



IV Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2014)

Os Paradigmas Interpretativista, Funcionalista, Humanismo Radical e Estruturalismo Radical Adotados no Estudo sobre Estratégia

Leandro Medeiros Elias¹

Sabrina Padilha

Theo Luz

Jacir Leonir Casagrande²

Renê Birochi³

RESUMO

Na esteira dos artigos sobre estratégia, este trabalho optou por realizar um estudo bibliométrico na busca de observar em quais paradigmas, os estudos realizados sobre estratégia se enquadram, considerando a ótica dos quatro paradigmas de Burrell e Morgan (1979). A análise bibliométrica foi realizada a partir dos periódicos classificados em 2010/2011, nos estratos B3 e B4, do Qualis/Capes. A metodologia desta pesquisa segue a linha descritiva com abordagem quantitativa-qualitativa. Nesses periódicos, foram pesquisados os artigos que continham as palavras “estratégia” ou “estratégias” no título, e que também abordassem o tema estratégia em seu discurso. Dessa consulta chegou-se a um total de 91 artigos que efetivamente versavam sobre estratégia. Esses artigos selecionados foram enquadrados, a partir de determinadas palavras, em um dos quatro paradigmas de Burrell e Morgan. Como resultado deste estudo, constatou-se a predominância do paradigma funcionalista, assim como uma reduzida presença de artigos que explicitam as suas escolhas teórico-metodológicas, como fundamento para seus estudos empíricos.

Palavras-chave: Paradigmas. Estratégia. Burrell e Morgan.

1 INTRODUÇÃO

Hoje a estratégia é um dos termos mais utilizados na vida empresarial e encontra-se abundantemente presente na literatura especializada e também em textos mais corriqueiros, até mesmo de cunho jornalístico. Num primeiro momento parece tratar-se de um conceito estabilizado, de sentido consensual e único, de tal modo que, na maior parte das vezes, entende-se ser desnecessária a apresentação de sua definição.

Na contemporaneidade, dominar o tema estratégia é primordial para qualquer organização. A aplicação da estratégia se reveste de importância crucial para a consolidação e perpetuação de qualquer organização. A estratégia não é um tema insipiente, e suas primeiras aplicações não foram no ambiente das organizações. Ao contrário, a estratégia surgiu na antiguidade e teve suas primeiras aplicações no meio militar, e somente na década de 50, a estratégia começou a ser implementada nas organizações, haja vista a necessidade de antever o futuro diante da ausência de garantia das ações realizadas no curto prazo. Logo, a estratégia tem como premissa a organização como um todo, e ações que ampliem o sucesso no longo prazo (MOTTA, 1995).

¹ UNISUL

² UNISUL

³ UFSC

A partir das primeiras aplicações da estratégia nas organizações, evidencia-se que sua implementação vai se tornando primordial para garantir a perpetuação da organização. Pereira e Agapito (2007) colocam que em uma perspectiva pós-moderna, gerir estrategicamente requer o uso de teorias cognitivas, complexas e de ampla interação com o ambiente da organização. Essa colocação destaca que o gestor da organização não deve pensar estratégia como uma ação isolada, sua elaboração está inserida em todo um contexto que envolve a organização. Para Mintzberg (1987) a formação da estratégia deve ocorrer de forma natural, não necessita seguir parâmetros rígidos e métodos pré-determinados.

Observa-se que qualquer organização está inserida em um ambiente muito maior. Porter (1992) salienta que a montagem da estratégia deve levar em consideração o ambiente em que a organização atua. Completa que a estratégia deve ser pautada em ações ofensivas ou defensivas, no intuito de manter sucesso ao enfrentar as outras organizações e obter maior retorno sobre o investimento realizado.

A análise da estratégia neste estudo tem como foco maior observar como estão se desenvolvendo os estudos sobre esse tema frente a proposta de enquadramento em um dos quatro paradigmas propostos por Burrell e Morgan: Humanismo Radical, Estruturalismo Radical, Funcionalista e Interpretativista. A escolha sob qual paradigma um estudo é realizado foi evidenciado neste trabalho pelo uso recorrente de determinadas palavras ou termos.

Diante da importância do tema estratégia para as organizações e no intuito de medir que paradigma de Burrell e Morgan está servindo de base para elaboração das pesquisas sobre esse assunto, chega-se a seguinte pergunta de pesquisa: Quais os paradigmas que estão norteando a construção dos artigos sobre estratégia?

Diante da definição da pergunta/problema de pesquisa, este estudo foi direcionado pelo objetivo geral de realizar um mapeamento das publicações realizadas sob a ótica dos quatro paradigmas de Burrell e Morgan. Isso ocorreu por meio de análise bibliométrica dos periódicos classificados em 2010/2011, B3 e B4, do Qualis Capes. Para chegar ao objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: identificar os autores mais citados na área de estratégia; identificar as instituições que mais publicaram artigos sobre estratégia; classificar os artigos nos paradigmas; levantar as teorias abordadas nos artigos; quais palavras classificam a escolha dos paradigmas.

Esse estudo se justifica não só pelo crescente interesse pelo tema “estratégia nas organizações”, mas principalmente, pela dificuldade existente para qualquer pesquisador em encontrar um método que sistematize a atividade de pesquisa nas bases de dados para a busca de material de reconhecimento científico, seguindo algum modelo paradigmático.

A relevância da pesquisa consiste na importância de levantar como está sendo abordado o tema estratégia sob a ótica dos quatro paradigmas de Burrell e Morgan. Essa identificação contribui para a observação do alinhamento entre os estudos das ciências sociais aplicadas e esses quatro paradigmas, possibilitando para comunidade científica uma concepção contributiva para estudos futuros.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Alguns conceitos básicos se fazem necessários para o desenvolvimento deste estudo. Num primeiro momento serão apresentados os conceitos referentes a estratégia e em seguida serão apresentados alguns componentes dos paradigmas de Burrell e Morgan.

2.1 Definições de Estratégia

A partir da década de 50, com a incipiência do uso de estratégia no ambiente das organizações, esse tema foi se moldando e aperfeiçoando, sendo que na fase contemporânea sua disseminação alcançou todos os tipos de organizações.

Whittington (2002, apud Pereira e Agapito, 2007) explica que as estratégias nas organizações visam objetivos plurais, mesmo sendo estratégia um termo que represente métodos e instrumentos, observa-se que a aplicação da estratégia não visa somente os aspectos econômicos. Dessa fala pode-se inferir que a estratégia pode apoiar diversos setores e pessoas a alcançar da melhor forma os objetivos organizacionais e pessoais.

Podemos considerar que algumas definições de estratégia elaboradas desde meados do século passado revelam de maneira implícita em algumas situações e de maneira mais explícita em outras, pontos que podem ser considerados de convergência e também alguns divergentes nas formas específicas de abordagem desta problemática. Alguns destes conceitos são apresentados no quadro a seguir.

Quadro 1 - Algumas definições de estratégia na literatura

Autores	Definição de estratégia
Chandler (1962)	Estratégia é a determinação dos objetivos básicos de longo prazo de uma empresa e a adoção das ações adequadas e afetação de recursos para atingir esses objetivos.
Learned, Christensen, Andrews, Guth (1965) Andrews (1971)	Estratégia é o padrão de objetivos, fins ou metas e principais políticas e planos para atingir esses objetivos, estabelecidos de forma a definir qual o negócio em que a empresa está e o tipo de empresa que é ou vai ser.
Ansoff (1965)	Estratégia é um conjunto de regras de tomada de decisão em condições de desconhecimento parcial. As decisões estratégicas dizem respeito à relação entre a empresa e o seu ecossistema.
Katz (1970)	Estratégia refere-se à relação entre a empresa e o seu meio envolvente: relação atual (situação estratégica) e relação futura (plano estratégico, que é um conjunto de objetivos e ações a tomar para atingir esses objetivos).
Steiner e Miner (1977)	Estratégia é o forjar de missões da empresa, estabelecimento de objetivos à luz das forças internas e externas, formulação de políticas específicas e estratégias para atingir objetivos e assegurar a adequada implantação de forma a que os fins e objetivos sejam atingidos.
Hofer & Schandel (1978)	Estratégia é o estabelecimento dos meios fundamentais para atingir os objetivos, sujeito a um conjunto de restrições do meio envolvente que supõe: a descrição dos padrões mais importantes da afetação de recursos e a descrição das interações mais importantes com o meio envolvente.
Porter (1980)	Estratégia competitiva são ações ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável numa indústria, para enfrentar com sucesso as forças competitivas e assim obter um retorno maior sobre o investimento.

Jauch e Glueck (1980)	Estratégia é um plano unificado, englobante e integrado relacionando as vantagens estratégicas com os desafios do meio envolvente. É elaborado para assegurar que os objetivos básicos da empresa são atingidos.
Quinn (1980)	Estratégia é um modelo ou plano que integra os objetivos, as políticas e a sequência de ações num todo coerente.
Thietart (1984)	Estratégia é o conjunto de decisões e ações relativas à escolha dos meios e à articulação de recursos com vista a atingir um objetivo.
Martinet (1984)	Estratégia designa o conjunto de critérios de decisão escolhido pelo núcleo estratégico para orientar de forma determinante e durável as atividades e a configuração da empresa.
Ramanantsoa (1984)	Estratégia é o problema da afetação de recursos envolvendo de forma durável o futuro da Empresa.
Mintzberg (1988a)	Estratégia é uma força mediadora entre a organização e o seu meio envolvente: um padrão no processo de tomada de decisões organizacionais para fazer face ao meio envolvente.
Hax e Majluf (1988)	Estratégia é o conjunto de decisões coerentes, unificadoras e integradoras que determina e revela a vontade da organização em termos de objetivos de longo prazo, programa de ações e prioridade na afetação de recursos.

Fonte: adaptado de Isabel Nicolau, 2001.

Nesta perspectiva, pode-se destacar a contribuição de Silveira Jr. e Vivacqua (1996) que definem estratégia como aquela que capacita a organização para trabalhar de forma contínua e sistemática, adaptando-se as constantes mudanças ambientais, com foco principal na visão de futuro e na perpetuidade organizacional. Assim pode-se observar que a elaboração da estratégia se pauta em olhar para dentro e para fora da organização.

Scherer e Gomes (2008) descrevem que a dinâmica do processo estratégico captura a noção de que as organizações posicionam-se na direção que melhor se adapte ao ambiente que a circunda. Completam que dessa forma, é possível visualizar o processo de adaptação organizacional de forma ampla, cíclica e interpretativa. Esses autores ratificam que montar a estratégia é um processo dinâmico e interativo com o ambiente.

Corroborando com o tema estratégia, Miles e Snow (1978) elencam três ideias básicas que orientam o estudo da estratégia nas organizações:

1) As organizações agem para criar seus próprios ambientes. Isto significa que as organizações não se limitam a apenas responder as condições do ambiente externo. A interação da organização com os ambientes internos e externos deve ser pautada em uma visão menos rígida, haja vista a dinâmica dos agentes envolvidos nesses ambientes. Pode-se reconhecer que decisões amplas tomadas pela administração das organizações podem definir como será o seu relacionamento com o ambiente. Essas decisões vão criar o próprio ambiente da organização.

2) As escolhas de estratégias pelos gestores da organização vão dar a forma a estrutura e aos processos que serão implementados.

3) É preciso observar que estrutura e processos restringem a elaboração da estratégia. Isso se confirma a partir da dificuldade de buscar atividades fora da atuação normal da empresa, que está presa por um arranjo particular de processos e estrutura.

A partir do momento que uma organização se propõe a agir com atitudes pautadas na estratégia, deve levar em consideração a complexidade da escolha. Scherer et al. (2009) explicam que as organizações com suas peculiares estruturas, processos e contexto ambiental, optam por fazer escolhas estratégicas de modo que cada organização acaba por apresentar uma configuração singular, pautada sobre as muitas especificidades que possui.

Salienta-se que a importância da elaboração da estratégia e sua aplicação não é assunto distante do cotidiano de uma organização. Isso é evidenciado pela vasta literatura sobre esse, dentre as quais se destaca as dez escolas sobre estratégia, descritas por Mintzberg, Ahstrand e Lampel (2000) no livro *Safári das Estratégias*, cada uma dessas escolas abordando as estratégias aplicáveis a cada tipo de ambiente e de organização.

Os prolegômenos não deixam dúvidas do quão importante para as organizações é conhecer e aplicar estratégia no seu cotidiano. Porter (1991) ensina que o termo estratégia está associado a um processo no qual as decisões que vão refletir no futuro da organização são tomadas no presente.

No contexto dessa diversidade de definições e perspectivas da estratégia apresenta-se a seguir os quatro paradigmas construídos por Burrell e Morgan no ano de 1987.

2.2 Os quatro paradigmas de Burrell e Morgan

No ano de 1979, em Londres, os autores Burrell e Morgan, concluíram um estudo sobre teoria social. Este estudo teve como premissa seminal a tentativa de relacionar as teorias das organizações com contextos sociológicos mais amplos. O resultado desse estudo sugere ser a base de sustentação para as teorias que dão suporte às ciências humanas, sociais e sociais aplicadas, em temáticas ou áreas específicas como: estudos sobre organizações; sociologia industrial; teorias organizacionais; psicologia organizacionais, entre outras (BURRELL e MORGAN, 1987).

Burrell e Morgan (1987) colocam que a teoria das ciências sociais pode ser concebida sob quatro paradigmas principais, baseados em diferentes conjuntos de pressupostos metateóricos sobre a natureza da ciência social e sobre a natureza da sociedade. Continuam que os quatro paradigmas são fundamentados em visões do mundo social, mutuamente exclusivas. Cada visão se posiciona em seu próprio campo e sua própria análise distintiva da vida social. Completam que cada paradigma possui uma teoria própria e que as perspectivas destes são de total oposição um ao outro, ou seja, se a teoria foi enquadrada em um paradigma, significa que não há possibilidade de ser identificada com nenhum dos outros três.

Burrell e Morgan (1987) explicam que para entender o ponto de vista de cada paradigma, o pesquisador precisa estar consciente dos pressupostos que compõem cada paradigma. Completam que o pesquisador deve estar ciente das fronteiras com que cada paradigma é delimitado. Concluem que é preciso que seja feita uma excursão pelo inexplorado.

Nesse contínuo, faz-se necessário que ao escrever um artigo, o autor deve pautar-se em determinadas teorias e estas também são norteadas por outras teorias. A partir dessa constatação, seria viável que as teorias estivessem alinhadas sob os mesmos pressupostos e enquadradas em um mesmo paradigma. Burrell e Morgan (1987) citam os dois principais pressupostos que são norteadores dos quatro paradigmas:

- 1) Pressupostos de dimensão subjetiva - objetiva;

2) Pressupostos de dimensão regulação – mudança radical.

A partir desses pressupostos, pode-se reconhecer o caráter do artigo e em qual paradigma melhor descreve o estudo.

Burrell e Morgan (1987) elencam da seguinte forma os quatro paradigmas:

a) seguindo a linha subjetiva, tem-se o paradigma Humanismo Radical e o paradigma Interpretativo;

b) seguindo a linha objetiva, tem-se o paradigma Estruturalismo Radical e o paradigma Funcionalismo.

Burrell e Morgan (1987) explicam que cada paradigma tem pressupostos básicos, e esses são tidos como verdades absolutas, assim, isso faz com que teorias localizadas em um paradigma não podem em hipótese alguma ser atribuídas a outro paradigma ou a mais de um deles. Essa colocação dos autores expressa que, ou o autor da pesquisa escolhe uma única linha de paradigma, ou seu estudo está fadado a flutuar entre teorias e pode não obter a sustentabilidade necessária para obter credibilidade.

Contribuindo, descreve-se de forma sucinta cada um dos quatro paradigmas supracitados. Burrell e Morgan (1987) ensinam que o paradigma Funcionalista ocupa de forma ampla o estudo das organizações. Explicam que esse paradigma adota um ponto de vista objetivo, e procura explicar as teorias de forma realista e determinista. Concluem que é uma classificação pragmática, frequentemente orientada para o problema, vislumbrando sempre as soluções práticas.

Sobre o paradigma Interpretativista, Burrell e Morgan (1987) comentam que este tem interesse em entender o mundo como ele é sem deixar de entender a natureza fundamental do mundo social com experiências subjetivas. Argumentam que é através deste paradigma o sujeito vê o mundo social em forma de um processo social que emerge do que foi criado pelos indivíduos envolvidos. Ensinam que a sociologia interpretativista tem interesse principal no entendimento da essência do mundo e do seu dia a dia.

O paradigma Humanismo Radical é descrito por Burrell e Morgan (1987) como simpatizante da mudança radical. Citam que este paradigma está envolvido por uma visão da sociedade que prega a importância de transcender as limitações dos arranjos sociais que nos cercam. Continuam que o maior interesse desse paradigma é excluir o ser humano das restrições que os arranjos sociais impõem ao desenvolvimento das pessoas. Enfatizam que a principal ênfase deste paradigma é a consciência do ser humano.

O quarto paradigma, Estruturalismo Radical, é esclarecido por Burrell e Morgan (1987) como uma mudança radical sob um ponto de vista objetivo. Os autores descrevem que esse paradigma tem a visão de uma sociedade contemporânea caracterizada por conflitos fundamentais que convergem em mudanças radicais, isso pode ocorrer através de crises políticas ou crises econômicas. Afirmam que é através desses conflitos e mudanças que ocorre a emancipação dos homens das estruturas sociais em que vivem.

Na continuidade, descreve-se a metodologia que foi aplicada nesta pesquisa, mais especificamente, as concepções e os procedimentos que norteiam uma pesquisa bibliométrica.

4 DELINEAMENTO METODOLOGICO DA PESQUISA

A publicação de artigos científicos é uma das formas muito utilizadas pela comunidade científica para difundir os resultados de pesquisas. Segundo Pizzani et al. (2008), a publicação é comumente utilizada para aferir a produção científica de um determinado grupo de pesquisa, a fim de que sejam elaborados indicadores para medir a visibilidade científica do estudo. É nesta perspectiva que será desenvolvido um estudo bibliométrico.

4.1 Bibliometria

Para realizar o mapeamento deste estudo, quanto ao levantamento quantitativo dos documentos, foi feito um estudo bibliométrico. A bibliometria é definida por Araújo (2006, p. 12) como a “aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas para descrever aspectos da literatura e outros meios de comunicação (análise quantitativa da informação)”.

A bibliometria possui algumas leis, sendo as principais: Lei de Lotka (produtividade científica de autores), Lei de Zipf (frequência de palavras) e Lei de Bradford (produtividade de periódicos). A Lei de Bradford é utilizada para desenvolver políticas de aquisição e de exclusão de periódicos no nível de gestão da informação, do conhecimento científico e tecnológico e de sistemas de recuperação da informação.

Pode-se perceber que na Lei de Bradford, conforme Guedes e Borschiver (2005), é possível estimar o grau de relevância de periódicos em determinada área do conhecimento, que os periódicos que produzem o maior número de artigos sobre dado assunto formam um núcleo de periódicos, supostamente de maior qualidade ou relevância para aquela área. E que a Lei de Lotka, por sua vez, considera que alguns pesquisadores, supostamente de maior prestígio e em uma determinada área do conhecimento, produzem muito e muitos pesquisadores, supostamente de menor prestígio, produzem pouco.

Já as Leis de Zipf, para Guedes e Borschiver (2005), que estarão mais presentes neste estudo, permitem estimar as frequências de ocorrência das palavras de um determinado texto científico e tecnológico e a região de concentração de termos de indexação, ou palavras-chave, que um pequeno grupo de palavras ocorre muitas vezes e um grande número de palavras é de pequena frequência de ocorrência.

Assim a Bibliometria pode ser considerada também como um instrumento quantitativo, que permite minimizar a subjetividade inerente à indexação e recuperação das informações, produzindo conhecimento em determinada área de assunto. Além disso, ela pode contribuir também para a tomada de decisão na gestão da informação e do conhecimento, uma vez que auxilia na organização e sistematização de informações científicas e tecnológicas.

4.2 Enquadramento Metodológico

A escolha da amostra se justifica pelo fato que artigos, teses e dissertações, são importantes meios de disseminação do conhecimento. Neste estudo bibliométrico, obviamente optou-se pela análise bibliográfica e documental de cunho quantitativo.

Barros e Lehfeld (1990) ensinam que na pesquisa quantitativa, usa-se um conjunto de dados estatísticos, sobre os quais é realizada uma análise descritiva dos dados, e esses podem ser ordenados por distribuição de frequências ou montagem de tabelas.

Adotando a linha descritiva, este artigo tem como pretensão identificar, investigar, quantificar descrever e analisar as características das pesquisas sobre estratégia encontradas nos extratos B3 e B4 do Qualis Capes, no período de 2001 a 2011, com publicação em meio eletrônico.

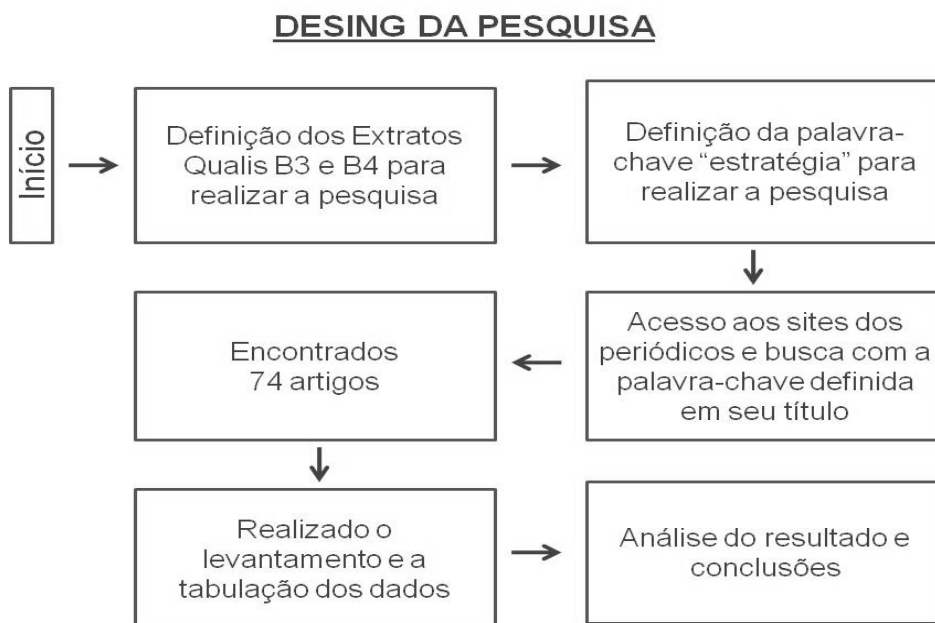
Para a seleção dos documentos buscou-se nestes extratos, ocorrências com as terminologias “estratégia” e “estratégias”, haja vista que o objetivo principal foi identificar os artigos que abordaram o tema estratégia como discurso principal.

Como nessa pesquisa foi pelos periódicos que possuíam artigos publicados em meio

eletrônico, procedeu-se a inserção da palavra-chave “estratégia” ou “estratégias” no campo de pesquisa, e foram selecionados todos os artigos que possuíam uma dessas palavras no título. No horizonte temporal delimitado pelo período de 2001 a 2011, foram identificados 91 registros que se enquadravam no critério retro.

A tabulação dos dados e o mapeamento das características investigadas na amostra foram feitas com auxílio de planilhas. Quanto aos dados, foram traduzidos com uso da técnica de análise de conteúdo. A técnica de análise de conteúdo, segundo Bardin (2004), permite identificar o conteúdo dos artigos, para um posterior enquadramento, a partir de indicadores gerados pelos conhecimentos referentes a percepção das mensagens derivadas dos artigos analisados.

Figura 1 – Fluxograma da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores

Após a realização da tabulação das informações, objetivou-se identificar os seguintes dados: autores mais citados na área de estratégia, instituições de ensino que mais publicaram na área, classificação dos artigos segundo os quatro paradigmas de Burrell e Morgan, teorias abordadas nos artigos e palavras que indicavam a classificação dos paradigmas que constavam com maior frequência.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentadas a descrição e análise dos dados levantados após a realização do processo de coleta e seleção que resultou em 91 artigos. Serão apresentados os resultados do estudo bibliométrico, seguindo a seguinte sequência: (I) autores mais citados na área de estratégia, (II) instituições de ensino que mais publicaram na área, (III) classificação dos artigos segundo os quatro paradigmas de Burrell e Morgan, (IV) teorias abordadas nos artigos e (V) palavras que indicavam a classificação dos paradigmas que constavam com maior frequência.

5.1 Autores mais citados na área de estratégia

Encontram-se listados nos quadros 1 e 2 os sete autores mais citados nos artigos levantados sobre estratégia. Destacam-se dos 91 artigos deste estudo, 226 autores citados nos artigos funcionalistas e 43 autores citados nos artigos interpretativistas.

O autor sobre estratégia mais citado nos artigos Funcionalistas foi Porter com 24 artigos, seguido por Mintzberg com 09 artigos.

Quadro 2 – Enquadramento autores – Funcionalista

Funcionalista - Autores Citados	Frequência
Porter	24
Mintzberg	9
Kotler	8
Ansof	5
Kaplan & Norton	4
Mintzberg, Ahlstrand e Lampel	4
Skinner	4

Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto ao enquadramento dos autores no paradigma interpretativista obteve-se o resultado apresentado no quadro 3, onde também se destacam Porter e Mintzberg empatados com 07 artigos.

Quadro 3 – Enquadramento autores – Interpretativista

Interpretativista - Autores Citados	Frequência
Mintzberg	7
Porter	7
Ahlstrand e Lampel	2
Cohen e March	2
Whittington	2
Amar Bhide	1
Andrews e Christensen	1

Fonte: Elaborado pelos autores

5.2 Instituições que mais publicaram

Na amostra final de artigos desta pesquisa, foram identificadas 24 instituições de ensino que publicam nesta área. No quadro 4 são apresentadas as 05 instituições que mais publicaram e o número de publicações de cada uma.

Quadro 4 – Instituições publicadoras

Instituição	Frequência
--------------------	-------------------

Não identificadas	34
USP – Universidade de São Paulo	7
UFSCAR - Universidade Federal de São Carlos	7
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina	5
UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul	4
UFLA - Universidade Federal de Lavras	3

Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os artigos levantados na pesquisa, alguns não identificavam a instituição às quais os autores pertenciam, diante disto busco-se identificar a instituição analisando o currículo do autor na Plataforma Lattes.

Conforme se pode observar, em 34 artigos da amostra não foi possível a identificação da instituição do autor, pois nestes casos os artigos não apresentavam a instituição do autor e o currículo Lattes também não possuía o registro da instituição.

Dos 57 artigos restantes da amostra, 07 foram publicados por autores da Universidade de São Paulo - USP, que ficou em primeiro lugar junto com a Universidade Federal de São Carlos – UFSCAR, sendo essas as instituições que realizaram mais publicações no período de 2001 a 2011 sobre estratégia. Em segundo, aparece a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC com 5 publicações de artigos, seguida pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS com 4 publicações de artigos.

5.3 Classificação dos artigos nos quatro paradigmas

Entre os artigos levantados, foi realizada uma análise para classificação dos artigos segundo os quatro paradigmas de Burrell e Morgan. Nesta análise obteve-se os dados representados na quadro 5, onde dos 91 artigos levantados na bibliometria, 74 artigos foram enquadrados no paradigma funcionalista, e 17 artigos foram enquadrados no paradigma interpretativista. Nesta pesquisa não foi identificado nenhum artigo que pudesse ser enquadrado no paradigma Estruturalismo Radical e no paradigma Humanismo Radical.

Quadro 5 – Classificação dos artigos por paradigma

Paradigmas	Quant. de artigos
Funcionalista	74
Interpretativista	17
Estrutura Radical	0
Humanismo Radical	0
Total	91

Fonte: Elaborado pelos autores

5.4 Teorias abordadas nos artigos

Dentre a amostra dos artigos levantados, foram identificadas as teorias mais abordadas. Constatou-se que dos 91 artigos, 65 não citavam a teoria abordada, a Teoria dos Recursos, Teoria dos Jogos e Teoria dos Stakeholders, cada uma dessas, foi citada em dois

artigos. Os demais resultados podem ser observados na quadro 6.

Quadro 6 – Teoria Abordadas nos artigos

Teoria Utilizada	Quant. de artigos
Não Explícito	65
Teoria dos Recursos	2
Teoria dos Jogos	2
Teoria dos Stakeholders	2
Teoria Baseada em Recursos	1
Teoria de Marketing	1
Teoria Geral de Sistemas ou Estruturas	1
Teoria Contábil	1
Teoria da Organização Industrial	1
Teoria das Organizações	1
Teoria de Estratégia de Operações	1
Teoria de GCS	1
Teoria de Recursos	1
Teoria do Agir Organizacional	1
Teoria do Alinhamento Estratégico	1
Teoria do Conceito de Brand Equity	1
Teoria dos Aglomerados	1
Teoria dos Custos de Transação	1
Teoria dos Custos Invisíveis	1
Teoria Estratégica em Organizações	1
Teoria Institucional	1
Teoria Sistêmica	1
Teoria Top Down	1
Teorias de Internacionalização	1
Total	91

Fonte: Elaborado pelos autores

5.5 Palavras ou termos que classificaram os paradigmas

Haja vista a subjetividade de pressupostos que podem auxiliar na identificação de qual paradigma rege a teoria descrita nos artigos da pesquisa, este trabalho optou como esteio para nortear a classificação dos artigos, o uso de palavras e termos que são citados com mais recorrência nos artigos, os quais de forma “sensitiva” indicam o paradigma que rege a pesquisa.

Assim, na classificação dos paradigmas foram observadas algumas palavras e/ou termos que indicavam o paradigma ao qual o artigo pertencia. Com isto identificou-se que algumas palavras e/ou termos apareciam com maior frequência. Os quadros 7 e 8 mostram as 10 palavras e/ou termos mais citados na classificação de cada paradigma.

Quadro 7: Palavras e/ou termos do paradigma interpretativista

Interpretativista	Frequência
Indivíduo	3
Regulação	3
Atores	2
Pessoas	2
Análise	1
Capacidade de agir	1
Competência profissional	1
Compreender	1
Criatividade	1
Variabilidades e imprevistos	1

Fonte: Elaborado pelos autores

Quadro 8: Palavras e/ou termos do paradigma funcionalista

Funcionalista	Frequência
Mercado	28
Competitividade	20
Tecnologia	17
Inovação	16
Estrutura	15
Vantagem Competitiva	11
Recursos	6
Desempenho	5
Estratégia competitiva	5

Fonte: Elaborado pelos autores

Os artigos com tendência funcionalistas apresentaram com maior frequência a palavra “mercado” ocorrendo em 28 artigos, seguida pela palavra “competitividade” em 20 artigos, e pela palavra “tecnologia” em 17 artigos. Já nos artigos com tendência interpretativista, a palavra com maior ocorrência foi “indivíduo” e “regulação”, ambas empatadas com 3 artigos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo realizar um mapeamento das publicações sobre estratégia no período de 2001 a 2011, e realizar o enquadramento dessas publicações nos quatro paradigmas de Burrell e Morgan. Diante disto teve-se como pretensão responder a questão que orientou este estudo: Quais os paradigmas que estão norteando a construção dos artigos sobre estratégia?

Após a análise e interpretação da amostra final dos 91 artigos, alguns aspectos mais marcantes contribuem para atender aos objetivos propostos e responder à questão problema do estudo:

- Dos autores que tratam da estratégia, os mais citados na amostra foram Porter e Mintzberg. Sendo que nos artigos Funcionalistas Porter foi citado em vinte e quatro artigos, já nos artigos Interpretativistas os autores mais citados foram Mintzberg e Porter empatados com sete artigos.
- As universidades que mais publicaram sobre estratégia foram a Universidade Federal de São Carlos - UFSCAR e a Universidade de São Paulo - USP com sete publicações, estando em segundo lugar a Universidade Federal de Santa Catarina - USFC com cinco publicações e em terceiro lugar a Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS com quatro publicações.
- Da amostra final dos artigos analisados, setenta e quatro artigos foram classificados como funcionalistas e dezessete como interpretativistas, de acordo com a interpretação dos autores deste artigo. Na percepção dos autores deste artigo não houve artigos que se enquadrem nos paradigmas Estruturalismos Radical e Humanismo Radical.
- Nos artigos com tendência funcionalistas, aparece maior frequência as palavras "mercado" com ocorrência em vinte e oito artigos, seguida pela palavra "competitividade" em vinte artigos, e pela palavra "tecnologia" em dezessete artigos. Já nos artigos com tendência interpretativista, a palavra com maior ocorrência foi "indivíduo" e "regulação" empatadas com três artigos.
- Da amostra final de noventa e um artigos sessenta e cinco não citavam a teoria abordada e dois artigos abordaram a Teoria dos Recursos empatados com a teoria dos jogos e a teoria dos Stakeholders. Os demais artigos abordavam teorias distintas.

A relevância deste estudo está nas contribuições dos resultados encontrados através do mapeamento das publicações delimitadas e, nas informações obtidas a respeito do estudo dos paradigmas que norteiam os estudos sobre estratégia nas organizações.

Acredita-se que esta pesquisa poderá orientar novos estudos com a perspectiva de ampliar o mapeamento em relação ao que foi aqui apresentado, contemplando outros estratos do sistema Qualis/Capes e até mesmo em outras bases de dados.

BIBLIOGRAFIA

ARAÚJO, Carlos Alberto. **Bibliometria**: evolução histórica e questões atuais. Em Questão, porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3.ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARROS, Aidil de Jesus Paes; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de Pesquisa**: propostas metodológicas. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.

BURREL & MORGAN. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. Heineman, London, 1979.

GUEDES, Vânia L. S.; BORSCHIVER, Suzana. **Bibliometria**: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CINFOM-ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6. 2005, Salvador. Anais. Salvador: UFBA, 2005.

HOFFMANN, M. G.; Mais, I.; Amal, M. **Estratégia, estrutura e redes de cooperação**: relações com a capacidade de inovação de um cluster têxtil. R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte · v. 11 · n. 4 · p. 63-85 · out./dez. 2011.

- MINTZBERG, H. **The strategy concept I: five P's for strategy**. California Management Review, Fall, p. 11-24, 1987.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- MILES, R. E.; SNOW, C. C. **Organizational strategy, structure, and process**. New York: McGraw-Hill, 1978.
- MOTTA, P. R. **A ciência e a arte de ser dirigente**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 1995.
- NICOLAU, Isabel. **O conceito de estratégia**. Lisboa/Campo Grande: Instituto para o Desenvolvimento da Gestão Empresarial INDEG/ISCTE, 2001.
- PEREIRA, M. F.; Agapito, F. **Afinal, como se formam as estratégias?** . FACES R. Adm. Belo Horizonte, v. 6. n. 3. p. 56-68, set./dez. 2007.
- PIZZANI, Luciana; SILVA, Rosemary Cristina da; HAYASHI, Maria Cristina Piumbato Innocentini. **Bases de dados e bibliometria: a presença da Educação Especial na base Medline**. Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, v.4, n.1, p. 69-70, jan./jun. 2008.
- PORTER, M. **Estratégia competitiva**. 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
- PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- SILVEIRA JR., A.; VIVACQUA, G. A. **Planejamento estratégico como instrumento de mudança organizacional**. Brasília: UnB, 1996.
- SCHERER F. L.; Gomes, C. M.. **Perfil empresarial, estratégia e performance em mercados internacionais**. FACES R. Adm. · Belo Horizonte · v. 7 · n. 4 · p. 45-62 · out./dez. 2008.
- SCHERER F. L.; Gomes, C. M.; Madruga, L. R. G.; Crespam, C. C. **Estratégia e práticas de gestão socioambiental: o caso das empresas brasileiras exportadoras do setor de calçados**. R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte · v. 8 · n. 4 · p. 116-136 · out./dez. 2009.