



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
CURSO DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO - CMA

RICARDO DANTAS SILVA

O ENDEREÇAMENTO DE RELEVÂNCIA NA PESQUISA
PRODUZIDA/ORIENTADA NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO SOB A LUZ DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

JOÃO PESSOA/PB
AGOSTO/2023



RICARDO DANTAS SILVA

O ENDEREÇAMENTO DE RELEVÂNCIA NA PESQUISA PRODUZIDA/ORIENTADA
NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO SOB A LUZ DO
GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Linha de Pesquisa: Marketing e Tecnologia

Orientador: Prof. Dr. Pedro Jácome de Moura Jr.

JOÃO PESSOA/PB
AGOSTO/2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586e Silva, Ricardo Dantas.

O endereçamento de relevância na pesquisa
produzida/orientada nos Programas de Pós-Graduação em
Administração sob a luz do gerenciamento de impressões
/ Ricardo Dantas Silva. - João Pessoa, 2023.
82 f. : il.

Orientação: Pedro Jácome de Moura Junior.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Docentes - Pós-Graduação em Administração. 2.
Pesquisa prática - Pós-Graduação em Administração. 3.
Produção de Pesquisa - Docentes - Administração. I.
Moura Junior, Pedro Jácome de. II. Título.

UFPB/BC

CDU 37-051:658(043)

RICARDO DANTAS SILVA

O ENDEREÇAMENTO DE RELEVÂNCIA NA PESQUISA PRODUZIDA/ORIENTADA
NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO SOB A LUZ DO
GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Pedro Jácome de Moura Júnior – UFPB
Presidente/Orientador

Prof. Dr. Francisco José da Costa – UFPB
Examinador/Interno

Prof. Dr. José Jorge Lima Dias Júnior – UFPB
Examinador/Interno

Carlos Denner dos Santos
Prof. Dr. Carlos Denner dos Santos Júnior – UnB
Examinador/Externo

JOÃO PESSOA/PB
AGOSTO/2023

A Eugênio e Carminha, minha base, por tudo o que sou.

A vocês, dedico este trabalho.

AGRADECIMENTOS

A todas as divindades superiores, que me ouviram, acolheram-me e se fizeram presentes durante essa jornada.

Aos meus pais, Eugênio e Carminha, que sempre incentivaram a buscar na educação a chave para abrir portas. Sem a energia e o amor de vocês nada disso seria possível.

À Ludmilla, à Larissa e à Ana Beatriz, que estiveram presentes em toda jornada e comemoraram cada novo passo. Agradeço, de forma especial, à Ludmilla, que inspirou, incentivou, investiu, acolheu, mostrou que era possível e puxou a orelha quando foi preciso.

A Hermano, companheiro de vida, confidente e, sem dúvidas, com quem mais compartilhei as dores e os prazeres da pós-graduação. Finalmente chegamos aqui!

Ao meu orientador, Prof. Dr. Pedro Jácome, pela confiança em embarcar comigo nessa pesquisa, por cada apontamento preciso durante todas as etapas deste curso, na tentativa de me fazer enxergar além, e pelo acolhimento e empatia sempre que foi necessário. Meu muito obrigado!

Ao Prof. Dr. Jorge Dias, que direta e indiretamente orientou diversos passos deste trajeto, meu muito obrigado por toda esta caminhada.

Aos membros da banca, Prof. Dr. Franzé Costa e Prof. Dr. Carlos Denner, pela disponibilidade, pelos apontamentos, imprescindíveis ao aprimoramento desta pesquisa e, principalmente, por mostrar que a pesquisa tinha um caminho possível a ser seguido. Obrigado!

Aos ODIn's (membros do nosso grupo de pesquisa), Altamar, Eduardo, Lucas e Taciana, que nunca mediram esforços para contribuir com sugestões, críticas, ensaios, mensagens de apoio e de boas energias durante a produção deste trabalho.

Aos demais colegas da turma 46 do PPGA, por todos os momentos compartilhados nessa caminhada. Em especial, a Stella, Bárbara, Thiago, Murilo e Milena, que garantiram a continuidade deste caminho, por meio de companhia, conforto, força e sorrisos, mesmo nos dias e madrugadas mais difíceis.

Ao Centro Universitário de João Pessoa – Unipê, casa que me acolheu e permitiu que iniciasse a prática da docência, trazendo ainda mais sentido à conclusão desta etapa. Agradeço à Prof. Msc. Thatyana Guerra e ao Prof. Dr. Felipe Oliveira, em nome de todos que fazem a Coordenação dos cursos de TI.

À Layse, Manoel, Jucileide, Renata e demais colegas que fazem a Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba - FAPESQ. Por toda o apoio, força e paciência para com este jovem pesquisador em fase final de escrita.

Nada disso seria possível sem o carinho, a companhia e o acolhimento de todos vocês.

Meu muito obrigado!

RESUMO

O crescimento acelerado da produção de pesquisa nos ambientes dos Programas de Pós-Graduação (PPGs), em Administração, tem provocado um aumento na discussão sobre o *gap* entre rigor e relevância na pesquisa prática desenvolvida, atualmente no Brasil, e gerado questionamentos sobre a contribuição da administração para a produção de pesquisa relevante no país. Atentos a isso, propomo-nos a investigar a relação entre o endereçamento de relevância por professores dos PPGs, em Administração no Brasil, e as suas experiências profissionais nos setores acadêmico e produtivo, e analisá-la a partir da ótica da Teoria do Gerenciamento de Impressões. O alcance do objetivo geral se deu a partir da: 1) análise do perfil docente, partindo do agrupamento de suas características; 2) do relacionamento entre as experiências profissionais de mercado e na academia; e 3) das técnicas e estratégias de gerenciamento de impressão por eles utilizadas no ambiente dos PPG's. Trata-se, portanto, de uma pesquisa quantitativa, transversal, exploratória e descritiva, que buscou compreender e explicitar um fenômeno, a partir de suas características e relações, identificadas em um marco temporal específico. Foram utilizados dados secundários dos currículos *lattes* dos 1309 docentes vinculados a todos os Programas de Pós-Graduação em Administração, ativos no Brasil, coletados entre outubro e novembro de 2022. Os dados foram organizados em um conjunto de dados, que permitiu a análise estatística das variáveis selecionadas para o estudo. A partir dos dados, foi possível traçar um panorama sobre o perfil dos docentes vinculados aos PPGs. Foi verificada a discrepância entre experiências profissionais no setor produtivo e na academia, quando comparadas suas medidas centrais, o que foi considerado um dos principais dados do trabalho. O estudo contribui para fortalecer a discussão rigor-relevância ao evidenciar a pouca experiência prática dos docentes/pesquisadores de Administração como uma possível causa para a baixa relevância da pesquisa na área. Recomenda-se, como agenda de novas pesquisas, o acionamento desses agentes para compreensão deste cenário *in loco*, assim como a construção de um modelo que seja capaz de mensurar a produção relevante dos docentes, o que permitirá o enriquecimento da análise proposta.

Palavras-chave: Relevância. Pesquisa prática. Docentes. Pós-graduação.

ABSTRACT

The accelerated growth in research production in postgraduate programs (PPGs) environments in Administration has led to an increase in discussions about the gap between the rigor and the relevance of practical research developed nowadays in Brazil and generating questions about the contribution of Administration for the relevant research production in the country. Aware of this, we have proposed to investigate the relationship between the addressing relevance by the teaching staff of Administration PPGs in Brazil and their professional experiences in the academic and productive sectors, and to analyze it through the Theory of Impression Management optic. The reach of the general objective happened from the 1) analysis of the professor's profile, based on grouping their characteristics; 2) from the relationship between the professional experiences in the market and in the academy; and 3) from the techniques and strategies of the impression management used in the PPGs environment. It is, therefore, a quantitative, transverse, exploratory and descriptive research that has sought to comprehend and explain a phenomenon, through its characteristics and relations, identified in a specific time window. Secondary data from the Lattes curricula of 1309 professors linked to all postgraduate programs in administration active in Brazil, collected between October and November 2022, were used. The data were organized into a data set that has permitted the statistical analysis of the chosen variables for the study. From the data, it was possible to draw a picture when it comes to the professor's profiles linked to the PPGs. A discrepancy between professional experiences in the productive sector and the academy was verified, when comparing their central measures, which was considered as the main data of the work. The study contributes to strengthen the rigor-relevance discussion by highlighting the little practical experience of Administration professors/researchers as a possible reason for the low relevance of research in the area. It is recommended, as an agenda of new research, triggering these agents to comprehend this scenario in loco, as well as the construction of a model that is capable of measuring the relevant production of the professors, which is going to permit the enrichment of the proposed analysis here.

Keywords: Relevance. Practical research. Teaching Staff. Postgraduate.

LISTA DE SIGLAS

API – Application Programming Interface - Interface de programação de aplicações

CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

DE – Regime de Dedicação Exclusiva

GI – Gerenciamento de Impressões

IM – *Impression Management*

ODIn – Observatório de Dados Institucionais

PPGs – Programas de Pós-Graduação

PPGA – Programa de Pós-Graduação em Administração

T40 – Regime de 40 horas semanais

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

XML – *Extensible Markup Language* – Linguagem de marcação extensível

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação de um cenário de Gerenciamento de Impressões na Universidade	29
Figura 2 – Componentes do gerenciamento de impressão.....	32
Figura 3 – Modelo conceitual de pesquisa	36
Figura 4 – Mapeamento do currículo <i>lattes</i> a partir do <i>Microsoft Excel</i>	42
Figura 5 – Distribuição da população em relação ao ano de conclusão do primeiro curso de graduação	52
Figura 6 – Distribuição da população em relação ao ano de conclusão do primeiro curso de doutorado	52
Figura 7 – Dispersão da população em relação ao Tempo de Academia (Tacad = eixo x) e Tempo de Mercado (Tmercado = eixo y).....	55

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estratégias de Gerenciamento de Impressões	34
Quadro 2 – Quantitativo de Programas de Pós-Graduação em Administração cadastrados na Plataforma Sucupira.....	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição quantitativa da amostra a partir do continente e país de origem	46
Tabela 2 – Distribuição quantitativa da amostra por região, UF e IES de vínculo	47
Tabela 3 – Distribuição quantitativa da amostra por formação (graduação e doutorado).....	50
Tabela 4 – Análise descritiva das variáveis quantitativas.....	53
Tabela 5 – Análise de correlação entre as variáveis (utilizando a correlação de <i>Spearman</i>)	54
Tabela 6 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Administração.....	56
Tabela 7 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Demais Engenharias	57
Tabela 8 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Economia.....	58
Tabela 9 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Administração.....	59
Tabela 10 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Engenharia de Produção.....	59
Tabela 11 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Economia.....	60
Tabela 12 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Sudeste.....	61
Tabela 13 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Sul	61
Tabela 14 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Nordeste.....	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS	15
1.1.1 Objetivo Geral	15
1.1.2 Objetivos Específicos.....	16
1.2 JUSTIFICATIVA.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 ESTUDOS SOBRE RELEVÂNCIA PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO	20
2.1.1 A Literatura de Relevância Programática	23
2.1.2 A Literatura de Relevância Descritiva	25
2.2 TEORIA DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES.....	27
2.2.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressão.....	30
2.2.2 Componentes do Gerenciamento de Impressão	31
2.2.3 Estratégias de Gerenciamento de Impressões.....	34
2.3 MODELO CONCEITUAL DE PESQUISA	36
3 METODOLOGIA	38
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	38
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA.....	38
3.3 FONTES E COLETA DE DADOS	39
3.3.1 O Currículo Lattes	40
3.3.2 Procedimentos para a Coleta dos Dados	40
3.4 ANÁLISE DOS DADOS	42
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	46
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE/PESQUISADOR DOS PPGA'S	46
4.2 RELAÇÃO PROFISSIONAL ENTRE ACADEMIA E MERCADO	53
4.3 ASPECTOS DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NA TRAJETÓRIA DOCENTE/PESQUISADOR.....	63
4.3.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressões Acessadas na Atuação Docente	64
4.3.2 Estratégias de Gerenciamento de Impressões Utilizadas na Atuação Docente	65
4.3.2.1 Atuação Docente Frente à Organização	66
4.3.2.2 Atuação Docente Frente aos Pares	67
4.3.2.3 Atuação Docente Frente ao Orientando	68
4.3.2.4 Atuação Docente Frente à Comunidade/Setor Produtivo.....	69
5 CONSIDERAÇÕES.....	71
5.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICO-PRÁTICAS	73
5.2 LIMITAÇÕES E AGENDA DE PESQUISA	73
REFERÊNCIAS	75

1 INTRODUÇÃO

A produção de pesquisa acadêmica brasileira tem crescido bastante em todas as áreas de conhecimento, incluindo a Administração (SAES; MELLO; SANDES-GUIMARÃES, 2017). Em paralelo, o crescimento e a consolidação da pós-graduação *stricto sensu* também têm mostrado acentuada velocidade, tanto no que diz respeito à criação de novos programas e a formação de professores/pesquisadores, quanto (e talvez principalmente) no que diz respeito ao volume de produção científica desenvolvida (BERTERO; CALDAS; WOOD JR., 1999; COSTA; MACHADO; CÂMARA, 2022).

Tal crescimento está alinhado à estrutura do sistema de pós-graduação brasileiro, proposta pelo Conselho Federal de Educação, que regulamentou, em 1965, os três pilares centrais de atuação dos programas: a) a formação de docentes para atender à expansão do ensino superior, capazes de elevar o nível da qualidade de ensino; b) a preparação de pesquisadores; e c) o treinamento de profissionais para a necessidade de desenvolvimento do país em diversos setores (BRASIL, 2005). Os Planos Nacionais de Pós-Graduação (PNPGs) propostos até o presente (NEVES; MARTINS, 2014) e os ciclos avaliativos da Capes (COSTA; MACHADO; CÂMARA, 2022) compartilham, em certa medida, desse alinhamento.

A primeira experiência do Brasil com a pós-graduação ocorreu no início da década de cinquenta, em decorrência da criação da CAPES em 1951 e, em sequência, a criação de programas de mestrado e doutorado em universidades públicas e algumas universidades privadas. A pós-graduação em Administração teve início apenas em 1967, com um programa de mestrado criado pela Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro – FGV-RJ. Todo o processo de desenvolvimento pelo qual a pós-graduação percorreu durante esses anos fez com que a pós-graduação brasileira seja considerada como um sucesso em meio a países emergentes, sendo, inclusive, comparada aos programas de pós-graduação encontrados em países desenvolvidos (CIRANI; SILVA; CAMPANARIO, 2012).

Uma pergunta básica que deve ser feita é se a pesquisa em administração está efetivamente contribuindo para gerar resultados relevantes para o mundo gerencial (LAZZARINI, 2017). Por um lado, observamos o volume das publicações de pesquisa aumentando consideravelmente, sendo este um efeito necessário para a comunidade acadêmica, no sentido de dar publicidade às descobertas e ao conhecimento resultante daquela pesquisa realizada. Observamos, por outro lado, esse mesmo crescimento das publicações

ocorrido nos últimos tempos acabou se tornando o principal meio de análise de cursos, professores e alunos (COSTA; MACHADO; CÂMARA, 2022).

Esse questionamento sobre o real impacto social produzido pelas pesquisas acadêmicas tem sido uma preocupação compartilhada entre as diversas disciplinas das diversas áreas de conhecimento nos dias atuais, como a Tecnologia e Sistemas da Informação (GAROUSI; BORG; OIVO, 2020; MOEINI; RAHROVANI; CHAN, 2019), na Contabilidade (TUCKER et al., 2020), Geologia e Geotecnia (BOSCOV; HEMSI, 2020), entre outros.

Existe uma questão nessa relação que é o equilíbrio que precisa existir, para que esse crescimento no número de pesquisas não produza um efeito inverso no tocante à qualidade das pesquisas desenvolvidas e ao seu impacto social (PAIXÃO; BARBOSA; SALES, 2020).

É importante, neste ponto, entendermos o significado de impacto social ou relevância de pesquisa antes de seguirmos. É possível definir o impacto social/relevância de pesquisa como um benefício, seja ele realizado ou esperado, ou até mesmo uma influência trazida por meio dos resultados da pesquisa realizada, para a comunidade de pesquisa e/ou para a sociedade em geral (LIMA; WOOD JR., 2014; WOOD JR; SOUZA, 2019).

A literatura sobre relevância vem tratando, já faz algum tempo, sobre a necessidade de resgatar um viés para a relevância na pesquisa prática em administração (PORTER; MCKIBBIN, 1988), considerando que o ensino de administração transitou entre um período em que as escolas não possuíam base científica sólida, passando a uma posição limitada e excessivamente especializada, que não provia espaços de interação entre os alunos e os problemas reais do setor produtivo (KIESER; LEINER, 2009).

É importante destacar que os docentes que atuam na pós-graduação *stricto-sensu* são responsáveis por dois processos diretamente relacionados: 1) a formação de novos docentes-pesquisadores; e 2) a manutenção da produção de pesquisa. Em seu estudo, Bispo, (2020) relata que os programas de pós-graduação em Administração brasileiros se tornaram o principal espaço de pesquisa nas universidades, apesar de essa exclusividade ser vista como contraditória, quando, por exemplo, não incentiva professores da graduação a desenvolver pesquisa.

Compreendendo a necessidade de continuar a promoção de espaços para discussão sobre a relevância na pesquisa prática em administração e entendendo o âmbito da pós-graduação como um ambiente formador de pesquisadores que ingressarão e darão sequência à produção de pesquisa no país, adotamos, por pressuposto desta pesquisa, que os docentes atuantes na Pós-Graduação *Stricto-Sensu* em Administração no Brasil e que tiveram pouca ou nenhuma experiência no setor produtivo anterior ao seu ingresso na Academia apresentam

maior dificuldade em endereçar relevância em pesquisas práticas (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015; OHI, 2007).

Sabemos que o ambiente acadêmico possui alta demanda por endereçamento de relevância na pesquisa prática em administração. Sendo assim, a presença de docentes sem ou com poucas experiências no setor produtivo pode ser uma forma de desequilibrar a produção de pesquisa, gerando uma tendência maior ao endereçamento de pesquisas de cunho acadêmico, que não se traduzem para a realidade do mercado. Outra possível justificativa está no fato de que as experiências no setor produtivo são minimamente consideradas para efeitos de seleção e ingresso do docente no ensino superior, fazendo com que muitos docentes prefiram trilhar um caminho academicamente alinhado (cursar graduação, mestrado e doutorado, de forma sequenciada) e ingressando na carreira docente, em seguida.

Além disso, uma vez ingresso na academia (principalmente quando se trata de IES públicas), o professor é geralmente submetido a um regime de trabalho de dedicação exclusiva que não permite ao docente exercer atividades externas à instituição, com poucas exceções previstas em Lei, sendo garantido a esse professor, como retribuição, o direito ao recebimento de valor superior ao professor que desempenha atividades no regime de quarenta horas, sem dedicação exclusiva (BRASIL, 1968). Esse regime impede o docente de vivenciar novas experiências do setor produtivo e, com isso, conseguir identificar problemas reais que poderiam gerar um endereçamento de pesquisa relevante mais adequado para aquele setor.

No processo de endereçar problemas relevantes em suas pesquisas, alguns docentes, ainda que oriundos de uma excelente formação acadêmica em pesquisa, podem apresentar dificuldades na apreensão da relevância, devido ao seu distanciamento do campo prático. Uma possível alternativa para equilibrar novamente a demanda por relevância e a preservação da imagem do pesquisador competente é fazer com que essa imagem seja transmitida ao seu público e seja tomada como real.

Foi com base nesse movimento que escolhemos a teoria do gerenciamento de impressões como lente teórica para o estudo. O gerenciamento de impressões, teoria proposta pelo sociólogo Erving Goffman (1959), estuda como uma pessoa (ator) consegue manipular a forma como a sua imagem deve ser recebida pelas demais pessoas (audiência) durante uma interação (movimento) (LEARY; KOWALSKI, 1990), sendo, também, bastante discutido na literatura como auto apresentação.

Na literatura, o gerenciamento de impressões vem sendo estudado em contextos organizacionais (BOLINO; LONG; TURNLEY, 2016; BOURDAGE; ROULIN; TARRAF, 2018), educacionais (BOZBAYINDIR, 2020; KNAUF, 2017), entre outros. Nossa intenção,

neste estudo, não é de testar a teoria, mas sim de compreender, a partir dos estudos presentes na literatura, quais técnicas e comportamentos de gerenciamento de impressão podem ser identificados a partir da relação entre experiências de mercado e acadêmicas do grupo de docentes, partindo dos registros presentes em seus currículos profissionais e, a partir disto, compreender a atual dinâmica de endereçamento de relevância praticada por eles.

Considerando o contexto discutido nesta seção, propomos a questão de pesquisa a ser levantada neste trabalho, que busca compreender **qual a relação entre as experiências práticas acadêmicas e de mercado dos docentes de Programas de Pós-Graduação em Administração e o possível impacto no endereçamento de pesquisa prática relevante nos ambientes dos PPGs do Brasil?**

Nossa intenção é investigar como a ausência de experiências profissionais no setor produtivo anteriores ao ingresso na IES pode afetar a dinâmica de endereçamento de relevância nas pesquisas práticas e se as estratégias de Gerenciamento Impressão podem ser acionadas no sentido de projetar uma imagem diferente da real por parte dos professores no processo de endereçamento de relevância. A literatura aborda a discussão sobre professores com pouca ou nenhuma experiência no setor produtivo (BUCKLEY et al., 1998; KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015), em uma perspectiva teórica. Contudo, não foram encontrados estudos empíricos na literatura realizados nesse contexto ou ainda que analisassem essa discussão à luz do gerenciamento de impressões.

1.1 OBJETIVOS

Para que seja possível prover respostas à questão de pesquisa apresentada anteriormente, foram delineados os seguintes objetivos.

1.1.1 Objetivo Geral

Investigar a relação entre a dinâmica de endereçamento de relevância na pesquisa prática por professores dos PPGs em Administração no Brasil e as suas experiências profissionais nos setores acadêmico e produtivo.

1.1.2 Objetivos Específicos

Os seguintes objetivos específicos serviram de suporte para o alcance do objetivo geral.

- a) analisar o grupo de docentes dos PPGs, a partir de características sociais, demográficas, de formação e de vínculo docente;
- b) identificar a relação entre atuação profissional acadêmica e de mercado do docente; e
- c) investigar, no campo teórico, a utilização de técnicas de gerenciamento de impressão, por parte dos docentes, no processo de endereçamento de pesquisa prática relevante.

A pesquisa foi guiada por meio dos seguintes passos metodológicos, para operacionalização dos objetivos específicos:

- a) identificação, a partir dos registros nos Currículos *Lattes*, das experiências profissionais dos professores em ambientes acadêmicos e não acadêmicos (setor produtivo);
- b) identificação e validação de uma métrica para avaliar o nível da relação entre experiências profissionais de mercado e acadêmicas; e
- c) análise da teoria do gerenciamento de impressões, buscando compreender a atuação docente e sua dinâmica de endereçamento de pesquisa prática relevante em ambos os cenários.

1.2 JUSTIFICATIVA

Entender a dinâmica de endereçamento de relevância na pós-graduação e os possíveis impactos desse processo na produção de pesquisa prática efetivamente relevante, quando realizado por professores sem vivências no setor produtivo, é a justificativa principal para este trabalho. A partir desse conhecimento, é possível implementar estratégias para oferecer mais espaços de troca entre a academia e os praticantes da Administração no âmbito do setor produtivo, tornando as pesquisas produzidas na academia mais relevantes para a comunidade.

As discussões que geraram a proposta desta pesquisa tiveram início durante as reuniões do Observatório de Dados Institucionais – ODIn, Grupo de Pesquisa no qual o autor desta pesquisa faz parte, juntamente com o seu orientador, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba – UFPB e registrado no Diretório de Grupos de Pesquisa.

A ideia partiu, inicialmente, pelo interesse do grupo na discussão sobre o *gap* entre rigor e relevância no contexto da administração. Em paralelo, havia o interesse em se usar técnicas da ciência dos dados de forma a colaborar com a sua prática e com o desenvolvimento da pesquisa. O uso de tais técnicas na busca de soluções e suporte para as pesquisas em diversas áreas é evidenciado na literatura (MOTA; FERREIRA; LEAL, 2020; SANTANA; BRAGA, 2020), entretanto não foram identificados trabalhos que abordassem a técnica sendo utilizada no contexto proposto nesta investigação. A utilização dos processos e modelos desenvolvidos na ciência de dados e aplicados de forma a dar suporte na resolução de problemas do cotidiano das pesquisas desenvolvidas no campo da administração garantem a adequação do estudo à linha de pesquisa de marketing e tecnologia, com ênfase nas tecnologias de comunicação e informação.

Além disso, optamos por utilizar o aporte teórico do gerenciamento de impressões na tentativa de identificar e compreender comportamentos por parte dos professores que façam uso das táticas de gerenciamento de impressão no ambiente profissional da docência. Identificamos estudos na literatura que abordam as opiniões dos professores sobre as táticas de gerenciamento de impressão (BOZBAYINDIR, 2020; KNAUF, 2017).

Consideramos a teoria de gerenciamento de impressões adequada porque os docentes vinculados à programas de pós-graduação, durante sua atuação, sentem-se pressionados por vários lados relacionados à sua interação social: pela sociedade, para oferecer pesquisa relevante; pelos colegas professores, para corresponder à expectativa de qualidade na produção/orientação de pesquisa; pelos alunos, operacionalizadores da pesquisa; e pelo setor produtivo, principal impactado pelo resultado da pesquisa prática desenvolvida.

Um outro ponto identificado na literatura é a existência da discussão conceitual voltada para a pesquisa desenvolvida pelos professores de administração com pouca experiência no setor produtivo (BUCKLEY et al., 1998; KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015). Não conseguimos identificar estudos empíricos voltados para essa discussão.

Logo, responder à pergunta de pesquisa proposta, a partir da análise do espaço da pós-graduação e de seus docentes como um ambiente de formação de pesquisadores e de produção intensa de pesquisa e, alinhado a isso, a consideração da pouca experiência ou mesmo a ausência de experiências do docente no setor produtivo ajudará a identificar e compreender os possíveis motivos para a diminuição da relevância de pesquisa prática desenvolvida na administração. O estudo deste fenômeno permitirá mais um passo a caminho do resgate da produção de pesquisa prática relevante no país.

Portanto, a contribuição teórica do estudo está voltada para o fomento da discussão sobre a produção de pesquisa prática relevante na pós-graduação em Administração, sobre a pouca experiência de mercado observada nos currículos dos professores e a sua capacidade de endereçar relevância com esse perfil. A ampliação do uso e discussões sobre o gerenciamento de impressões também estão incluídos no rol das contribuições teóricas.

Enquanto contribuição prática/gerencial do estudo, esperamos que seus resultados causem uma provocação no ambiente acadêmico como um todo e, especificamente, nos Programas de Pós-Graduação, no sentido de promover meios de valorização de ambas as experiências profissionais (acadêmica e de mercado) dos candidatos à docência, como forma garantir um maior endereçamento de relevância na pesquisa prática em seus ambientes.

Os resultados contribuirão ainda para a viabilização de uma agenda de pesquisa sobre endereçamento de relevância prática na Pós-Graduação em Administração no Brasil.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho foi construído em cinco capítulos, a saber: 1) Introdução; 2) Fundamentação teórica; 3) Metodologia; 4) Resultados e discussão; e 5) Considerações finais.

A fundamentação teórica será o capítulo responsável por compilar as bases teóricas necessárias para entendermos os conceitos e as teorias que estão sendo investigadas. Na ocasião, a literatura da prática de administração e do gerenciamento de impressões será resgatada, possibilitando, assim, uma discussão assertiva e robusta sobre os nossos questionamentos.

O terceiro capítulo trata do percurso metodológico adotado para a construção da pesquisa. Nele, serão apresentados os caminhos para a construção e desenvolvimento da pesquisa, a população envolvida e as técnicas de levantamento, tratamento e análise dos dados necessários para a sua discussão.

Os resultados obtidos a partir da coleta e análise dos dados serão apresentados no quarto capítulo, no qual foi feita a descrição da amostra obtida, o estudo sobre as relações de atuação dos docentes no eixo acadêmico e de mercado e sua relação com o gerenciamento de impressões. A partir dessa discussão, foi possível traçar algumas inferências, buscando validar o pressuposto inicial e responder à nossa questão de pesquisa.

O capítulo final é reservado para considerações acerca do estudo. Nele, os resultados e inferências obtidas no capítulo quatro puderam ser verificados, de acordo com os objetivos

traçados na apresentação do estudo, buscando sua validação. O capítulo é finalizado com as limitações de pesquisa identificadas durante a investigação e a proposta de agenda para futuras pesquisas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O capítulo teórico que se segue abordará, inicialmente, o panorama atual sobre os estudos acerca da relevância na pesquisa prática em Administração e seus desdobramentos, seguido da literatura referente ao gerenciamento de impressões, aporte teórico adotado para a concepção desse estudo e, por fim, o resgate acerca da formação profissional do professor/pesquisador em Administração.

2.1 ESTUDOS SOBRE RELEVÂNCIA PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO

A busca por um consenso acerca do impacto social/relevância das pesquisas científicas é um assunto comumente abordado nas instituições de ensino e pesquisa do Brasil e do mundo (ALPERSTEDT; ANDION, 2017; KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015). No cenário da Administração não é diferente, sendo a discussão, neste caso, voltada para o debate sobre sua aplicação e seus efeitos, de forma a tornar a pesquisa em administração mais relevante (NICOLAI; SEIDL, 2010). Assim como outras ciências sociais, a pesquisa em administração dificilmente envolve produtos ou artefatos que podem ser diretamente medidos, tornando a sua mensuração mais complexa (WOOD JR et al., 2016). Seus resultados podem ser considerados relevantes na prática se, de alguma forma, causarem algum tipo de transformação ou confirmação de como os administradores atuam, pensam ou falam (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

É importante compreender que a prática da administração se constitui a partir de uma lógica diferente da ciência da administração. O comportamento gerencial gira em torno de uma tomada de decisão, sendo, este um comportamento que parte de uma reação a uma expectativa. Considerando esse contexto sobre a prática gerencial, a “relevância prática” da ciência da administração deve ser conceituada como o impacto da ciência da administração na tomada de decisões gerenciais (NICOLAI; SEIDL, 2010).

Dito isto, é possível definir impacto social como um benefício recebido por um ou mais indivíduos de um grupo ou mesmo por uma organização (uma empresa, pública ou privada, por exemplo), por um setor de atividades (como uma cadeia produtiva), por um campo científico ou ainda pela sociedade em geral, a partir de processos que envolvam geração ou compartilhamento de conhecimento e/ou ensino, realizados em uma instituição de ensino e pesquisa (WOOD JR et al., 2016; WOOD JR; SOUZA, 2019).

Portanto, a atribuição de relevância de uma pesquisa científica deve partir dos membros da comunidade envolvida naquela proposta de pesquisa, considerando que o texto precisa se conectar às suas necessidades e aos contextos, provando-se, desse modo, ser útil àquela realidade (MASCARENHAS; ZAMBALDI; MORAES, 2011).

O estudo de Knights e Scarbrough (2010), ao apontar que a melhor pesquisa acadêmica disponível deve informar decisões gerenciais e práticas organizacionais, é um argumento que foi formulado com intuito de promover "transferência de conhecimento" e "gestão baseada em evidências". Porém, o real problema da relevância não é da transferência de conhecimento, mas de melhor comunicação e colaboração, em que acadêmicos e profissionais se reúnem para produzir diferentes formas de conhecimento (KNIGHTS; SCARBROUGH, 2010).

Para que seja possível avaliar o impacto social da pesquisa, faz-se necessário compreender até que ponto o conhecimento é disponibilizado para a sociedade e é por ela absorvido. O impacto social da pesquisa está presente em uma relação de dependência com três fatores: o primeiro, relacionado à produção do conhecimento, originalmente ocorrido dentro da academia. O segundo, relacionado à sua disseminação para aqueles que estão fora da academia e que são diretamente envolvidos com o resultado daquela pesquisa. O terceiro participante nesta relação pode ser caracterizado pela forma como esse conhecimento é recebido, aplicado, explorado e consumido pela comunidade (LIMA; WOOD JR., 2014).

A discussão acerca da necessidade de resgatar um olhar para a relevância na pesquisa em Administração surge com grande força na década de 1980 (PORTER; MCKIBBIN, 1988). Naquele momento, o ensino de Administração, que alguns anos atrás foi apontado como um conjunto de escolas sem base científica sólida, havia supercompensado e alcançado uma posição limitada e excessivamente especializada, que não permitia que seus alunos interagissem com situações reais de resolução de problemas gerenciais (KIESER; LEINER, 2009).

Essa falsa polarização, que atribui à pesquisa a necessidade de maior rigor ou maior relevância, afasta os praticantes das descobertas feitas no ambiente acadêmico, uma vez que a sua linguagem não se traduz para setor produtivo e, da mesma forma, as pesquisas desenvolvidas no setor produtivo são ignoradas, em certa medida, pela ausência de rigor científico (MASCARENHAS; ZAMBALDI; MORAES, 2011). As dificuldades de tradução da pesquisa realizada em ambiente acadêmico são apontadas, por Shapiro, Kirkman e Courtney (2007), como tentativas de transferir os resultados de pesquisas científicas para o ambiente produtivo que se perdem dentro da tradução e antes da tradução. Perder-se antes da

tradução tem seu significado quando os resultados dessas pesquisas não se conectam com a realidade dos ambientes produtivos, não sendo, portanto, passíveis de tradução para a prática.

Nos Estados Unidos e Europa, por muito tempo, os professores que compunham o corpo docente nas escolas de administração eram pessoas jovens, com pouca ou nenhuma experiência no mercado produtivo, mas que possuíam conhecimento teórico e habilidade matemática e comportamental, fazendo com que eles se portassem como solucionadores daqueles problemas (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Parte da preocupação gerada em torno disto está centrada na possibilidade de que esses professores, por terem experiência prática mínima, não fossem capazes de conduzir a resolução de problemas de gestão de negócios por não possuírem a compreensão ou a *expertise* mínima dos problemas do mundo dos negócios, necessária para uma atuação mais direcionada e efetiva (BUCKLEY et al., 1998; MOLESWORTH; SCULLION; NIXON, 2011).

A realidade brasileira, neste cenário, mostra-se inversa. Por muito tempo, o corpo docente dos cursos de administração era, em sua maioria, composto por profissionais de mercado, servidores de carreira de bancos públicos, como o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal, ou outras Instituições públicas.

Com o advento da reforma universitária, proposta principalmente através do Programa REUNI, criado em 2007, pelo Governo Federal, que tinha como objetivo promover a expansão e a reestruturação das Universidades Federais, foi possível observar um aumento significativo no quadro de professores das Universidades, chegando a quase triplicar em algumas delas, no intervalo de 8 anos (MAGANHOTTO et al., 2013; SILVA; FREITAS; LINS, 2013).

O estudo realizado por Kieser, Nicolai e Seidl (2015) identificou duas correntes na literatura sobre relevância da pesquisa em administração; uma chamada de programática, que inclui os estudos que têm por objetivo suprir a falta de relevância nas pesquisas em administração, identificando as causas desse problema e atribuindo a eles sugestões para sua solução; e uma outra, chamada de descritiva, que tenta entender a relação entre a prática de administração e os resultados das pesquisas em administração desenvolvidas.

Grande parte dessa literatura sobre o debate de relevância não possui análise empírica nem sequer de construção teórica. A maioria delas consiste em expressões de opinião, evidenciando a necessidade potencial de constatação empírica e de sustentação teórica para a sequência dos debates (BARTUNEK; RYNES, 2014; KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

2.1.1 A Literatura de Relevância Programática

A literatura programática surgiu a partir de contribuições que apontam para formas peculiares de se tratar a relevância na pesquisa em Administração (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015). Em seu estudo, Kieser, Nicolai e Seidl (2015), identificaram e listaram os fluxos da **visão de popularização, visão institucional, pesquisa-ação, pesquisa modo 2, design science** e **gestão baseada em evidências**. Para eles, os fluxos presentes na literatura se originam em diversos grupos, mas acabam por convergir e se sobrepor nas correntes de pensamento dos fluxos ora listados. Traremos a seguir uma síntese dos fluxos anteriormente indicados.

Visão de popularização: é considerada a visão mais tradicional tratada na relevância programática e tem o seu foco principal na preocupação com a forma como o conhecimento acadêmico pode ser transferido para os ambientes produtivos. Desse modo, grande parte da discussão gira em torno dos problemas em comunicar a produção das pesquisas, fazendo uso de comunicação inadequada, vocabulário técnico incondizente com a realidade dos gestores (que vai desde a linguagem científica até os métodos empíricos, muitas vezes contendo modelos matemáticos ou estatísticos demasiadamente avançados para aquele público) (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Visão institucional¹: na visão institucional, os proponentes buscam desenvolver a relevância prática das instituições de pesquisa, principalmente as escolas de administração e negócios. É comum encontrar nessa literatura discussões sobre as escolas de negócios nas esferas de liderança, planejamento estratégico, recursos humanos, gestão da qualidade, entre outros. A visão institucional considera que uma das razões para a redução da relevância prática na pesquisa pode estar relacionada à política de recrutamento das escolas de negócios, que passaram a introduzir professores com experiência prática mínima, não sendo capazes de integrar a descoberta e a resolução de problemas no gerenciais, por meio de análises de problemas reais do mundo dos negócios (BUCKLEY et al., 1998).

¹ Cabe destacar que o termo Institucional, presente neste fluxo, não se relaciona com a **Teoria Institucional** (MEYER; ROWAN, 1977), mas sim com as correntes de literatura sobre relevância prática na pesquisa em Administração.

Pesquisa-ação: a pesquisa-ação é uma abordagem que nasceu com o intuito de construir uma relação natural baseada entre a colaboração de pesquisadores e clientes. Embora seu direcionamento seja voltado para o preenchimento da lacuna entre teoria e prática, sendo, portanto, mais voltada para a gestão colaborativa, os vínculos da pesquisa-ação com os debates sobre relevância ainda são relativamente fracos (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Pesquisa Modo 2: é uma das correntes mais recentes no tocante ao debate sobre relevância na pesquisa em administração, tendo fortes afinidades com a pesquisa-ação, por se preocupar com a produção do conhecimento de forma interativa e orientada a problemas (HUFF, 2000; KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015). O modo 2 considera a questão da relevância não apenas como um problema de transferência, mas também como um problema de produção de conhecimento. Ao tempo em que a pesquisa modo 2 traça alguns paralelos com a pesquisa-ação, também compartilha de problemas semelhantes. Ambas as abordagens apresentam dificuldades em compartilhar estudos substantivos sobre resultados de pesquisas em que os fluxos foram empregados.

Design Science: outra corrente recente e com grande perspectiva de crescimento no debate sobre a relevância programática, o *design science* tem o propósito de desenvolver conhecimento a partir da construção de artefatos, ou seja, resolver problemas de construção ou melhoria do desempenho dos processos já existentes. O *design science* tende a focar no processo de pesquisa, dispensando menor atenção ao conhecimento produzido neste processo. Uma das razões identificadas para a falta de relevância no *design science* é que a pesquisa utilizando esse fluxo, geralmente, é desenvolvida por profissionais de desenvolvimento organizacional e consultores de negócios, resultando na produção de um conhecimento menos rigoroso (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Gestão Baseada em evidências: o termo tem origem no conceito de medicina baseada em evidências, sendo transferido para a gestão fundamentada em evidências com o intuito de traduzir princípios voltados às evidências encontradas em boas práticas organizacionais. Neste, duas abordagens são evidenciadas: a primeira direcionada para a lacuna saber-fazer dentro das organizações, considerando que seu conhecimento e potencial não são sistematicamente utilizados. A segunda, direcionada para a lacuna pesquisa-prática, aborda diretamente a relevância da pesquisa em gestão (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

A literatura sobre os debates da relevância programática é apontada por Kieser, Nicolai e Seidl, (2015) como fragmentada, repetitiva, e por muitas vezes faz uso de declarações *ad hoc* e, em grande parte, desprovidas de suporte empírico. Algumas deficiências gerais acerca do debate programático são: a relação pouco clara entre rigor e relevância; a falta de explicações sobre o insucesso das sugestões de solução; a falta de exemplos; e o uso da medicina e da engenharia como modelo de estudos de gestão.

2.1.2 A Literatura de Relevância Descritiva

Ao contrário da literatura programática, que tem seu foco direcionado para sugestões de como lidar com a questão da relevância, a literatura descritiva está preocupada principalmente com a avaliação e interação entre a pesquisa em gestão e seus principais investidores externos. O estudo de Kieser, Nicolai e Seidl, (2015) conseguiu identificar 7 fluxos relacionados à literatura descritiva e que são altamente relevantes. São eles: **Formas e significados da relevância prática; A performatividade das teorias de gestão; A adoção e adaptação organizacional do conhecimento de gestão acadêmica; O papel da pesquisa no discurso da administração geral; A lógica da ciência da administração e a prática da administração; Características dos estudos de administração como ciência aplicada; e Aconselhamento baseado na ciência.** Traremos a seguir, a síntese de cada fluxo.

Formas e significados da relevância prática: concentra-se no conceito de relevância prática, propriamente dito, examinando os diferentes significados e formas associados ao termo, que ainda não está devidamente definido. Como exemplo, os autores trazem a distinção do termo relevância presente em “relevância prática”, que está relacionado aos significados para públicos externos, e o termo relevância empregado como contribuição para compreensão das funções da organização, independentemente de pertencer a outros pesquisadores (internos) ou ao público externo (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

A performatividade das teorias de gestão: está relacionada às pesquisas que investigam a forma que as teorias da gestão se destinam a descrever a prática de gestão e acabam por mudar a própria prática que descrevem. Os pesquisadores dessa corrente argumentam que, em contraste com as ciências naturais, nas teorias administrativas, os estudos, em particular, têm potencial para se tornarem “performativos”, no sentido de alterar o seu próprio objeto de pesquisa (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

A adoção e adaptação organizacional do conhecimento de gestão acadêmica: esta é uma pequena corrente de pesquisa que examina como o conhecimento acadêmico é adotado pelas organizações e adaptado para um determinado contexto organizacional. Uma vez que a utilização do conhecimento científico pelos praticantes está associada a uma mudança de respectiva organização, é preciso que as diversas dinâmicas organizacionais sejam atendidas. Alguns estudos nessa vertente apontam que a utilização dos resultados das pesquisas dependem do grau em que elas repercutem na organização e se estão de acordo com o seu interesse (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

O papel da pesquisa no discurso da administração geral: outra corrente da literatura investiga o impacto da pesquisa em administração frente ao discurso da administração geral. Nele, os pesquisadores avaliam até que ponto as publicações dos estudiosos da administração contribuíram para a disseminação dos resultados de suas pesquisas no discurso dos profissionais (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

A lógica da ciência da administração e a prática da administração: nesta corrente, vários trabalhos examinaram os modos de operação da ciência da administração e da prática administrativa e realizaram comparações, com o propósito de comprovar que esses dois domínios seguem lógicas diferentes. Eles descreveram a ciência da administração e a prática da administração como domínios independentes, mas semiautônomos, que se envolvem em suas formas especializadas de discurso (ASTLEY; ZAMMUTO, 1992 apud KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Características dos estudos de administração como ciência aplicada: nesta corrente, foram examinadas as características dos estudos da administração como ciência aplicada, com o foco na estrutura da pesquisa em gestão. Tendo por base a sociologia da ciência, os trabalhos avaliam os estudos de administração como um todo, comparados a outras disciplinas e discutem, por exemplo, temas como as consequências da busca por relevância prática sobre o tipo de estudos de gestão do conhecimento (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

Aconselhamento baseado na ciência: ao contrário das demais, essa corrente se preocupa não apenas com a pesquisa em administração, como também na produção de pesquisa nas ciências em geral e com o porquê os estudos que a representam foram publicados em veículos

interdisciplinares. Esses estudos têm o foco direcionado na assessoria da arena política, sendo caracterizadas por incertezas, suposições e cargas de valor (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

A pesquisa acerca da literatura de relevância prática ainda carece de mais atenção e maiores desdobramentos. A literatura programática igualmente possui problemas para operacionalizar as pesquisas teóricas e empíricas que deem suporte às suas descobertas, que já começam a ter um respaldo mais adequado na literatura descritiva (KIESER; NICOLAI; SEIDL, 2015).

2.2 TEORIA DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES

A forma como o outro nos enxerga e nos avalia desperta um interesse comum nos dias atuais (BOLINO; LONG; TURNLEY, 2016; BOZBAYINDIR, 2020; LEARY; KOWALSKI, 1990). A informação sobre um indivíduo é um item valioso numa interação, servindo para definir aquela situação e permitindo que os outros possam conhecer antecipadamente o que será esperado deles e vice-versa, sabendo, assim, qual a melhor maneira de agir para obter uma resposta desejada (GOFFMAN, 2014).

Com suas origens datadas da década de 50, na Sociologia, a partir dos trabalhos de Erving Goffman, e posteriormente na Psicologia Social, com os trabalhos de Edward Jones, o Gerenciamento de Impressões (GI) passou a ter evidência e interesse no fim do século XX. Grande parte desse interesse está relacionado à vontade de compreender o processo pelo qual os sujeitos buscam influenciar ou controlar as impressões formadas pelos outros a seu respeito (MEDEIROS, 2013).

Em 1959, Goffman escreveu um dos que seria os primeiros livros sobre o Gerenciamento de Impressões, que recebeu por título *The presentation of self in everyday life* (GOFFMAN, 1959). Foi a partir disto que os estudos sobre o GI passaram a se intensificar, passando a ser observados em estudos nas áreas de Sociologia, Administração, Comunicação, Psicologia, Comportamento Organizacional, entre outras (BARROS, 2011)

O GI pode ser compreendido pela forma como uma pessoa (ator) consegue manipular a forma como a sua imagem deve ser recebida pelas demais pessoas (audiência), durante uma interação (movimento) (LEARY; KOWALSKI, 1990). Na literatura, o GI também é citado como autoapresentação, sendo, contudo, o gerenciamento de impressão um termo mais abrangente do que a autoapresentação. O gerenciamento de impressões é uma tentativa de

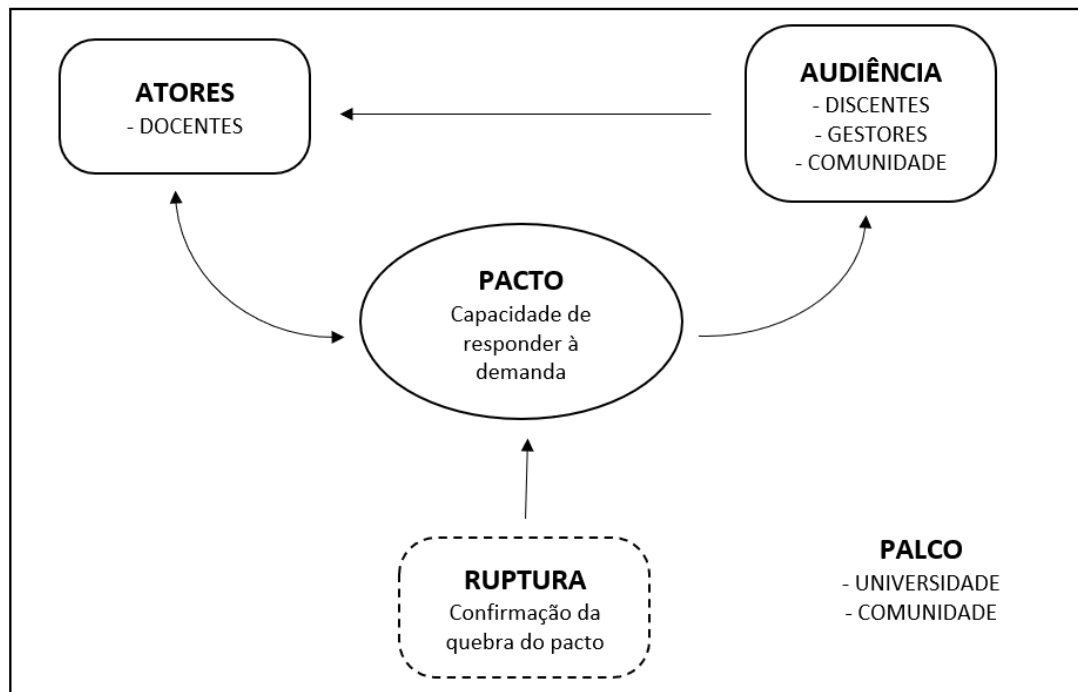
controlar a forma na qual imagens pessoais são projetadas durante interações sociais reais ou imaginárias (SCHLENKER, 1980).

Durante o processo de comunicação, sob a ótica do gerenciamento de impressões, enquanto a pessoa (ator) está tentando gerenciar impressões de outras pessoas (audiência/alvo), estas atuam em um processo de decodificação de tudo que a primeira faz, construindo, dessa maneira, as suas impressões sobre ela. A partir desta interação, surgem os fenômenos de gerenciamento de impressão e de formação de impressão (MENDONÇA, 2004).

A figura 1, a seguir, apresenta um cenário genérico de Gerenciamento de Impressões aplicado no ensino superior, no contexto deste estudo. Nela, estão presentes os docentes, na condição de **atores**, os demais membros da comunidade acadêmica (alunos, gestores e comunidade em geral), na condição de **audiência/alvo**, todos presentes no espaço que compreende a Universidade e a Comunidade, representados pelo **palco**.

Neste caso específico, o processo de comunicação entre os docentes e a sua audiência se dá a partir de um **pacto**, composto pela capacidade de responder à demanda da docência para cada tipo de audiência, seja para os alunos, na condição de responsável pela condução do processo de ensino-aprendizagem, seja para os gestores, na condição de liderados ou para a comunidade, como direcionador de pesquisa e extensão. A constante entrega desse pacto garante o atendimento da demanda docente, porém a sua ruptura pode gerar no professor a necessidade de gerenciar impressões de sua audiência, de forma a garantir que eles continuem formando impressões positivas a seu respeito.

Figura 1 - Representação de um cenário de Gerenciamento de Impressões na Universidade



Fonte: Elaboração própria (2023).

As discussões sobre realidade nos levam a uma definição proposta por Berger e Luckmann (2014), que diz ser uma característica dos fenômenos que possuem um ser, independentemente da nossa vontade, ou seja, não podemos “desejar” que o ser real não exista. Nos estudos sociológicos, o interesse pela “realidade” e pelo “conhecimento” é justificado pela sua relatividade social. Existem diferenças no conceito do que é real para um monge e para um empresário americano, por exemplo (BERGER; LUCKMANN, 2014).

As técnicas do gerenciamento de impressões começaram a ser amplamente utilizadas no período entre 1960 e 1970, principalmente nos campos da Psicologia Social e da Psicologia Personalidade. Em seguida, começou a ser também percebida através dos comportamentos produzidos durante interações sociais da década de 1980, logo sendo incorporada aos processos dos ambientes organizacionais (SINGH; VINNICOMBE, 2001), uma vez que os indivíduos pertencentes a esses ambientes utilizam de várias técnicas de gerenciamento de impressão, buscando obter vantagens financeiras, sociais, além da possibilidade de desenvolver uma identidade aceitável pelos outros (BOZBAYINDIR, 2020; LEARY; KOWALSKI, 1990).

Cabe destacar que o Gerenciamento de Impressões também pode ser utilizado para aumentar ou manter o poder de um indivíduo sobre outro, sendo, portanto, considerado claramente como parte do processo de influência social (JONES, 2015).

Em seus estudos, Goffman (2014) considerou que a autoapresentação possuía importância no processo de definição do lugar do indivíduo na ordem social, atribuindo a direção de interação e buscando facilitar o desempenho de comportamentos representados por papéis. Seu interesse principal estava em como a autoapresentação se relaciona na construção de uma realidade social.

2.2.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressão

A literatura atual de Gerenciamento de Impressões aponta para um modelo de dimensões de GI constituído a partir de 4 dimensões fundamentais: 1) a **intencionalidade**; 2) o **comportamento assertivo ou defensivo**; 3) o **comportamento tático ou estratégico**; e 4) a **autenticidade** (MEDEIROS, 2013). Discutiremos cada uma das dimensões nesta seção.

A intencionalidade presente no contexto do gerenciamento de impressões se torna uma dimensão fundamental e, por isso, é representada como a primeira dimensão. Para entendermos sua importância, é necessário iniciarmos distinguindo a impressão, que o ator quer que seja formada pela audiência (que é chamada de impressão calculada), da impressão que ocorre por parte do indivíduo sem a intenção de que isso aconteça (chamada de impressão secundária) (LEARY, 1996).

É possível distinguir, em um contexto de relação e comunicação em sociedade, aquele comportamento dito como intencional e não intencional. É possível identificar as intenções que estão por trás do comportamento dos outros e explicar ações com referências às intenções, convicções e desejos. Todas essas avaliações que ocorrem no contexto social são pautadas em habilidades que atuam sob os conceitos intenção e intencionalidade (MALLE; KNOBE, 1997).

Especificando ainda mais, percebemos ser importante distinguir a intencionalidade da intenção. De acordo com Malle, Moses e Baldwin (2003), a intencionalidade está relacionada à qualidade das ações intencionais ou feitas de propósito. Por outro lado, a intenção é o estado mental daquele indivíduo que desempenha tais ações.

A segunda dimensão trata do comportamento assertivo ou defensivo. Os comportamentos assertivos no gerenciamento de impressão estão relacionados com a tentativa de melhorar a imagem/identidade social do ator, enquanto o comportamento defensivo no GI é acionado no sentido de proteger uma imagem já existente (GARDNER; MARTINKO, 1988).

Os comportamentos táticos ou estratégicos figuram a terceira dimensão de GI. Conforme aponta Tedesch e Melburg (1981), o comportamento tático no GI é utilizado quando se percebem objetivos claros e desenhados a curto prazo. Já o comportamento estratégico atua na construção de características de reputação, que atendam aos interesses do indivíduo a longo prazo.

Por último, a dimensão da autenticidade corresponde ao nível verificado em que a atuação do ator condiz com o seu autoconceito. Segundo Goffman (2014), a autoapresentação pode ser representada a partir de autoconvicção ou de manifestações de auto-descrença. Isso quer dizer que o indivíduo pode apresentar o que ele realmente acredita ser identidade autêntica ou ele pode apenas se empenhar em apresentar comportamentos desonestos.

2.2.2 Componentes do Gerenciamento de Impressão

O Gerenciamento de Impressão envolve dois processos distintos e interrelacionados, chamados de motivação da impressão e construção da impressão (LEARY; KOWALSKI, 1990). A motivação de impressão surge quando as pessoas se tornam motivadas a controlar como os outros as enxergam. Isso ocorre devido à necessidade de monitorar seu impacto sobre os outros e da necessidade de avaliar as impressões que as outras formam sobre ela. Contudo, ainda que o processo de motivação de impressão tenha sido iniciado e haja o desejo de se criar impressões particulares nos outros, a prática da criação da impressão pode ou não acontecer.

Uma vez que os atores foram motivados a criar determinadas impressões, eles podem iniciar uma etapa de alteração dos próprios comportamentos, visando afetar a impressão dos outros a seu respeito. Esse processo envolve não apenas a escolha da impressão a ser criada, como também a forma precisa de como atuar na construção, seja por meio de autodescrição, de comportamentos não verbais, seja por meio de vestimentas e adereços, por exemplo (LEARY; KOWALSKI, 1990).

Ainda de acordo com o modelo proposto por Leary e Kowalski (1990), o processo de motivação da impressão sofre influência de três fatores primários, sendo eles: a) A relevância do objetivo da impressão; b) O valor dos objetivos desejados; e c) A discrepância entre a imagem desejada e a atual. Já a criação da impressão sofre influência de cinco outros fatores, a saber: a) O auto conceito da pessoa/ator; b) Suas identidades (desejadas e indesejadas); c) As restrições do papel em que o indivíduo se encontra; d) Os valores do alvo; e e) A

percepção social atual da pessoa/ator (LEARY; KOWALSKI, 1990). A figura 02, a seguir, apresenta uma visão geral adaptada do modelo, que será detalhado na sequência.

Figura 2 – Componentes do gerenciamento de impressão



Fonte: Adaptado do modelo de dois componentes de Leary e Kowalski (1990)

- **Relevância do objetivo da impressão** é apresentada quando as impressões causadas são relevantes para o cumprimento de objetivos que descrevemos. Caso haja impressões com poucas ou nenhuma implicação para o resultado, o motivo inicial para se gerenciar impressões é considerado fraco.

- **Valor dos resultados desejados** considera, pela maioria das teorias, que a motivação aumenta em função do valor ou da importância dos objetivos desejados. Nesse caso, como o valor do resultado aumenta em função da diminuição da sua disponibilidade, é possível perceber uma motivação da impressão maior quando os recursos são escassos.

- **Discrepância entre a imagem desejada e a atual:** este fator envolve o nível de discrepância entre a imagem que desejada que os outros tivessem de si mesmo e a imagem que se acredita que os outros já possuem. É comum identificar esse fator em situações em que as pessoas enfrentam uma possível ameaça à sua imagem social e podem até se envolver em tais comportamentos preventivamente, como precaução (LEARY; KOWALSKI, 1990).

- **Autoconceito** é um determinante primário das impressões que as pessoas tentam projetar. O gerenciamento de impressões geralmente envolve uma tentativa de colocar as melhores partes de si mesmo à vista do público.

- **Imagens de identidade desejadas e indesejadas** – imagem de identidade desejável, pela qual o ator teria gosto de ser. As pessoas também gerenciam suas imagens de modo a não apresentarem uma identidade indesejada, aquelas que o indivíduo não espera ver.

- **Restrições de papéis** – além de possuírem restrições comportamentais específicas, a maioria dos papéis exige que o ator que os ocupa parece ser um tipo específico e particular de pessoa ou que possua tais características pessoais.

- **Valores alvo** – as pessoas adaptam suas imagens públicas aos valores percebidos e preferências de outras pessoas. É possível, inclusive, que esses atores se apresentem de forma negativa, considerando que sua audiência valorize atributos negativos.

- **Imagem social atual ou potencial** – são as impressões afetadas tanto por como as pessoas pensam que são vistas atualmente pelos outros como a forma que elas pensam que os outros poderão percebê-las no futuro.

É importante ressaltar que a existência de motivação da impressão não implica necessariamente a construção da impressão. É possível sentir-se motivado a criar uma impressão e não a colocar em prática. Contudo, a construção da impressão depende do desenvolvimento de uma motivação prévia para aquela construção (LEARY; KOWALSKI, 1990).

O gerenciamento de impressões pode ainda ser utilizado no sentido de aumentar o bem-estar subjetivo, através de 3 maneiras distintas, porém interrelacionadas:

a) **Produzindo e potencializando resultados sociais e materiais:** a imagem projetada por meio da autoapresentação é capaz de produzir resultados que maximizem a relação de custo-benefício durante a interação com os outros. Exemplos disso podem ser observados nos resultados interpessoais, como ganhos de poder, de aprovação, de amizade. A autoapresentação pode ainda produzir resultados de cunho materiais, como uma promoção, aumento salarial ou simplesmente a possibilidade de ser visto como competente;

b) **Manutenção da autoestima:** As reações dos outros oriundas de uma interação são capazes de alterar a autoestima. Ao passo que cumprimentos, elogios e recomendações são capazes de aumentar significativamente a autoestima, críticas e rejeições são capazes de diminuí-la de forma drástica. Além disso, a expectativa da avaliação feita pelo outro, de sua aprovação ou reprovação, são igualmente capazes de afetar a autoestima, ainda que essas avaliações não ultrapassem a barreira da expectativa; e

c) **Desenvolvimento da identidade:** o processo de autoapresentação é ainda capaz de auxiliar na criação de identidades. Neste caso, as pessoas apresentam comportamentos públicos que são relacionados às características relevantes para determinada identidade. Um exemplo para essa construção é o de um professor recém-contratado, que assume comportamentos considerados “adequados a um docente” para garantir sua estabilidade e crescimento.

2.2.3 Estratégias de Gerenciamento de Impressões

Os comportamentos de gerenciamento estratégico de impressões têm como objetivo estabelecer identidades a longo prazo, focando em atributos como credibilidade, competência e confiabilidade de uma pessoa ou entidade. Os atores sociais podem utilizar estratégias de gestão de impressões como insinuação, autopromoção, exemplificação, intimidação e súplica para serem percebidos, respectivamente, como agradáveis, competentes, moralmente íntegros, ameaçadores e dignos de compaixão. É importante destacar que esta classificação se refere a comportamentos intencionais (MENDONÇA, 2004).

O quadro 1 a seguir apresenta as estratégias de GI propostas por Jones e Pittman (1982) e adaptadas por Mendonça (2004).

Quadro 1 – Estratégias de Gerenciamento de Impressões

ESTRATÉGIA	DESCRIÇÃO/DEFINIÇÃO	ATRIBUIÇÕES BUSCADAS	EMOÇÃO A SER DESPERTADA	POSSÍVEIS ATRIBUIÇÕES NEGATIVAS
Insinuação	Comportamentos que o ator usa para fazê-lo parecer mais atraente e simpático para os outros.	Agradável	Afeto	Bajulador, conformista, obsequioso
Autopromoção	Comportamentos que apresentam o ator como altamente competente, com atenção para certas habilidades ou aptidões.	Competente (eficaz, “um vencedor”)	Respeito (admiração, deferência)	Fraudulento, convencido, defensivo
Intimidação	Comportamentos que apresentam o ator como uma pessoa perigosa que é capaz e pronto a infligir sofrimento a audiência.	Perigoso (cruel, volátil)	Medo	Fanfarrão, conversa tola, ineficaz
Exemplificação	Comportamentos que apresentam o ator como moralmente confiável; isto pode também ser desenhado para induzir a simulação dos seguidores.	Confiável (sofredor, dedicado)	Culpa (vergonha, emulação)	Hipócrita, sancionador, explorador
Suplicação	Comportamentos que apresentam o ator como desamparado para solicitar ajuda de outros.	Desamparado (deficiente, infeliz)	Solidariedade (obrigação)	Autodepreciação, solicitações para ajuda

Fonte: Mendonça (2004)

A **insinuação** é uma tática de gerenciamento de impressões (GI) que visa tornar uma pessoa mais apreciada e atraente aos outros. Em relação ao poder, "o insinuador aumenta seu

poder ao reduzir a probabilidade de a pessoa alvo oferecer resultados negativos e ao aumentar as expectativas de resultados positivos". Não apenas aqueles com maior poder utilizam a insinuação. A teoria sugere que uma pessoa com menos poder pode usar essa estratégia para fazer com que alguém com mais poder goste dela, diminuindo a diferença de poder entre eles e tornando as punições menos prováveis. Pessoas apreciadas e aceitas obtêm diversas recompensas sociais, como amizade, apoio social, companheirismo, ajuda e status (Leary, 1996).

Em contraste, estratégias de **autopromoção** visam fazer com que os outros vejam o ator como competente, tanto em atitudes quanto em habilidades específicas. Os autopromotores desejam ser respeitados mais do que apreciados. Eles querem ser reconhecidos por sua inteligência e competência. Para fortalecer a credibilidade de suas reivindicações sobre suas habilidades, os autopromotores podem admitir certas falhas e fraquezas, juntamente com seus pontos fortes, mas sempre demonstrando confiança em suas competências.

O objetivo principal da autopromoção não é apenas ser visto positivamente, mas influenciar outras pessoas a responderem de maneira desejada (JONES; PITTMAN, 1982). Na maioria dos casos, uma pessoa tem mais chances de ser tratada como deseja quando os outros têm uma impressão positiva dela.

Em alguns casos, as pessoas têm mais chances de serem tratadas como desejam se projetarem impressões indesejáveis aos olhos dos outros - impressões negativas. Ao usar a estratégia de **intimidação**, o objetivo do ator é ser temido. O ator busca obter poder e influência social criando a imagem de "uma pessoa perigosa", alguém cujas ameaças e advertências devem ser levadas a sério, pois, caso contrário, podem ocorrer consequências negativas. Ao adotar a intimidação, uma pessoa ou grupo tenta influenciar o comportamento dos outros através do medo. O intimidador procura parecer poderoso e disposto a usar esse poder, frequentemente utilizando ameaças de punição (LEARY, 1996).

A **exemplificação**, por outro lado, envolve a gestão de impressões de integridade, abnegação e valor moral. Nesse caso, o indivíduo tenta se mostrar como alguém possuidor de integridade. O exemplificador baseia-se no poder das normas sociais reconhecidas, sustentadas pelos consensos formados a partir de valores e aspirações próprias. Ele influencia refletindo com sucesso essas normas. Segundo Leary (1996), a exemplificação envolve transmitir uma impressão de virtude, frequentemente cultivando imagens públicas associadas a virtudes morais, como honestidade, integridade, generosidade, escrúpulos, dedicação e autosacrifício (MENDONÇA, 2004).

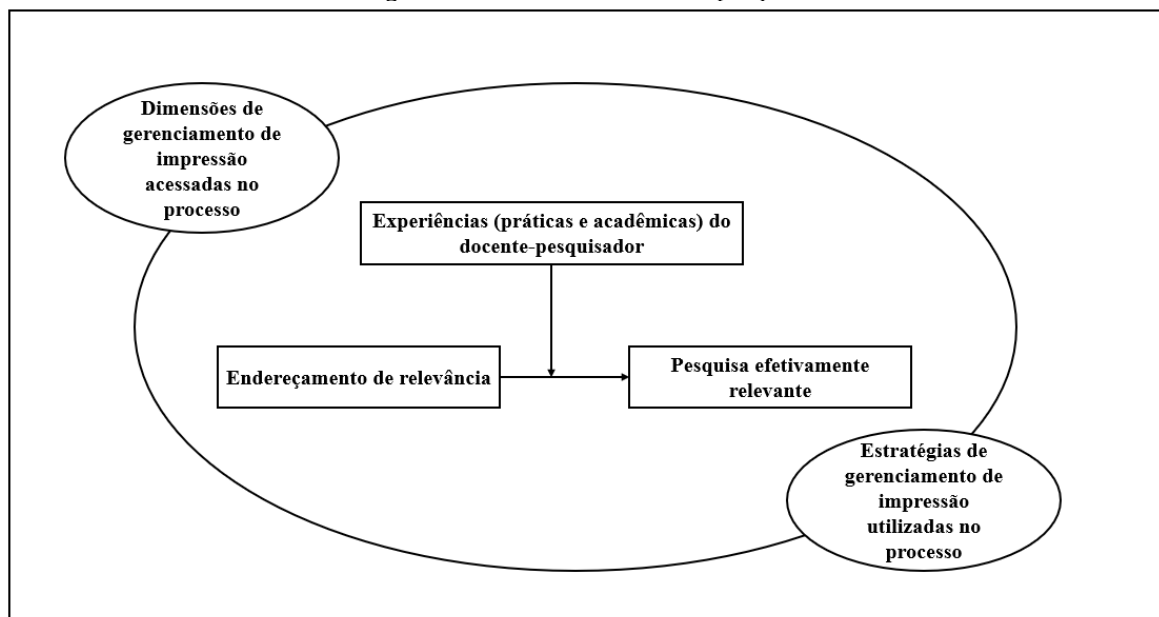
Na estratégia de **suplicação**, o ator busca obter benefícios a partir de sua própria fraqueza para influenciar os outros. Utilizando declarações sobre sua falta de competência, aqueles que empregam essa estratégia tentam ativar uma norma social poderosa chamada "responsabilidade social", que prega que aqueles em necessidade devem ser ajudados. O indivíduo, ao adotar a estratégia de suplicação, apela para a simpatia dos outros, agindo como uma pessoa fraca e desamparada. O objetivo do suplicante, de forma simples, é obter ajuda. A estratégia de suplicação é mais eficaz quando as pessoas acreditam que o suplicante é realmente desamparado e fraco, mas não é culpado por essa fraqueza (JONES; PITTMAN, 1982).

As estratégias de gerenciamento de impressões (GI) podem ser empregadas para alcançar objetivos imediatos nas interações com outras pessoas. Além disso, a forma como o ator se apresenta pode, de maneira sutil, contribuir para o desenvolvimento de recursos de poder ou características reputacionais, como especialidade, status, atratividade, prestígio, integridade e credibilidade. Esses atributos podem ter efeitos importantes (e não planejados) em interações futuras que envolvam tentativas explícitas de influência (TEDESCHI; RIESS, 1981).

2.3 MODELO CONCEITUAL DE PESQUISA

Por fim, propomos um modelo conceitual da pesquisa (Figura 3) que ilustra as relações entre as temáticas discutidas no referencial teórico e que servirá de suporte durante a etapa de análise dos dados.

Figura 3 – Modelo conceitual de pesquisa



Fonte: Elaboração própria, 2023.

O modelo conceitual proposto aponta para três processos: o primeiro, trata do processo de endereçamento de relevância na pesquisa prática, realizado regularmente para a proposição e/ou orientação de pesquisas práticas a serem produzidas no ambiente da pós graduação stricto-sensu; o segundo, descreve a influência das experiências (ou de suas ausências), profissionais acadêmicas e/ou de mercado, na efetividade do processo de endereçamento de pesquisa prática relevante por parte do docente; e o terceiro inclui os processos anteriores dentro do cenário do gerenciamento de impressões, tratando sobre as dimensões de GI acessadas pelos docentes durante o processo de endereçamento de relevância e sobre as estratégias de GI utilizadas pelo docente durante tais práticas, ambas girando na esfera de influência dos contextos de atuação do docente.

3 METODOLOGIA

Este capítulo se dedica a registrar o percurso metodológico adotado para a construção deste estudo. Ele foi dividido em quatro etapas, que descrevem: 1) a tipologia adotada na pesquisa; 2) o universo da pesquisa e a amostra utilizada; 3) as fontes de dados e os procedimentos utilizados para a coleta dos dados; e 4) os procedimentos realizados para a análise dos dados.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Para que fosse possível investigar a questão de pesquisa proposta neste trabalho, foi realizada uma pesquisa aplicada, desenhada como transversal, considerando o recorte temporal específico no qual a pesquisa foi desenvolvida, utilizando-se de abordagem quantitativa e com alcance exploratório, buscando tornar o problema mais familiar e explícito, bem como descritivo, apontando características do grupo estudado e identificando relações entre as suas variáveis (GIL, 2018; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA

Participaram desta pesquisa os professores vinculados aos Programas de Pós-graduação em Administração das Instituições de Ensino Superior (IES), de natureza pública ou privada, de todo o Brasil. A localização e seleção dos participantes foi realizada em duas etapas. Na primeira, identificamos os PPG's vinculados diretamente à área de Administração, Contabilidade e Turismo, avaliados e reconhecidos pela CAPES e que apresentavam pelo menos 01 (um) curso voltado para a Administração. O quadro 2, a seguir, apresenta a quantidade de programas ativos reconhecidos pela CAPES e em funcionamento.

Quadro 2 – Quantitativo de Programas de Pós-Graduação em Administração cadastrados na Plataforma Sucupira²

	Total de Programas de Pós-Graduação				População Final
	ME	DO	ME/DO	Total	
ADMINISTRAÇÃO	24	2	48	74	1309

Legenda: ME: Mestrado Acadêmico; DO: Doutorado Acadêmico; ME/DO: Mestrado Acadêmico e Doutorado Acadêmico

Fonte: Plataforma sucupira/2022.

² Disponível em: <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/index.xhtml>

Nesse momento, foram excluídos do universo desta pesquisa os programas de Mestrado Profissional e de Doutorado Profissional, por considerar que esses programas foram criados no intuito de analisar problemas reais oriundos do setor produtivo e oferecer um produto como solução para tais problemas, o que foge do contexto do estudo. Cursos de outras áreas, como o de Ciências contábeis e o de Turismo também foram excluídos dessa etapa do estudo por considerar que, ainda que elas compartilhem a grande área de conhecimento da Administração, sua inclusão fugiria do contexto da pesquisa.

Uma vez delimitado o universo de estudo, buscamos uma forma de identificar quem seriam os atores incluídos em nosso grupo de estudo. De posse da lista de programas e cursos que fariam parte do nosso universo de pesquisa, visitamos os *sites* disponíveis de cada programa, nos quais são fornecidas as listas do corpo docente em atividade. A partir disso, foi possível identificar e fazer o *download* dos currículos *Lattes* de todos os professores que comporiam a nossa amostra.

Foram identificados um total de 1343 professores vinculados a PPGs por todo o Brasil. Porém esse número inicial continha professores vinculados a mais de um programa, assim como professores estrangeiros vinculados a programas na condição de Visitante, que, em muitos casos, não possuíam cadastro na Plataforma *Lattes*. Após a verificação de todos os casos individualmente, chegamos ao número de 1309 currículos únicos, sendo esse o número final da nossa amostra.

3.3 FONTES E COLETA DE DADOS

A pesquisa fez uso de dados secundários, obtidos através dos currículos *Lattes* dos docentes vinculados a Programas de Pós-Graduação em Administração no Brasil. A plataforma *Lattes* disponibiliza os dados de forma universal e gratuita através de sua plataforma.

Os dados secundários são aqueles disponibilizados de forma pública e gratuita por organizações de cunho internacional, nacional ou regional, que podem ser usados em pesquisas, mas que não foram produzidos e/ou coletados especificamente com esse fim (FERREIRA, 2015).

3.3.1 O Currículo Lattes

A plataforma *Lattes* é um sistema de informações vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que concentra os registros de currículos vinculados àquele Órgão. O Currículo Lattes, criado em 1999³, representa atualmente o padrão nacional que registra as informações da vida acadêmica e profissional dos estudantes, professores e pesquisadores do País, sendo indispensável em diversas atividades que envolvem, dentre as principais, assuntos acadêmicos e o pleito de financiamento de pesquisa (BALANCIERI et al., 2005).

A Plataforma ainda disponibiliza o diretório de grupos de Pesquisa no Brasil, uma biblioteca que armazena os grupos de pesquisa em atividade no país, com informações detalhadas sobre os recursos humanos, as linhas de atuação e pesquisa, a produção científica e suas estatísticas.

Além de ser considerado um dos bancos de dados de pesquisadores mais limpos em nível internacional, o banco de dados *Lattes* é considerado um exemplo de boa prática, fornecendo dados de pesquisadores, grupos e Instituições de pesquisa (LANE, 2010).

A escolha pela utilização, como dados secundários, dos currículos registrados na base de dados da Plataforma *Lattes* se deu, considerando que a atualização dos dados dos currículos no tocante aos vínculos acadêmicos e profissionais, produção acadêmica, orientação de pesquisas, dentre outros, é feita pelos próprios pesquisadores, regularmente, visto que a produção constante no *Lattes* garante a manutenção do vínculo do docente/pesquisador em Programas de Pós-Graduação, a própria manutenção do Programa de Pós-Graduação, a concessão de bolsas de pesquisa/produtividade e outros modelos de financiamento direcionados a pesquisas por meio de agências de fomento nacionais (como o CNPq e a CAPES) e internacionais (como a UNESCO).

3.3.2 Procedimentos para a Coleta dos Dados

Inicialmente, analisamos as formas de acesso aos currículos, buscando um caminho para realizar o *download* automatizado, de forma que acelerasse o processo de coleta de dados. Nessa etapa de planejamento, pensamos em construir um *bot*⁴ que pudesse realizar a

³ Disponível em: <https://memoria.cnpq.br/web/portal-lattes/sobre-a-plataforma>.

⁴ O termo *bot* refere-se a um programa de computador desenvolvido com a finalidade de executar tarefas comuns e repetitivas, de forma automática e com algum nível de intervenção/supervisão humana, de forma a permitir que

captura automatizada dos currículos selecionados. Essa alternativa foi desconsiderada, após identificarmos que, devido ao aumento de casos de pesquisadores fazendo uso de *bots* com essa finalidade, aumentando drasticamente o número de requisições no servidor da Plataforma Lattes, foi implantado um sistema de CAPTCHA⁵ para garantir que o sistema seria consultado apenas por usuários humanos.

Partimos, então, para a tentativa de utilizar uma API⁶ para a coleta dos dados. Por meio da API disponibilizada pela Plataforma Lattes, nos deparamos com outro problema: as variáveis disponibilizadas para a filtragem dos currículos não atendiam aos nossos objetivos, uma vez que a informação do vínculo ao Programa de Pós-graduação é informada em um campo livre, não sendo possível de identificar a partir dos filtros da API.

Após diversas tentativas de acessar os currículos por intermédio de um mecanismo minimamente automatizado, percebemos que não seria possível ter acesso aos currículos de uma amostra tão específica como a dos docentes de PPGs, uma vez que a principal variável de busca (ser professor de um Programa de Pós-Graduação em Administração) é informada pelo docente a partir de um campo de preenchimento livre, não compondo, assim, um item do currículo que possa gerar uma variável (como a titulação, por exemplo). Com isso, optamos por realizar o *download* manual de todos os currículos.

A etapa de levantamento e coleta dos dados ocorreu durante os meses de outubro a novembro de 2022. A primeira etapa foi a de identificação dos docentes: de posse da lista de PPGs que compunham o nosso universo de pesquisa, acessamos às páginas *web* de cada Programa, buscando a relação de docentes que fazem parte do corpo atual vinculados àquele PPG. Nas páginas, geralmente, são informados dados como **nome completo, tipo de vínculo (colaborador, visitante, titular), linha de pesquisa a qual é vinculado, endereço de e-mail e endereço do currículo lattés**. Essas informações foram armazenadas em um banco de dados. Após a montagem inicial do banco de dados, passamos para a etapa de pesquisa individual do currículo *lattes*. No caso dos programas que apresentavam o *link* com o endereço do *lattes*, fazíamos a consulta diretamente clicando no *link*. Já nas páginas dos

os seus responsáveis possam se dedicar a tarefas que demandem a sua atenção exclusiva (COUTO; FORNAZIN; GARGANO, 2020).

⁵ O CAPTCHA é um dos mais importantes sistemas de prova de interação humana da atualidade, capaz de distinguir entre usuários humanos e programas de computador (principalmente os *bots*) a partir de um teste de desafio-resposta (MORADI; KEYVANPOUR, 2015).

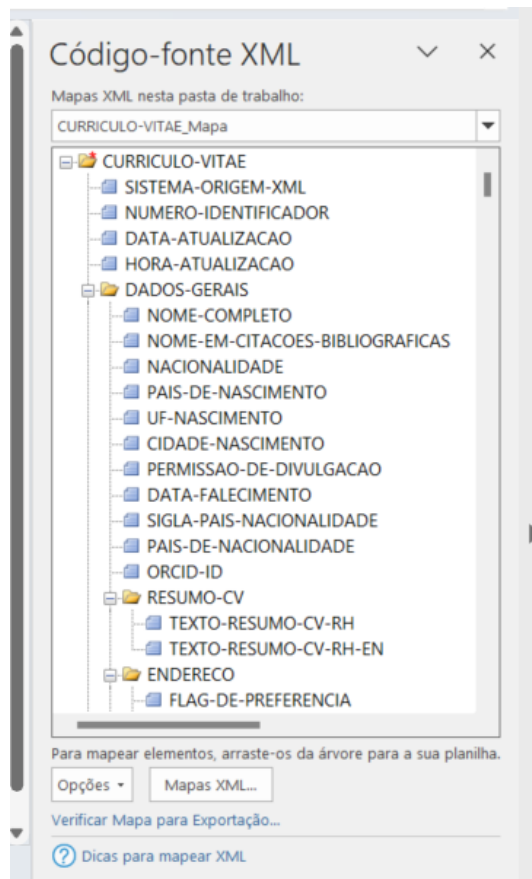
⁶ Uma API (*Application Programming Interface*) é uma plataforma *online* capaz de permitir acesso a parte de dados gerados ou armazenados por empresas, relacionados aos mais diversos tipos de tópicos, como gêneros musicais, postagens na *web* relacionadas a um termo ou a uma *hashtag*, por exemplo. Com isso, é possível permitir a troca de informações entre aplicativos e sistemas de terceiros, através de requisições realizadas diretamente ao servidor, sem interromper o funcionamento regular da página *web* (D'ANDRÉA, 2021).

programas que não disponibilizavam o endereço, fizemos a busca manual, na página de busca textual da plataforma, a partir do nome completo do professor. Em todos os casos, uma vez acessada à página do currículo lattes, era solicitado o *download* daquele arquivo no formato de *XML* e armazenado em uma pasta específica.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Uma vez de posse dos arquivos *XML* dos docentes, nossa atividade foi direcionada para a extração dos dados necessários ao estudo e construção de um banco de dados. Para essa etapa, foi utilizada a ferramenta de mapeamento e análise de código-fonte disponível no programa *Microsoft Excel*, parte integrante da suíte *Microsoft Office 365*. A ferramenta permite que seja feito o mapeamento de um arquivo de exemplo, que utilize uma linguagem de marcação (como o *XML*) e que construa um mapa de todas as suas *tags*. A figura 4, a seguir, traz um exemplo do mapa gerado utilizando o arquivo de exemplo de um currículo lattes no formato *xml*.

Figura 4 – Mapeamento do currículo lattes a partir do Microsoft Excel.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir do uso dessa aplicação, foi possível identificar todas as *tags* disponíveis no documento de exemplo e selecionar apenas as que foram utilizadas, fazendo, assim, a importação posterior apenas das informações relevantes para a análise

Com todas as *tags* selecionadas, é feita a importação dos arquivos *XML*, que serão analisados e iniciado o processo de construção do banco de dados.

De posse do banco de dados bruto, foi necessário realizar alguns tratamentos de dados para a construção do banco de dados final. Em uma primeira análise, percebemos que algumas variáveis, como o **tipo de vínculo** e o **enquadramento funcional**, não traziam dados suficientes para a utilização na pesquisa. Isso ocorre porque, durante o preenchimento do currículo, o formulário apresenta algumas poucas opções pré-definidas para a seleção, e possui o campo **outros**, que permite a inserção/edição manual daquele dado. Com isso, no arquivo *XML*, ao invés do termo inserido manualmente, o lattes preenche a informação como “**LIVRE**”, acusando o preenchimento manual, mas que não permite a análise real da informação.

Considerando os objetivos propostas para este estudo e avaliando as informações disponíveis no conjunto de dados, decidimos por manter as seguintes variáveis para análise:

- a) **NUMERO-IDENTIFICADOR**: Código único gerado de forma automática pela Plataforma Lattes após o preenchimento inicial do currículo lattes. A partir desse número, é possível localizar o currículo do docente na plataforma, sem a necessidade de manter outro dado de identificação no conjunto de dados. Nossa intenção ao manter esse código em nossa base foi a de garantir a possibilidade de eventuais conferências no currículo *online* para compreensão de possíveis dúvidas sobre as informações preenchidas;
- b) **PAIS-DE-ORIGEM**: A variável apresenta o país de origem informado pelo docente durante o preenchimento dos seus dados gerais;
- c) **UF-NASCIMENTO**: Informa o código de Unidade da Federação (UF) correspondente ao Estado onde nasceu;
- d) **GRADUAÇÃO**: A variável apresenta o nome do curso de graduação informado pelo docente. Em casos de haver mais de uma graduação cadastrada, a variável informa a primeira concluída (a mais antiga);
- e) **ANO-DE-CONCLUSAO**: Informa o ano correspondente à conclusão do curso de graduação informado na variável anterior;

f) **DOUTORADO**: Nesta variável, consta o nome do curso de doutorado realizado pelo docente. Assim como na variável graduação, caso haja mais de um curso de doutorado cadastrado, a variável informa a primeira concluída (mais antiga);

g) **NOME-INSTITUICAO**: Informa o nome da Instituição onde foi obtido o título de doutorado, informado na variável anterior;

h) **ANO-DE-CONCLUSAO2**: Informa o ano correspondente à conclusão do curso de doutorado, informado anteriormente;

i) **Qacad**: Variável que apresenta a informação de quantidade de eventos listados, como vínculos acadêmicos, foram identificados no currículo de cada docente. Por vínculos acadêmicos foram considerados: 1) Instituição de Ensino Superior (pública ou privada), no Brasil ou Exterior; 2) Institutos Federais no Brasil ou equivalentes no exterior; 3) Comitês editoriais e/ou de periódicos científicos

j) **Tacad**: Apresenta a informação referente ao somatório do tempo (em dias) observado em todas as experiências acadêmicas registradas no currículo. Para obtenção desse coeficiente, foi preciso realizar uma parametrização dos valores cadastrados, a saber: o currículo informa os valores mês e ano para o início do vínculo e mês e ano para o término do vínculo. O primeiro passo realizado para a transformação foi o de concatenar os valores **mês** e **ano** (início de vínculo), transformando em uma única variável no formato de data. O valor dia (não informado via lattes) foi parametrizado para todos os casos como 01 (associando o valor ao primeiro dia contábil do mês). O mesmo procedimento foi adotado para a transformação dos valores **mês** e **ano** referentes ao término de vínculo, sendo que, nesse caso, os vínculos não encerrados não apresentam valores. Sendo assim, optamos por parametrizar todos os vínculos não encerrados com o dia em que processamos a transformação dos dados (30/06/2023). Uma vez que os dados foram transformados, obtendo as variáveis de início e final do vínculo, ambas no formato data, realizamos a subtração da data final do vínculo pela data de início do vínculo, obtendo o valor parametrizado da variável como a contagem deste intervalo em dias;

i) **Qmercado**: Variável que apresenta a informação de quantidade de eventos listados como vínculos profissionais no setor produtivo (não acadêmicos) foram identificados no currículo de cada docente;

j) **Tmercado**: Apresenta a informação referente ao somatório do tempo (em dias) observado em todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas), registradas no

currículo. O processo de parametrização e obtenção deste valor segue o mesmo método adotado para a obtenção do valor de **Tacad**.

Após a limpeza e realizados todos os tratamentos no conjunto de dados descritos, foi dado início aos procedimentos de análise, a partir de procedimentos estatísticos e análises teóricas. Os resultados encontrados serão discutidos no capítulo a seguir.

Realizada a análise dos dados relativos aos currículos dos docentes e a identificação dos aspectos ligados tanto ao trabalho acadêmico quanto ao setor produtivo, foi possível proceder à investigação de suas trajetórias profissionais sob a perspectiva teórica do *Gerenciamento de Impressões (GI)*.

Nesta etapa, buscou-se identificar, entre os elementos de atuação profissional registrados, traços que indicassem o uso de estratégias ou dimensões relacionadas ao GI. A título de exemplo, a elevada quantidade de artigos publicados pode estar associada a uma estratégia de insinuação, com o objetivo de conquistar a atenção de gestores, obter o respeito de pares e alunos. Além disso, o tipo de publicação e a quantidade de orientações realizadas podem refletir estratégias de autopromoção, enquanto a participação em conselhos, comissões e coordenações pode indicar o uso de estratégias tanto de insinuação quanto de intimidação, evidenciando esforço, empenho e produtividade.

Assim, a análise das informações contidas nos currículos permite identificar como determinadas escolhas e registros profissionais podem ser intencionalmente moldados para transmitir uma imagem favorável na esfera acadêmica e institucional.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo, serão discutidos os principais achados identificados a partir da análise realizada nos dados. O capítulo será dividido em três partes: 1) a primeira, que tratará da caracterização da amostra utilizada na pesquisa, identificando grupos importantes para a construção do perfil dos docentes dos PPG's; 2) a análise da relação profissional entre academia e mercado, buscando compreender a trajetória do docente que atua nos PPG's; e 3) a associação entre a trajetória do docente e as técnicas gerenciamento de impressão, buscando compreender o possível uso no processo de endereçamento de relevância.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE/PESQUISADOR DOS PPGA'S

Conforme descrito no capítulo da metodologia, nossa amostra foi composta por 1309 docentes, vinculados a Programas de Pós-Graduação em Administração ativos e ofertados em todo o território nacional.

A organização do conjunto de dados permitiu que observássemos algumas características semelhantes entre os participantes da amostra, que serão discutidas nesta seção. A primeira delas trata do país de origem e pode ser observada a partir da tabela 1, a seguir:

Tabela 1 – Distribuição quantitativa da amostra a partir do continente e país de origem.

Continente	n	%	País de Origem	n	%
África	3	0,23%	Egito	1	0,08%
			Índia	1	0,08%
			Marrocos	1	0,08%
América Central	1	0,08%	Cuba	1	0,08%
América do Norte	6	0,46%	Estados Unidos	4	0,31%
			Canadá	2	0,15%
América do Sul	1279	97,71%	Brasil	1265	96,64%
			Peru	4	0,31%
			Argentina	3	0,23%
			Chile	3	0,23%
			Uruguai	2	0,15%
			Colômbia	1	0,08%
			Equador	1	0,08%
			China	1	0,08%
Ásia	2	0,15%	Japão	1	0,08%
			Portugal	9	0,69%
Europa	18	1,38%	Alemanha	2	0,15%
			França	2	0,15%
			Itália	2	0,15%
			Albânia	1	0,08%
			Inglaterra	1	0,08%
			República Tcheca	1	0,08%

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

É possível perceber que a maior quantidade de professores (1265 | 96,64%) apontaram o Brasil como país de origem. Esse era um percentual esperado, uma vez que o universo da pesquisa é representado por Programas em atividade no país. Além disso, o Brasil figura como um dos países com uma política de pós-graduação de excelência (BERTERO; CALDAS; WOOD JR., 1999), assim como apresenta um crescimento exponencial no número de doutores titulados, que aumentou mais de 26 vezes, no período entre 1987 e 2018 (CABRAL et al., 2020).

Contudo, chama a atenção a quantidade de professores que realizaram o cadastro do currículo lattes indicando serem de origem estrangeira (44 | 3,36%). Considerando que a amostra inclui apenas docentes dos PPG's em Administração, o número aponta para um possível movimento de migração de docentes/pesquisadores de outros países para o Brasil, observado, principalmente, por professores com origem nos países do continente europeu (18 | 1,38%), sinalizando o interesse pelo Brasil dentro do cenário mundial de ensino e pesquisa. Existe uma agenda de investigação sobre mobilidade e migração qualificada no século XXI, buscando aprofundar o deslocamento mundial de pesquisadores (PEDONE; ALFARO, 2018).

Em relação às IES onde foi observado o vínculo do docente ao PPG, organizamos as informações na tabela 2, a seguir:

Tabela 2 – Distribuição quantitativa da amostra por região, UF e IES de vínculo.

Região	n	%	UF	n	%	IES	n	%
Norte	38	2,90%	PA	24	1,83%	UNIVERSIDADE DA AMAZÔNIA	14	1,07%
						UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ	10	0,76%
			RO	14	1,07%	UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA	14	1,07%
Centro-Oeste	66	5,04%	MS	15	1,15%	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL	15	1,15%
			DF	32	2,44%	UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA	32	2,44%
			GO	19	1,45%	UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS	19	1,45%
			MA	8	0,61%	FUCAPE PESQUISA E ENSINO S/A (MA)	8	0,61%
			PB	38	2,90%	UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE	19	1,45%
Nordeste	249	19,02%				UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA	19	1,45%
						UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	21	1,60%
						UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO	16	1,22%
						UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	17	1,30%
						UNIVERSIDADE POTIGUAR	15	1,15%
			BA	48	3,67%	UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO	19	1,45%
						UNIVERSIDADE SALVADOR	13	0,99%
						UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA	35	2,67%
			CE	53	4,05%	UNIVERSIDADE DE FORTALEZA	14	1,07%
						UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ	16	1,22%
						UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ	23	1,76%
			SE	14	1,07%	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	14	1,07%

				CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA DE MINAS GERAIS	18	1,38%
				CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES	15	1,15%
				FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO (ESCOLA DE GOVERNO)	14	1,07%
				PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS	14	1,07%
MG	190	14,51%		UNIVERSIDADE FUMEC	14	1,07%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA	18	1,38%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS	27	2,06%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS	27	2,06%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA	19	1,45%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA	24	1,83%
				CENTRO UNIVERSITÁRIO FEI	12	0,92%
				ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING	14	1,07%
				FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (SP)	35	2,67%
				PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO	6	0,46%
Sudeste	590	45,07%		UNIVERSIDADE PAULISTA	14	1,07%
				USP (ESCOLA SUPERIOR DE AGRICULTURA LUIZ DE QUEIROZ)	12	0,92%
				UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE	16	1,22%
	SP	256	19,56%	UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO	15	1,15%
				UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL	15	1,15%
				UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA	3	0,23%
				UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO	55	4,20%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS	11	0,84%
				UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS, LIMEIRA	28	2,14%
				UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (RIBEIRÃO PRETO)	20	1,53%
				FUCAPE FUNDACAO DE PESQUISA E ENSINO	12	0,92%
	ES	30	2,29%	UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO	18	1,38%
				FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (RJ)	23	1,76%
	RJ	114	8,71%	PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO	20	1,53%
				UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE	31	2,37%
				UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO – PROF. JOSE DE SOUZA HERDY	13	0,99%
				UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO	27	2,06%
Sul	366	27,96%		UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ	15	1,15%
				PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ	16	1,22%
				UNIVERSIDADE POSITIVO	9	0,69%
	PR	91	6,95%	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ	21	1,60%
				UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ	16	1,22%
				UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA	14	1,07%
				UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ	9	0,69%
	SC	100	7,64%	UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU	7	0,53%
				UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	18	1,38%
				UNIVERSDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA	29	2,22%
				UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ	16	1,22%
				UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA	11	0,84%
				UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA	10	0,76%
	RS	175	13,37%	FACULDADE MERIDIONAL	12	0,92%
				FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO	7	0,53%

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA	18	1,38%
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL	11	0,84%
UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL	18	1,38%
UNIVERSIDADE FEEVALE	10	0,76%
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	45	3,44%
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE	17	1,30%
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	19	1,45%
UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS	18	1,38%

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

É possível perceber a maior concentração de professores presente na região Sudeste (590 | 45,07%) e, mais especificamente, no estado de São Paulo, que conta com 256 (19,56%) dos docentes participantes do estudo. A distribuição encontrada, nesta análise, segue alinhada aos achados de Santos (2017), que analisou, dentre outros aspectos, a distribuição de docentes por estados. No intervalo entre a pesquisa de Santos (2017) e este estudo, houve um aumento (significativo em alguns casos) na quantidade de docentes nas regiões Norte (de 23 para 38 | 65,22%), Nordeste (de 164 para 249 | 51,83%), Centro-Oeste (de 59 para 66 | 11,86%) e Sudeste (de 543 para 590 | 8,65%). Apenas a região Sul apresentou redução na quantidade de docentes vinculados às IES, que passou de 519 para 366, representando uma redução de 29,48% dos professores vinculados a Programas de Pós-Graduação em Administração nas IES daquela região.

A região Sudeste e, mais especificamente, o estado de São Paulo concentram uma grande quantidade de Instituições de Ensino Superior que atuam diretamente com o ensino e pesquisa em Administração. Algumas das escolas mais tradicionais, como a Universidade de São Paulo (USP) e a Fundação Getúlio Vargas (FGV), são as que concentram uma maior quantidade de docentes vinculados aos seus programas. A quantidade de IES presentes na região também chama a atenção: só o estado de São Paulo possui 14 IES com Programas de Administração ativos. Esse número é igual à quantidade de IES presentes em toda a região Nordeste e maior que as regiões norte e centro-oeste somadas.

No tocante à formação dos docentes, o Currículo Lattes é capaz de armazenar a trajetória acadêmica informada, em todas as modalidades⁷ de ensino: a) Educação básica; b) Ensino superior; c) Pós-graduação *lato-sensu*; e d) Pós-graduação *stricto-sensu*. Por não serem considerados títulos acadêmicos⁸, os cursos de Pós-doutorado (ou estágio pós-doutoral) não são armazenados nesta seção do *lattes*. Optamos, portanto, em levantar os dados de

⁷ O Art. 21 da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) define as modalidades de educação e ensino como: I - educação básica, formada pela educação infantil, ensino fundamental e médio; e II – ensino superior (BRASIL, 1996).

⁸ Disponível em: <https://tinyurl.com/posdoctor>

graduação do docente (sua primeira titulação) e de doutorado (primeira titulação). A tabela 3, a seguir, apresenta a distribuição quantitativa desses dados.

Tabela 3 – Distribuição quantitativa da amostra por formação (graduação e doutorado).

Graduação	n	%	Doutorado	n	%
Administração	565	43,83%	Administração	755	57,68%
Economia	127	9,85%	Engenharia de Produção	139	10,62%
Demais Engenharias	102	7,91%	Economia	98	7,49%
Ciências Contábeis	69	5,35%	Ciências Sociais	43	3,28%
Psicologia	49	3,80%	Ciências Contábeis	35	2,67%
Computação/TI	43	3,34%	Demais Engenharias	32	2,44%
Engenharia de Produção	38	2,95%	Ciência Política	29	2,22%
Comunicação Social	34	2,64%	Psicologia	28	2,14%
Licenciaturas	29	2,25%	Educação	23	1,76%
Engenharia Civil	29	2,25%	Agronegócios/Agronomia	19	1,45%
Ciências Sociais	28	2,17%	Ciência da Informação	8	0,61%
Engenharia Mecânica	26	2,02%	Direito	6	0,46%
Matemática	25	1,94%	Ciências da Computação	5	0,38%
Direito	22	1,71%	Desenvolvimento Sustentável	3	0,23%
Agronomia	19	1,47%	Estatística	3	0,23%
Engenharia Elétrica	18	1,40%	Recursos Naturais	3	0,23%
Outros	18	1,40%	Turismo e Hotelaria	2	0,15%
Estatística	13	1,01%	História	2	0,15%
Filosofia	12	0,93%	Filosofia	2	0,15%
Turismo	6	0,47%	Desenvolvimento Regional	2	0,15%
Medicina	4	0,31%	Ciências Agrárias	2	0,15%
Arquitetura e Urbanismo	4	0,31%	Letras	2	0,15%
Zootecnia	3	0,23%	Ciências da Comunicação	2	0,15%
Desenho Industrial	2	0,16%	História Social	2	0,15%
Nutrição	2	0,16%	Comunicação Social	2	0,15%
Serviço Social	2	0,16%	Comunicação e Semiótica	2	0,15%
			Desenvolvimento Rural	2	0,15%
			Outros	58	4,43%
	1289	100%		1309	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Para que fosse possível realizar o agrupamento dos dados para a construção da tabela, foi necessária a realização de um tratamento no conjunto de dados, visando a sua uniformização. Como informamos no capítulo da metodologia, os campos livres do currículo *lattes* permitem a inserção manual de dados sem que haja nenhum tipo de validação e/ou revisão. Com isso, identificamos a ocorrência dos mesmos valores grafados de forma divergente (“Administração”, “Administração”, “Administracao” etc), com terminologias diferentes para o mesmo curso (“Administração”, “Bacharelado em Administração”,

“Administração de Empresas” etc). O tratamento aplicado analisou e consolidou cursos de graduação como Administração, Economia, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção, e de doutorado como Administração, Engenharia de Produção, Economia, Ciências Sociais e Ciências Contábeis. Alguns cursos de graduação que apresentaram pouca incidência e possuem uma base de formação em comum foram agrupados, como as Demais Engenharias (Engenharia de Minas, Florestal, Química e de Telecomunicações e demais), as Licenciaturas (Letras, História, Geografia, Pedagogia e demais). O mesmo ocorreu para os cursos de doutorado com pouca incidência, que foram agrupados como Outros.

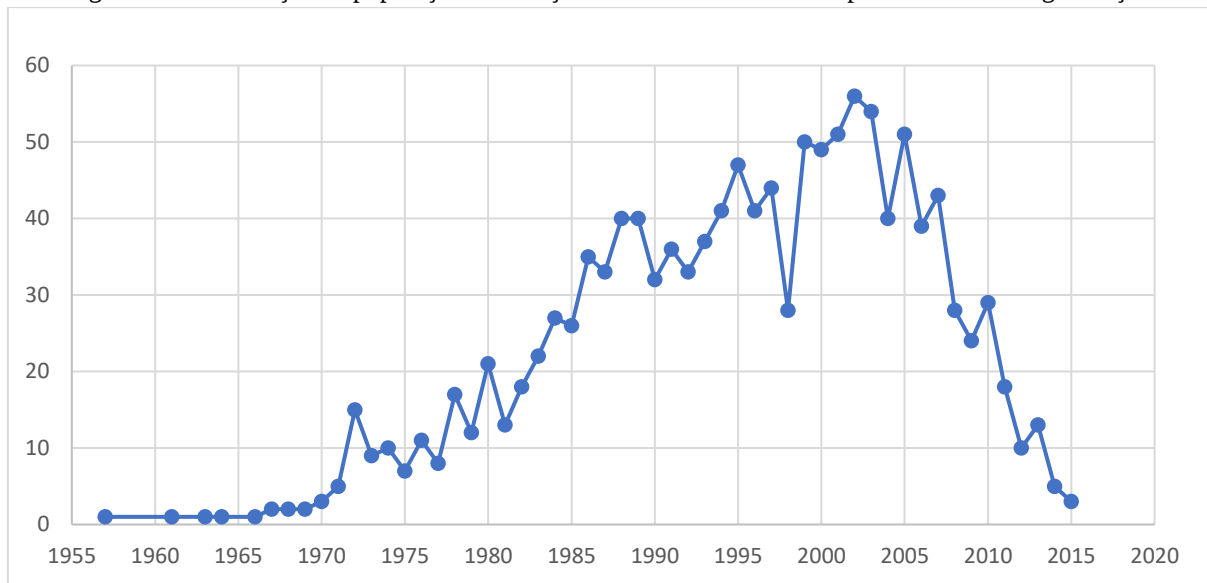
É importante destacar que o total de cursos de graduação cadastrados (1289) é inferior ao número total de professores participantes do estudo. Isso ocorre porque alguns docentes optam por incluir no currículo apenas as titulações *Stricto-Sensu*.

Uma vez classificados, os dados apontam para uma maior concentração de graduados (565 | 43,83%) e de doutores (755 | 57,68%) em cursos de Administração. Tal resultado era esperado, considerando o alinhamento natural da formação acadêmica e de carreira destes profissionais. Os cursos ocupantes dos outros 5 primeiros lugares são, respectivamente: Economia (127 | 9,85%), Demais Engenharias (102 | 7,91%), Ciências Contábeis (69 | 5,35%) e Psicologia (49 | 3,80%).

Já os cursos de doutorado que acompanham a Administração nos 5 primeiros lugares são: Engenharia de Produção (139 | 10,62%), Economia (98 | 7,49%), Ciências Sociais (43 | 3,28%) e Ciências Contábeis (35 | 2,67%).

Ainda em relação aos cursos de graduação e de doutorado analisados no estudo, representamos graficamente a distribuição da população em relação ao ano de graduação (Figura 5) e ao ano de doutoramento (Figura 5), que serão discutidos a seguir.

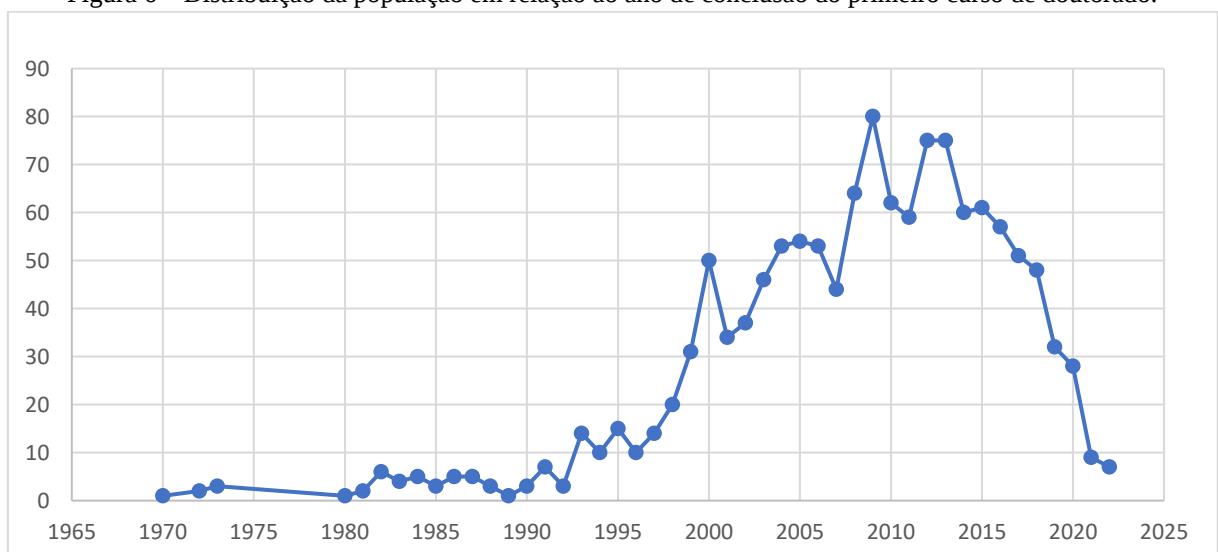
Figura 5 – Distribuição da população em relação ao ano de conclusão do primeiro curso de graduação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Os dados referentes ao ano de graduação demonstram que apenas 1 indivíduo (0,000775%) representa a graduação mais antiga (1957) e 3 indivíduos (0,0023%) fazem parte do grupo de formados mais recentes (2015). A maior amplitude identificada nesta distribuição ocorre no ano de 2002 (56 | 4,34%). O período que compreende os anos de 1995 e 2002 foram marcados por diversos eventos que afetaram diretamente a educação superior brasileira, como a privatização e o fortalecimento de IES privadas, por parte do Governo Federal, e a criação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB), que favoreceu a expansão e reorganização da educação superior pública no País (MISSIO; LOPES; RENOVATO, 2011).

Figura 6 – Distribuição da população em relação ao ano de conclusão do primeiro curso de doutorado.



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Em relação aos dados referentes ao ano de doutoramento, a figura 5 apresenta 1 docente (0,000763%) com titulação mais antiga (1970) e 7 docentes (0,534%) que obtiveram o título de doutor no ano de 2022. A distribuição apresenta a mesma característica de crescimento observado a partir do ano de 1995, alinhado aos processos de expansão e fortalecimento da educação superior brasileira (MISSIO; LOPES; RENOVATO, 2011).

4.2 RELAÇÃO PROFISSIONAL ENTRE ACADEMIA E MERCADO

Uma vez construído o perfil dos docentes, a partir das informações obtidas por meio do currículo *lattes*, partimos buscando compreender as possíveis relações entre as experiências profissionais dos docentes nos ambientes de academia e de mercado. Os dados quantitativos que tratam dessa relação foram submetidos a uma análise descritiva e seus resultados podem ser observados na tabela 4 a seguir.

Tabela 4 – Análise descritiva das variáveis quantitativas

	mean	median	std	min	max
Ano-Graduação	1995	1996	10,39	1957	2015
Ano-Doutorado	2008	2009	8,23	1970	2022
Qacad	24	20	17,29	1	141
Tacad	55.188	42.658	48.262	1885	519.760
Qmercado	5	4	4,88	0	47
Tmercado	7.906	4.613	10.831,11	0	161.089

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Baseado nos resultados obtidos, a partir da análise descritiva, podemos observar diferenças significativas entre as medidas centrais (médias e medianas) das variáveis, como ocorre nas relacionadas ao número de vínculos acadêmicos (*median* = 20) e de mercado (*median* = 4), mas, de forma ainda mais discrepante entre o tempo de duração dos vínculos acadêmicos (*median* = 42.658) e o tempo de duração dos vínculos de mercado (*median* = 4.613). O tempo observado nos vínculos acadêmicos é 824,73% maior quando comparado ao tempo dos vínculos de mercado. Esse resultado aponta para o nosso pressuposto e pode ser um dos motivos da redução de relevância prática produzida por nossas pesquisas.

Cabe, ainda, destacar que do total de 1309 participantes deste estudo, 139 (10,61%) não possuem nenhum vínculo de mercado. A configuração da jornada profissional desses docentes se resume a profissionais que fizeram sua formação de graduação, mestrado e doutorado de forma encadeada (sem pausas) e logo em seguida ingressaram imediatamente na carreira docente. Por estarem efetivamente imersos no ritmo de produção de pesquisa, o ambiente da pós-graduação, como referência principal de pesquisa nos ambientes acadêmicos, acaba por se tornar mais atrativo a estes professores.

Partindo da análise descritiva das variáveis, decidimos submetê-las a testes estatísticos que pudessem apontar relações de dependência (correlações) entre seus valores. Para auxiliar na seleção do teste mais adequado, submetemos as seis variáveis ao teste de *Kolmogorov-Smirnov*, que apresentou p-valor < 0.05 nas seis variáveis, apontando para a não normalidade dos dados. Esse resultado também pode ser verificado a partir da análise dos histogramas de cada variável.

As variáveis foram então submetidas à verificação de correlação, utilizando o coeficiente de correlação de Spearman, conforme apresentado na tabela 5, a seguir.

Tabela 5 – Análise de correlação entre as variáveis (utilizando a correlação de Spearman)

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.805927	1				
Qacad	-0.024963	-0.126343	1			
Tacad	-0.398113	-0.522867	0.760597	1		
Qmercado	-0.080949	-0.033889	0.372435	0.274996	1	
Tmercado	-0.301089	-0.252772	0.372002	0.439205	0.785393	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

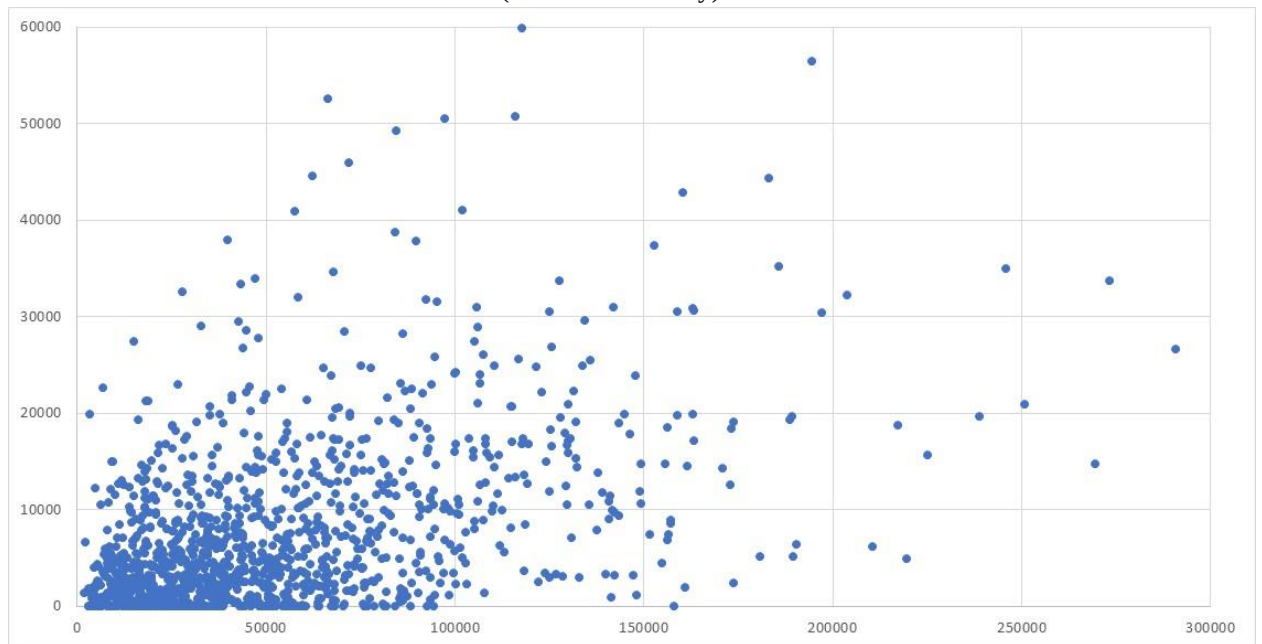
Optamos por não utilizar o coeficiente de correlação de Pearson neste caso, por entender que tais variáveis não apresentam normalidade em suas distribuições. Além disso, por não se tratar de variáveis contínuas, os valores presentes nas variáveis passaram a ser considerados como postos. A correlação de Spearman torna-se mais adequado neste caso,

dada a sua ausência de sensibilidade a assimetrias na distribuição das variáveis ou da presença de *outliers*⁹ (SOUSA, 2019).

O resultado do teste preliminar, envolvendo todas as variáveis, apontou para correlações positivas fortes entre variáveis que possuem relação direta clara, como é o caso do tempo de experiências acadêmicas e a quantidade de experiências acadêmicas. Por se tratar de um mesmo indicador (experiências acadêmicas), sua correlação forte já era esperada e, por isso, tais resultados não foram considerados.

Por outro lado, foi possível identificar uma correlação positiva moderada entre as variáveis Tacad e Tmercado ($Rho = 0.439205$). A correlação pode ser validada estatisticamente por meio do teste do p-valor, que apresentou resultado de $2.2e-16$ para um nível de significância de 0.05. A figura 7 a seguir apresenta a dispersão dos dados nas variáveis Tacad e Tmercado. A partir da dispersão é possível negar a existência de linearidade entre essas duas variáveis, assim como algum outro tipo de padrão presente na correlação.

Figura 7 – Dispersão da população em relação ao Tempo de Academia (Tacad = eixo x) e Tempo de Mercado (Tmercado = eixo y).



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir deste resultado, decidimos repetir os testes de correlação de Spearman, desta vez realizando segmentações planejadas nas demais variáveis que compõem o estudo,

⁹ *Outliers* são valores considerados atípicos, que destoam significativamente dos demais valores presentes na amostra/população de dados. Em alguns casos, do ponto de vista estatístico, podem ser considerados como produto de um erro de observação ou de arredondamento (MORETTIN; BUSSAB, 2017).

buscando analisar o comportamento da relação entre as variáveis Tacad e Tmercado nos cenários segmentados e, com isso, identificar novos resultados que nos levassem a novas análises.

Dividimos as variáveis em grupos segmentados. O primeiro grupo a ser analisado representa o segmento de cursos de graduação com maior incidência. A primeira matriz (tabela 6) apresenta correlação entre as variáveis, cujos dados incluem apenas docentes graduados em Administração.

Tabela 6 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Administração

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-CONCLUSAO	1					
ANO-DE-CONCLUSAO2	0.827212	1				
Qacad	-0.032518	-0.141769	1			
Tacad	-0.434303	-0.563621	0.762949	1		
Qmercado	-0.069875	-0.026933	0.342925	0.246145	1	
Tmercado	-0.325509	-0.280269	0.316846	0.397577	0.774052	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Analisando as variáveis de tempo e quantidade de vínculos de academia e mercado, é possível perceber uma pequena redução dos índices de correlação, se comparados à matriz não segmentada. A relação entre Tacad e Tmercado permanece sem apresentar uma variação significativa, com valor $Rho = 0.397577$ e teste de p-valor acusando um resultado menor que $2.2e-16$ para este índice, o que garante a presença de correlação, ainda que moderada.

O resultado da análise deste segmento era, em certa medida, esperado, uma vez que os docentes que possuem a graduação em Administração representam quase 50% da população estudada

Tabela 7 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Demais Engenharias

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.678019	1				
Qacad	0.064569	-0.152006	1			
Tacad	-0.270010	-0.443582	0.841521	1		
Qmercado	-0.143862	-0.108257	0.444248	0.423415	1	
Tmercado	-0.359452	-0.363166	0.422810	0.547212	0.758886	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A tabela 7 apresenta correlação entre as variáveis, cujos dados incluem apenas docentes graduados nas demais engenharias. É possível perceber que os índices resultantes das correlações entre academia e mercado apresentam aumento, chegando a ser considerados como correlações moderadas positivas. O teste para a correlação das variáveis Tmercado e Tacad resulta $Rho = 0.547212$ e um p-valor $< 4.18e-06$, reforçando a hipótese de presença de correlação.

O estudo de Laudares (2010), que analisou a adoção da docência no ensino superior como atividade profissional por engenheiros, a partir um grupo de docentes e das suas representações, indicou que alguns participantes do estudo mantinham vínculos profissionais na área de engenharia, identificando-se, para a pesquisa, como engenheiro ou como engenheiro e professor. Apenas os docentes que atuavam exclusivamente como professores identificavam a atividade profissional da docência. A ida ao setor produtivo e/ou a sua manutenção por profissionais da engenharia, segundo o estudo, está relacionado ao contexto econômico que se apresentava favorável à profissão, fazendo com que muitos buscassem o mercado como principal fonte de renda.

Tabela 8 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de graduação = Economia

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.846522	1				
Qacad	0.008769	-0.058527	1			
Tacad	-0.359130	-0.431454	0.772392	1		
Qmercado	-0.029549	0.059187	0.404784	0.389711	1	
Tmercado	-0.216179	-0.118681	0.435939	0.541528	0.807073	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A tabela 8 analisa a correlação entre as variáveis, cujos dados incluem apenas docentes graduados nos cursos de Economia/Ciências Econômicas. É possível perceber que os índices resultantes das correlações entre academia e mercado também sinalizam um discreto aumento, chegando a ser considerados como correlações moderadas positivas. O teste para a correlação das variáveis Tmercado e Tacad resulta $Rho = 0.541528$ e um p-valor = $3.436e-11$, reforçando a hipótese de presença de correlação.

É possível identificar um alinhamento em relação ao coeficiente de correlação entre os três segmentos analisados, referente à formação de graduação, e a correlação total da variável.

O próximo grupo a ser analisado se refere ao segmento de formação em nível de doutorado, onde foram selecionados os 3 cursos com maior incidência entre a população do estudo: 1) o doutorado em Administração; 2) em Engenharia de Produção; e 3) em Economia. A tabela 9 apresenta a matriz de correlação para o curso de doutorado em Administração.

Tabela 9 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Administração

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.818276	1				
Qacad	-0.081485	-0.197583	1			
Tacad	-0.474246	-0.609095	0.767615	1		
Qmercado	-0.148145	-0.077056	0.358292	0.284012	1	
Tmercado	-0.394444	-0.309665	0.371079	0.461615	0.770446	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A matriz de correlação gerada a partir dos dados segmentados por curso de doutorado em Administração, identificada na Tabela 09, aponta para uma correlação entre as variáveis Tacad e Tmercado resultando em $Rho = 0.461615$ e $p\text{-valor} < 2.2e-16$. O valor da correlação para o segmento de doutorado em Administração se apresenta maior que o segmento do curso de graduação. Este aumento pode estar relacionado com a quantidade de docentes doutores em administração (755) ser 33,62% maior que a quantidade de graduados em Administração (565) identificados na população.

Já a Tabela 10 apresenta os dados do teste de correlação das variáveis, segmentados pelo curso de Engenharia da Produção.

Tabela 10 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Engenharia de Produção

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.804064	1				
Qacad	-0.142308	-0.183053	1			
Tacad	-0.446780	-0.509693	0.813279	1		
Qmercado	0.033537	0.032904	0.218162	0.132890	1	
Tmercado	-0.333174	-0.295127	0.328895	0.417416	0.755407	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O teste resultou em um pequeno número de correlações com alguma força significativa, sendo apenas a junção das variáveis que aparece com $Rho = 0,417416$, considerado um coeficiente de correlação moderado. Verificando a significância estatística do teste, a partir do $p\text{-valor} = 2.884e-07$ é possível afirmar que existe uma correlação estatisticamente significativa entre as variáveis do segmento.

Tabela 11 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por curso de doutorado = Economia

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.892560	1				
Qacad	0.098544	0.024878	1			
Tacad	-0.253549	-0.338968	0.791092	1		
Qmercado	-0.071627	-0.123859	0.506157	0.521801	1	
Tmercado	-0.163928	-0.200611	0.501706	0.574409	0.854574	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A matriz de correlação apresentada na tabela 11 corresponde às variáveis segmentadas pelo ultimo grupo de cursos, o de doutorado em Economia. Este segmento apresentou o valor mais alto em relação à correlação das variáveis Tmercado e Tvalor, com $Rho = 0.574409$. O teste do p-valor apontou novamente resultado $p\text{-valor} = 4.14e-10$, apontando para significância estatística presente na correlação.

Apesar do valor mais alto, este segmento apresenta quantitativos menores em relação ao teste geral, não segmentado e em relação aos demais segmentos. A mediana da variável Tmercado, por exemplo, apresentou segmento resultando em 3.651,50. O valor máximo de amplitude alcançou 63.955 e a média resultou em 6.854. Ainda assim, os valores convergem

Buscamos identificar outras correlações que pudessem existir a partir de outros segmentos. Aqui serão analisadas as correlações identificadas nos segmentos das 3 regiões do país, onde foi observada a maior incidência de professores vinculados aos PPGs.

Tabela 12 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Sudeste

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.809279	1				
Qacad	0.024896	-0.053260	1			
Tacad	-0.360150	-0.469765	0.765878	1		
Qmercado	-0.077464	-0.003516	0.383175	0.289652	1	
Tmercado	-0.299531	-0.234877	0.395132	0.456171	0.771359	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A tabela 12 apresenta a matriz de correlação entre as variáveis, segmentadas pelos dados dos docentes vinculados à região Sudeste. É possível verificar que o índice de correlação segue alinhado com os demais segmentos estudados até aqui, apresentando $Rho = 0.456171$ e $p\text{-valor} = < 2.2e-16$. A região apresenta os dados a seguir relacionados à variável Tmercado: uma mediana no valor de 5.268,50, média de 8.866,11 e uma amplitude de 161.089. A região Sudeste é a que atualmente conta com o maior número de programas de pós-graduação, assim como algumas das mais tradicionais e antigas escolas do Brasil, o que o torna um dos maiores centros de produção de pesquisa no país.

Tabela 13 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Sul

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.843528	1				
Qacad	-0.079637	-0.187848	1			
Tacad	-0.445415	-0.548770	0.756993	1		
Qmercado	-0.099409	-0.105175	0.365392	0.291258	1	
Tmercado	-0.328092	-0.281701	0.317569	0.412732	0.797912	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A matriz de correlações aponta para o resultado de Tacad e Tmercado seguindo o alinhamento com os demais testes, apresentando $Rho = 0.412732$ e $p\text{-valor} < 2.2e-16$. Como

podemos observar na seção anterior, a região sul é a segunda maior em números de PPGs ativos (23) e em números de docentes vinculados aos PPGs (366).

Tabela 14 – Análise de correlação entre as variáveis, segmentadas por região = Nordeste

	ANO-DE-GRADUACAO	ANO-DE-DOUTORADO	Qacad	Tacad	Qmercado	Tmercado
ANO-DE-GRADUACAO	1					
ANO-DE-DOUTORADO	0.826107	1				
Qacad	-0.085609	-0.130796	1			
Tacad	-0.442058	-0.537795	0.784091	1		
Qmercado	-0.042458	0.004161	0.381408	0.266728	1	
Tmercado	-0.300248	-0.270066	0.425321	0.484368	0.792156	1

Legenda: **Qacad**: Quantidade de eventos listados como vínculos acadêmicos (considerando IES, Institutos Federais ou equivalentes e comitês editoriais); **Tacad**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais acadêmicas; **Qmercado**: Quantidade de eventos profissionais no setor produtivo; **Tmercado**: Somatório do tempo (em dias) de todas as experiências profissionais no setor produtivo (não acadêmicas).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Por fim, a tabela 14 apresenta os valores presentes na matriz de correlação das variáveis segmentadas pela região Nordeste. O valor do coeficiente da correlação apresenta discreto aumento ($Rho = 0.484368$), mas continuando alinhado aos demais como uma correlação moderada. A significância estatística permanece conferindo correlação às variáveis segmentadas, com $p\text{-valor} = 4.719e-16$.

Apesar de identificarmos um alinhamento nos testes de correlação realizados nas variáveis do conjunto geral e nos segmentos, não foi possível identificar um padrão que justificasse as correlações. É importante frisar ainda que apenas o estudo das correlações por não é capaz de conferir causalidade às variáveis analisadas, sendo necessário buscar outras alternativas de análise para conhecimento mais específico deste fenômeno.

Alguns fatores são igualmente importantes e devem ser mencionados ao término desta seção. O primeiro deles é o fato de que existe a possibilidade de algumas experiências profissionais não terem sido incluídas no currículo *lattes* dos professores, seja por considerar um vínculo antigo ou pouco relevante para a academia. Este último motivo, inclusive, está alinhado com o fato de o currículo *lattes* ainda ter um direcionamento voltado quase que exclusivamente para a academia.

Um outro ponto que inviabiliza a aquisição de novos vínculos profissionais no mercado é a política de dedicação exclusiva (DE), principalmente quando se trata de vínculo com IES pública. O professor contratado sob o regime de DE percebe uma remuneração

significativamente maior que o docente pertencente ao regime de 40 horas semanais (T-40), por exemplo. Com poucas exceções, principalmente observadas em áreas com atual supervalorização no mercado, como a área de Tecnologia da Informação e as Engenharias, muitos docentes não cogitam a possibilidade de mudar de regime de contratação, por entender que terão uma redução significativa nos seus rendimentos, sem alteração no ritmo de trabalho, que sofrerá pouca alteração para o caso de saída do regime de DE para o regime T-40.

4.3 ASPECTOS DO GERENCIAMENTO DE IMPRESSÕES NA TRAJETÓRIA DOCENTE/PESQUISADOR

Os resultados obtidos nas seções anteriores apontam para um grupo de docentes, vinculados a Programas de Pós-Graduação em Administração no Brasil, que, em sua maioria apresenta pouca ou nenhuma vivência no setor produtivo. Essa configuração nos leva a considerar que a pouca experiência profissional no mercado pode estar relacionada com a pouca habilidade em endereçar relevância na pesquisa prática, mesmo para docentes que tiveram uma excelente formação acadêmica.

Por outro lado, o discurso pró-relevância (NICOLAI; SEIDL, 2010; MOLESWORTH; SCULLION; NIXON, 2011) tem ganhado cada vez mais adesão entre os profissionais docentes, reforçando a necessidade de que as pesquisas práticas desenvolvidas na academia alcancem efetivamente seus públicos (LIMA; WOOD JR., 2014).

Além disso, existe a discussão amplamente presente no campo da pesquisa prática em Administração relacionada à redução do *gap* entre teoria e prática (LAZZARINI, 2017). Para que essa discussão tenha impacto concreto, é fundamental que os envolvidos conheçam os contextos nos quais suas pesquisas se inserem ou os espaços em que seus resultados serão aplicados.

A teoria do Gerenciamento de Impressões (GI) oferece uma lente para abordar essa discrepância. De um lado, destaca-se o docente que adota uma postura ativa como defensor e promotor da pesquisa prática relevante, buscando sua aplicação efetiva no setor produtivo ou na comunidade. Por outro lado, há o docente que, na prática, desconhece os contextos reais desses espaços, o que pode ser analisado por meio das dimensões e estratégias do GI, que moldam como somos percebidos e reconhecidos pela audiência.

Embora os achados deste estudo não permitam afirmações conclusivas sobre a relação entre a teoria e o comportamento efetivo dos docentes analisados, a teoria do GI oferece uma possível explicação para a existência e perpetuação dessas discrepâncias.

Analisar a postura do professor, nesse cenário, a partir da lente teórica do gerenciamento de impressões, permite identificar traços de dimensões e de estratégias de GI que respaldem o comportamento do professor e, ainda assim, que sirvam como ponto de alerta para as novas discussões sobre relevância prática de pesquisa.

Considerando o perfil dos docentes e suas relações profissionais, sejam elas acadêmicas ou no setor produtivo, prévias ou adquiridas após o ingresso na academia, trataremos a partir deste ponto sobre como o gerenciamento de impressões pode estar presente na atuação desses docentes junto aos programas de pós-graduação. Iniciaremos essa discussão tratando sobre os aspectos de dimensões do gerenciamento de impressões.

4.3.1 Dimensões do Gerenciamento de Impressões Acessadas na Atuação Docente

A primeira dimensão trata da intencionalidade. Buscamos identificar a intencionalidade presente na atuação do professor em seu ambiente profissional. Neste contexto, Leary (1996) aponta para a possibilidade de construção de uma intencionalidade, por parte do ator, na impressão formada pela audiência (a que ele chama de impressão calculada) e a impressão chamada de secundária, onde a impressão do indivíduo é formada sem que ele tenha intenção de que isso aconteça.

Na relação docente-aluno, visando o endereçamento de relevância e a consequente produção de pesquisa efetivamente relevante, dentro do ambiente dos PPGs, podemos considerar uma formação de impressão secundária, onde, provavelmente, a impressão sobre o docente, formada pelo aluno, acontece de forma natural, sem a intencionalidade por parte do docente.

Quando tratamos de questões relacionadas à dimensão do comportamento assertivo ou defensivo, tratamos atitudes iniciadas pelo ator e voltadas a melhorar a imagem sua imagem ou de atitudes ativadas a partir de um momento de crise, para proteger uma imagem já existente.

Neste aspecto, a ausência de experiências profissionais no setor produtivo pode demandar que o docente acione um comportamento assertivo, no sentido de fazer uso de técnicas que impulsionem positivamente a sua imagem enquanto docente endereçador de relevância de pesquisa.

As técnicas voltadas para a autopromoção podem ser utilizadas no sentido de construir um comportamento assertivo. A autopromoção está relacionada a capacidade de destacar pontos positivos sobre si, na tentativa de construir uma imagem adequada (BANDE et al.,

2019). É possível identificar na literatura trabalhos que apontam vantagens no uso da autopromoção como ferramenta para construção de imagem, mas, essa atividade realizada em excesso pode fazer com que quem utiliza a técnica consiga construir uma imagem negativa de si para os outros (BARASCH et al., 2014). É o caso de pequenos movimentos do docente, como a constante exposição de conquistas, premiações, publicações etc. Uma vez que eles se tornam constantes, podem criar uma imagem negativa relacionada a ele.

Em relação ao comportamento tático ou estratégico, estes buscam a construção de características e alcance de objetivos a curto e a longo prazo, respectivamente.

O comportamento tático, buscando a construção e alcance de objetivos a curto prazo é comumente associado na literatura ao comportamento assertivo, visando a construção da imagem. As tomadas de decisão relacionadas a que propostas de pesquisa desenvolver, delineamentos mais pontuais de pesquisas podem ser produzidos a partir de técnicas utilizadas com o foco no alcance do objetivo de imprimir uma imagem a curto prazo, reforçando, com isso, a produção da imagem do docente frente aos demais participantes do ambiente do PPG.

Por último, a dimensão que trata da autenticidade que corresponde ao valor verificado em que a atuação condiz com o autoconceito do ator. A caracterização de Goffman (2014), nesse sentido, busca identificar, a partir do que o indivíduo utiliza como autoapresentação, se ele, de fato, acredita na imagem/identidade que ele representa ou se aquela representação é acompanhada por manifestações de auto descrença.

4.3.2 Estratégias de Gerenciamento de Impressões Utilizadas na Atuação Docente

Para entendermos como os docentes podem acessar e utilizar estratégias de GI em sua atuação docente, é necessário identificá-lo como ator, e compreender todos aqueles com quem o ator constrói interações sociais e relações de poder.

As relações produzidas pelo ator (docente) dentro do palco (universidade/comunidade) são capazes de definir quais as impressões da audiência podem (ou necessitam) ser gerenciadas, buscando, assim, a “garantia” de que a sua imagem será associada à de alguém competente, estimado, poderoso (DIDIER; MENDONÇA, 2007).

Neste estudo, analisaremos a utilização de estratégias de GI por parte dos atores/docentes, em suas principais interações sociais, que se caracterizam como sua audiência, no palco do endereçamento de relevância, a saber: 1. A atuação do docente frente à sua Instituição de Ensino Superior e/ou ao seu Programa de Pós-Graduação; 2. A atuação do docente frente aos pares, colegas de departamento ou de PPG; 3. A atuação do docente frente

ao(s) seu(s) orientando(s); e 4. A atuação do docente frente à comunidade e/ou ao setor produtivo. Ao compreendermos tais interações, e suas possibilidades de uso do gerenciamento de impressão, teremos condições de discutir os seus possíveis impactos no processo de endereçamento de relevância de pesquisa.

4.3.2.1 Atuação Docente Frente à Organização

Dentro da estrutura universitária, a relação do professor com a organização abrange tanto as interações com os gestores acadêmicos quanto o cumprimento das exigências institucionais. O gerenciamento de impressão nessa esfera envolve a conformidade com normas, a busca por desempenho acadêmico e de pesquisa que eleve a instituição em rankings e a demonstração de competência na administração de programas e cursos.

Segundo Leary e Kowalski (1990), os professores precisam gerenciar sua imagem de acordo com as expectativas institucionais de produtividade científica, captação de recursos e qualidade do ensino. Professores que adotam estratégias de autopromoção buscam projetar uma imagem de alta competência e alinhamento com as metas institucionais. A publicação em periódicos de alto impacto, a participação em comissões internas e a condução de projetos inovadores são exemplos de práticas que servem para fortalecer a imagem do docente dentro da organização.

Além disso, em algumas universidades, o professor pode ser visto como parte de um processo de “branding acadêmico” da instituição, o que pode gerar uma pressão adicional para o gerenciamento de sua imagem pessoal (MOLESWORTH; NIXON; SCULLION, 2011). Nesse contexto, o professor precisa equilibrar a conformidade com as normas institucionais e a expressão de sua própria identidade acadêmica.

As estratégias identificadas na relação entre o docente e a organização envolvem, portanto:

- a) **Autopromoção:** Para garantir reconhecimento institucional e ascensão na carreira, muitos professores recorrem à autopromoção, destacando suas conquistas acadêmicas, como publicações em periódicos de alto impacto, projetos de pesquisa financiados e prêmios recebidos. Essa estratégia visa apresentar o professor como competente e produtivo, alinhado aos indicadores de desempenho da instituição (LEARY; KOWALSKI, 1990).
- b) **Exemplificação:** Professores frequentemente utilizam exemplificação, projetando uma imagem de moralidade e dedicação ao aderirem a comissões internas, assumirem

responsabilidades administrativas e se envolverem em projetos sociais que demonstram seu compromisso com a instituição e seus valores.

- c) **Insinuação:** Em alguns casos, professores podem empregar a insinuação, tentando agradar gestores e líderes acadêmicos com o objetivo de ganhar favores ou facilitar promoções. Essa estratégia pode incluir elogios e gestos de colaboração com figuras de poder dentro da instituição.

4.3.2.2 Atuação Docente Frente aos Pares

A interação entre os professores em programas de pós-graduação também demanda estratégias de gerenciamento de impressão, especialmente na construção e manutenção de relações de prestígio e colaboração.

O gerenciamento de impressão frente aos pares frequentemente envolve a capacidade dos docentes de moderar a exibição de suas conquistas para não parecerem excessivamente arrogantes, mas ainda assim, deixam que seus resultados falem por si. A participação em conferências acadêmicas, o estabelecimento de redes colaborativas e a coautoria de artigos são práticas que podem tanto fortalecer o capital acadêmico quanto projetar uma imagem de colaboração e abertura intelectual.

Além disso, a competição por financiamentos e a busca por reconhecimento em premiações científicas exigem um balanceamento cuidadoso entre a necessidade de autopromoção e o reconhecimento dos méritos de seus pares, de modo a evitar conflitos e tensões interpessoais.

Entre os pares, o gerenciamento de impressão se mostra essencial para assegurar respeito e prestígio no campo acadêmico, onde a reputação é fundamental para o estabelecimento de colaborações e o avanço na carreira. As estratégias de GI identificadas na relação entre o docente e os pares apontam para:

- a) **Autopromoção:** Professores frequentemente utilizam autopromoção em conferências, reuniões acadêmicas e redes de colaboração, destacando suas pesquisas e contribuições para a área. A autopromoção é uma forma de garantir que seus pares os percebam como especialistas respeitados em seus campos de atuação, solidificando sua posição no meio acadêmico.
- b) **Exemplificação:** Ao participar de projetos colaborativos, coautoria de artigos e eventos acadêmicos, o docente projeta uma imagem de comprometimento com o avanço da ciência e da colaboração entre colegas. Essa estratégia é especialmente relevante em

grupos de pesquisa, onde a cooperação pode gerar novas oportunidades de financiamento e publicações.

- c) **Insinuação:** Professores também podem utilizar insinuação ao lidar com colegas mais experientes ou influentes, buscando estabelecer uma relação de cordialidade e, potencialmente, abrir portas para colaborações ou recomendações futuras. Esse tipo de tática pode ser sutil, baseada em elogios e suporte mútuo.
- d) **Intimidação:** Embora menos frequente, alguns professores podem recorrer à intimidação para manter sua posição de autoridade ou respeito frente a pares, adotando uma postura mais crítica ou distante, especialmente quando ocupam cargos de liderança ou chefia em departamentos acadêmicos.

4.3.2.3 Atuação Docente Frente ao Orientando

O relacionamento entre professor e orientando em programas de pós-graduação envolve uma dinâmica complexa de gerenciamento de impressão, onde o professor desempenha o papel de mentor, avaliador e, em certa medida, supervisor. O gerenciamento de impressão nesse contexto pode ser caracterizado por um equilíbrio entre autoridade e apoio (GOFFMAN, 1959).

Professores frequentemente buscam projetar uma imagem de confiabilidade e acessibilidade, de modo que os orientandos se sintam confortáveis em buscar orientação, mas sem comprometer a percepção de autoridade e competência (COLLINS; COOPER, 2014). Para tal, o professor pode buscar demonstrar autenticidade na relação, permitindo que o orientando veja suas vulnerabilidades como pesquisador, ao mesmo tempo em que estabelece claramente as expectativas de desempenho.

Estratégias de autopromoção também são utilizadas, uma vez que o professor busca ser percebido como alguém capaz de oferecer oportunidades de crescimento acadêmico e inserção no mercado de trabalho. Isso inclui a promoção de publicações conjuntas, o envolvimento em projetos financiados e o apoio na obtenção de bolsas e financiamentos para o orientando.

Na relação entre docente e orientando, emergem a utilização das estratégias de GI listadas a seguir:

- a) **Exemplificação:** Muitos professores buscam projetar uma imagem de modelo a ser seguido, demonstrando comportamentos de ética acadêmica, dedicação à pesquisa e

comprometimento com o sucesso do orientando. Ao se apresentarem como exemplos de excelência acadêmica, eles inspiram confiança e admiração por parte dos alunos.

- b) **Autopromoção:** Professores podem destacar suas conquistas acadêmicas ao orientando, como forma de reforçar sua autoridade e conhecimento no campo. Ao apresentar um histórico de sucesso profissional, os professores promovem a ideia de que têm a expertise necessária para guiar o aluno ao sucesso.
- c) **Intimidação:** Embora a intimidação não seja uma prática amplamente recomendada em relações pedagógicas, alguns docentes podem utilizá-la indiretamente ao se colocarem em uma posição de autoridade incontestável. Essa postura pode criar uma relação de poder mais desequilibrada, onde o orientando se sente pressionado a alcançar resultados para não decepcionar o orientador.
- d) **Suplicação:** Professores podem, em certas situações, demonstrar vulnerabilidade ou sobrecarga ao compartilhar com o orientando as dificuldades de gerir múltiplas tarefas, como pesquisa, ensino e administração. A suplicação aqui pode criar empatia, ajudando a humanizar o professor, tornando-o mais acessível e, ao mesmo tempo, moderando as expectativas que os orientandos possam ter.

4.3.2.4 Atuação Docente Frente à Comunidade/Setor Produtivo

O relacionamento com a comunidade acadêmica mais ampla e o setor produtivo é outro espaço no qual o gerenciamento de impressão se torna crucial. O professor que atua em programas de pós-graduação muitas vezes é avaliado não apenas por suas contribuições científicas, mas também por sua capacidade de gerar impacto fora da academia. Aqui, o gerenciamento de impressão está relacionado à construção de uma imagem de relevância social e inovação.

Para lidar com essa expectativa, os professores podem empregar estratégias de autopromoção e exemplificação (JONES; PITTMAN, 1982), demonstrando como suas pesquisas contribuem para o desenvolvimento tecnológico, a solução de problemas sociais ou a melhoria de práticas industriais. Ao publicar em periódicos de ampla circulação, dar entrevistas na mídia ou estabelecer parcerias com empresas e organizações, os professores buscam projetar uma imagem de profissional engajado e relevante.

Essa atuação também envolve o manejo de uma imagem de neutralidade acadêmica e objetividade científica, especialmente ao colaborar com setores produtivos, onde a pressão por resultados práticos pode, em alguns casos, entrar em conflito com os valores acadêmicos tradicionais de investigação desinteressada e de longo prazo.

Na relação entre o docente e a comunidade e/ou setor produtivo é possível identificar a utilização das seguintes estratégias de GI:

- a) **Autopromoção:** Quando em interação com o setor produtivo, os professores frequentemente utilizam autopromoção para destacar suas pesquisas aplicadas, projetos em andamento e contribuições inovadoras. A autopromoção aqui visa posicionar o professor como um agente relevante para o desenvolvimento tecnológico e social.
- b) **Exemplificação:** Professores podem adotar uma postura de exemplificação ao se engajarem em projetos de impacto social ou tecnológico, mostrando-se como líderes éticos e comprometidos com o bem comum. Essa estratégia é comum em projetos de extensão universitária ou em colaborações com ONGs e governos.
- c) **Insinuação:** Para obter parcerias e financiamentos, os professores podem recorrer à insinuação, utilizando estratégias de construção de relacionamentos e de agradar líderes empresariais ou membros de agências de fomento. A construção de uma rede sólida de contatos frequentemente passa por essas táticas mais sutis.
- d) **Suplicação:** Em alguns momentos, professores podem utilizar a suplicação ao demonstrar a necessidade de apoio financeiro ou institucional para a continuação de suas pesquisas. Isso pode ser visto em momentos de captação de recursos ou ao negociar com o setor produtivo, demonstrando vulnerabilidade ou dependência dos financiamentos externos.

5 CONSIDERAÇÕES

A proposta inicial deste estudo tratava de compreender a relação entre as experiências práticas acadêmicas e de mercado dos docentes de Programas de Pós-Graduação em Administração e o endereçamento de relevância na pesquisa prática realizada por estes docentes nos ambientes dos PPGs do Brasil. Para isso, buscamos investigar o perfil e as relações entre os vínculos de trabalho do docente, em termos de experiência acadêmica e experiência de mercado.

A construção do perfil dos docentes, partindo de dados secundários públicos fornecidos pelos próprios docentes, permitiu identificar características ainda não analisadas, como um pequeno, mas significativo, movimento de migração qualificada de outros países para o Brasil, seja para buscar espaços de qualificação, seja para atuar nos grandes centros de ensino e pesquisa no país.

Foi possível ainda analisar e consolidar a distribuição dos docentes, através dos seus vínculos com PPGs, no Brasil, identificando regiões, estados e IES com maior concentração de docentes vinculados aos seus programas. Conseguimos mapear e identificar algumas alterações em relação a estudos anteriores, como o de Santos, (2017), que analisou o corpo docente dos PPGs em Administração buscando compreender como se dava o aprendizado da prática docente na pós-graduação em Administração.

Conseguimos mapear ainda a formação inicial desses docentes, em relação à primeira graduação e ao primeiro curso de doutorado. Esses grupos foram importantes para que pudessemos analisar as experiências profissionais de forma segmentada, buscando relações entre os grupos.

Quanto às relações de experiências profissionais analisadas, o principal achado está evidenciado na discrepância entre a quantidade de vínculos profissionais e acadêmicos, assim como a diferença entre o tempo dos vínculos acadêmicos e de mercado, evidenciando um movimento de busca pela docência/pesquisa como primeira alternativa para atuação profissional, possivelmente visando garantias de estabilidade e boas remunerações, e deixando de lado a necessidade de se conhecer de perto o *lôcus* onde as pesquisas práticas desenvolvidas no ambiente acadêmico precisam demonstrar sua relevância.

Não é à toa que Gioia (2022) prescreve que praticantes que são descritos nas nossas pesquisas não leem nossa literatura. E não se trata apenas do fato de nossa literatura ser difícil, mas também pelo fato de não conseguir capturar a experiência profissional de forma a convencer o público de que nós temos algo importante a lhes dizer.

A partir do perfil dos docentes construído com base, principalmente, em suas experiências, profissionais de academia e de mercado, pudemos buscar, na literatura de Gerenciamento de Impressões, características e estratégias que fossem capazes de justificar o comportamento do professor que tem pouca ou nenhuma experiência profissional, frente ao processo de endereçamento de pesquisa efetivamente relevante.

A pesquisa mostrou que técnicas relacionadas a autoapresentação podem ser utilizadas no sentido de construir uma imagem segura do professor, associando-se à dimensão da intencionalidade, considerando a (ausência de) intenção por parte do docente em construir uma impressão específica.

Foram identificados também comportamentos assertivos e táticos, voltados para a construção e manutenção da imagem do docente, no ambiente dos PPGs e frente o processo de endereçamento de relevância nas pesquisas produzidas.

Verificamos ainda a possibilidade de uso de técnicas relacionadas à autenticidade. Para uso dessas técnicas relacionadas à autenticidade, o docente precisa acreditar na imagem que ele construiu e endossar isso durante a sua atividade, gerando uma impressão autêntica, ou, caso ele reconheça uma imagem falsa, ele se empenha em apresentar comportamentos desonestos.

A atuação do professor em programas de pós-graduação no Brasil pode ser analisada sob a lente do gerenciamento de impressão em múltiplos níveis. Frente à organização, os docentes precisam equilibrar a conformidade institucional com a construção de uma identidade acadêmica distinta. Frente aos pares, eles manejam estratégias de modéstia e autopromoção para assegurar uma posição respeitada no campo acadêmico. No relacionamento com os orientandos, eles equilibram autoridade e acessibilidade para cultivar a confiança e o respeito. Finalmente, frente à comunidade e ao setor produtivo, eles constroem uma imagem de relevância social e inovação, essencial para a valorização da pesquisa aplicada e a captação de recursos externos.

Essa análise revela que a atuação docente em programas de pós-graduação não se resume à competência técnica e intelectual, mas envolve uma série de práticas de gerenciamento de impressão que afetam tanto sua carreira quanto sua contribuição para o desenvolvimento científico e social. A utilização de estratégias de GI em sua atuação e relação com as diversas audiências são capazes de influenciar diretamente o processo de endereçamento de pesquisas relevantes na pós-graduação, assim como os impactos de seus resultados.

5.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICO-PRÁTICAS

As discussões apresentadas no referencial teórico apontam para temas que estão sendo amplamente discutidos em todo o mundo, em todas as áreas, relacionados à relevância prática das pesquisas produzidas nos ambientes dos PPGs e, mais especificamente, na pós-graduação em Administração.

Apontar a ausência de experiências profissionais no setor produtivo como uma das possíveis causas da baixa relevância identificada nas pesquisas produzidas nos ambientes dos PPGs permite a inclusão deste tópico na discussão já em andamento, sobre produção de pesquisa relevante, possibilitando a continuidade de estudos.

Cabe ressaltar que ainda não existem muitos estudos realizados que investiguem a ausência de experiências dos docentes como um possível fenômeno para a baixa relevância identificada na área de Administração. É possível, a partir deste estudo, instigar mais pesquisadores a olhar para o processo de endereçamento de relevância, inclusive os próprios docentes dos PPGs, na tentativa de buscar alternativas viáveis para a recuperação do equilíbrio entre rigor e relevância.

A pesquisa apresenta contribuições práticas, uma vez que foi desenvolvida utilizando um método de coleta de dados ainda não utilizado para pesquisas com este enfoque. O processo de utilização de dados dos currículos lattes pode ajudar a complementar informações obtidas em novas pesquisas que busquem provocar a discussão entre rigor e relevância prática na pesquisa em Administração.

5.2 LIMITAÇÕES E AGENDA DE PESQUISA

O gatilho inicial para o desenvolvimento deste estudo se baseou no pressuposto adotado sobre a necessidade de conhecimento prévio e experiências no setor produtivo, locus de desenvolvimento da pesquisa prática em administração, por parte dos docentes dos PPGs, para que seja possível endereçar relevância na produção e orientação de pesquisas relacionadas àquele setor. Com isso, consideramos que, uma vez que o pressuposto seja refutado, a estrutura proposta para a pesquisa pode, igualmente, ser refutada, tornando-se essa possibilidade uma limitação de pesquisa.

Outra limitação identificada está relacionada aos dados obtidos através da plataforma *Lattes*. Essas informações não passam por nenhum tipo de validação pontual junto às Instituições empregadoras, cabendo ao docente o seu correto preenchimento. Com isso, é

possível que haja, entre os dados coletados, informações preenchidas incorretamente, tanto no que tange aos erros relacionados a datas de vínculo/desvinculo com instituições empregadoras, erros de grafia, quanto na ausência de informações.

O *lattes* também apresenta estruturas que dificultam a realização de pesquisas mais específicas, tanto no sentido de ausência de campos no arquivo XML utilizado no *download*, quanto relacionado às informações que são preenchidas em um campo de digitação livre e que no arquivo de *download* traz apenas a informação “LIVRE”, não permitindo uma análise mais aprofundada daquela variável, como é o caso do Enquadramento Funcional. Essa variável não pode ser utilizada por não trazer, nos arquivos baixados, a informação real constante no currículo.

Como agenda de pesquisa, propomos um estudo qualitativo que promova o acesso ao docente, com o intuito de validar as informações referentes às experiências profissionais, considerando a possibilidade de elas terem sido omitidas, por algum motivo.

Outra possibilidade é a criação de um modelo computacional, baseado em aprendizado de máquina, que seja capaz de analisar e mensurar a produção relevante dos docentes, o que permitirá o enriquecimento da análise, nesta pesquisa, realizada.

A continuidade desta pesquisa deveria ainda buscar evidências de dimensões e estratégias de gerenciamento de impressões diretamente junto a docentes, usando, para tanto, instrumentos de mensuração do comportamento de gerenciamento de impressões na academia.

REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G. D.; ANDION, C. Por Uma Pesquisa Que Faça Sentido. **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 6, p. 626–631, 2017.
- BALANCIERI, R. et al. A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes. **Ciência da Informação**, v. 34, n. 1, p. 64–77, jan. 2005.
- BANDE, B. et al. Salesperson coping with work-family conflict: The joint effects of ingratiation and self-promotion. **Journal of Business Research**, v. 95, p. 143–155, fev. 2019.
- BARASCH, A. et al. Selfish or selfless? On the signal value of emotion in altruistic behavior. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 107, n. 3, p. 393–413, set. 2014.
- BARROS, H. A. **Relação Tutor-Aluno: um estudo sobre o E-mentoring e aspectos de Gerenciamento de Impressões em Pós-Graduação de Administração na Educação à distância**. [s.l.] Universidade Federal de Pernambuco, 2011.
- BARTUNEK, J. M.; RYNES, S. L. Academics and Practitioners Are Alike and Unlike: The Paradoxes of Academic-Practitioner Relationships. **Journal of Management**, v. 40, n. 5, p. 1181–1201, 2014.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento**. 36. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- BERTERO, C. O.; CALDAS, M. P.; WOOD JR., T. Produção científica em administração de empresas: provocações, insinuações e contribuições para um debate local. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 3, n. 1, p. 147–178, 1999.
- BISPO, M. D. S. Contradições da pós-graduação em administração brasileira. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 19, n. 2, p. 169–180, 1 maio 2020.
- BOLINO, M.; LONG, D.; TURNLEY, W. Impression Management in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research. **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, v. 3, p. 377–406, 2016.

BOSCOV, M. E. G.; HEMSI, P. S. Some topics of current practical relevance in environmental geotechnics. **Soils and Rocks**, v. 43, n. 3 special issue, p. 461–495, 2020.

BOURDAGE, J. S.; ROULIN, N.; TARRAF, R. “I (might be) just that good”: Honest and deceptive impression management in employment interviews. **Personnel Psychology**, v. 71, n. 4, p. 597–632, 2018.

BOZBAYINDIR, F. An Examination on the Opinions of Teachers Regarding the Use of Impression Management Tactics. **Journal of Theoretical Educational Science**, v. 13, n. 1, p. 232–250, 2020.

BRASIL. Parecer CFE nº 977/65, aprovado em 3 dez. 1965. **Revista Brasileira de Educação**, n. 30, p. 162–173, 2005.

BUCKLEY, M. R. et al. The disconnect between the science and practice of management. **Business Horizons**, v. 41, n. 2, p. 31–38, 1998.

CABRAL, T. L. DE O. et al. A Capes e suas sete décadas: trajetória da Pós-Graduação Stricto Sensu no Brasil. **Revista brasileira de pós-graduação : RBPG**, v. 16, n. 36, 2020.

CIRANI, C. B. S.; SILVA, H. H. M. DA; CAMPANARIO, M. DE A. A evolução do ensino da pós-graduação estrito sensu em administração no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 6, p. 765–805, 2012.

COLLINS, J. M.; COOPER, R. Emotional intelligence and the qualitative researcher. **Qualitative Health Research**, v.24, n.6, p. 726-735. 2014.

COSTA, F. J.; MACHADO, M. A. V.; CÂMARA, S. F. Por uma orientação ao impacto societal da pós-graduação em administração no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, 2022.

COUTO, L.; FORNAZIN, M.; GARGANO, L. **Bots para Organizações Sociais**. Anais do Workshop sobre Aspectos Sociais, Humanos e Econômicos de Software (WASHES 2020). **Anais...Sociedade Brasileira de Computação - SBC**, 30 jun. 2020. Disponível em: <<https://sol.sbc.org.br/index.php/washes/article/view/11203>>

D’ANDRÉA, C. Para além dos dados coletados: políticas das APIs nas plataformas de mídias digitais. **MATRIZES**, v. 15, n. 1, p. 103–122, 8 jun. 2021.

DIDIER, J. M. DE O. L.; MENDONÇA, J. R. C. DE. **Gerenciamento de Impressões e Liderança Carismática: relações e possibilidades para estudos em empresas de hospitalidade**. XXXI Encontro da ANPAD. **Anais...**Rio de Janeiro: 2007.

FERREIRA, M. P. **Pesquisa em Administração e Ciências Sociais Aplicadas: um guia para publicação de artigos científicos**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GARDNER, W. L.; MARTINKO, M. J. Impression Management in Organizations. **Journal of Management**, v. 14, p. 311–338, 1988.

GAROUSI, V.; BORG, M.; OIVO, M. Practical relevance of software engineering research: synthesizing the community's voice. **Empirical Software Engineering**, v. 25, n. 3, p. 1687–1754, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2018.

GIOIA, D. On the Road to Hell: Why Academia Is Viewed as Irrelevant to Practicing Managers. **Academy of Management Discoveries**, v. 8, n. 2, p. 174–179, 2022.

GOFFMAN, E. **The Presentation of Self in Everyday Life**. New York: Anchor Books, 1959.

GOFFMAN, E. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

HUFF, A. S. Changes in Organizational Knowledge Production. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 2, p. 288–293, 2000.

JONES, J. M. The Looking Glass Lens: Self-concept Changes Due to Social Media Practices. **The Journal of Social Media in Society**, v. 4, n. 1, p. 100–125, 2015.

JONES, E. E.; PITTMAN, T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation. In SULLS, J. M. (Org.), **Psychological perspectives on the self**. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. 1982. p. 231-262.

KIESER, A.; LEINER, L. Why the Rigour – Relevance Gap in Management Alfred Kieser and Lars Leiner. **Journal of Management Studies**, v. 46, n. May, p. 516–533, 2009.

KIESER, A.; NICOLAI, A.; SEIDL, D. The Practical Relevance of Management Research:

Turning the Debate on Relevance into a Rigorous Scientific Research Program. **Academy of Management Annals**, v. 9, n. 1, p. 143–233, 2015.

KNAUF, H. Making an Impression: Portfolios as Instruments of Impression Management for Teachers in Early Childhood Education and Care Centres. **Early Childhood Education Journal**, v. 45, n. 4, p. 481–491, 2017.

KNIGHTS, D.; SCARBROUGH, H. In search of relevance: Perspectives on the contribution of academic-practitioner networks. **Organization Studies**, v. 31, n. 9–10, p. 1287–1309, 2010.

LANE, J. Let ' s make science metrics more scientific. **Nature**, v. 464, n. 25, p. 488–489, 2010.

LAUDARES, J. B. A descoberta da docência por engenheiros-professores e suas representações. In: **33ª Reunião Anual da ANPED. 2010. Caxambu.**, 2010.

LAZZARINI, S. Pesquisa em administração: em busca de impacto social e outros impactos. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 6, p. 620–625, 2017.

LEARY, M. R. **Self-presentation: impression management and interpersonal behaviour**. Boulder: Westview Press, 1996.

LEARY, M. R.; KOWALSKI, R. M. Impression management: A literature review and two-factor model. **Psychological Bulletin**, v. 107, n. 1, p. 34–47, 1990.

LIMA, G. DE M. R.; WOOD JR., T. The Social Impact of Research in Business and Public Administration. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 4, p. 458–463, 2014.

MAGANHOTTO, D. et al. Pós-Doutorado na Formação dos Docentes de Programas de Pós-Graduação em Administração no Brasil - Perfil e Configuração. **Administração: Ensino e pesquisa**, v. 14, n. 4, p. 725–758, 2013.

MALLE, B. F.; KNOBE, J. The folk concept of intentionality. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 33, p. 101–121, 1997.

MALLE, B. F.; MOSES, L. J.; BALDWIN, D. A. **Intentions and Intentionality:**

foundations of social cognition. Cambridge: Bradford Books, 2003.

MASCARENHAS, A. O.; ZAMBALDI, F.; MORAES, E. A. DE. Rigor, relevância e desafios da academia em administração: tensões entre pesquisa e formação profissional. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 3, p. 265–279, jun. 2011.

MEDEIROS, S. N. **Limitações digitais comportamentais e de acesso entre participantes de rede social virtual: um estudo sobre gerenciamento de impressões no facebook.** [s.l.] Universidade Federal da Paraíba, 2013.

MENDONÇA, J. R. C. DE. **O Gerenciamento de Impressões como Meio de Influência Social nas Organizações: uma perspectiva dramatúrgica.** [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2, p. 340–363, 1977.

MISSIO, L.; LOPES, M. M. R.; RENOVATO, R. D. Os reflexos da educação superior pós-LDB de 1996: um foco nos cursos de graduação em enfermagem. **Educação e Fronteiras On-Line**, v. 1, n. 1, p. 80–91, 2011.

MOEINI, M.; RAHROVANI, Y.; CHAN, Y. E. A review of the practical relevance of IS strategy scholarly research. **Journal of Strategic Information Systems**, v. 28, n. 2, p. 196–217, 2019.

MOLESWORTH, Mike; SCULLION, Richard; NIXON, Elizabeth (Orgs.). **The marketisation of higher education and the student as consumer.** London: Routledge, 2011.

MORADI, M.; KEYVANPOUR, M. CAPTCHA and its Alternatives: A Review. **Security and Communication Networks**, v. 8, n. 12, p. 2135–2156, ago. 2015.

MORETTIN, P. A.; BUSSAB, W. O. **Estatística básica.** 9. ed. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

MOTA, D. M.; FERREIRA, P. J. G.; LEAL, L. F. Produção científica sobre a COVID-19 no Brasil: uma revisão de escopo Scientific production on COVID-19 in Brazil: a scoping review. **Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia (Health Surveillance under Debate: Society, Science & Technology) – Visa em Debate**, v. 8, n. 61,

p. 1–27, 2020.

NEVES, C. E. B.; MARTINS, C. B. Ensino Superior no Brasil: uma visão abrangente. **Educação Superior e os Desafios no Novo Século: contextos e diálogos Brasil-Portugal**, p. 95–124, 2014.

NICOLAI, A.; SEIDL, D. That's Relevant! Diffferents Forms of Practical Relevance in Management Science. **Organization Studies**, v. 31, n. 09/10, p. 1257–1285, 2010.

OHI, S. Teacher's professional knowledge and the teaching of reading in the early years. **Australian journal of teacher education**, v. 32, n. 2, p. 1–14, 2007.

PAIXÃO, R. B.; BARBOSA, A. C. Q.; SALES, J. D. A. A produção científica e a formação em administração: É possível dissociar relevância e rigor em tempos de pandemia? **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade**, v. 14, n. 39, p. 3672–3680, 2020.

PEDONE, C.; ALFARO, Y. La migración cualificada en América Latina: una revisión de los abordajes teóricos metodológicos y sus desafíos. **Universidade de Brasília**, p. 3–18, 2018.

PORTER, L.; MCKIBBIN, L. **Management Education and Development: Drift or Thrust Into the 21st Century?** New York: McGraw-Hill, 1988.

SAES, M. S. M.; MELLO, A. M. DE; SANDES-GUIMARÃES, L. V. DE. Revistas Brasileiras em Administração: relevância para quem? **Revista de Administração de Empresas**, v. 57, n. 5, p. 515–519, set. 2017.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. D. P. B. **Metodologia De Pesquisa**. 5a. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTANA, T. S.; BRAGA, A. H. **Uma Análise Cienciométrica das Publicações do Congresso da Sociedade Brasileira de Computação na Perspectiva das Mulheres na Computação**. Anais do Women in Information Technology (WIT 2020). **Anais...**Sociedade Brasileira de Computação - SBC, 30 jun. 2020. Disponível em:
<<https://sol.sbc.org.br/index.php/wit/article/view/11310>>

SANTOS, G. T. DOS. **A aprendizagem da prática docente na Pós- Graduação em Administração**. [s.l.] Universidade Federal da Paraíba, 2017.

SCHLENKER, B. R. **Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations**. Monterey: Brooks/Cole, 1980.

SHAPIRO, D. L.; KIRKMAN, B. L.; COURTNEY, H. G. Perceived causes and solutions of the translation problem in management research. **Academy of Management Journal**, v. 50, n. 2, p. 249–266, 2007.

SILVA, R. L. DA; FREITAS, F. C. H. P. DE; LINS, M. T. G. A implantação do Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais/REUNI: um estudo de caso. **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**, p. 147–170, 1 dez. 2013.

SINGH, V. A. L.; VINNICOMBE, S. Impression Management , Commitment and Gender : Managing Others ' Good Opinions. **European Management Journal**, v. 19, n. 2, p. 183–194, 2001.

SOUSA, Á. Coeficiente de correlação de Pearson e coeficiente de correlação de Spearman : o que medem e em que situações devem ser utilizados? **Correio dos Açores**, p. 19, 21 mar. 2019.

TEDESCH, J.; MELBURG, U. Impression Management and influence in the organizations. In: **Research in the Sociology of Organizations**. New York: Academic Press, 1981. p. 31–38.

TUCKER, B. et al. Debate: The practical relevance of public sector accounting research; time to take a stand—A response to van Helden. **Public Money & Management**, v. 40, n. 1, p. 5–7, 2 jan. 2020.

WOOD JR, T. et al. Impacto Social: Estudo sobre Programas Brasileiros Selecionados de Pós-graduação em Administração de Empresas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 20, n. 1, p. 21–40, 2016.

WOOD JR, T.; SOUZA, R. J. DE. Os caminhos da pesquisa científica em administração em busca da relevância perdida. **Organizações & Sociedade**, v. 26, n. 90, p. 535–557, 2019.