

Prezados leitores,

É com satisfação que apresentamos o primeiro número da TPA de 2017. Neste número comemoramos a consolidação da TPA como Qualis B2 de acordo com o último resultado publicado do período de avaliação entre 2013 a 2016. Este é o resultado de muito trabalho da equipe editorial, avaliadores, autores e leitores. Continuamos na melhoria dos processos editoriais e na qualidade dos artigos publicados. Nesse sentido, este número da TPA reforça o seu caráter de periódico que busca articular a discussão entre teoria e prática por meio da diversidade de temas e conhecimentos na área de administração, assim como respeitando a pluralidade epistemológica e metodológica que caracteriza a área no Brasil e no mundo. A TPA avança nesse sentido para ser um periódico de portas abertas para o novo e o diverso de modo a focar na produção de conhecimento que seja capaz de promover o desenvolvimento científico e o debate acadêmico. Neste número a pluralidade de temas, epistemologias e metodologias se faz presente com 8 artigos, um caso para ensino e uma resenha.

O primeiro artigo em é de autoria de Franzé Costa, Cláudia Tavares e Henrique Muzzio com o título “*Uma Reflexão sobre Autoria Acadêmica*” em que os autores trazem um debate importante e oportuno sobre o tema da autoria acadêmica que é tão controverso e, por vezes, deletério para os programas de pós-graduação e a formação *stricto sensu*.

O segundo artigo é um ensaio do Professor Theodore Schatzki da Universidade de Kentucky com o título “*Practices and People*” em que o autor busca articular como se dá a relação do entendimento das práticas sociais enquanto um fenômeno coletivo com os indivíduos participantes e produtores da própria prática na qual estão inseridos.

O terceiro artigo é uma contribuição de Kely Paiva e colaboradores com o título “*Valores Organizacionais, Valores do Trabalho e Atitudes Retaliatórias: um Estudo com Jovens Aprendizes em uma Empresa Pública*” que visou analisar como se configuram valores organizacionais, valores do trabalho e atitudes retaliatórias de jovens trabalhadores em uma empresa pública.

O quarto artigo é uma pesquisa realizada por Ana Rosa da Silva e colaboradores com o título “*Antecedentes do Engajamento e da Intenção em Permanecer em Projetos Sociais: Um Estudo em Instituições de Ensino Superior do Estado de São Paulo*” que analisou os fatores antecedentes que movem o cidadão voluntário a permanecerem nos projetos sociais e a se engajarem nas instituições onde são prestados esses trabalhos sociais.

A quinta contribuição para este número é de Allana Matos de Andrade e colaboradores trata sobre como os traços de personalidade e a satisfação no trabalho influenciam o uso dos estilos de humor no ambiente de trabalho e tem como título “*Personalidade, Satisfação e Estilos de Humor no Trabalho*”.

O sexto artigo é de autoria de Thaís Zimovski Oliveira e colaboradores com o título de “*Mulher, Prostituta e Prostituição: da História ao Jardim do Éden*” trata de um tema polêmico e pouco explorado na área de estudos organizacionais que é a prostituição e tem como objetivo de compreender a articulação da construção histórica da prostituição no contexto patriarcal e suas conexões com o valor simbólico da representação feminina em um mito religioso, a saber, o mito de Lilith.

A sétima contribuição são dos autores Viviani Teodoro Santos e Marcio Pascoal Cassandre. O objetivo foi conhecer o processo de aprendizagem das serventes de limpeza terceirizadas de uma instituição pública de Ensino Superior. O título do trabalho é “*Reflexões sobre Água, Sabão e Conhecimento: Aprendizagem Organizacional na Prática das Serventes de Limpeza de uma Instituição de Ensino Federal*”.

O oitavo artigo tem o título “*Segmentação Psicográfica: quais os métodos mais eficazes em pesquisas de mercado?*” escrito por Marcelo Costa de Souza e José Marcos de Carvalho Mesquita. O objetivo do trabalho foi criar um instrumento de referência em técnicas psicográficas para futuras pesquisas, por meio do estudo sistemático comparativo dos principais modelos psicográficos empregados em pesquisas de mercado.

A nona contribuição é de Claudia Silva Ribeiro Alves e colabores, é um caso para ensino que trata de uma história real de uma indústria fabricante de batatas fritas constituída na cidade de Itajaí/SC, idealizada e fundada por Silvio Zaguini em 26 de dezembro de 1989, que transformou uma pequena fábrica de batata palha em uma grande marca reconhecida no mercado catarinense. O título do caso é “*Batatas Fritas, Uma História de Amor e Amizade*”.

Por fim, a TPA publica a resenha de Tiago Eloy Zaidan sobre o livro “*A Lógica do Consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos:*” em que a obra de Martin Lindstrom, joga luzes e advoga a favor do emprego da neurociência como uma aliada necessária à pesquisa de mercado tradicional.

Boa leitura!

Marcelo de Souza Bispo  
Editor-Chefe