

Contribuição Metodológica para Elaboração de Artigos em Finanças

Roy Martelanc, FEA/USP

Professor de finanças da FEA/USP. Coordenador de projetos da FIA.
Doutor em Administração pela FEA/USP.
rmartela@usp.br, rmartela@gmail.com

Contribuição Metodológica para Elaboração de Artigos em Finanças

Possivelmente a principal dúvida dos autores seja o que se espera dos seus artigos e, em decorrência, como serão recebidos pela revista à qual foi submetido e pelo público interessado. Para responder a essa questão, este artigo apresenta um enfoque integrado à decisão de objetivo e metodologia, a descrição exemplificada dos principais métodos utilizados em finanças, soluções simples para as questões de forma e uma discussão dos aspectos éticos envolvidos.

Palavras chave: metodologia, pesquisa.

Methodologic Contribution for the Elaboration of Finance Articles

Possibly the main question of authors is what is expected from their articles and how they will be received by the submitted journal and by the relevant public. In order to answer this question, this article presents an integrated approach to the decision of objective and methodology, examples of the use of the main methods used in finance, simple solutions for the matters of form, and a discussion of the relevant ethic issues.

Key words: methodology, research.

Contribución Metodológica para la Elaboración de Artículos en Finanzas

Posiblemente la principal duda de los autores sea que es lo que se espera de sus artículos y, por lo tanto, como serán recibidos por la revista a la cual fueron sometidos y por el público interesado. Para responder a esa cuestión, este artículo presenta un enfoque integrado a la decisión de objetivo y metodología, la descripción ejemplificada de los principales métodos utilizados en finanzas, soluciones simples para las cuestiones de forma y una discusión de los aspectos éticos envueltos.

Palabras llave: metodología, pesquisa.

INTRODUÇÃO

Objetivo

O objetivo deste texto é ajudar os autores a superarem a dúvida relativa à aceitação de artigos em finanças, por parte das revistas e do público que avaliará e eventualmente utilizará o artigo. Esta é uma das principais restrições para que sejam elaborados.

O texto contém recomendações gerais quanto à definição do objetivo e da metodologia do artigo, que são decisões integradas e a descrição dos principais métodos utilizados em administração, acompanhada de exemplos reais extraídos de relevantes artigos em finanças.

Também são apresentados elementos de forma, como a itemização esperada de um artigo, o estilo de redação apropriado e um mecanismo prático para as referências bibliográficas e a itemização de objetos.

Finalmente, são discutidos os principais aspectos éticos envolvidos na elaboração de artigos.

Relevância

O esforço desnecessariamente dedicado a redescobrir uma série de soluções metodológicas é, no mínimo, um desperdício de tempo. Além disso, ao consumir o esforço do autor, pode reduzir a dedicação ao conteúdo do artigo, reduzindo a sua qualidade.

Este texto tem a função de reduzir a incerteza e o esforço associados à elaboração do artigo, de forma que o autor possa fazê-lo mais rapidamente, com maior qualidade, com maior relevância teórica e prática e tornar a tarefa mais prazerosa.

Metodologia

Este texto foi escrito com base em uma revisão da bibliografia nacional e internacional sobre o assunto e na experiência dos autores. É um trabalho de natureza conceitual e pragmática.

A revisão bibliográfica é baseada em alguns clássicos e em autores nacionais de metodologia aplicada à administração. Essa é uma forma de prestigiar os autores nacionais e de capturar os padrões metodológicos conforme utilizados no Brasil. Adicionalmente, são utilizados exemplos nacionais e internacionais de aplicação dos diversos métodos.

Limitações

A principal limitação deste texto é que a experiência pessoal é necessariamente pouco representativa do que ocorre com outras pessoas e em outros ambientes. Essa limitação atinge principalmente as recomendações referentes à escolha do objetivo e do método e a discussão dos aspectos éticos.

Este artigo recomenda uma série de inovações no formato do texto, que podem não ser aceitas por alguma publicação. Essas inovações incluem a incorporação da metodologia à introdução, o uso de uma numeração única de objetos, o uso da facilidade de referência bibliográfica do MS-Word, a opção pelo padrão de referência da APA.

ELEMENTOS DE CONTEÚDO

O método científico

Foram o mercado e a ciência que tiraram o mundo ocidental da idade média. O mercado por prover a motivação e viabilizar os investimentos. A ciência, pura e aplicada, por possibilitar uma visão de mundo e uma produtividade cada vez maior.

O desenvolvimento do conhecimento alterna períodos de evolução gradual e de revolução científica. Na maior parte do tempo, o conhecimento evolui em torno dos paradigmas considerados válidos, ensinados nas universidades e usados para escrever os livros texto. Ocasionalmente, surge uma crítica que põe em cheque o conhecimento paradigmático. Nos casos em que a crítica evolui a ponto de por o paradigma em xeque, pode se transformar em uma revolução do pensamento. O eventual desfecho é o desenvolvimento de um novo paradigma, seja pela substituição do anterior, seja pela sua incorporação (Kuhn, 2000).

Um exemplo atual é o da eficiência de mercado das finanças neoclássicas, que já foi considerada uma das mais bem corroboradas teorias em finanças. A crítica surge cedo, ainda na década de 1980, para tornar-se a revolução das finanças comportamentais de hoje. Quando a abordagem das finanças comportamentais finalmente estiver consolidada, poderá, em amálgama com a teoria dos contratos e as finanças neoclássicas, formar o novo paradigma de uma teoria geral de finanças.

A não ser por uns poucos ramos formais, como a lógica e a matemática, a ciência é empírica. Da exploração do mundo são intuídas hipóteses de como ele é e por que. Essas hipóteses são testadas, segundo uma série de metodologias, em confronto com a realidade do mundo. Se a hipótese for corroborada muitas vezes e de muitas formas, ela será considerada válida, até prova em contrário. Se a hipótese for falseada, haverá necessidade de alterá-la, complementá-la ou até substituí-la.

Um dos mais influentes filósofos do século passado, Popper defende que uma teoria é fortemente corroborada quando foi submetida a difíceis e variados testes e não foi falseada. Nas suas palavras (Popper, 1974, pp. 275, 295):

As teorias não são verificáveis, mas podem ser ‘corroboradas’. (...)

Ao apreciar o grau de corroboração de uma teoria, leva-se em consideração seu grau de falseamento. Quanto mais passível de teste, tanto mais uma teoria poderá ser corroborada. (...)

Tentando apreciar o grau de corroboração de uma teoria, raciocinamos aproximadamente ao longo das linhas seguintes. O grau de corroboração crescerá com o número de instâncias corroboradoras. Geralmente, atribuímos às primeiras instâncias corroboradoras uma importância muito maior do que às subseqüentes: uma vez que uma teoria se encontre bem corroborada, instâncias posteriores pouco aumentam seu grau de corroboração. Essa regra, entretanto, não vigora caso as novas instâncias sejam muito diversas das anteriores, isto é, caso elas corroborem a teoria num *novo campo de aplicação*. Nesse caso, elas podem aumentar consideravelmente o grau de corroboração. Dessa maneira, o grau de corroboração de uma teoria que apresente maior grau de universalidade pode ser superior ao de uma teoria que apresente grau de universalidade menos (e, portanto, menor grau de falseabilidade). Analogamente, teorias de maior grau de precisão podem ser mais bem corroboradas do que teorias menos precisas.

O ápice do método científico é a pesquisa explicativa. Mas a exploratória e a descritiva também são importantes, por trazerem os dados e hipóteses de que ela se alimenta (Gil, 2002):

- Pesquisa exploratória, que tem o objetivo de “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que es-

tas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições”.

- Pesquisa descritiva, cujo objetivo é a “descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis”. Essas relações ainda descrevem o comportamento conjunto das variáveis, sem tentar explicá-lo.
- Pesquisa explicativa, que têm a preocupação de “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”.

Escolha do Objetivo e da Metodologia

A escolha do tema é uma das etapas mais importantes da elaboração de um artigo e também uma das que mais dúvidas trazem. Um meio útil na delimitação dos temas possíveis é verificar se ele passa no teste do passado, presente e futuro.

- **Passado:** É preferível que o orientando tenha tido envolvimento anterior com o tema, de forma que o autor já tenha certa densidade de reflexão que possa incorporar ao seu texto. Frequentemente, é essa reflexão anterior, às vezes por anos, a responsável pelo diferencial dos artigos de alta qualidade. Em geral, a primeira reflexão séria sobre um assunto acaba sendo ingênuas.
- **Presente:** É importante que a meta seja amplamente atingível. A metodologia deve ser compatível com as reais possibilidades do autor, como tempo, dados e outros recursos. Entrar em uma empreitada sem ter a certeza de como sair pode ser fatal.
- **Futuro:** É preferível que o tema tenha relevância para as atividades futuras do orientando. Isso evita que o esforço se transforme em uma desmotivante formalidade ligada a pressões por produção quantitativa ou a um rito de passagem.

O tema geralmente é amplo e ainda não estabelece o foco específico do texto a ser produzido. Inicia-se uma sucessão de focalizações e detalhamentos com a finalidade de definir operacionalmente o que se espere conseguir. Definido o tema, passa-se à definição do problema a ser resolvido, que geralmente surge da constatação de que, na prática ou na teoria, alguma coisa acontece que não é a melhor solução para um aspecto da realidade. Em seguida, passa-se à definição do objetivo específico a ser atingido e ao método que será utilizado para tal. Definido o objetivo, pode haver necessidade de torná-lo efetivamente operacional, o que é feito por meio da definição de hipóteses a corroborar ou falsear.

A hipótese é operacional e define o que efetivamente é testado. Uma forma de entendê-la é enquanto “explicação provisória das causas de um fenômeno. A hipótese da pesquisa nada mais é do que uma provável solução para o problema proposto” (Oliveira & al., 2003). Embora o objetivo tenha de ser explicitado, o mesmo não ocorre sempre com as hipóteses (Gil, 2002):

(...) em algumas pesquisas, as hipóteses são implícitas e em outras são formalmente expressas. Geralmente, naqueles estudos em que o objetivo é o de descrever determinado fenômeno ou as características de um grupo, as hipóteses não são enunciadas formalmente. (...) Já naquelas pesquisas que têm como objetivo verificar relações de associação ou dependência entre variáveis, o enunciado claro e preciso das hipóteses constitui requisito fundamental.

O objetivo é um subconjunto do tema, definido bem o que é feito e com que resultado esperado. A metodologia estabelece como o autor do texto procura atingir o objetivo. Objetivo e metodologia são inseparáveis, sendo apresentados e analisados em conjunto. Um projeto de pesquisa é basicamente uma declaração de objetivo e metodologia, possivelmente com alguma revisão bibliográfica.

fica preliminar, seguido de um cronograma. Somente após o conjunto objetivo e metodologia estarem bem definidos passa-se à elaboração da pesquisa e do texto do artigo.

A etapa de definição do objetivo e da metodologia é uma das mais difíceis e onde a maior parte dos autores precisa mais de ajuda. Para realização das demais etapas necessárias à produção do artigo são utilizados recursos intrínsecos do autor ou mais fáceis de obter, como a sua experiência profissional, os seus estudos acadêmicos, as suas leituras e os exemplos de outros artigos já publicados.

A definição clara do objetivo, logo no início do trabalho, poupa o autor da perda de tempo usualmente associada a objetivos sem foco ou exageradamente ambiciosos. A dificuldade na escolha do objetivo do artigo é um dos principais fatores que atrasam a produção de artigos. O segundo fator mais importante é a ansiedade associada à exposição de si mesmo perante os demais.

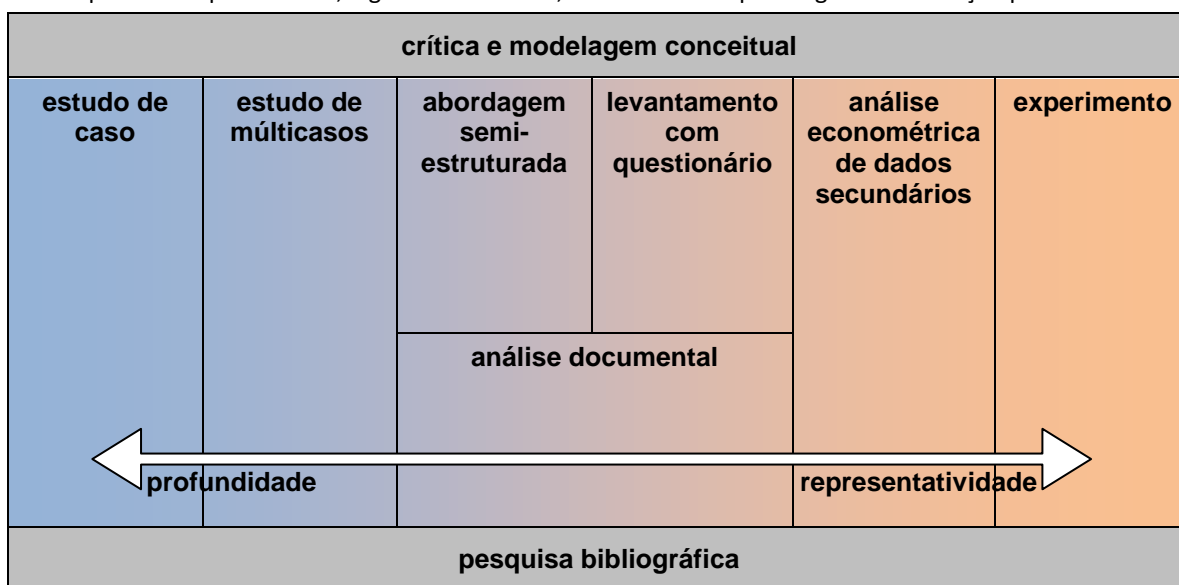
O autor inseguro acaba mesclando a avaliação do texto com a sua própria, sentindo-se mal por não estar produzindo uma obra à altura de si mesmo. Isto pode levar a defeitos como a dispersão de esforços, o perfeccionismo ou até a negação da importância do artigo em si. Para melhorar a qualidade do artigo, é útil lembrar que se trata apenas de um texto, que deve ser tão bom quanto possível e que certamente será objeto de avaliação crítica por parte dos pares, mas que representa não mais que uma etapa no longo desenvolvimento do autor e do conhecimento da humanidade.

Abordagens Metodológicas

Há um considerável número de abordagens metodológicas empregadas na produção de conhecimento em administração. O Objeto 1 expressa graficamente os principais agrupamentos de abordagens metodológicas utilizados na elaboração de artigos.

Objeto 1 – Agrupamentos de abordagens metodológicas.

As abordagens são ordenadas em uma escala de profundidade x representatividade. A abordagem de crítica e modelagem conceitual é sobreposta e a pesquisa bibliográfica é subjacente a todas as demais abordagens. As abordagens metodológicas não são mutuamente excludentes, mas complementares: é bem possível que um estudo de caso ou multicase utilize qualquer das demais abordagens; uma análise sociométrica pode ser baseada em documentos ou em um levantamento com instrumento estruturado; um experimento pode incluir, e geralmente inclui, o uso de testes psicológicos. Elaboração pelo autor.



As abordagens são apresentadas em ordem de profundidade e representatividade. Um estudo de caso analisa em profundidade uma situação específica, mas, a rigor, representa somente a si mesmo. Os resultados de um experimento bem conduzido serão sempre os mesmos, portanto ele é perfeitamente representativo da realidade testada. Entretanto, pode ser difícil a transposição desses resultados para os casos do mundo real, mais complexos.

O Objeto 2 apresenta as abordagens metodológicas relatadas por autores brasileiros no tema, reagrupadas como foi feito no Objeto 1. O agrupamento deve ser compreendido como uma tentativa de organizar as abordagens e não como uma forma de determinar-lhes limites estritos.

Objeto 2 – Abordagens metodológicas utilizadas em Administração.

Aplicação à área de administração. Baseado na tabulação das classificações de autores brasileiros no tema (Martins G. d., 2007; Mattar, 2007; Marconi & Lakatos, 1996; Oliveira & al., 2003; Gil, 2002; Tachizawa, 2002; Godoi, Bandeira-de-Mello, & Silva, 2006). Alguns dos autores distinguem estratégias, assinaladas com ^e, de técnicas, assinaladas com ^t, mas não há consenso nessa classificação. Alguns autores mencionam indefinidos ‘pesquisa de campo’ ou ‘levantamento de campo’ e ‘pesquisa de mercado’. Elaboração pelos autores.

Abordagem	Godoi, Bandeira-de-Mello, Silva	Martins	Mattar	Marconi e Lakatos	Oliveira	Gil	Tachizawa
Estudo de caso	Estudo de caso qualitativo ^e Pesquisa-ação ^e Estudo etnográfico ^e	Estudo de caso ^e Pesquisa-ação ^e Observação participante ^t Etnográfica ^e Pesquisa de avaliação ^e , de diagnóstico ^t	Estudo de caso Observação informal	Observação	Observação ^t	Estudo de caso Pesquisa-ação Pesquisa participante	Estudo de caso
Estudo de multicaseos	-	-	Estudo de casos selecionados	-	-	-	-
Abordagem semi-estruturada	Análise fenomenológica ^e Entrevista qualitativa ^t História oral ^e Focus group ^t	Entrevista ^t História oral e história de vida ^t Focus group ^t Discurso do sujeito coletivo ^e Laddering ^t Painel de entrevistas ^t Grounded theory ^e	Levantamento de experiência	Entrevista não padronizada História de vida	Entrevista ^t História da vida ^t Discussão de grupo ^t	Estudo de campo Estudo de coorte	-
Análise documental	Análise de conteúdo ^t Análise do discurso ^t Análise da narrativa ^t	Documental ^{et} Análise de conteúdo ^t Análise do discurso ^t Historiográfica ^e	Documental	Documental Análise de conteúdo	Documental Análise de conteúdo ^t	Documental	-
Levantamento com questionário	-	Levantamento ^e Questionário ^t	Levantamento de campo	Entrevista padronizada Questionário, formulário, teste Sociometria	Questionário, formulário ^t teste ^t Sociometria ^t	Levantamento	Teórico-empírico

Abordagem	Godoi, Bandeira-de-Mello, Silva	Martins	Mattar	Marconi e Lakatos	Oliveira	Gil	Tachizawa
Análise econométrica de dados secundários	-	Quase-experimental ^e	-	-	-	Ex-post-facto	-
Experimento	Pesquisa de laboratório	Experimental ^e	Experimental Teste de mercado	Pesquisa de laboratório	Experimental	Teórico-empírico	-
Crítica e modelagem conceitual e pesquisa bibliográfica	-	Bibliográfica ^e Pesquisa de proposição de planos e programas ^e	Bibliográfica Levantamento de estatísticas Levantamento de pesquisas efetuadas	Bibliográfica	-	Bibliográfica	Análise teórica

Como um Artigo é Avaliado

Cada publicação e cada revisor têm os seus critérios de avaliação, o que pode fazer com que um artigo submetido seja prontamente aprovado por uns e simplesmente rejeitado por outros. Em termos gerais, esses critérios giram em torno dos seguintes conceitos:

- Qual o grau de relevância do objetivo e do resultado para o mundo real e para o acadêmico? O artigo é útil para quem? Ele chega a mudar o nosso entendimento do mundo?
- Qual o grau de inovação que o artigo traz em relação às práticas atuais e a textos publicados anteriores? O artigo chega a ser surpreendente?
- Qual o grau de robustez com que o método foi aplicado e, portanto, qual o grau de confiabilidade dos resultados obtidos? Os resultados chegam a ser inquestionáveis?
- O quanto a forma do texto ajuda a sua compreensão e quanto retrabalho exige?

De fato, a mais contundente crítica já feita aos artigos em Administração é “a falta de originalidade, a relevância questionável, seja do ponto de vista prático ou acadêmico, e a qualidade falha, tanto do ponto de vista epistemológico, quanto do ponto de vista metodológico” (Bertero, Caldas, & Wood Jr., 1999). Espera-se de um bom artigo que responda, à altura, essas questões.

Os artigos que são lidos, citados e tornam seu autor amplamente reconhecido na academia e no mercado, são os que chegam a uma conclusão relevante e bem fundamentada.

ABORDAGENS METODOLÓGICAS: DEFINIÇÕES E EXEMPLOS

Utilização das Abordagens Metodológicas na Administração

A tabulação dos artigos publicados na RAUSP (Revista de Administração) entre 1990 e 1999 mostrou que a maioria mescla o teor prático e o teórico (53%), alguns são classificáveis apenas como teóricos (30%) e o restante como apenas práticos (16%). A distribuição dos textos de finanças e contabilidade é praticamente a mesma (Martins & Pucci, 2002).

Uma tabulação dos principais artigos nacionais em administração, apresentada no Objeto 3, mostrou que o método predominante em administração é o ensaio e que, dentre as abordagens qualitativas, o estudo de um ou mais casos é dominante (Godoi & Balsini, 2006).

Objeto 3 – Uso dos tipos de pesquisa em administração.

Tabulação de 1096 artigos publicados entre 1997 e 2004 na RAUSP (Revista de Administração), RAC (Revista de Administração Contemporânea), ERA (Revista de Administração de Empresas) e RAP (Revista de Administração Pública). Em coerência com o agrupamento aqui adotado, foi feita a reclassificação de 2 artigos como estudos de caso: pesquisa-ação (1 caso), pesquisa participante (1 caso). A fonte não esclarece a natureza das abordagens não identificadas. Adaptado de Godoi & Balsini (2006).

tipo de pesquisa	participação entre	
	participação geral	os métodos qualitativos e quali- quanti
Ensaio	48%	
Quantitativa	30%	
Qualitativa ou quali-quanti	22%	
Total	100%	
Estudo de caso		45%
Estudo de multicasos		27%
Documental		7%
Semi-estruturada		4%
Não identificada		17%
Qualitativa ou quali-quanti		100%

As particularidades, os pontos fortes e limitações usuais das abordagens metodológicas aplicadas a artigos de finanças são discutidos nos itens a seguir.

Crítica e modelagem conceitual, pesquisa bibliográfica

É uma análise crítica ou proposição de modelo, feita a partir da bibliografia, da experiência do autor e de outras informações disponíveis. Neste caso, a revisão bibliográfica pode ser mesclada com os resultados e a itemização passa a seguir a linha do argumento principal. Se o artigo incluir a dedução de uma equação, esta pode ser apresentada em apêndice.

Esta é uma das mais importantes e mais difíceis formas de artigo. Em finanças, quase todos os agraciados com o prêmio Nobel de economia foram reconhecidos pela sua crítica e modelagem conceitual: Tobin, Markovitz, Sharpe, Merton, Scholes, Modigliani, Miller.

Uma forma de artigo conceitual é o ensaio, que consiste em “uma exposição lógica e reflexiva e numa argumentação rigorosa com alto nível de interpretação e julgamento pessoal. No ensaio há maior liberdade por parte do autor, no sentido de defender uma determinada posição sem que tenha de se apoiar no rigoroso e objetivo aparato de documentação empírica e bibliográfica (...)” (Severino, 1986, p. 121). Logo em seguida, o mesmo autor desfaz algum possível mal entendido adicionando que “o ensaio não dispensa o rigor lógico e a coerência da argumentação e, por isso mesmo, exige grande informação cultural e muita maturidade intelectual” (Severino, 1986, p. 121).

A pesquisa bibliográfica é base para todas as demais abordagens. Fornece idéias, permite saber o que os outros já sabem, ajuda a definir melhor o objetivo e o método, permite tornar a análise dos resultados mais completa e útil.

Uma situação de pesquisa bibliográfica pura é o da descrição do estado da arte, que se propõe a resumir ‘todo’ o conhecimento relevante em um tema. É um tipo de artigo que exige grande maturidade conceitual e conhecimento enciclopédico no tema. Um exemplo é o de um artigo que descreve o estado da arte em estrutura de capita e que, com quase 20 anos de idade até hoje é um dos mais utilizados no tema (Harris & Raviv, 1991).

Estudo de caso

Um estudo de caso estuda uma situação definida, no contexto do mundo real, com todas as interferências ambientais existentes. A vantagem do estudo de caso é permitir a análise em profundidade de uma questão, examinando de perto as relações causais. A desvantagem está em que o que ocorre em um caso dificilmente pode ser extrapolado. Inclui uma descrição da situação, a análise das relações causais em ação e, quando disponível, o desfecho. Um estudo de caso utiliza qualquer fonte disponível que seja pertinente: balanços, retornos, notícias, material institucional, entrevistas, questionários, análise econométrica, observação participante, etc.

A melhor definição de estudo de caso é dada pelo seu mais importante autor dos tempos atuais: “um estudo de caso é uma investigação empírica que (1) investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando (2) os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2005, pp. 32-33). Os estudos de caso têm um lugar de destaque na pesquisa de avaliação: explicar vínculos causais em intervenções na vida real, descrever uma intervenção e o seu contexto, ilustrar certos tópicos em uma avaliação, explorar as situações em que a intervenção não apresenta um resultado claro ou ser uma ‘meta-avaliação’, ou seja, a avaliação de uma avaliação (Yin, 2005, pp. 34-35).

O caso do internet banking do Banco do Brasil foi publicado ainda em 2000 e mostrou a relativa homogeneidade entre esses sistemas nos bancos competidores e que, em tempos de linha disca, os clientes valorizavam a velocidade de carregamento mais que a estética do site (Ramos & Costa, 2000). É evidente a relevância desse tipo de constatação para os projetistas de sites comerciais, bancários ou não.

Um estudo de caso pode ter objetivo didático, com a finalidade de ser utilizado em cursos. O caso aborda a recomendação de compra de uma empresa de software por um fundo de private equity e envolve “estimar seu valor, identificar riscos importantes, analisar os termos de investimento propostos e considerar estratégias alternativas” (Rynbrandt, 2009).

O anexo típico do estudo de caso, que não são publicados, mas que podem ser requeridos para a etapa de avaliação do artigo, é material descritivo de aspectos gerais da organização estudada. É informação que não foi julgada de relevância suficiente para ser incluída no corpo do artigo, mas que pode ser útil. Sendo material anexo, a não ser publicado, não precisa ter sido produzido pelos autores do artigo. Outros anexos ou apêndices usados com alguma frequência são tabelas de dados compilados ou produzidos e utilizados na elaboração das tabelas ou gráficos do corpo do artigo.

Pesquisa-ação. É um tipo de estudo de caso em que o autor do artigo teve envolvimento ativo no caso, geralmente tentando resolver um problema. Aplica-se tudo que foi dito sobre os estudos de caso clássicos, mais salvaguardas quanto ao distanciamento emocional entre o autor e o caso. Não é fácil, mas é muito importante, que, ao analisar o caso, o autor se coloque o melhor que puder como um observador neutro, compreendendo todos os lados, crítico inclusive da própria atuação.

O estudo de caso de uma empresa de produção por encomenda, à qual os autores prestaram serviços de consultoria, mostrou que os custos calculados pelo sistema ABC diferem substancialmente dos anteriormente utilizados e que “suas informações parecem mais coerentes aos gestores e parecem refletir com grande fidelidade o sistema produtivo” da empresa (Souza, Avelar, Vieira, & Ferreira, 2006).

Estudo de multicasos

Estudam-se vários casos, sem o mesmo grau de detalhe que pode ser obtido quando a atenção é focada em um único. É possível capturar parte da variabilidade do ambiente, mantendo parte da profundidade de análise típica dos estudos de caso.

Como apresentado no Objeto 3, mais de um quarto dos artigos com metodologia qualitativa ou quali-quantitativa usou a abordagem do estudo de multicasos. Essa abordagem permite a comparação de casos e a tentativa de identificação de atributos que possam ser responsáveis pela obtenção de desfechos divergentes.

Com o objetivo de analisar as práticas brasileiras, foi feito o estudo de 7 casos de aquisição de grandes empresas brasileiras. Foi observado que aproximadamente metade não fez uma *due diligence* e que aproximadamente metade não planejou a etapa de integração, o que é atribuído à pouca maturidade desse mercado (Tanure & Cançado, 2005).

Abordagem semi-estruturada

Entrevistas semi-estruturadas são entrevistas realizadas não com um questionário bem definido, mas com um instrumento semi-estruturado, como um roteiro. As entrevistas são realizadas pelo próprio pesquisador, que interage com os entrevistados, explorando as respostas de cada um. As entrevistas podem ser substancialmente diferentes entre si, a depender do rumo que a entrevista toma e do grau de aprofundamento obtido com cada entrevistado. Dificilmente a amostra é representativa. Quando exequível, a transcrição das entrevistas pode ser incluída em anexo, sempre tomando-se o cuidado de não identificar o entrevistado, a não ser que ele concorde explicitamente com a sua identificação.

Um exemplo é um estudo baseado em entrevistas semi-estruturadas com investidores institucionais do mercado imobiliário, sendo 19 de Paris, 25 de Londres e 20 de seis cidades alemãs. O objetivo foi o de explorar o processo de decisão de investimento desses investidores. O estudo conclui que a decisão é menos analítica que o recomendado na literatura e é tomada em cinco etapas: definição da estratégia de investimento, busca de propriedades, análise e comparação, consulta a clientes e/ou administradores, seleção dos investimentos. Apenas no Reino Unido acrescentam, entre a primeira e a segunda etapa, a de definição de uma estratégia detalhada (Roberts & Henneberry, 2007).

Um estudo etnográfico é o estudo de uma comunidade bem definida, com a qual o pesquisador convive às vezes por anos. É a forma mais profunda de estudo de caso, preferida dos antropólogos. Exige o registro detalhado e preciso do mundo estudado e traz o desafio do distanciamento emocional.

O exemplo é o de um estudo etnográfico de dois anos, focado no sentimento de incerteza cognitiva, a incerteza quanto ao próprio conhecimento, de novatos em dois bancos de investimento (Michel, 2007). O primeiro banco valoriza a redução da incerteza cognitiva e utiliza uma série de estratégias para tal. Em consequência, seus funcionários percebem a incerteza cognitiva como passageira, o que leva a resolver os problemas por dedução e a ao conhecimento baseado no indivíduo. São percebidos pelos funcionários do segundo banco como “freqüentemente errados, mas nunca em dúvida”. O segundo banco valoriza a percepção de que o ambiente é rico e incerto e aumenta a incerteza cognitiva de seus funcionários. Isto os leva a percebê-la como persistente, excedente da capacidade individual de resolver os problemas, o que leva a soluções baseadas no conhecimento do grupo e na intuição. A abordagem é percebida pelos funcionários do primeiro banco como tendo uma “estratégia de gestão-pela-confusão”. Ambos os bancos de investimento são bem sucedidos.

O grupo focal (*focus group*) equivale a uma entrevista semi-estruturada com um grupo de pessoas. O grupo deve ser relativamente homogêneo. O objetivo pode ser desconhecido dos entrevistados, um dos entrevistadores pode se passar por entrevistado para ajudar a conduzir a discussão para os seus objetivos, a reunião pode ser gravada, com ou sem o conhecimento dos entrevistados, pode ser necessária a assinatura prévia de um termo. Valem os pontos fortes e limitações das entrevistas semi-estruturadas, mais a dificuldade adicional de conduzir um grupo e a possibilidade de perder uma resposta importante de um respondente tímido.

Um grupo focal foi feito por técnicos do FED (Federal Reserve Board) de Washington com 8 pessoas de alta renda e patrimônio, relevantes por representarem uma grande contribuição para a poupança agregada. Apenas 2 das pessoas responderam um grande número de motivos, que vão desde a preocupação com o futuro ao desejo de consumir. Alguns poupam sem saber ao certo para que. Em geral, responderam que é importante manter o dinheiro fora do alcance imediato, para não gastá-lo, o que é consistente com os preceitos das finanças comportamentais (Kennikell, Starr-McCluer, & Sundén, 1997).

Análise documental

É a análise de documentos guardados, sendo a preferida dos historiadores. Os documentos têm formas variadas, como impressa, manuscrita, filmada, eletrônica. Não deve ser confundida com a análise bibliográfica, pois aqui os documentos são o próprio objeto de estudo. A bibliografia pode separar as fontes utilizadas na análise bibliográfica dos documentos utilizados como objeto de estudo em si. A principal limitação está em que os documentos expressam somente a parte da realidade que havia interesse em registrar à época em que foram produzidos. Quando exequível, os documentos analisados podem ser apresentados em anexo.

Um artigo publicado no 11º Semead analisou os IAN e relatórios de administração de 73 empresas do novo mercado na Bovespa e constatou que, em 2007, apenas 12 relataram políticas de gestão de risco e apenas 6 apresentaram um item específico sobre gestão de risco. Com isso, conclui que “os reportes sobre riscos da maioria das empresas ainda apresentam níveis baixos de evidencição” (Fernandes, Silva, & Termus, 2008).

Uma abordagem documental interessante é a de análise de conteúdo. Na versão clássica, a análise de conteúdo é utilizada para encontrar regularidades em documentos pré-existentes, mas pode ser aplicada a transcrições de entrevistas.

Usando análise de conteúdo, pesquisadores britânicos concluíram que relatórios anuais de empresas com desempenho econômico-financeiro ruim têm legibilidade significativamente pior que os das empresas com bons resultados (Baker III & Kare, 1992). Entre outros testes, verificou-se que, na média, as frases tinham mais palavras e as palavras mais letras. Em outras palavras, quem vai mal precisa enrolar mais. Estudos posteriores levantaram a hipótese alternativa de que empresas com desempenho pior sentem necessidade de dar explicações mais detalhadas.

Na abordagem sociométrica, analisam-se as relações entre indivíduos. Elabora-se uma representação gráfica dessas relações e analisam-se possíveis regularidades. Os dados geralmente se originam de dados documentais ou de levantamento com questionário.

Com base em um sociograma que mostra a participação de 615 indivíduos nos conselhos de administração das 90 empresas listadas no novo mercado da Bovespa em 2007, foi possível concluir que “organizações mais bem posicionadas nas redes de relações corporativas tendem a apresentar maior rentabilidade e menor endividamento” (Mendes-Da-Silva, Rossoni, Martin, & Martelanc, 2008). Esse artigo foi premiado como melhor artigo de volume pela Revista Brasileira de Finanças e, em versões preliminares ou subseqüentes, o prêmio de melhor artigo de finanças do EnAn-

pad 2008, o primeiro lugar no 5º Prêmio Revelação em Finanças IBEF-SP / KPMG e um dos prêmios IBGC-Itaú Unibanco - Academia.

Levantamento com base em questionário (survey)

É um levantamento de campo, usando questionários aplicados presencialmente ou pela internet. Levanta-se a percepção das pessoas quanto à realidade, que pode ser relevante de per si e que pode expressar a realidade subjacente. Não permite tanta profundidade de análise quanto o estudo de caso. Exige muito da etapa de planejamento e pré-teste do questionário. Nem sempre uma questão será interpretada da mesma forma pelo pesquisador e pelo entrevistado. Quando amostral, exige uma amostra representativa; quando levanta 100% dos casos, torna-se um censo.

Um levantamento com 84 empresas australianas mostrou que as técnicas de avaliação de projetos de investimento mais utilizadas são o VPL, o payback e a TIR, respectivamente usadas por 94%, 91% e 80% das empresas, sendo que a maior parte das empresas utiliza de 3 a 6 técnicas. 88% das empresas utilizam algum custo de capital para tomar suas decisões de investimento. Dessas, 55% usam apenas estimativas geradas internamente para o custo de capital, 7% apenas estimativas externas e 38% ambas. As técnicas mais usadas para estimar o custo de capital é o CAPM (72% das empresas), a taxa de empréstimo mais um adicional (47% das empresas) e a própria taxa dos empréstimos recebidos (34%), com mais de uma resposta por empresa. Esses resultados foram comparados com os de outras pesquisas de outros países e considerados consistentes (Truong, Partington, & Peat, 2008).

No caso de aplicação de questionários, há dois apêndices típicos: o questionário e um arquivo contendo todas as respostas originais e as variáveis transformadas. Deve ser tomado o cuidado de não permitir a identificação do respondente. Se necessário, devem ser omitidos campos que, embora relevantes à análise, poderiam permitir a dedução da identidade do respondente.

Análise econométrica de dados secundários

É a aplicação de técnicas estatísticas a dados quase sempre secundários, quase sempre representativos da população.

Em 1988 e 1989, a tributação foi alterada, tornando mais vantajoso distribuir dividendos do que retê-los e dar aos acionistas ganhos de capital. Um estudo do comportamento dos dividendos mostrou que, apesar de as empresas aumentarem o seu nível de distribuição, o fizeram muito menos do que seria de esperar. A explicação são os conflitos de agência entre acionistas controladores, de um lado, e minoritários e preferencialistas, de outro. Por mostrar quão forte era esse conflito de agência, o artigo foi um dos motivadores do movimento de governança corporativa no Brasil, que mais tarde culminou no novo mercado e boom dos IPOs de 2004 a 2007 (Procianny, 1996).

Uma abordagem clássica é o estudo de evento. Identifica-se um evento que ocorra com um número considerável de ações. Compara-se o retorno de cada ação com o retorno previsto por um modelo, em geral o CAPM ou uma de suas variantes. A diferença entre o retorno da ação e o esperado segundo o modelo é o retorno anormal, que é calculado, para cada ação, no dia do evento, dias antes e dias depois. Retornos anormais positivos após o evento, se estatisticamente significativos, provam que quando o evento ocorre o preço das ações tende a subir; se for negativo, os preços tendem a cair após o evento. Se há retornos anormais de mesmo sinal anteriores ao evento, é porque alguns investidores obtiveram informação antes dos demais e aproveitaram para comprar ou vender ações antes do anúncio do evento.

Um estudo de evento com 80 emissões de ações negociadas Bovespa, ocorridas entre 1992 e 2002, concluiu pela evidência do uso de informação privilegiada. Os retornos, descontado o efeito

do mercado e do risco da ação, foram negativos no dia do anúncio da emissão e nos dois dias seguintes. No período de 3 semanas antes do anúncio, os preços das ações, sempre ajustados pelo mercado e pelo seu risco, começam a cair, antecipado o impacto do anúncio. Esta antecipação, por uma parte dos investidores, de um evento ainda desconhecido do público, evidencia o uso de informação privilegiada (Medeiros & Matsumoto, 2006).

Outro exemplo é o da aplicação de técnicas econométricas baseadas no estudo de evento a oito casos de crises da bolsa de valores norte-americana de 1962 a 2007. O estudo conclui que no dia do crash, perdem mais valor as ações com maiores betas e volatilidades, as de empresas maiores e menos ilíquidas, as de empresas mais endividadas, com mais ativos líquidos, menor fluxo de caixa e rentabilidade. Identifica que ações de empresas maiores lideram tanto a queda dos preços na crise como a sua subsequente recuperação (Wang, Meric, Liu, & Meric, 2009).

Às vezes, o objetivo é estabelecer relações entre as variáveis, sem chegar a explicar o porque; outras vezes, tenta-se identificar as relações de causa e efeito entre elas.

O impacto das ações sociais da empresa sobre o valor das ações é objeto de uma análise correlacional entre o MVA (market value added) e uma série de variáveis que expressam o empenho social de 308 empresas dos EUA. O estudo conclui que há um efeito positivo sobre o MVA quando o esforço é dirigido aos stakeholders da empresa, como clientes, empregados, fornecedores e a comunidade. Conclui, também, que esforços sociais não diretamente relacionadas aos stakeholders primários da empresa têm efeito negativo sobre o preço das ações (Hillman & Keim, 2001).

Um problema que surge em estudos que tentam estabelecer a causa dos fenômenos é a endogeneidade das variáveis. Quando é identificada uma relação entre A e B, pode ser que A cause B, que B cause A, mas também que A e B se reforcem mutuamente. Pode ser que haja uma terceira variável C, não mensurada, causando A e B ou que além de C causar A e B, seja também causada por elas. Essa variável C pode ser altamente relevante ou pode ser espúria. Para descobrir qual dessas relações é a verdadeira, é importante dominar o objeto de estudo. Utilizar técnicas econométricas projetadas para filtrar esses efeitos pode ajudar.

As limitações mais importantes das análises econométricas são a indisponibilidade de algumas variáveis que seriam relevantes, a possível endogeneidade entre as variáveis e os resíduos e o impacto dos pressupostos embutidos nas técnicas analíticas. Deve ser apensada a planilha com os dados brutos e transformados que foi utilizada e, quando cabível, as linhas de comando utilizadas na análise estatística dos dados.

Experimento

Em um experimento, simula-se uma situação real em laboratório, verificando-se, experimentalmente, qual a relação causal entre as variáveis da pesquisa. A sua principal limitação é a transposição do resultado ao mundo real. Os apêndices mais comuns são os instrumentos utilizados no experimento, a tabela com os resultados individuais obtidos e, se houver, as anotações feitas durante os experimentos.

Um experimento interessante foi realizado com 245 pessoas que participaram de um mercado simulado com informação assimétrica. Aquelas com elevado grau de autoconfiança, medido pela tendência a superestimar a precisão da informação disponível, são especialmente vulneráveis à maldição do vencedor, ou seja, tendem a pagar mais caro para não perder o negócio. Aquelas com elevado grau de self-monitoring, ou seja, que regulam seu comportamento para serem percebidas de forma favorável, tendem a ter desempenhos melhores (Biais, Hilton, Mazurier, & Pouget, 2005).

ELEMENTOS DE FORMA

Componentes do Artigo

Os componentes típicos de um artigo são descritos a seguir. A primeira página é padronizada por cada publicação e tipicamente contem:

- Título do artigo. O título é uma espécie de anúncio do conteúdo do artigo. O seu objetivo é deixar bem claro qual o tema abordado, de forma a ajudar o leitor a definir se o artigo poderá ser de seu interesse ou não.
- Autores. Por ordem de precedência na autoria do artigo.
- Instituição. Em geral, os professores mencionam a instituição a que estão vinculados e os executivos as firmas para quem trabalham. No caso de empresas e instituições não acadêmicas, recomenda-se fazer as necessárias consultas para assegurar não haver impedimento à sua menção.
- Mini-currículo. Quando a revista o solicita, ele é uma versão fortemente resumida, contendo a função profissional mais relevante e a instituição, o título educacional mais elevado e a instituição, o e-mail profissional e o e-mail pessoal.
- Resumo em português. O resumo deve conter um sumário do objetivo, da metodologia empregada e dos principais resultados.
- Resumo em inglês e, eventualmente, espanhol. Com isso, o artigo pode ser encontrado por pessoas de outros países. Pode haver tradução do título.
- Data de recebimento e data de publicação. Estas informações são preenchidas pela secretaria da revista e servem para indicar a velocidade de tramitação para futuros autores.

O objetivo e a metodologia formam um composto que expressa o projeto da pesquisa. Se o leitor do artigo souber o que foi feito e como, tem uma visão de conjunto que lhe permite antever o tipo de resultado que pode ser obtido.

- Objetivo. O objetivo do artigo deve ser declarado de forma explícita e objetiva. Às vezes são necessários esclarecimentos adicionais de algum aspecto específico do objetivo. Em geral, o objetivo surge de um problema de pesquisa, mais amplo, que também é explicitado. Às vezes é necessário delimitar o alcance do objetivo, que pode se referir a uma instituição, um mercado, uma região, um período específicos. Geralmente, o objetivo é acompanhado de um texto introdutório, que contextualiza o objetivo e explica por que ele faz sentido.
- Relevância. Neste item é explicitada a relevância do artigo para a construção da teoria e para as aplicações práticas. O impacto prático do artigo é a sua razão de ser e um dos principais quesitos segundo os quais sua qualidade é avaliada. Espera-se que um artigo seja útil para os profissionais da área.
- Metodologia. Aqui é apresentado um resumo da metodologia empregada para atender ao objetivo proposto. O grau de detalhamento requerido é o necessário para que uma outra pessoa, ao ler o artigo, possa seguir exatamente os mesmos passos e obter o mesmo resultado. É importante é deixar claro como os procedimentos metodológicos adotados permitiram atender ao objetivo. Em algumas situações, a metodologia consiste na descrição geral da abordagem metodológica e na enumeração das fontes de informações utilizadas; em outros, há a cuidadosa descrição dos experimentos ou análises econométricas realizadas
- Limitações. O primeiro tipo de limitação refere-se ao escopo escolhido, necessariamente delimitado, portanto incompleto. O segundo tipo decorre de imperfeições do método utili-

zado. Por melhor que seja a qualidade do estudo, a perfeição é virtualmente impossível. Neste item, reconhecem-se as principais críticas que o artigo merece, com dupla finalidade: (1) mostrar que decorrem de escolhas metodológicas e não de desconhecimento e (2) alertar o leitor. As limitações podem conter sugestões de aprofundamento futuro.

Elaborar uma adequada revisão conceitual é necessário para sintonizar o leitor com os aspectos mais relevantes do restante do artigo. A escolha dos textos a serem discutidos mostra a tendência do autor e o contexto conceitual de que ele parte.

Após a revisão conceitual, passa-se à descrição e análise dos resultados obtidos. Essa análise deve ser feita à luz dos objetivos e da metodologia que foram definidos. O conteúdo desse item pode ser muito variado, a depender da metodologia escolhida. Por isso, foi descrito no item anterior.

A conclusão em geral é curta e mostra como os resultados responderam aos objetivos inicialmente propostos, diante do método empregado. Os principais pontos de conclusão são apresentados em itens. Não há necessidade de repetir detalhes apresentados nas páginas anteriores.

Após as conclusões, são apresentadas as referências bibliográficas utilizadas no texto. A relação é biunívoca: somente são incluídas obras citadas e todas as obras citadas são incluídas.

O último item, raramente publicado, são eventuais apêndices e anexos. O autor deve submeter os apêndices e anexos que julgar necessários à avaliação de seu artigo. O editor decidirá se é o caso de publicá-los. A diferença é que o anexo é elaborado pelo autor do artigo e o anexo, por terceiros (ABNT, 2002):

- Apêndice. É elaborado pelo autor e contém o detalhamento de algum aspecto do texto principal. Os mais comuns são íntegras de questionários, tabelas de dados e deduções de equações. Às vezes é publicado.
- Anexo. É material elaborado por terceiros e anexado ao texto, como descrição de empresa objeto de estudo de caso, legislação ou um artigo interessante de terceiros. Via de regra, não é publicado.

Citações Bibliográficas

As citações de textos ou idéias de outros autores têm uma série de funções. Servem para dar substância à pesquisa bibliográfica, necessária para contextualizar os objetivos e resultados do artigo e, eventualmente, educar o leitor.

Elas reforçam os argumentos do autor, mostrando que eles têm o respaldo de outros autores, o que confere alguma legitimidade. Por outro lado, podem ser utilizadas para contestar os argumentos do autor citado, sustentando uma polêmica.

Servem para ser honesto com o autor original dos argumentos citados, reconhecendo e valorizando a sua a idéia. Deixar de citar um autor equivale a apropriar-se das idéias dele e é considerado um problema ético grave. Ao mesmo tempo, as citações servem para explicitar a inovação e contribuição do autor do artigo, mostrando o que já se sabia.

As citações bibliográficas seguem os seguintes preceitos (Eco, 1977):

- Deve ficar muito clara a separação entre a citação de terceiros e o texto do autor.
- Das citações devem ser claramente reconhecíveis o autor e a fonte.
- As citações devem ser preferencialmente colhidas de fonte primária, na sua edição mais conceituada.

- As citações devem ser fiéis ao texto citado e às idéias do autor citado. Citações fora de contexto são proibidas.
- A citação pressupõe que a idéia do autor citado seja compartilhada, a menos que o trecho seja objeto de crítica.
- Os textos objeto de análise interpretativa (ex: Leis) são citados com bastante amplitude.
- Os textos objeto de análise crítica são preferencialmente citados quando, com sua autoridade, corroboram ou confirmam afirmação nossa.

As citações podem ser curtas, apresentadas no mesmo parágrafo, ou longas, em parágrafos separados. Uma citação curta pode ser indireta, apenas refletindo a idéia original com texto novo. Pode também ser literal, caso em que deve ser feita entre aspas duplas.

Citações longas, possivelmente com mais de 3 linhas, sempre literais, são feitas em parágrafos separados, sem aspas, com fonte menor, espaço simples, espaço entre parágrafos menor e margem esquerda adicional. Se o texto citado tiver mais de um parágrafo, basta continuar no mesmo estilo.

Se uma parte do texto citado tiver de ser excluída por ser desnecessária, basta indicar o texto excluído com reticências entre parênteses. Se uma parte tiver que ser incluída para deixar o texto claro no seu novo contexto, basta fazê-lo entre colchetes.

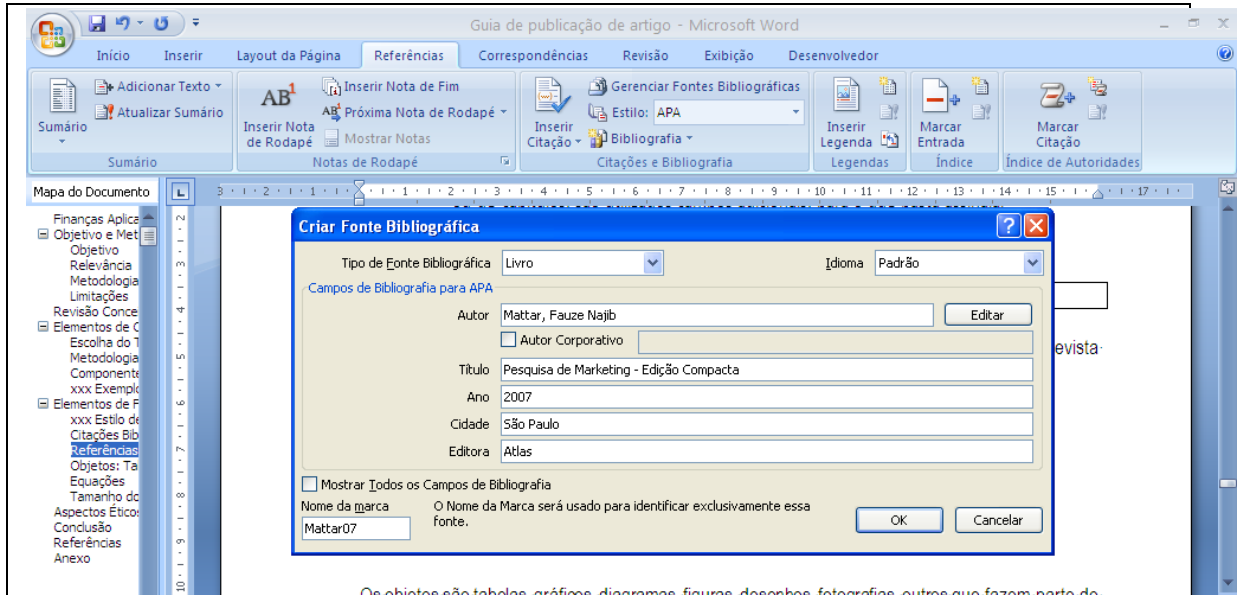
Referências Bibliográficas

Todas as citações são seguidas da indicação do(s) seu(s) autor(es) e do ano de publicação. Cada uma das obras citadas deve ser referenciada na bibliografia; todas as obras referenciadas devem ser citadas ao menos uma vez. O formato utilizado pela revista é o da APA (American Psychological Association), a mais usado internacionalmente em textos das ciências sociais.

O componente de citações e bibliografia do MSWord 2007 controla automaticamente a correspondência entre citações e referências e as formata automaticamente. O formulário deve ser preenchido com todas as informações recomendadas, mais as adicionais necessárias. O Objeto 4 exemplifica a adição de nova fonte bibliográfica.

Objeto 4 – Formulário de inserção de referência bibliográfica do MSWord 2007.

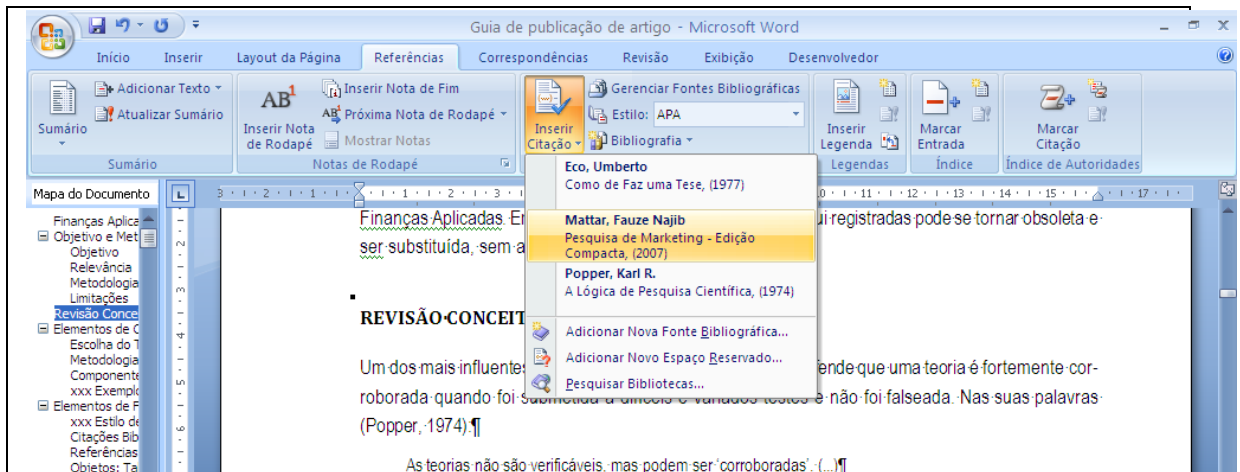
O menu é acessado por referências >citações e bibliografia >inserir citação > adicionar nova fonte bibliográfica. No caso de referências indiretas ou de capítulos, são utilizados campos adicionais, para o que basta assinalar a caixa 'mostrar todos os campos da bibliografia'. No caso de artigos, deve ser adicionado o volume. A revista utiliza o último sobrenome do primeiro autor e o ano da publicação como nome da marca. Imagem extraída do software.



Uma vez inserida, a referência pode ser citada como mostrado no Objeto 5.

Objeto 5 – Seleção da referência a ser citada no MSWord 2007.

O menu é acessado por referências >citações e bibliografia >inserir citação. Imagem extraída do software.



Objetos: Tabelas, Gráficos, Figuras

Os objetos são tabelas, gráficos, diagramas, figuras, desenhos, fotografias, outros que fazem parte do texto. Todos os objetos devem ser citados no corpo do texto e devem ser apresentados tão próximo quanto possível do ponto em que são citados. Um exemplo é o Objeto 6, que apresenta vários tipos de objetos e seus formatos.

Objeto 6 – Principais objetos.

Para cada tipo de objeto, a formatação correspondente. As equações são apresentadas em outro ponto. Elaborado pelo autor.

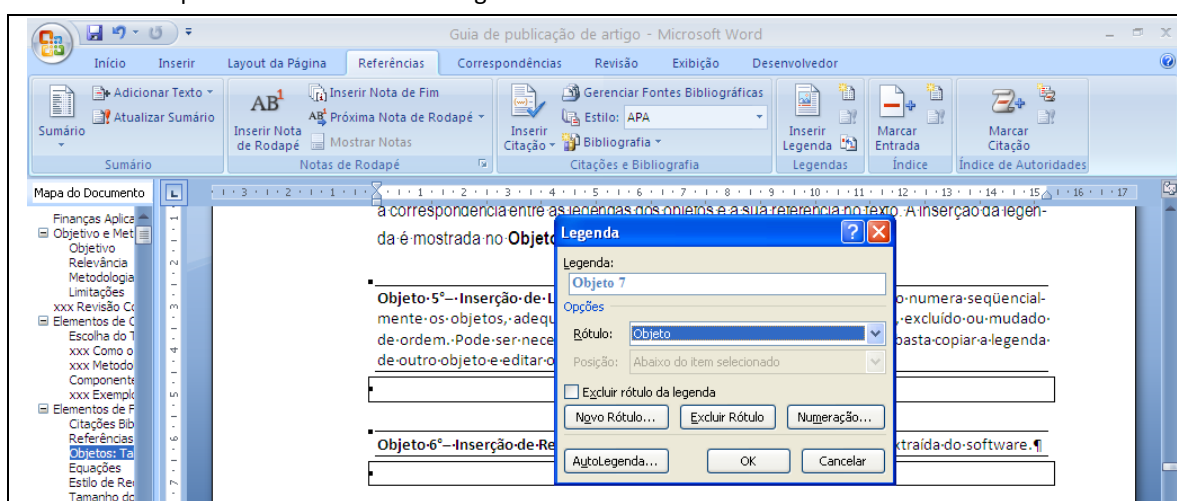
Objeto	Formatação
Tabelas	Centralizadas, com bordas superiores e inferiores, mas não laterais. Podem ser planilhas ativas, embutidas no arquivo do documento.
Gráficos	Centralizados. Podem ser gráficos em planilhas ativas, embutidos no arquivo do documento.
Figuras, desenhos, diagramas, fotografias	Centralizadas, emoldurada em um quadro. Em publicações eletrônicas, prefira versões que utilizem pouca memória.

Os objetos devem ter títulos superiores e numeração seqüencial. A depender do formato da revista, o texto que acompanha o título superior descreve com detalhes a construção do objeto, variável a variável, e as fontes. Com freqüência, um objeto será `elaborado pelo(s) autor(es)` ou `adaptado de autor (data)`. Para evitar redundância, a informação contida no texto que acompanha o título do objeto não é repetido no texto principal do artigo.

O componente de legendas do MSWord 2007, bem como de versões anteriores, permite controlar a correspondência entre as legendas dos objetos e a sua referência no texto. A inserção da legenda é mostrada no Objeto 7. A inserção da referência cruzada à legenda é inserida como no Objeto 8.

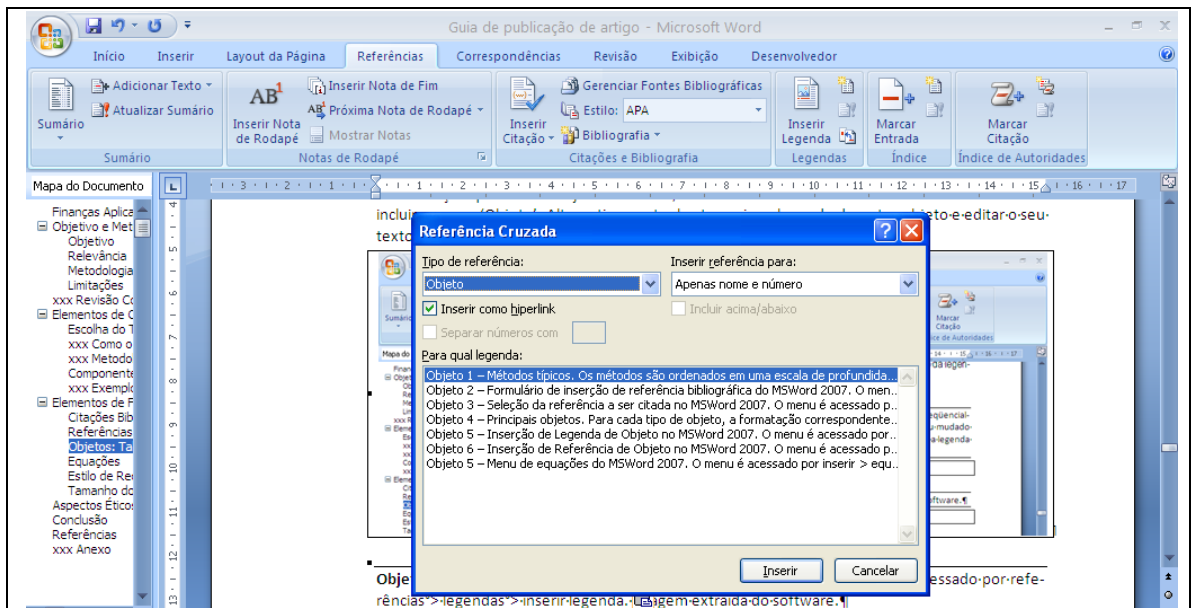
Objeto 7 – Inserção de Legenda de Objeto no MSWord 2007.

O menu é acessado por referências > legendas > inserir legenda. Este recurso numera seqüencialmente os objetos, adequando a numeração quando um objeto é incluído, excluído ou mudado de ordem. Pode ser necessário incluir o nome 'Objeto'. Alternativamente, basta copiar a legenda de outro objeto e editar o seu texto. A numeração dos objetos é atualizada cada vez que o arquivo é salvo ou quando o campo é assinalado e é pressionada a tecla F9. Imagem extraída do software.



Objeto 8 – Inserção de Referência de Objeto no MSWord 2007.

O menu é acessado por referências > legendas > inserir referência cruzada. O padrão é inserir referência para: apenas nome e número. A numeração das referências é atualizada cada vez que o arquivo é salvo ou quando o campo é assinalado e é pressionada a tecla F9. Imagem extraída do software.



Equações

As equações são numeradas seqüencialmente, à direita da equação. Essa numeração é especialmente útil quando uma equação (ou inequação) é demonstrada a partir de outras. A legenda da equação pode ser inserida com os mesmos recursos das demais legendas.

Como exemplo, a eq. 1 expressa a formação do retorno de uma ação enquanto processo aleatório e a eq. 2 expressa o valor esperado desse mesmo retorno.

$$R_j = R_F + \beta_j(R_M - R_F) + \varepsilon(0, \sigma^2) \quad \text{eq. 1}$$

$$E(R_j) = R_F + \beta_j(E(R_M) - R_F) \quad \text{eq. 2}$$

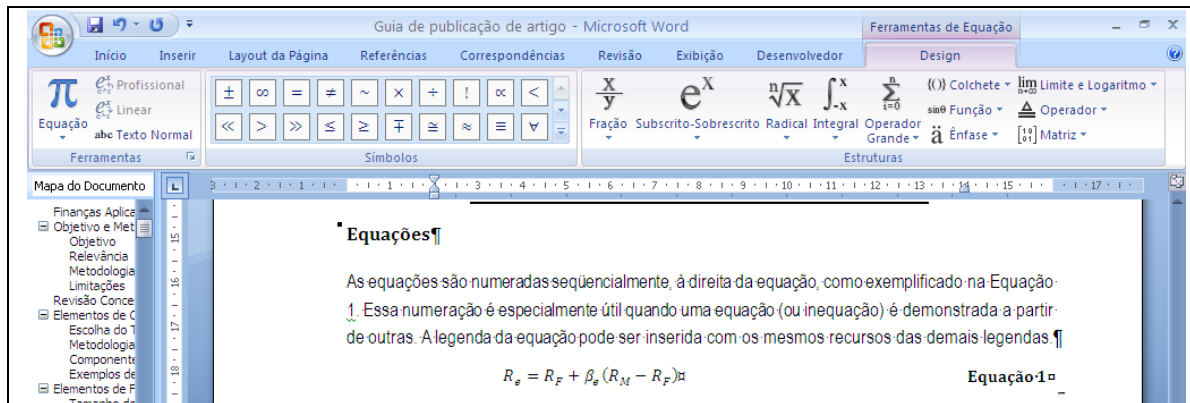
O significado das variáveis é apresentado logo após o primeiro grupo de equações que as utiliza, como a seguir:

- $E(R_j)$ retorno esperado da ação j
- R_F retorno do ativo livre de risco
- β_j sensibilidade do retorno da ação ao do mercado
- $E(R_M)$ retorno esperado da carteira de mercado
- $\varepsilon(0, \sigma^2)$ erro com distribuição normal, média 0 e desvio padrão σ .

O editor de equações do MSWord 2007 é bem mais prático e de resultados elegantes que o das versões anteriores. O seu menu auto-explicativo é mostrado no Objeto 9.

Objeto 9 – Menu de equações do MSWord 2007.

O menu é acessado por inserir > equação. Surge um menu que permite criar e editar equações. Imagem extraída do software.



Estilo de Redação

A seguir são apresentadas algumas posturas de estilo que se mostraram úteis (Eco, 1977; Gil, 2002; Tachizawa, 2002):

- Definir os termos técnicos pouco conhecidos ao utilizá-los pela primeira vez. Quando uma sigla é citada pela primeira vez, deve ser seguida da sua forma extensa entre parênteses.
- Usar o tom impessoal, na terceira pessoa. Usar linguagem direta. Evitar estilos de vanguarda, reticências, pontos de exclamação ou ironias.
- Ser objetivo e preciso. Não detalhar a explicação do óbvio, nem omiti-la quando necessário. Evitar ambigüidade que traga interpretações diversas. Utilizar as palavras no seu sentido exato, mesmo que o texto fique um pouco menos estético. Escrever para explicar, não para impressionar.
- Evitar o uso de frases longas e com muitas orações. Abrir parágrafos com freqüência. Usar subtítulos sempre que razoável.
- Usar parágrafos com uma idéia principal e seus desdobramentos. Encadear os parágrafos de forma harmoniosa, evitando que os parágrafos que são como compartimentos estanques.
- Traduzir os textos de outras línguas, preservando a idéia original antes do estilo. Não aporuguesar os nomes próprios estrangeiros, exceto quando esta forma já estiver consagrada.
- Evitar o uso de rodapés, pois travam desnecessariamente a leitura do texto. Se a idéia contida no rodapé for importante, ela pode ser incluída no texto principal. Se não o for, não há por que mencioná-la.

ASPECTOS ÉTICOS

Alguns artigos contêm desvios que podem ser considerados éticos e acarretar graves conseqüências para seus perpetradores. Às vezes, a falha decorre de desconhecimento, o que se resolve com este texto. No mais das vezes, o autor conhece as restrições éticas, mas lhes dá pouca importância ou duvida que sejam realmente estritas.

Melhor não duvidar. Há até alguns casos de fraude descarada. Como está ocorrendo em toda a sociedade, um comportamento ético está sendo cada vez mais cobrado e controlado. A academia também tem seu compliance.

O principal problema ético é o plágio. Espera-se que qualquer texto submetido para publicação em uma revista seja original. Copiar material produzido por terceiros equivale a tentar roubar-lhes o esforço, as idéias e o mérito. A punição pode ser severa e o ganho é ínfimo. Afinal de contas, quase sempre o autor conhece aquele assunto e sabe escrever bem; ele quer apenas ganhar um par de horas copiando um texto que já está pronto.

É notória e emblemática a polêmica devastadora que se seguiu à denúncia de uma conhecida professora de filosofia da USP que teria 'plagiado' ou 'se esquecido de referenciar' ou 'tido desatenção' ao copiar trechos inteiros de autoria de seu orientador.

A cópia de trechos publicados pelo mesmo autor em outra revista também é eticamente reprovável. Publicar o mesmo artigo duas vezes, mesmo que parcialmente, equivale a contabilizar a mesma produção duas vezes. Vale lembrar o caso de outro professor da USP que foi acusado de engordar o próprio currículo repetindo trechos inteiros de antigos artigos de sua própria autoria. De nada adiantou por a culpa nos co-autores.

Por outro lado, esta restrição à cópia do próprio trabalho não se aplica a congressos. É até recomendado que o autor faça versões mais simples do artigo final e as discuta em congressos, para depois publicar o artigo acabado em uma revista.

O único caminho seguro é explicitar adequadamente a autoria de todos os textos produzidos por terceiros. O bom senso dita a partir de qual extensão uma citação honrosa transforma-se em uma cópia deslavada de um texto de terceiros. Hoje há softwares de busca que comparam um texto com todos os textos publicados na internet, procurando por trechos suspeitamente parecidos.

Um problema associado é o da citação imprecisa, geralmente decorrente da vontade de 'concertar', 'atualizar' ou 'completar' o texto do autor citado. O texto citado é o original; se houver necessidade de modificá-lo, isso é feito de forma a deixar clara qual a contribuição de cada autor. Outra questão surge quando o texto citado é retirado de seu contexto, o que lhe muda o significado. Estes são problemas de qualidade, que se tornam éticos se a distorção for intencional.

Outro problema, bem menos freqüente, é a adulteração de dados e resultados de testes estatísticos. Alguns autores, no afã de chegarem às conclusões em que acreditam, podem ser tentados a modificar o resultado de seus testes. Isso é um erro grave, que equivale à falsidade ideológica. Leitores poderiam ser induzidos ao erro, às vezes com perdas milionárias. É notório o caso do pesquisador de clonagem que publicou resultados que depois não podiam ser replicados. A suspeita de fraude estilhaçou a sua credibilidade e seu futuro em qualquer mercado.

A constatação de plágio ou de adulteração de resultados ou dados leva à anulação retroativa do artigo. Se ocorrer em uma tese, dissertação ou trabalho de conclusão de curso, já houve casos de anulação retroativa do diploma ou certificado, portanto do curso. A bem da ética, denunciadores não têm faltado.

Há outras falhas éticas, menores. Uma delas é evitar explicitar uma limitação do objetivo ou do método, possivelmente para reduzir a força da crítica que seria recebida. O autor, que estudou o tema a fundo antes de escrever, conhece uma série de limitações do estudo e, portanto, é uma das pessoas mais indicadas para criticá-lo.

Dados ou pontos de vista podem ser propriedade privada de instituições ou podem ser sigilosos. Se esse for o caso, o autor deve consultar a instituição para verificar se há uma liberação de publicação dessas informações. Naturalmente, esta restrição não se aplica a dados públicos ou a conhecimento óbvio. Se dados ou outras informações forem obtidos mediante pagamento ou cessão não onerosa, o autor deve ficar atento a qualquer restrição gravada por ocasião da transferência.

CONCLUSÃO

Os candidatos a atores de artigos com frequência têm dúvidas quanto a uma série de aspectos metodológicos, como a definição do objetivo, da metodologia, o formato do texto e questões éticas. Este texto responde a essa necessidade, fornecendo uma série de orientações úteis, dentre as quais, as mais importantes são:

- Um artigo deve ser útil, tanto para o leitor como para o autor, é o que chega a conclusões relevantes e bem fundamentadas. Para tal, é importante definir claramente um objetivo relevante, usar um método apropriado e analisar os resultados com cuidado. Mas o foco real está nas conclusões.
- Há uma grande variedade de métodos que podem ser utilizados, cada um com seus pontos fortes e suas limitações. Todos são válidos. Não há necessidade de resolver uma questão em definitivo, até por que o conhecimento, pela sua própria natureza, sempre evolui, sem jamais se completar. A perfeição não é necessária, mesmo porque ela não é possível, mas a contribuição o é.
- Ajuda o autor que as questões de forma sejam resolvidas de uma forma prática e com qualidade, o que pode ser obtido com o uso dos componentes de referenciamento do MSWord, como legenda e citação bibliográfica.
- A originalidade é a principal exigência ética de um texto que poderá ser lido por toda a comunidade financeira, tanto acadêmica como do mercado.

REFERÊNCIAS

- ABNT. (2002). NBR 14724 – Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos – Apresentação. 7. Rio de Janeiro, RJ.
- Baker III, H. E., & Kare, D. D. (1992). Relationship between Annual Report Readability and Corporate Financial Performance. *Management Research News*, 1-4.
- Bertero, C. O., Caldas, M. P., & Wood Jr., T. (1999). Produção Científica em Administração de Empresas: Provocações, Insinuações e Contribuições para um De-bate Local. *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 3 (No. 1).
- Biais, B., Hilton, D., Mazurier, K., & Pouget, S. (2005). Judgemental Overconfidence, Self-Monitoring, and Trading Performance in an Experimental Financial Market. *The Review of Economic Studies*, Vol. 72, No. 2, 287-312.
- Eco, U. (1977). *Como se Faz uma Tese*. São Paulo: Perspectiva.
- Fernandes, F. C., Silva, M., & Termus, F. (2008). Análise das Práticas de Gestão de Riscos Divulgadas nas Informações Anuais das Empresas Listadas no Novo Mercado da Bovespa. *Semead*. São Paulo: FEA/USP.
- Gil, A. C. (2002). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa* (4 ed.). São Paulo: Atlas.
- Godoi, C. K., & Balsini, C. P. (2006). A Pesquisa Qualitativa nos Estudos Organizacionais Brasileiros: uma Análise Bibliométrica. In: C. K. Godoi, R. Bandeira-de-Mello, & A. B. Silva, *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. Paradigmas, estratégias e métodos* (p. 460). São Paulo: Saraiva.

- Godoi, C. K., Bandeira-de-Mello, R., & Silva, A. B. (2006). *Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais. Paradigmas, Estratégias e Métodos*. São Paulo: Saraiva.
- Harris, M., & Raviv, A. (1991). The Theory of Capital Structure. *The Journal of Finance*, Vol 46 (Nr 1), 297-355.
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom line? *Strategic Management Journal*, Vol 22, No, 2, 125-139.
- Kennikell, A. B., Starr-McCluer, M., & Sundén, A. E. (1997). Saving and Financial Planning; Some Findings from a Focus Group. *Financial Counseling and Planning*, Vol. 8, No. 1, 1-8.
- Kuhn, T. S. (2000). *A Estrutura das Revoluções Científicas* (5 ed.). São Paulo: Perspectiva.
- Marconi, M. d., & Lakatos, E. M. (1996). *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Martins, G. d. (2007). *Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas*. São Paulo: Atlas.
- Martins, G. d., & Pucci, L. C. (2002). RAUSP: análise da produção publicada na década de 1990. *Revista de Administração*, Vol. 37, No. 1, 105-112.
- Mattar, F. N. (2007). *Pesquisa de Marketing - Edição Compacta* (4 ed.). São Paulo: Atlas.
- Medeiros, O. R., & Matsumoto, A. S. (2006). Emissões Públicas de Ações, Volatilidade e Insider Information na Bovespa. *Revista de Contabilidade e Finanças*, No. 40, 25-36.
- Mendes-Da-Silva, W., Rossoni, L., Martin, D. L., & Martelanc, R. (2008). A Influência das Redes de Relações Corporativas no De-sempenho das Empresas do Novo Mercado da BOVESPA. *Revista Brasileira de Finanças*, Vol. 6, No. 3, 337-358.
- Michel, A. (2007). *The Mangement of Cognitive Uncertainty in Two Investment Banks: A Distributed Cognition Perspective*. Los Angeles: Working paper da Marshall School of Business, University of Southern California.
- Oliveira, A. B., & al., e. (2003). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Contabilidade*. São Paulo: Saraiva.
- Popper, K. R. (1974). *A Lógica de Pesquisa Científica*. São Paulo: Cultrix.
- Procianoy, J. L. (1996). Dividendos e tributações: o que aconteceu após 1988-1989. *Revista de Administração*, Vol. 32, No. 2, 7-18.
- Ramos, A. S., & Costa, F. d. (2000). Serviços Bancários pela Internet: um Estudo de Caso Integrando a Visão de Competidores e Clientes. *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 4, No. 3, 133-154.
- Roberts, C., & Henneberry, J. (2007). Exploring Office Investment Decision-making in Different European Contexts. *Journal of Property Investment & Finance*, Vol. 25, No. 3, 289-305.
- Rynbrandt, C. (2009). Palamon Capital Partners / Team Systems S.P.A. In: R. F. Bruner, *Estudos de Casos em Finanças* (pp. 611-629). São Paulo: McGraw-Hill.
- Severino, A. J. (1986). *Metodologia do Trabalho Científico* (14 ed.). São Paulo: Cortez.
- Souza, A. A., Avelar, E. A., Vieira, C. M., & Ferreira, L. S. (2006). A Implantação do Custeio Baseado em Atividades em uma Empresa de Produção por Encomenda da Região Metropolitana de Belo Horizonte. *XIII SIMPEP - Simpósio de Engenharia de Produção* (p. 12). Bauru: Unesp.
- Tachizawa, T. (2002). *Metodologia da Pesquisa Aplicada à Administração*. Rio de Janeiro: Pontal.

- Tanure, B., & Cançado, V. L. (2005). Fusões e Aquisições: Aprendendo com a Experiência Brasileira. *Revista de Administração de Empresas*, 10-22.
- Truong, G., Partington, G., & Peat, M. (2008). Cost-of-capital estimation and capital-budgeting practice in Australia. *Australian Journal of Management*, Vol 33, No 1, 95-122.
- Wang, J., Meric, G., Liu, Z., & Meric, I. (2009). Stock Market Crashes, Firm Characteristics, and Stock Returns. *Journal of Banking & Finance*, Vol 33, 1563-1574.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de Casos. Planejamento e Métodos*. (3 ed.). Porto Alegre: Bookman.

Recebido em 15/09/2009 Aprovado em 01/12/2009 Disponibilizado em 17/05/2010 Avaliado pelo sistema double blind review
--