

# RIGOR E RELEVÂNCIA NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO CIENTÍFICO EM GESTÃO

**ANDRÉ VILARES MORGADO**

Ph.D | MBA | PROFESSOR DA AESE BUSINESS SCHOOL

A sociedade e o mundo empresarial estão a evoluir a um ritmo nunca antes visto. A gestão de empresas está mais complexa e os gestores sentem necessidade de se preparar melhor para enfrentar os actuais desafios do mercado. A digitalização da economia fez emergir uma nova realidade social, muito distinta do contexto que se verificava no passado recente. Esta nova realidade necessita ser estudada, não só a partir de novas perspectivas epistemológicas, mas também com o apoio das novas metodologias de investigação que hoje se encontram disponíveis. Por estes motivos, o investimento em investigação no campo da gestão empresarial nunca foi tão necessário como nos dias de hoje.

As escolas de Gestão têm um papel nuclear na formação dos gestores e empresários. Contudo, sente-se uma separação crescente entre as expectativas destes profissionais e aquilo que o mundo académico lhes pode oferecer para o seu aperfeiçoamento e capacitação. Esta separação tem na sua origem uma procura crescente pelo rigor com que se constrói o conhecimento em Gestão, o que tem conduzido a uma diminuição da relevância da investigação produzida pela comunidade académica (Lehmann, McAlister & Staelin, 2011). Esta valorização do rigor com que o conhecimento científico é produzido no campo da Gestão teve origem num estudo promovido pela Ford Foundation em 1959 (Gordon & Howell, 1959) que criticou a qualidade do trabalho desenvolvido nas escolas de negócios dos Estados Unidos da América. O relatório descreveu o corpo docente das escolas analisadas como sendo débil (muitas vezes mais focado em fazer projectos de consultoria do que em ensinar os alunos) e os conteúdos leccionados como fracos e estreitos. Como resultado, foram promovidas políticas e implementadas medidas com o intuito de alterar esta realidade. O claustro das escolas de negócios americanas passou a desenvolver investigação científica respeitável e as carreiras docentes passaram a ser avaliadas com base em artigos publicados em revistas científicas.

como “âmbito”, “produção”, “ética” e “metodologia”. Quando combinadas, estas três políticas irão promover a produção de conhecimento rigoroso e que é integrado pelos gestores e empresários na sua acção directiva, isto é, conhecimento que se manifesta na forma como os gestores enquadram os desafios corporativos e tomam decisões com vista à sua resolução.

As políticas para o desenvolvimento do claustro devem encarar a Gestão como uma arte liberal. Se possível, os professores devem possuir experiência profissional no meio empresarial e saber tanto dos problemas que os gestores enfrentam, como sabem de publicação científica. Deve-se procurar interligar conteúdos académicos de diferente natureza, conduzindo os saberes e os conhecimentos para os campos da abrangência e da interdisciplinaridade. A sabedoria prática ou prudência (*phrónesis* em grego) deve ser treinada em sala de aula, uma vez que qualquer decisão empresarial fica obrigatoriamente revestida de significado moral (Calleja & Melé, 2016; Roca, 2008).

No contexto actual, a investigação científica não resulta de um esforço individual, mas sim de um trabalho colectivo. As escolas de negócios oferecem um espaço valioso de encontro e comunhão, onde comunidades de investigadores podem desenvolver novas teorias. Pelo facto de estarem em contacto directo com gestores e empresários, os investigadores conseguem testar e validar novos conceitos e ideias, antes de procederem à sua difusão em revistas científicas. A constituição de um claustro alinhado quanto aos seus valores e objectivos, mas diversificado quanto à sua natureza e valências, é um passo firme no sentido de incrementar a relevância do conhecimento produzido.

As políticas de condução de investigação científica lidam com o conhecimento gerado pelo claustro. É desejável que o conhecimento emanado seja benéfico, quer para o mundo das empresas, quer para a sociedade em geral, devendo o tema da ética empresarial estar presente de

Produzir investigação que seja simultaneamente rigorosa e relevante para o mundo empresarial é o desafio que actualmente enfrentam as escolas de negócios (Bennis & O’Toole, 2005). Este desafio tem vindo a ser debatido na academia há vários anos (Schiller, 2011). A relevância prática do conhecimento em Gestão apenas pode ser comprovada quando este se move das mãos dos académicos para as mãos dos gestores e empresários. Neste artigo proponho para discussão um conjunto de medidas e políticas que podem ser adoptadas pelas escolas de Gestão com o intuito de ultrapassar este constrangimento e ter um impacto positivo na sociedade.

Para reduzir o hiato “rigor versus relevância” na investigação em Gestão, as escolas de negócios podem implementar medidas e directrizes em três dimensões específicas, a saber: políticas para o desenvolvimento do claustro, políticas para a condução de investigação científica e políticas de portefólio. As políticas de desenvolvimento de claustro procuram lidar com os temas “perfil” e “diversidade”, enquanto as políticas de condução de investigação científica tocam em temas

# P

PARA ALÉM DOS ELEMENTARES

CURSOS DE LICENCIATURA

E MESTRADO, A OFERTA

DE PROGRAMAS DE FORMAÇÃO

PARA EXECUTIVOS (EM REGIME

ABERTO OU ADAPTADOS

ÀS NECESSIDADES ESPECÍFICAS

DE EMPRESAS) DESPOLETA

A IMERSÃO DOS ACADÊMICOS

NO MUNDO REAL

DAS EMPRESAS.

forma transversal em todos os *currícula*. Para alcançar estes objectivos, sugiro que se integrem gestores e empresários na construção das agendas de investigação que se incentiva a produzir nas escolas de negócios. Adicionalmente, pode-se fazer uso de *executives-in-residence*, ou seja, gestores seniores que não sendo académicos podem assegurar o leccionamento de uma parte dos *currícula*. Muitas escolas têm vindo a implementar programas neste domínio. Apesar de esta ser uma forma fácil de introduzir relevância nas escolas de negócios não se deve, porém, abusar deste recurso, uma vez que pode conduzir a: cedências no rigor com que a investigação é conduzida, redução da vocação pedagógica do corpo docente e falta de alinhamento com os valores e cultura da instituição. Por outro lado, estes profissionais tendem a observar o mundo a partir das suas próprias experiências e podem cair na tentação de limitar os conteúdos leccionados às suas “histórias de guerra”.

O número de revistas científicas indexadas na Web of Knowledge triplicou nos últimos 12 anos (Davis, 2014). Este é um sinal da crescente importância que as revistas científicas têm como destino do trabalho académico. Todavia, as escolas de negócios devem incentivar que a divulgação do trabalho de investigação tenha lugar noutros fóruns que não apenas as revistas científicas. Publicar em meios dirigidos para profissionais permite ampliar a audiência que irá ter acesso ao novo conhecimento, deixando este de circular apenas em meios fechados à comunidade académica. Por outro lado, deve-se diversificar as metodologias de investigação utilizadas para produzir conhecimento científico, evitando o recurso exclusivo a métodos quantitativos. Apesar de não serem tão comuns em revistas científicas, as metodologias qualitativas oferecem novidade e geram *insights* relevantes. Neste campo, podemos recorrer a metodologias, como por exemplo: estudo de caso, *grounded theory*, estudos etnográficos, *interactive research*, entre outras.

Uma dimensão central do desenvolvimento do claustro consiste na sua avaliação. A progressão na carreira

académica está directamente relacionada com o número de artigos publicados em revistas internacionais com arbitragem científica. É o que comumente se designa por modelo *publish or perish*. Todavia, outras dimensões devem ser consideradas para efeitos de avaliação de desempenho dos professores, tais como: a avaliação dos alunos, o envolvimento em actividades de transferência de conhecimento, a supervisão de teses e dissertações, o apoio e a orientação de professores menos experientes, o serviço à sociedade e o envolvimento em funções de gestão da escola. Modelos de avaliação mais complexos também ajudam a trazer mais relevância para o trabalho científico desenvolvido pela academia.

Para além das duas políticas-chave anteriormente enunciadas, importa também realçar o importante papel que tem a definição do portefólio de programas académicos que cada escola de Gestão oferece no mercado. Para além dos elementares cursos de licenciatura e mestrado, a oferta de programas de formação para executivos (em regime aberto ou adaptados às necessidades específicas de empresas) despoleta a imersão dos académicos no mundo real das empresas. No contexto da formação para executivos, é incontornável o confronto com os problemas do mundo real, ficando afastada qualquer possibilidade de refúgio dos académicos no seu próprio mundo, isto é, o mundo dos congressos e artigos científicos.

As escolas de negócios retiram elevado proveito quando investem em investigação científica. O retorno deste investimento não se limita apenas a dotar estas escolas com creditações internacionais ou por via da participação em classificações comparativas, como por exemplo o conhecido *ranking* do jornal Financial Times. Estes elementos de diferenciação e construção de reputação são muito importantes para o sucesso de qualquer escola de negócios, especialmente para aquelas que actuam no mercado internacional, onde a angariação de alunos é disputada com muitos concorrentes. Contudo, o investimento em investigação

entrega outros benefícios. Por exemplo, contribui para a atracção de académicos de excelência – o que é especialmente difícil num mercado que disputa talento de forma agressiva num espaço global – e previne a leccionação de conteúdos ultrapassados. Esta é uma preocupação crescente, na medida em que os alunos que procuram formação em Gestão estão cada vez mais exigentes e recusam aprender conhecimentos desactualizados. ><

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bennis, W. G., & O'Toole, J. (2005). How business schools lost their way. *Harvard Business Review*, 83(5), 96–104.
- Calleja, R., & Melé, D. (2016). Political wisdom in management and corporate governance. *Philosophy of Management*, 15(2), 99–119.
- Davis, G. F. (2014). Editorial essay: Why do we still have journals? *Administrative Science Quarterly*, 59(2), 93–201.
- Gordon, R. A., & Howell, J. E. (1959). Higher education for business. *The Journal of Business Education*, 35(3), 115–117.
- Lehmann, D. R., McAlister, L., & Staelin, R. (2011). Sophistication in research in marketing. *Journal of Marketing*, 75(4), 155–165.
- Roca, E. (2008). Introducing practical wisdom in business schools. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 607–620.
- Schiller, B. (2011). Academia strives for relevance. *Financial Times*. London. Retrieved from <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/4eeab7d4-6c37-11e0-a049-00144feab49a.html>