

## EDITORIAL

No contexto da economia e da sociedade contemporâneas, mais que qualquer outra dimensão, face ou aspecto, reconhece-se como necessário pensar e atuar na realidade da trajetória evolutiva de construção do conhecimento. Neste sentido, a premissa é que o conhecimento evolui em ciclos de natureza, diversidade e intensidade variáveis em relação ao tempo.

Assim, algumas expressões do conhecimento podem apresentar ciclos evolutivos muito rápidos em seus processos de organização e sistematização, enquanto outras demandam tempo significativo para surgir, crescer, amadurecer, reciclar ou serem substituídas por novos conhecimentos agregados e aprimorados.

Algumas permanecem em domínio restrito por muito tempo, enquanto outras alcançam o domínio comum rapidamente, em função do impacto social, econômico ou político despertado por forças sociais e, entre elas, destacando-se as mais diversas modalidades de mídia, no propósito da disseminação de conhecimentos novos.

Em qualquer contexto, há que se considerar a relatividade da dimensão “tempo”. O campo das ciências administrativas se enquadra predominantemente no âmbito do conhecimento de evolução rápida. A dinâmica competitiva, tanto das organizações produtivas públicas e privadas quanto das acadêmicas, notadamente em nossos dias, tem impulsionado significativamente a produção de novos conhecimentos e de suas aplicações nesta importante área de estudos e de atividades. Esta turbulência define claramente a revolução do conhecimento nesta área.

Este número da *Revista Gestão e Tecnologia* tem o propósito de contribuir no processo evolutivo do conhecimento em algumas áreas da gestão corporativa. Neste sentido, foram selecionados para publicação sete artigos de produção livre por seus respectivos autores. Alguns artigos resultam de pesquisas empíricas, enquanto outros abordam temas estudados a partir de pesquisas do tipo “desk research”, proporcionando importantes inferências intuitivas.

Neste sentido, são apresentados neste número temas como “A Responsabilidade Social nas Organizações: Percepções e Realidade”, que realizou um diagnóstico sobre o entendimento e a prática da responsabilidade social em médias empresas de Belo Horizonte que divulgam exercer ações socialmente responsáveis. Já o estudo “*Business Demography: o Perfil dos Estudantes do Ensino Superior Privado no Brasil*” caracteriza o perfil dos estudantes das IES privadas de diferentes regiões do país a partir dos dados do PNAD 2007. O artigo “A Propaganda na Estratégia de Diferenciação Competitiva do Varejo de Eletrodomésticos Brasileiro” conclui que a percepção que os consumidores possuem das empresas está relacionada às campanhas publicitárias, sendo verificadas variações na lembrança espontânea das marcas. O trabalho “Comportamento do Consumidor: Análise dos Impactos de Certificação (RSE) com Chancela Público/Privada” indicou diferenças nas importâncias atribuídas aos elementos identificadores entre os grupos de avaliação e de controle, além de constatar que o selo chancelado pela ONG exerce maior influência do que quando chancelado pelo governo. Em “A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e o Índice de Disposição de Adoção de Produtos e Serviços Baseados em Tecnologia (TRI): Uma Interface Possível?”, a conclusão essencial aponta para as possibilidades concretas de relacionamento entre estes dois elementos do conhecimento. O trabalho “Análise das Práticas de Gestão do Conhecimento de Empresas do Setor Farmacêutico no Brasil” descreve uma pesquisa com 18 empresas do setor farmacêutico que foram eleitas entre as melhores para se trabalhar no Brasil, pelo guia Exame/Você 2004. Os resultados revelaram que a criação e manutenção de um ambiente aberto, de camaradagem e de estímulo à criatividade e à iniciativa representam algumas das práticas mais presentes.

## Editorial

Ao convite à leitura e ao estudo destes artigos, pequenas expressões do conhecimento, instiga-se à reação e à produção de tantos outros, preenchendo lacunas importantes no campo das ciências aplicadas aos mundos corporativo e individual. O corpo editorial desta Revista tem a honra e a satisfação em receber manifestações sobre quaisquer aspectos referentes ao conteúdo, ao formato ou à produção deste veículo.

José Edson Lara