial de publicação dos artigos científicos, revela uma grande endogenia, apesar de o corpo de pareceristas da revista ser bastante heterogêneo.

Entretanto, o que nos parece mais grave, do ponto de vista de abrangência da comunicação científica, é que, dos 17 títulos nacionais arrolados no Quadro 1, sete são editados no Rio Grande do Sul, local de origem do curso de doutorado. São eles: *Administração no Milênio* (PPGA/UFRGS), *Análise* (PUCRS), *Ensaio FEE* (FEE), *Horizontes Antropológicos* (UFRGS), *Indicadores Econômicos FEE* (FEE), *READ – Revista Eletrônica de Administração* (PPGA/UFRGS) e *Veritas* (PUCRS).

Destaca-se, também, que, mesmo com a disponibilidade de revistas *on-line*, parece-nos que, quando o foco é consumir e produzir informação em um mesmo título de periódico, os autores preferem publicar seus artigos em periódicos regionais.

Ao estudar quem é quem na área de MKT no Brasil, Vieira (2010) nos apresenta as sete revistas mais importantes para os pesquisadores brasileiros desta área:

1. *Academy of Management Journal*
2. *Academy of Management Review*
3. *Journal of Marketing*
4. *Marketing Science*
5. Organizações & Sociedade
6. **Revista de Administração**
7. Revista de Administração Contemporânea

Os cinco títulos grifados (#1, #2, #3, #4 e #6) correspondem ao que se encontrou na primeira zona da lista de periódicos consumidos pelos autores das teses estudadas ao se aplicar a Lei de Bradford.

Por outro lado, os títulos Revista de Administração Contemporânea (#5) e Organizações & Sociedade (#7) se encontram arrolados entre os periódicos descritos na primeira zona da Lei de Bradford, quando se considera a produção da informação técnica científica dos autores estudados.

Apesar de se tratar de apenas uma das áreas de concentração entre as seis aqui investigadas, utilizando uma lista exógena a este estudo, no caso a das sete revistas mais importantes para a pesquisa brasileira em MKT produzida por Vieira (2010), pode-se notar que os doutores oriundos do PPGA/UFRGS da área continuam se comportando como consumidores do conhecimento publicado em periódicos estrangeiros e como produtores do conhecimento publicado em periódicos nacionais.

Quanto à classificação no WebQualis da área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo ou Interdisciplinar, dos 31 títulos, nove são classificados como A, doze como B, um como C e nove estão sem classificação. Ou seja, pode-se afirmar que dos 31 periódicos

selecionados como fonte de informação e canal de comunicação pelos autores estudados, a maioria (cerca de 70%) é considerada adequada pelos pares. Ressalta-se que o Qualis classifica somente os títulos de periódicos utilizados como veículos pelos programas de pós-graduação para a divulgação da produção técnica e científica do seu corpo discente e docente.

#### 4 CONCLUSÃO

Quanto à resposta para o problema de pesquisa proposto na introdução acerca do comportamento de consumo e produção de artigos técnicos e científicos na comunidade de pesquisa aqui investigada, os resultados revelaram que estes hábitos não são comparáveis, dada a baixa similaridade dos dois conjuntos de títulos de periódicos revelada pelo estudo.

Em tempos de indicadores, como o Fator de Impacto (FI) ou índice H, parece-nos preocupante a dispersão de uso – consumo e produção – de títulos de periódicos encontrada neste estudo.

Strehl (2005, p. 20) explica que o Fator de Impacto de determinado periódico é “[...] definido como a razão entre o número de citações feitas no corrente ano a itens publicados neste periódico nos últimos dois anos e o número de artigos (itens fonte) publicados nos mesmos dois anos pelo mesmo periódico”. Já o índice H, “[...] foi criado em 2005 pelo físico J. E. Hirsch, da *University of California*. É uma proposta para quantificar a produtividade e o impacto de cientistas, baseando-se nos seus artigos (*papers*) mais citados” (BARBOSA FILHO, 2009).

A despeito das limitações destes índices, considera-se que os indicadores de qualidade da publicação possibilitam, por exemplo, aos autores identificar as revistas mais influentes para publicações de futuros artigos, aos bibliotecários, apoiar a tomada de decisão quanto ao manejo das coleções de periódicos de suas bibliotecas, e aos responsáveis pelas agências de fomento, nortear as avaliações dos pesquisadores e instituições.

Percebe-se que o princípio de um canal comum para que a comunicação se realize fica prejudicado no caso estudado, pois a coincidência de títulos de periódicos para consumo e produção de artigos é baixa e prejudica a interlocução de ideias.

Para estudos futuros, sugere-se que sejam investigadas as causas que levam os autores aqui pesquisados a ter critérios tão diferentes de escolha de títulos de periódicos para consumo e produção de artigos. Estima-se que uma das causas seja a dificuldade de produzir artigos em língua inglesa ou mesmo o obstáculo em pagar por esse serviço para o caso de artigos em outro idioma que não seja o português. Também merece atenção a evidente opção dos doutores pesquisados de publicar em periódicos regionais.

Por fim, sugere-se que investigações da mesma natureza sejam empreendidas neste e em outros campos do conhecimento para verificar os aspectos do consumo e da produção em periódicos técnicos científicos dos demais autores brasileiros.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação – referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

BARBOSA FILHO, José Maria. Como calcular o Índice H e o número de citação utilizando a plataforma ISI Web of Knowledge. 2009. Disponível em: <[http://sbfgnosia.org.br/Documentos/indice\\_h.pdf](http://sbfgnosia.org.br/Documentos/indice_h.pdf)>. Acesso em 26 abr 2011.

BRADFORD, S. C. Sources of information on specific subjects 1934. **Journal of Information Science**, v. 10, n. 4, p. 176-180, 1985.

CUNHA, M. B.; CAVALCANTI, C. R. O. Comunicação científica In: \_\_\_\_\_. **Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2008. p. 97.

DIAS, M. M. K.; PIRES, D. **Usos e usuários da informação**. São Carlos: EdUFSCar, 2004.

KOVACS, B. Decision making in collection development literature. In: \_\_\_\_\_. **The decision-making process for library collections: case studies in four types of libraries**. New York: Greenwood, 1990. p. 12-22.

SMITH, L. C. Citation analysis. **Library Trends**, Illinois, v. 30, n. 1, p. 83-106, Summer 1981.

STREHL, L. O fator de impacto do ISI e a avaliação da produção científica: aspectos conceituais e metodológicos. **Ciência da Informação**, v. 34, n. 1, p.19-27, jan./abr. 2005. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cienciainformacao/viewarticle.php?id=658>>. Acesso em: 26 abr. 2011.

TARAPANOFF, K.; MIRANDA, D. M.; ARAÚJO JÚNIOR, R. H. de. (Colab.). **Técnicas para tomada de decisão nos sistemas de informação**. Brasília, DF: Thesaurus, 2004.

TUÑÓN, J.; BRYDGES, B. Improving the quality of university libraries through citation mining and analysis using two new dissertation bibliometric assessment tools. In: WORD LIBRARY AND INFORMATION CONGRESS. IFLA GENERAL CONFERENCE AND COUNCIL, 71., 2005, Oslo. **Libraries: a voyage of discovery**. Disponível em: <[http://www.ifla.org.sg/IV/ifla71/papers/078e-Tunon\\_Brydges.pdf](http://www.ifla.org.sg/IV/ifla71/papers/078e-Tunon_Brydges.pdf)>. Acesso em: 07 jun. 2010.

URBANO SALIDO, C. El análisis de citas en trabajos de investigadores como método para el estudio del uso de información en bibliotecas. **Anales de Documentación**, Murcia, v. 4, p. 243-266, 2001. Disponível em: <<http://www.um.es/fccd/anales/ad04/ad0400.html>>. Acesso em: 17 jun. 2010.

VIEIRA, V. A. Who is who in marketing academy? What is his/her best paper? How much is it cited? Understanding the long term contribution and productivity from the brazilian scientists. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 4., 2010, Florianópolis. [**Anais ...**]. Florianópolis: ANPAD, 2010. 1 CD-ROM.

### **Abstract**

This paper identifies the set of journals cited in PhD theses about Management at the Universidade Federal do Rio Grande do Sul completed from 1997 until 2007, and distinguish the journals in which the authors of these theses published his scientific and technical papers one year after obtaining the doctoral degree up to 2010. The authors used a set of 1,131 titles in their theses and published their articles in another set of 187 journals. The two sets had in common only 31 journals, or about 2% of the titles.

**Key-words:** Information Science. Scientific communication. Production and absorption of information.

*Originals recebidos em: 19/10/2010*

*Aceito para publicação em: 03/05/2011*