

## CONSUMO E ANTICONSUMO: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DOS ARTIGOS DOS EMAS DE 2004 A 2012

**Alexandre Braga Gusmão<sup>a</sup>, Felipe Reis de Brito<sup>b</sup>, Rosimar Bessa<sup>c</sup>, Rossard Ribeiro de Oliveira<sup>d</sup>, Irene Raguene Troccoli<sup>e</sup>**

<sup>a</sup>Universidade Estácio de Sá – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial  
algusmao@oi.com.br

<sup>b</sup>Universidade Estácio de Sá – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial  
felippe.reis@manuchar.com.br

<sup>c</sup>Universidade Estácio de Sá – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial  
rose\_bessa@hotmail.com

<sup>d</sup>Universidade Estácio de Sá – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial  
rossard@globo.com

<sup>e</sup>Universidade Estácio de Sá – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial  
irene.troccoli@estacio.br

### Palavras-chave:

Consumo; Anticonsumo;  
Bibliometria; Encontro de  
Marketing (EMA)

### Resumo

De abordagem quantitativa, este trabalho teve como objetivo identificar algumas características de todos os artigos em coautoria apresentados nos Encontros de Marketing (EMA) promovidos bianualmente pela Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) entre os anos de 2004 a 2012 e que continham em seu título as palavras consumo ou anticonsumo. Para tanto foi utilizada a bibliometria, enquanto técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico. Dentre os resultados mais relevantes, verificou-se que este tipo de parceria encontra-se muito concentrada na opção por não mais do que dois autores e que mais de metade dos trabalhos foi oriundo de esforço conjunto de docentes e discentes. Ao final, são lançadas sugestões para futuros estudos.

**Key words:**

Consumption; Anticonsumption; Bibliometrics; Encontro de Marketing (EMA)

**Abstract**

Through the quantitative approach, this study identifies some characteristics of all co-authored articles submitted in Encontros de Marketing (EMA) sponsored biannually by the Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) between 2004 and 2012 and that carried the words consumption or anticonsumption in their titles. Bibliometrics was used as a tool. Among the most relevant results, it was found that this type of partnership is mostly based in no more than two authors, and that more than half the sample came from teachers-students partnership. Further research is suggested.

## 1 INTRODUÇÃO

A colaboração entre pesquisadores acadêmicos pode ser vista como forte aliada para a qualidade de sua produção, pois lhes permite a especialização ou a divisão de tarefas, reduz o tempo de envolvimento, melhora a qualidade do artigo, reduz a incerteza de aceitação do artigo em função das diversidades entre os autores (BARNETT; AULT; KASERMAN, 1988) e, ainda, reduz os custos e favorece a multidisciplinaridade (LETA; CRUZ, 2003). De acordo com Meadows (1999), as pesquisas em colaboração têm maior visibilidade, levando em conta o número de citações que recebem, e tendem a ser de melhor qualidade, pois, em geral, envolvem cientistas produtivos e de renome - o que estimula a maturação mais consistente das idéias.

Segundo Acedo et al. (2006), nas últimas décadas verificou-se forte incremento na proporção de artigos em coautoria, originalmente e mais intensamente nas ciências naturais e, mais recentemente, nas ciências sociais. Complementando, ao analisar o trabalho de centros de pesquisa universitários nos Estados Unidos da América, Lee e Bozeman (2005) concluíram que a frequência absoluta dos artigos em periódicos está fortemente associada ao número de colaboradores, sendo significativos os efeitos em bolsas de pesquisa, na cidadania, em estratégia de colaboração e no campo científico.

Pode-se afirmar, portanto, que a colaboração científica, como concebe Weisz e Roco (1996), em sua condição de empreendimento cooperativo, envolve metas comuns, esforço coordenado e resultados - ou produtos, entendidos como trabalhos científicos - com responsabilidade e mérito compartilhados. Assim, oferece fonte de apoio para melhorar o resultado e maximizar o potencial da produção científica.

Com base nestes princípios, este artigo visou a mapear o estado da arte da coautoria especificamente

no que tange aos trabalhos apresentados em todos os Encontros de Marketing (EMAs) promovidos pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) até o ano de 2012.

A contribuição científica daí advinda pode ser vista por duas vertentes. A primeira é fornecer retrato atualizado sobre o esforço realizado pelo meio acadêmico no sentido de, a partir da união de interações inter e intrainstitucionais, enriquecer sua produção especificamente no que tange a trabalhos de Marketing atinentes aos aspectos de consumo e de anticonsumo. A segunda é expor a forma como isso vem ocorrendo em um dos eventos científicos mais relevantes do campo da administração de empresas do País, considerando-se que este retrato seja representativo do estado da arte da pesquisa acadêmica brasileira nesta área.

O artigo encontra-se dividido em seis partes, além desta introdução: o resgate das origens e das características da bibliometria; breve fundamentação teórica envolvendo consumo e anticonsumo; um sucinto relato sobre o EMA; a metodologia utilizada; os resultados do levantamento bibliométrico; e as considerações finais.

## 2 BIBLIOMETRIA

Vários conceitos são descritos por autores para definir a bibliometria. Para Guedes e Borschiver (2005) a bibliometria é um conjunto de leis e de princípios empíricos que contribuem para o estabelecimento dos fundamentos teóricos da ciência da informação. Mas, segundo Araújo (2006, p. 2), entende-se por bibliometria a “[...] técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico”. Já Pritchard (1969, apud VANTI, 2002, p. 153) entende como bibliometria “[...] todos os estudos que tentam quantificar os processos

de comunicação escrita”, definição simplificada e generalista que expressa em poucas palavras a essência deste tipo de estudo.

O termo bibliometria foi criado por Paul Otlet nos anos de 1930 (OTLET, 1934), para referenciar-se à ciência até então conhecida como bibliografia estatística a partir de Hulme (1923). Todavia, o termo consolidou-se apenas em 1969, após a publicação da obra de Pritchard (1969).

Para Nicholas e Ritchie (1978, apud ARAÚJO, 2006), a diferença essencial entre a tradicional bibliografia e a bibliometria é que esta utiliza mais métodos quantitativos do que discursivos para uma avaliação objetiva da produção científica. Ademais, destaca Figueiredo (1977) que a bibliometria desde sua origem é marcada por uma dupla preocupação: a análise da produção científica e a busca de benefícios práticos imediatos para bibliotecas (desenvolvimento de coleções, gestão de serviços bibliotecários).

O apoio científico da bibliometria se dá a partir de três leis clássicas: a de Lotka (1926), a de Zipf (1949) e a de Bradford (1934).

A Lei de Lotka, ou lei do quadrado inverso, aponta para a medição da produtividade dos autores, mediante modelo de distribuição tamanho-frequência dos diversos autores em um conjunto de documentos. Sua aplicação pode ser vista em Barba (2003) a partir de exemplo dado por Price (1976), quando aquele afirma que, a cada 100 autores com somente um trabalho, haverá 25 autores com dois trabalhos, 11 autores com três trabalhos e assim sucessivamente. O estudo sobre a possível obsolescência da Lei de Lotka por Urbizagástegui-Alvarado (2002) não conseguiu identificá-la, conforme chegou à conclusão de que a sua taxa de envelhecimento não passa de 3,2% ao ano, o que implica taxa de envelhecimento médio à idade de 21,4 anos, desde a sua criação em 1922 até a data da pesquisa.

A Lei de Zipf (1949), também conhecida como lei do mínimo esforço, consiste em medir a frequência do aparecimento das palavras em vários textos, pela contagem do número de vezes que elas são citadas, gerando uma lista ordenada de termos de determinada disciplina ou assunto. Se a tendência é usar o mínimo de palavras, isto significa que elas não vão se dispersar - pelo contrário, uma mesma palavra vai ser usada muitas vezes - e as palavras mais usadas indicarão o assunto do documento. Ou seja, se a tendência dos autores dos documentos for

variar muito o uso das palavras, a lei não servirá.

Já a Lei de Bradford (1934), ou lei de dispersão, permite, mediante a medição da produtividade das revistas ou dos periódicos, estabelecer o núcleo e as áreas de dispersão sobre um determinado assunto em um mesmo conjunto de revistas. É interessante observar que o Brasil apresenta uma reformulação desta lei, com a introdução do conceito de produtividade relativa, configurado no argumento de que o núcleo de periódicos de uma área não é formado pelos periódicos mais devotados ao tema, e sim pelos mais produtivos num determinado período de tempo (PINHEIRO, 1982). Ademais, outros estudos têm sido realizados, tais como o de Cooper, Blair e Pao (1993) buscando identificar *core lists*, isto é, núcleos de periódicos mais produtivos de uma determinada área, em revisões que confirmam ou que reformulam a Lei de Bradford.

Mas, independente dos julgamentos de valor, parece clara a importância de se dispor de uma distribuição que informe sobre o número de autores, sobre trabalhos, sobre países ou sobre revistas que existem em cada categoria de produtividade, utilidade ou o que mais se deseje saber (PRICE, 1976). Por isto mesmo, esta prática tomou corpo a partir da necessidade de se gerarem bancos de dados visando à facilitação do acesso às revistas científicas ou aos periódicos - vistos como os principais meios de comunicação e informação da pesquisa científica, por meio de indexação.

O processo de classificação se caracteriza pela geração de uma cadeia hierárquica constituída pelas publicações que foram avaliadas e aprovadas por editores científicos, quanto à sua continuidade, à qualidade da informação, à formatação editorial, ao idioma e à procedência. Dentre tais, o mais importante é o fator de impacto (FI), que se constitui em indicador bibliométrico patenteado pelo Institute for Scientific Information (ISI). Em termos matemáticos, em um dado ano o FI de um periódico é calculado como o número médio de citações dos artigos que foram publicados durante o biênio anterior. Por exemplo, o FI de um dado periódico em 2009 seria o resultado da divisão A/B, onde A é o número de vezes em que os artigos publicados no biênio 2007/08 foram citados por periódicos indexados durante 2009, e B é o número total de itens citáveis (artigos, revisões, resumos, excluindo-se editoriais ou cartas ao editor) publicados no mesmo biênio. Assim, se, no periódico avaliado, foram publicados 320 artigos científicos no biênio,

e estes mesmos artigos em 2009 receberam 920 citações, o FI deste periódico em 2009 é  $920/320 = 2,875$ .

Vale notar que, no Brasil, o sistema de avaliação utilizado para periódicos é o Qualis, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cuja atualização é feita anualmente. Nele são atribuídos estratos indicativos de qualidade, representados pelas letras A, B e C seguidas por números de 1 a 5, sendo A1 o mais elevado estrato e C o menos elevado (CAPES, 2009).

Pode-se concluir, a partir desta introdução, que o estudo sobre a bibliometria é abrangente e complexo, transcendendo o simples levantamento de dados das publicações. Com isto, torna-se instrumento de expressiva utilidade à ciência.

### 3 BREVE REFÊRENCIA SOBRE CONSUMO E ANTICONSUMO

De acordo com Bauman (2008, p. 76), no início do século XX o mundo ocidental podia ser descrito como uma “sociedade de produtores”, que apostava “[...] na prudência e na circunspeção em longo prazo, na durabilidade e na segurança”. A acumulação de bens, quando ocorria, tinha por função a conquista de “solidez, permanência e indestrutibilidade”. Em contraste, o mesmo autor aponta que a sociedade contemporânea busca extrair prazer imediato de suas riquezas, com o volume e a intensidade crescente dos desejos implicando rápida substituição de objetos supostamente destinados a trazer felicidade aos seus compradores. Já Levitt (1990, p. 49) menciona que esse grande apelo ao consumo não é fenômeno isolado, e que o mercado está se tornando cada vez mais veloz e sem pátria, fato que contribui para o fenômeno que batizou de “homogeneização generalizada de gostos e preferências”.

No entanto, vários acadêmicos e consumidores assumem posição crítica diante de tal realidade. De um lado, alguns estudiosos do comportamento do consumidor têm observado que o consumismo vem trazendo diversos impactos ambientais e sociais negativos (SCHNAIBERG, 1997; CSIKSZENTMIHALYI, 2000; CHAUVEL; MATTOS,

2008). De outro, alguns consumidores começaram a se questionar ao perceberem que o consumismo e o materialismo não levam necessariamente à felicidade, podendo até reduzir o bem-estar dos indivíduos (CSIKSZENTMIHALYI, 1999; BURROUGHS; RINDFLEISCH, 2002; AHUVIA, 2008).

Ao mesmo tempo, com o aumento das ofertas que seduzem e que despertam o desejo de comprar, algumas pessoas passaram a fazer a escolha contrária, optando por reduzir seu consumo (SHANKAR; CHERRIER; CANNIFORD, 2006). Os termos anticonsumo e resistência ao consumo têm sido usados para esse comportamento, designando diversos fenômenos de oposição a práticas das empresas, a produtos ou marcas, ou ao próprio funcionamento do mercado. Não surpreende que o tema tenha despertado interesse por suas abrangência e importância para a área de Marketing, instigando estudiosos a atentar para as diferentes modalidades do anticonsumo. Foi assim que, em 2009, o periódico acadêmico *Journal of Business Research* dedicou uma edição especial ao tema, sinalizando o crescente interesse da Academia.

Este esforço adicionou-se à literatura internacional que tinha apresentado diversos exemplos de resistência ao consumo. Shankar, Cherrier e Canniford (2006) citam dois movimentos relacionados a este tema, que podem ser observados no ambiente contemporâneo. Um ligado à ideia de que “menos é mais”, buscando a redução do consumo; o outro remetendo a consumidores que passaram a agir por meio da internet, como os criadores e frequentadores de *blogs* que se posicionam contra determinadas marcas. Paralelamente, surgiram outros movimentos que também assumem postura contrária ao consumismo exacerbado, utilizando a internet como principal veículo de divulgação (LÉVY, 1997). Um exemplo é o Buy Nothing Day, movimento internacional de protesto que estabelece um dia por ano para que consumidores deixem de comprar. O evento ocorre anualmente desde 1997, no dia depois do Dia de Ação de Graças nos Estados Unidos e no Canadá, e, no resto do mundo, sempre no último sábado de novembro (BUY NOTHING DAY, 2012).

## 4 OS ENCONTROS DE MARKETING (EMAs)

No campo da Administração de Empresas, uma forma específica desta difusão são os eventos promovidos pela Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), voltados para a promoção do ensino, da pesquisa e na produção de conhecimento dentro do campo das ciências administrativas, contábeis e afins no Brasil.

A ANPAD congrega 77 programas de pós-graduação *stricto sensu* associados efetivos (ANPAD, 2012), que representam os interesses das instituições filiadas junto à opinião pública, além de atuar como órgão articulador dos interesses dos programas perante a comunidade científica e aos órgãos governamentais responsáveis pela gestão da educação e pelo desenvolvimento científico e tecnológico no país. Sendo assim, a ANPAD é hoje o principal órgão de interação entre programas associados, grupos de pesquisa da área e a comunidade internacional (ANPAD, 2012).

Atualmente a associação promove oito eventos acadêmicos, através de suas diversas instâncias, oferecendo, assim, espaços diversificados de intercâmbio entre professores, pesquisadores e estudantes. Dentre eles se situa o Encontro de Marketing da ANPAD (EMA). Promovido pela Divisão de Estudos em Marketing da ANPAD e ocorrendo a cada dois anos desde 2004, ele se destina a abrir oportunidade para que os acadêmicos da área possam divulgar e debater artigos de forma mais específica.

## 5 METODOLOGIA

De acordo com a classificação de Vergara (2011), esta pesquisa pode ser classificada quanto à abordagem como quantitativa e quanto aos fins como descritiva, pois busca a correlação entre variáveis, assim como revela características da população pesquisada sem compromissar-se na explicação dos fenômenos.

Para a organização dos dados e posterior análise, montou-se uma planilha no aplicativo Excel onde foram colocadas as informações coletadas durante o mês de outubro de 2012 e cujos passos foram os seguintes:

- Através do mecanismo de busca no *site* da ANPAD, foram inventariados todos os artigos cujos títulos continham as palavras consumo e anticonsumo e que fossem participantes nos cinco EMAs. Ressalte-se que este mapeamento não levou em consideração eventuais artigos que, escritos em outra língua que não o português, pudessem ter trazido as palavras consumo e ou anticonsumo escritas no idioma original.
- Foram pesquisados, em cada artigo, os nomes dos respectivos autores, colocando-os em planilha Excel na mesma ordem que se encontravam no artigo.
- Identificaram-se quantos destes artigos eram em coautoria.
- Para cada um destes artigos identificados foram realizados os seguintes levantamentos: o ano do EMA no qual foi apresentado; o gênero dos coautores; a(s) respectiva(s) instituição(ões) de afiliação; se a ordem dos nomes dos coautores era alfabética ou não; se houve interação entre diferentes instituições de ensino; que tipo de abordagem metodológica foi utilizada; a localização geográfica das instituições de ensino dos autores.
- Três outras informações foram levantadas e inseridas na planilha, por meio do auxílio de fontes específicas de informação: o conceito CAPES no momento atual das instituições de afiliação identificadas e de que tipo de pós-graduação *stricto sensu* elas dispõem, ambos por meio do portal da CAPES (CAPES, 2012); e, por meio da plataforma Lattes (PLATAFORMA LATTES, 2012), de que forma ocorreu a participação de docentes e discentes nos artigos.
- Tendo completado a planilha, foram elaborados gráficos e tabelas para apresentação e análise dos dados.

## 6 RESULTADOS DO LEVANTAMENTO BIBLIOMÉTRICO

Foram localizados 79 artigos com as palavras consumo ou anticonsumo no título – com tão somente dois dedicando-se ao anticonsumo, ambos no ano de 2010 - indicando média de 16 artigos por evento. Contudo, esta distribuição entre os eventos

não ocorreu de forma igualitária: 47 deles – ou seja, praticamente 60% desta amostra – concentraram-se nas últimas duas edições do evento (ver Tabela 1). Da mesma forma, vê-se que o interesse por estes temas evoluiu positivamente no período, apesar da ligeira retração verificada em 2012.

**Tabela 1 - EMAs 2004 a 2012 - Quantidade de artigos com as palavras consumo ou anticonsumo nos títulos - Totais e participações percentuais.**

ANO	Total de artigos	Participação percentual sobre o total
2004	6	7,6%
2006	11	13,9%
2008	15	19,0%
2010	24	30,4%
2012	23	29,1%
2004-12	79	100%

Fonte: Elaboração própria

Dentre os 79 artigos da amostra, 68 configuraram-se como a subamostra de trabalhos realizados em coautoria, perfazendo, portanto, 86,1% dos casos (ver Tabela 2). No caso, observa-se que, a cada ano, a participação dos trabalhos com mais de um autor foi, no mínimo, igual a 80%, indicando a forte preferência por este tipo de colaboração à execução com autoria única.

**Tabela 2 - EMAs 2004 a 2012 - Quantidade de artigos com as palavras consumo ou anticonsumo nos títulos, escritos em coautoria e não escritos em coautoria - Totais e participações percentuais**

ANO	Artigos em coautoria	Artigos sem coautoria	Total de artigos	Participação percentual dos artigos em coautoria sobre o total	Participação percentual dos artigos sem coautoria sobre o total
2004	6	0	6	100%	0%
2006	9	2	11	81,8%	18,2%
2008	12	3	15	80,0%	20,0%
2010	22	2	24	91,7%	8,3%
2012	19	4	23	82,6%	17,4%
2004-12	68	11	79	86,1%	13,9%

Fonte: Elaboração própria

Concentrando-se a análise apenas nos 68 artigos escritos em coautoria, observa-se que o número de pesquisadores por artigo variou de dois a cinco (ver Tabela 3). Contudo, 50% deste total foi elaborado por dois participantes. Logo após este, a quantidade de três pesquisadores apareceu em 30,9% dos casos, seguido por 16,2% com quatro autores. Ou seja, a presença de cinco foi a menos recorrente, com praticamente 3% dos casos.

Ao investigar quantos foram os autores dos 68 artigos da subamostra<sup>1</sup>, este levantamento bibliométrico chegou a 175 pesquisadores no total dos cinco eventos, o que significa média de 2,6 autores/artigo (ver Tabela 4). A análise desta relação para cada evento separadamente, por sua vez, indica que apenas em 2006 ela se afastou mais da média, tendo chegado a 3,1 autores/artigo.

<sup>1</sup>Quando um mesmo autor participou de mais de um trabalho em um mesmo evento, seu nome foi contado apenas uma vez.

**Tabela 3 - EMAs 2004 a 2012 – Número de coautores por artigo com coautoria com as palavras consumo ou anticonsumo nos títulos - Totais e participações percentuais**

ANO	Número de autores por artigo em coautoria				
	2	3	4	5	Total
2004	3	2	1	0	6
2006	2	4	3	0	9
2008	8	3	0	1	12
2010	10	9	2	1	22
2012	11	3	5	0	19
<b>2004-12</b>	<b>34</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>68</b>
<b>Participações percentuais</b>	50,0%	30,9%	16,2%	2,9%	100%

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 4 - EMAs 2004 a 2012 – Número de artigos em coautoria, total de coautores e número de autores por artigo**

ANO	Artigos em coautoria	Total de coautores	Autores/artigo
2004	6	16	2,7
2006	9	28	3,1
2008	12	30	2,5
2010	22	55	2,5
2012	19	46	2,4
<b>2004-12</b>	<b>68</b>	<b>175</b>	<b>2,6</b>

Fonte: Elaboração própria

Outro levantamento realizado por esta investigação bibliométrica referiu-se ao número de pesquisadores que assinaram mais do que apenas um trabalho em um mesmo evento. O que se viu foi que a imensa maioria teve seu nome veiculado em apenas um artigo no ano do evento (ver Tabela 5). Por outro lado, também se observou que tendeu a crescer a diversidade de trabalhos por parte de um mesmo autor.

**Tabela 5 - EMAs 2004 a 2012 – Número de coautores que assinaram mais do que um trabalho no mesmo evento e dos que assinaram apenas um trabalho no mesmo evento – Totais e participações percentuais**

ANO	Autores que assinaram mais do que um trabalho no mesmo evento	Autores que assinaram apenas um trabalho no mesmo evento	Total de autores
2004	0	16	16
2006	0	28	28
2008	1	29	30
2010	5	50	55
2012	7	39	46

Fonte: Elaboração própria

<b>2004-12</b>	<b>13</b>	<b>162</b>	<b>175</b>
<b>Participação percentual</b>	<b>7,4%</b>	<b>92,6%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito à distribuição dos coautores por gênero, nos cinco eventos houve a participação de 93 mulheres e de 82 homens, sendo que sua distribuição foi variada a cada evento (ver Tabela 6). No caso, as mulheres quase não se fizeram notar em 2004, e igualaram o número de homens em 2008, tendo assumido posição dominante nos demais três eventos.

**Tabela 6 - EMAs 2004 a 2012 – Número de coautores por gênero**

<b>ANO</b>	<b>Mulheres</b>	<b>Homens</b>
<b>2004</b>	3	13
<b>2006</b>	17	11
<b>2008</b>	15	15
<b>2010</b>	33	22
<b>2012</b>	25	21
<b>2004-12</b>	<b>93</b>	<b>82</b>

Fonte: Elaboração própria

Passando-se à cooperação entre docentes e alunos, o que se viu junto à subamostra de 68 artigos em coautoria foi que praticamente 65% deles foram escritos a partir de parcerias entre professores e alunos, enquanto as parcerias aluno-aluno não chegaram a alcançar 10% (ver Tabela 7). Já a distribuição de cada parceria dentro do conjunto dos cinco eventos mostra que, enquanto o caso docente-discente se estabilizou em 34,1% nos dois últimos EMAs, o caso docente-docente cresceu até atingir pico em 2010 mas declinou fortemente em seguida, ao mesmo tempo em que as parcerias apenas entre alunos não apresentaram tendência linear.

**Tabela 7 - EMAs 2004 a 2012 – Quantidade de artigos por tipo de parceria – Totais e participações percentuais**

<b>ANO</b>	<b>Quantidade de artigos por tipo de parceria</b>				<b>Participações percentuais</b>		
	<b>Docente-aluno</b>	<b>Docente-docente</b>	<b>Aluno-aluno</b>	<b>Total de artigos</b>	<b>Docente-aluno</b>	<b>Docente-docente</b>	<b>Aluno-aluno</b>
<b>2004</b>	3	2	1	6	6,8%	11,1%	16,7%
<b>2006</b>	5	2	2	9	11,4%	11,1%	33,3%
<b>2008</b>	6	4	2	12	13,6%	22,2%	33,3%
<b>2010</b>	15	7	0	22	34,1%	38,9%	0,0%
<b>2012</b>	15	3	1	19	34,1%	16,7%	16,7%
<b>2004-12</b>	<b>44</b>	<b>18</b>	<b>6</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Participação percentual</b>	<b>64,7%</b>	<b>26,5%</b>	<b>8,8%</b>	<b>100%</b>			

Fonte: Elaboração própria

Em relação à ordem – alfabética ou não - em que os nomes dos autores aparecem na obra, em 57,4% do total de casos a ordenação alfabética não foi obedecida (ver Tabela 8). Examinando-se este fenômeno ano a ano, vê-se que, em 2004 e em 2008, o oposto ocorreu, assim como em 2012 esta divisão foi quase equânime.



**Tabela 8 - EMAs 2004 a 2012 – Quantidade de artigos cujos nomes dos coautores encontram-se em ordem alfabética ou não – Totais e participações percentuais**

ANO	Quantidade de artigos			Participações percentuais	
	Em ordem alfabética	Sem ordem alfabética	Total	Em ordem alfabética	Sem ordem alfabética
2004	4	2	6	66,7%	33,3%
2006	2	7	9	22,2%	77,8%
2008	7	5	12	58,3%	41,7%
2010	7	15	22	31,8%	68,2%
2012	9	10	19	47,4%	52,6%
<b>2004-12</b>	<b>29</b>	<b>39</b>	<b>68</b>	<b>42,6%</b>	<b>57,4%</b>

Fonte: Elaboração própria

Verificando-se o âmbito das instituições às quais os 175 autores identificados declararam-se vinculados, eles informaram pertencer a 34 escolas diferentes, das quais 59,0% localizadas no sudeste, e 20,5% tanto no sul como no nordeste, enquanto as regiões norte e centro-oeste não se fizeram representar (ver Tabela 9).

A análise destas instituições separadamente por região geográfica (ver Tabela 9) mostra que, no caso do nordeste, os estados que mais se destacaram foram Pernambuco e Ceará, com cinco das sete escolas identificadas. Já no que diz respeito ao sudeste, tanto Minas Gerais quanto o Rio de Janeiro e São Paulo foram representados por seis escolas diferentes. E no sul o estado do Rio Grande do Sul foi o mais destacado, com quatro das sete instituições presentes.

**Tabela 9 - EMAs 2004 a 2012 – Instituições de veiculação dos coautores, agrupadas por região geográfica, e participação percentual de cada região sobre o total**

	Estado	Instituição	Região	Participação Percentual
1	CE	Universidade de Fortaleza (UNIFOR)	Nordeste	20,5%
2	CE	Universidade Estadual do Ceará (UECE)		
3	PB	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)		
4	PE	Faculdade Boa Viagem (FBV)		
5	PE	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)		
6	PE	Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)		
7	RN	Universidade Federal do Semi-Árido (UFERSA-RN)		
8	ES	Fundação Instituto Capixaba de Pesq. em Contabilidade, Economia e Finanças	Sudeste	59,0%
9	ES	Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)		
10	MG	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)		
11	MG	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)		
12	MG	Universidade Federal de Lavras (UFLA)		
13	MG	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)		
14	MG	Universidade Federal de Viçosa (UFV)		
15	MG	Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo (FIPEL)		
16	RJ	Fundação Getúlio Vargas-RJ		
17	RJ	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)		
18	RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)		
19	RJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)		
20	RJ	Universidade Gama Filho (UGF)		
21	RJ	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ)		
22	SP	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP)		
23	SP	Fundação Getúlio Vargas-SP		
24	SP	Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPE-SP)		
25	SP	Universidade de São Paulo (USP)		
26	SP	Universidade Metodista de Piracicaba		
27	SP	Centro Universitário da FEI		
28	PR	Universidade Estadual de Maringá (UEM)	Sul	20,5%
29	PR	Universidade Federal do Paraná (UFPR)		
30	RS	Faculdade Senac-RS		
31	RS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)		
32	RS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)		
33	RS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)		
34	SC	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)		
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

Já no que diz respeito à participação das 34 escolas por cada um dos cinco eventos – ainda sem considerar-se o número de vezes em que os pesquisadores de cada uma delas se fizeram presentes nos eventos - observa-se um desequilíbrio muito favorável às públicas no caso específico do nordeste (ver Quadro 1). No sudeste e mais ainda no sul houve desequilíbrio muito pequeno.

**Quadro 1 - EMAs 2004 a 2012 – Instituições de filiação dos coautores, separadas em públicas e privadas e por região**

Região	Quantidade	Instituições privadas	Instituições públicas
Nordeste	1	Universidade de Fortaleza (UNIFOR)	Universidade Estadual do Ceará (UECE)
	2	Faculdade Boa Viagem (FBV)	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
	3		Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)
	4		Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
	5		Universidade Federal do Semi-Árido (UFERSA-RN)
Sudeste	1	Fundação Instituto Capixaba de Pesq. em Contabilidade, Economia e Finanças	Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)
	2	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)
	3	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ)	Universidade Federal de Lavras (UFLA)
	4	Fundação Getúlio Vargas-RJ	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
	5	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)	Universidade Federal de São João Del-Rei (UFSJ)
	6	Universidade Gama Filho (UGF)	Universidade Federal de Viçosa (UFV)
	7	Centro Universitário da FEI	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
	8	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP)	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)
	9	Fundação Getúlio Vargas-SP	Universidade de São Paulo (USP)
	10	Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPER-SP)	
	11	Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo (FIPEL)	
	12	Universidade Metodista de Piracicaba	
Sul	1	Faculdade Senac-RS	Universidade Estadual de Maringá (UEM)
	2	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	Universidade Federal do Paraná (UFPR)
	3	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
	4		Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Fonte: Elaboração própria

Passando-se ao comparecimento, em cada evento, das instituições de afiliação dos pesquisadores que escreveram em coautoria, observa-se que elas somaram 178, número superior ao de coautores porque alguns destes declararam-se afiliados a mais do que apenas uma instituição (ver Tabela 10).

**Tabela 10 - EMAs 2004 a 2012 – Quantidade de afiliados que compareceram aos eventos – Totais absolutos por evento e para o período, e distribuição percentual para o período, separada por região geográfica**

Estado	Instituição	2004	2006	2008	2010	2012	2004-12	
							Total	Distribuição percentual
CE	Universidade de Fortaleza (UNIFOR)	0	4	0	5	0	9	5,1%
CE	Universidade Estadual do Ceará (UECE)	0	0	0	0	4	4	2,2%
PB	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	0	0	0	6	3	9	5,1%
PE	Faculdade Boa Viagem (FBV)	0	0	2	0	0	2	1,1%
PE	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	6	3	3	2	3	17	9,6%
PE	Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)	0	0	0	0	2	2	1,1%
RN	Universidade Federal do Semi-Árido (UFERSA-RN)	0	0	0	1	2	3	1,7%
ES	Fundação Instituto Capixaba de Pesq. em Contabilidade, Economia e Finanças	0	0	0	2	0	2	1,1%
ES	Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)	0	0	5	0	1	6	3,4%
MG	Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG)	0	0	0	1	0	1	0,6%
MG	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)	0	1	0	2	0	3	1,7%
MG	Universidade Federal de Lavras (UFLA)	0	0	3	4	0	7	3,9%
MG	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	0	3	0	4	0	7	3,9%
MG	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	0	0	0	0	1	1	0,6%
MG	Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo (FIPEL)	0	2	0	0	0	2	1,1%
RJ	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ)	0	0	0	1	1	2	1,1%
RJ	Fundação Getúlio Vargas-RJ	0	0	0	5	1	6	3,4%
RJ	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)	0	0	0	3	1	4	2,2%
RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	0	5	5	3	7	20	11,2%

RJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)	0	0	0	1	0	1	0,6%
RJ	Universidade Gama Filho (UGF)	0	0	0	0	2	2	1,1%
SP	Centro Universitário da FEI	0	0	0	1	0	1	0,6%
SP	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP)	0	0	0	0	5	5	2,8%
SP	Fundação Getúlio Vargas-SP	0	4	0	2	6	12	6,7%
SP	Instituto de Ensino e Pesquisa (INSPER-SP)	0	0	0	4	0	4	2,2%
SP	Universidade de São Paulo (USP)	0	0	0	1	2	3	1,7%
SP	Universidade Metodista de Piracicaba	0	0	5	0	0	5	2,8%
PR	Universidade Estadual de Maringá (UEM)	0	0	0	2	0	2	1,1%
PR	Universidade Federal do Paraná (UFPR)	0	2	4	0	0	6	3,4%
RS	Faculdade Senac-RS	0	0	0	0	2	2	1,1%
RS	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	0	0	0	2	1	3	1,7%
RS	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	2	0	1	0	1	4	2,2%
RS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	8	4	1	4	2	19	10,7%
SC	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	0	0	0	0	2	2	1,1%
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>56</b>	<b>49</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

O que salta aos olhos é que 31,5% deste indicador concentraram-se em tão somente três instituições: UFRJ, UFRGS e UFPE. Além disto, praticamente 53% de todos os comparecimentos ocorreram no caso de escolas do sudeste, enquanto as escolas sulistas ficaram com pouco mais de 21% e as nordestinas com 25,8%.

Ao se buscar saber se ocorreu interação entre instituições, ficou evidente que a grande maioria dos artigos em coautoria foi escrita por pesquisadores de uma mesma instituição, com quase 78% dos 68 artigos encaixando-se nesta condição (ver Tabela 11). Contudo, observa-se que, nos dois últimos eventos, este comportamento tendeu a amenizar-se, muito embora não se tenha consolidado uma tendência firme neste sentido.

**Tabela 11 - EMAs 2004 a 2012 – Quantidade de artigos escritos com e sem interação interinstitucional, e participações percentuais sobre o total**

ANO	Sem interação (A)	Com interação (B)	Total (C)	A/C	B/C
<b>2004</b>	5	0	6	83,3%	0,0%
<b>2006</b>	8	1	9	88,9%	11,1%
<b>2008</b>	11	1	12	91,7%	8,3%
<b>2010</b>	14	8	22	63,6%	36,4%
<b>2012</b>	15	5	19	78,9%	26,3%
<b>2004-12</b>	<b>53</b>	<b>15</b>	<b>68</b>	<b>77,9%</b>	<b>22,1%</b>

Fonte: Elaboração própria

No que tange aos artigos escritos a partir de parcerias interinstitucionais, nota-se que algumas instituições são mais recorrentes nesta prática, tendo sido observadas mais de duas ocasiões em que interagiram a ESPM-RJ, a FGV-SP, a PUC-RJ, a PUC-MG, a UFPE, a UFRJ e a Unisinos (ver Tabela 12).

**Tabela 12 - EMAs 2004 a 2012 – Quantidade de artigos escritos em parcerias interinstitucionais e instituições que formaram estas parcerias**

ANO	QUANTIDADE	INSTITUIÇÕES PARCEIRAS
2004	0	
2006	1	Fipel + PUC-MG
2008	1	Unisinos + UFRGS
2010	1	USP + FGV-SP
	2	UFLA + Cefet
	3	UFMG + PUC-MG
	4	Insper + Centro da FEI
	5	Insper + ESPM-RJ
	6	FGV-SP + Fundação Instituto Capixaba de Pesq. em Contabilidade, Economia e Finanças
	7	Ufersa-RN + UFPE
	8	UFRJ + FGV-RJ + PUC-RJ
2012	1	UFES + UGF
	2	UFPE + UFV
	3	UFPE + UFRPE + PUC-RJ
	4	UFRJ + ESPM-RJ + PUC-RJ
	5	PUC-RS + Faculdades Senac-RS + Unisinos

Fonte: Elaboração própria

Em relação à abordagem metodológica adotada pelos autores, é importante frisar que ela se referiu às informações que se encontravam explicitamente colocadas nos trabalhos – ou seja, não houve nenhum esforço de interpretação por parte dos autores deste levantamento bibliométrico

O que se viu a respeito foi que 65% dos 68 artigos da subamostra estudada optaram pela abordagem qualitativa (ver Tabela 13), embora ano a ano esta preferência tenha variado: no biênio 2004-06 ela foi inferior a 50%, aumentando em seguida para patamares nunca inferiores à metade do total, inclusive atingindo o pico de quase 90% de preferência no evento de 2010. Já a abordagem quantitativa apresentou participação muito errática, variando desde o mínimo de 9% em 2010 até o máximo de 44% em 2006. Quadro muito semelhante foi observado no caso da abordagem qualitativa-quantitativa, enquanto os ensaios teóricos tiveram participação marginal para a totalidade dos eventos.

**Tabela 13 – EMAs 2004 A 2012 – Quantidade de artigos segundo a abordagem - Totais absolutos por evento e para o período e distribuição percentual para o período**

Ano	Quantidade de artigos por tipo de abordagem					Participações percentuais			
	Qualitativa	Quantitativa	Qualitativa-quantitativa	Ensaio teóricos	Total de artigos	Qualitativa	Quantitativa	Qualitativa-quantitativa	Ensaio teóricos
2004	1	2	2	1	6	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%
2006	4	4	1	0	9	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%
2008	6	2	4	0	12	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%
2010	19	2	1	0	22	86,4%	9,1%	4,5%	0,0%
2012	14	2	2	1	19	73,7%	10,5%	10,5%	5,3%
<b>2004-12</b>	<b>44</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>68</b>	<b>64,7%</b>	<b>17,6%</b>	<b>14,7%</b>	<b>2,9%</b>

Fonte: Elaboração própria

Finalmente, foi feito levantamento quanto ao conceito CAPES de cada uma das instituições de afiliação dos autores, e foi estabelecida a relação entre cada uma delas e a quantidade de artigos que tiveram pelo menos um dos coautores ali afiliado (ver Tabela 14).

O que se viu é que, das 34 escolas de afiliação identificadas, não mais do que 28 possuíam esta credencial, sendo que os conceitos variaram do máximo de 7 ao mínimo de 3. No caso, há duas análises a serem feitas: a quantidade de escolas qualificadas em cada conceito, e o número de artigos delas oriundos.

No primeiro caso, 18 das 28 escolas qualificadas – o equivalente a 64,3% - se enquadraram nos conceitos 3 e 4, enquanto tão somente duas apresentaram conceito 7. Por outro lado, em termos do número de artigos delas oriundos o cálculo das médias evidencia diferença relevante entre as mais bem qualificadas e as menos bem qualificadas: no caso das escolas de conceito 5 ou mais, a média de artigos por instituição nunca foi inferior a 4,5; já para as escolas de conceito 4 esta média cai para não mais do que 2,25, e chega a tão somente 1,8 no caso das escolas com conceito 3.

**Tabela 14 – EMAs 2004 A 2012 – Conceito CAPES das instituições de afiliação dos autores e número de artigos por instituição**

	Instituições	Número de artigos por instituição	Média de artigos por instituição	Distribuição percentual
1	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	7		8,3%
2	Universidade de São Paulo (USP)	2		2,4%
	<b>Total conceito 7</b>	<b>9</b>	<b>4,50</b>	<b>10,7%</b>
1	Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP)	7		8,3%
2	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	3		3,6%
	<b>Total conceito 6</b>	<b>10</b>	<b>5,00</b>	<b>11,9%</b>
1	Fundação Getúlio Vargas (FGV-RJ)	4		4,8%
2	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ)	3		3,6%
3	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)	2		2,4%
4	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)	3		3,6%
5	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	8		9,5%
6	Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)	9		10,7%
	<b>Total conceito 5</b>	<b>29</b>	<b>4,83</b>	<b>34,5%</b>
1	Centro Universitário da FEI	1		1,2%
2	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG)	2		2,4%
3	Universidade de Fortaleza (UNIFOR)	2		2,4%
4	Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	5		6,0%
5	Universidade Federal de Lavras (UFLA)	3		3,6%
6	Universidade Federal do Paraná (UFPR)	3		3,6%
7	Universidade Metodista de Piracicaba	1		1,2%
8	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	1		1,2%
	<b>Total conceito 4</b>	<b>18</b>	<b>2,25</b>	<b>21,4%</b>

**Tabela 14 – EMAs 2004 A 2012 – Conceito CAPES das instituições de afiliação dos autores e número de artigos por instituição**

1	Faculdade Boa Viagem (FBV)	1		1,2%
2	Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo (FIPEL)	1		1,2%
3	Fundação Instituto Capixaba de Pesq. em Contabilidade, Economia e Finanças	2		2,4%
4	Universidade Estadual de Maringá (UEM)	1		1,2%
5	Universidade Estadual do Ceará (UECE)	1		1,2%
6	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	2		2,4%
7	Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)	4		4,8%
8	Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)	2		2,4%
9	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM -SP)	2		2,4%
10	Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM - RJ)	2		2,4%
	<b>Total conceito 3</b>	<b>18</b>	<b>1,80</b>	<b>21,4%</b>
<b>28</b>	<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>3,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria

Nota: A soma de 84 artigos é superior aos 68 artigos da subamostra devido à contagem aqui ter sido feita com base na (s) afiliação(ões) de cada um dos autores dos 68 artigos.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que o objetivo deste artigo foi alcançado: dentro dos limites possíveis relativos ao espaço físico disponível, foi mapeado o estado da arte da coautoria especificamente no que tange aos 68 trabalhos que apresentavam as palavras consumo e anticonsumo em seus títulos, e que foram apresentados em todos os EMAs promovidos pela ANPAD até o ano de 2012.

Dentre os achados mais relevantes destacam-se:

- 1) Metade dos artigos foi elaborada por não mais do que dois autores;
- 2) Sessenta e cinco por cento dos artigos foram escritos a partir de parcerias entre professores e alunos;
- 3) As escolas que mais se fizeram representar nos cinco eventos foram as públicas, sendo que sua primazia em relação às escolas particulares foi especialmente forte no caso do Nordeste;
- 4) A interação interinstitucional foi muito baixa, com não mais do que 22% dos artigos sendo oriunda deste tipo de parceria; e

5) No caso das escolas de conceito Capes igual ou superior a 5, a média de artigos por instituição nunca foi inferior a 4,5; já para as escolas de conceito 4 esta média cai para não mais do que 2,25, e chega a tão somente 1,8 no caso das escolas com conceito 3.

O fato de a coautoria ter sido prática contumaz dentre os pesquisadores interessados em estudar o consumo ou o anticonsumo e em apresentar os resultados de seus estudos nos EMAs é fato relevante, tendo em vista que a cooperação acadêmica costuma trazer benefícios evidentes à pesquisa, a partir das externalidades positivas geradas pelo compartilhamento e pela troca de informações entre pesquisadores. Isto ocorre conforme seus achados são discutidos conjuntamente pela associação da produção de várias origens a partir do interesse coletivo de diferentes pesquisadores em temas específicos (GRAEML; MACADAR, 2010).

Por outro lado, viu-se que este tipo de parceria encontra-se muito concentrada na opção por não mais do que dois autores. Partindo-se do princípio que a participação dos autores tenha ocorrido

a partir de uma real colaboração de cada um à pesquisa, fica a impressão de que aqueles benefícios evidentes à pesquisa trazidos pela cooperação acadêmica estariam ocorrendo em nível subótimo conforme se beneficiam de não mais do que apenas duas formas de pensar.

Esta percepção - reforçada pelo fato de a interação interinstitucional ter sido muito baixa, aparentemente denunciando o desinteresse dos docentes em interagir com seus pares de outras escolas - encontra respaldo em duas colocações da literatura sobre o assunto. A primeira é de Vanz e Stumpf (2010, p. 45), de que “[...] a coautoria não pode ser assumida como sinônimo de colaboração pelo fato de que nem sempre os sujeitos listados como autores são responsáveis pelo trabalho intelectual” (p. 45). A segunda colocação é de Persson, Glänzel e Danell (2004): em coautoria, quanto maior o número de autores e ou instituições filiadas, maior a divulgação do trabalho e a possibilidade de citações.

Outra descoberta alvissareira é que praticamente 65% da subamostra tenham sido elaborados a partir do esforço conjunto de docentes e discentes. Mesmo considerando-se que este tipo de parceria pelo menos em parte estaria obedecendo à regra de produção de artigo(s) derivado(s) de orientações em cursos de mestrado e de doutorado – o que explicaria por que mais de metade dos artigos não obedeceu à ordem alfabética dos nomes dos autores - não deixa de ser digno de nota que este esforço tem rendido frutos de qualidade, tendo em vista sua aceitação em evento de renome nacional. De fato, este achado corrobora o que dizem Katz e Martin (1997) e Leta e Chaimovich (2002): apesar das inúmeras possibilidades de colaboração científica a distância, a proximidade física é um fator que encoraja a colaboração, ao proporcionar companhia para um trabalho que geralmente é isolado, impulsionando o pesquisador a se relacionar com outras pessoas.

Outra descoberta digna de nota é que as afiliações dos autores tenham sido verificadas, em maior grau, junto a instituições públicas. Isto condiz “[...] com o conhecimento empírico de que as universidades federais têm maior produção científica que as demais” (BENETTI et al., 2008), sugerindo seriedade no trabalho dos pesquisadores das escolas mantidas pela sociedade e no aproveitamento dos recursos

públicos que esta última lhes direciona. Reforça esta percepção o fato de a pesquisa ter indicado que o número médio de coautores nestas escolas foi sempre maior do que no caso das escolas privadas.

Outra observação relevante é a de que a interação interinstitucional foi muito baixa, com pouco mais do que 20% dos artigos da subamostra sendo oriunda deste tipo de parceria. Este fenômeno é preocupante, pois, embora não se possa garantir que se origina de uma decisão autônoma dos pesquisadores, cooperação acadêmica contribui para a disseminação do conhecimento acadêmico e combina com a atividade de um pesquisador científico: “Em princípio, redes sociais de interação entre diferentes instituições, com diferentes visões de problema de pesquisa e de metodologias de trabalho, devem trazer maiores contribuições às publicações” (ESPARTEL; BASSO; RECH, p. 2).

A ressaltar as naturais limitações desta pesquisa. Uma delas é o tamanho reduzido da subamostra estudada: apenas 68 trabalhos. Trata-se de ocorrência natural não só pelo fato de o EMA ser evento relativamente recente – apenas cinco ocorrências – como também pelo seu escopo específico limitado ao Marketing naturalmente restringir a quantidade de pesquisas cabíveis.

A segunda limitação é, na verdade, uma consequência inevitável do rigor que se impôs à metodologia de análise aqui adotada: não se fez esforço algum de interpretação para a extração de informações primárias. Como as informações analisadas são aquelas advindas estritamente daquilo que se encontrava explícito nos trabalhos analisados, a eventual ausência destas informações - ou até a sua inacuridade - pode ter gerado vieses nos resultados finais.

Sugestões para futuros estudos englobam a pesquisa de outros aspectos bibliométricos dos artigos desta subamostra, tais como os meios e as finalidades das pesquisas. Também se sugere que outras pesquisas estudem as cocitações - citações recíprocas envolvendo pares em estudos na mesma linha de pesquisa – enquanto forma de se analisarem longitudinalmente as mudanças nas estruturas intelectuais e nas características de um campo de estudo.



## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACEDO, F. J.; BARROSO, C.; CASANUEVA, C.; GALÁN, J. L. Co-Authorship in Management and Organizational Studies: An Empirical and Network Analysis. **Journal of Management Studies**, 43:5, July 2006.
- AHUVIA, A. If money doesn't make us happy, why do we act as if does? **Journal of Economic Psychology**, v. 29, n. 4, p. 491-507, 2008.
- ANPAD [base de dados na internet]. Rio de Janeiro [atualizada em 2012; acesso em 2012 Jan 17]. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/evento.php?cod\\_evento=2](http://www.anpad.org.br/evento.php?cod_evento=2)
- ARAÚJO, C. A. **Bibliometria**: evolução histórica e questões atuais [base de dados na internet]. Rio de Janeiro [atualizada em 2006; acesso em 2012 Jan 17]. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/revistaemquestao/article/viewFile/3707/3495>.
- BARBA, M, B. Indicadores de Producción. In: MALTRÁS BARBA, Bruno. **Los Indicadores Bibliométricos**: fundamentos y aplicación al análisis de la ciencia. Gijón, Ediciones Trea, 2003. (cap. 4)
- BARNETT, A. H.; AULT, R. W.; KASERMAN, D. L. The Rising Incidence of Co-authorship in Economics: Further Evidence. **Review of Economics and Statistics**, 70 (3), 1988.
- BAUMAN, Z. **Vida para o Consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BENETTI, K. C.; ALMEIDA, M. I. R.; PEREIRA, M. F.; MELO, P. A.; ROCZANSKI, C. R. M. O Estado da Arte em Estratégia na Revista de Administração Contemporânea: um estudo bibliométrico. XI Semead. **Anais...** São Paulo, 2008, pp. 1-16
- BRADFORD, S. C. Sources of Information on scientific subjects. **Engineering**, n. 137, p. 85-6, Jan. 1934.
- BURROUGHS, J. E.; RINDFLEISCH, A. Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 29, n. 3, 348-370, 2002.
- BUY NOTHING DAY [base de dados da internet]. UK [atualizada em 2012; acesso em 2012 Nov 17]. Disponível em <http://www.buynothingday.co.uk>.
- CAPES. [base de dados da internet]. Rio de Janeiro [atualizada em 2009; acesso em 2012 nov 17]. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/avaliacao/qualis>
- CAPES. [base de dados da internet]. Rio de Janeiro [atualizada em 2012; acesso em 2012 Oct 01]. Disponível em: <http://www.capes.gov.br/cursos-recomendados>.
- CHAUVEL, M.A.; MATTOS, M.P.A.Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. **Cadernos Ebape**, v.6, n.2, p. 1-16, 2008.
- COOPER, R.; BLAIR, D.; PAO, M. Communicating MIS research: a citation study of journal influence. **Information processing & management**, New York, v. 29, n. 1, p. 113-127, 1993.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. If We Are So Rich, Why Aren't We Happy? **American Psychologist**, v. 54, n. 10, 1999.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. The Costs and Benefits of Consuming. **Journal of Consumer Research**, v.27, p. 267-272, 2000.
- ESPARTEL, L.; BASSO, K.; RECH, E. Co-Autoria em Marketing no Brasil: uma Análise dos Artigos Publicados no EnAnpad e no EMA entre 1998 e 2007. In: XXXII Encontro da ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, setembro, 2008
- FONSECA, E. **Bibliografia Estatística e Bibliometria**: uma reivindicação de prioridades. [base de dados na internet]. Brasília [atualizada em 2012; acesso em 2012 nov 17]. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/1625/1234>.
- FIGUEIREDO, N. **Tópicos modernos em Bibliometria**. 1. ed. Brasília: Associação dos Bibliotecários do Distrito Federal, 1977.

- GRAEML, A.; MACADAR, M. Análise de Citações Utilizadas em ADI: 10 anos de anais digitais do Enanpad (1997-2006). **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 1, p. 122-148, 2010.
- GUEDES, V. L. S.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6., 2005, Salvador. **Anais...** Salvador, p. 1-18, 2005.
- HULME, E.W. **Statistical bibliography in relation to the growth of modern civilization**. London: Grafton, 1923
- KATZ, J. S.; MARTIN, B. R. What is research collaboration? **Research Policy**, Amsterdam, n. 26, p. 1-18, 1997.
- LETA, J.; CHAIMOVICH, H. Recognition and international collaboration: the Brazilian case. **Scientometrics**, Amsterdam, v. 53, n. 3, p. 325-335, 2002.
- LEE, S.; BOZEMAN, B. The impact of research collaboration on scientific productivity. **Social Studies of Science**, [S. l.], v. 35, n. 5, p. 673-702, 2005.
- LETA, J. ; CRUZ, C. H. B. A produção científica brasileira. In: VIOTTI, E. B.; MACEDO, M. M. (Org.). **Indicadores de ciência, tecnologia e inovação no Brasil**. Campinas: Unicamp, 2003. p. 121-168.
- LEVITT, T. **A Imaginação de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- LÉVY, P. **L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace**. Paris: Librairie Les Éditions La Découverte, 1997.
- LOTKA, A. J. **The frequency distribution of scientific productivity**. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, v. 16, n. 12, p. 317-323, June 1926.
- MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. 1. Ed. Brasília: Briquet Lemos Livros, 1999.
- NICHOLAS, David; RITCHIE, Maureen. **Literature and bibliometrics**. London: Clive Bingley, 1978.
- OTLET, P. **Traité de documentation: Le livre sur le livre: théorie et pratique**. Bruxelles: Editions mundaneum, 1934, 451 p.
- PERSSON, O., GLÄNZEL, W., DANELL, R. Inflationary bibliometric values: the role of scientific collaboration and the need for relative indicators in evaluative studies. **Scientometrics**, 60 (3), p. 421-432, 2004.
- PINHEIRO, L. V. R. **Lei de Bradford: uma reformulação conceitual**. 1982. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 1982.
- PLATAFORMA LATTES. [base de dados na internet]. Rio de Janeiro [atualizada em 2012; acesso em: oct 2012]. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/>
- PRICE, D. de S.. **O desenvolvimento da ciência: análise histórica, filosófica, sociológica e econômica**. 1. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1976.
- PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? **Journal of Documentation**, v. 25, n. 4, p. 348-349, Dec. 1969.
- SCHNAIBERG, A. The Expansion of Consumption. In: GOODWIN, N.R.; ACKERMAN, F.; KIRON, D. (Orgs.). **The Consumer Society**. Washington, D. C., Covelo, California: Island Press, 1997.
- SHANKAR, A.; CHERRIER, H.; CANNIFORD, R. Consumer empowerment: a Foucauldian interpretation. **European Journal of Marketing**, v. 40, n. 9/10, p. 1013-1030, 2006.

URBIZAGASTEGUI-ALVARADO, R. A lei de Lotka na bibliometria brasileira. **Ciência da Informação**, v 31, n 2, 14-20, 2002.

VANTI, N. **Da bibliometria à webometria**: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento [base de dados na internet]. Brasília [atualizada em 2002; acesso em 2012 oct 31 Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/171/150>.

VANZ, S.; STUMPF, I. Colaboração científica: revisão teórico-conceitual. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.15, n.2, p.42-55, maio./ago. 2010

VERGARA, C. S. **Começando a definir a metodologia**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 41 p.

WEISZ, J.; ROCO, M. C. **Redes de pesquisa e educação em engenharia nas Américas**. Rio de Janeiro: Finep, 1996.

ZIPF, G. **Human Behavior and the Principle of Least Effort**. Cambridge, AddisonWesley, 1949.