

Ponte entre academia e mercado

Monica Franchi Carniello¹

EDITORIAL

Ao assumir a tarefa de criar um periódico científico, o conselho editorial assume também um compromisso ideológico, visto que a definição do foco e escopo da revista implica posicionar-se academicamente frente à área do conhecimento em questão.

Compreendemos que campo da administração, pela natureza de seu objeto de estudo, estabelece a ponte necessária para o fomento das relações entre academia e mercado, que se apresenta de forma heterogênea em relação aos campos distintos do conhecimento. Essa situação nos permite ao mesmo tempo apresentar uma perspectiva analítica sobre as práticas, de maneira a compreender os fenômenos, bem como atuar de maneira mais funcionalista, por vezes técnica, visando aplicação dos resultados das investigações em ambiente empresarial.

Nesse segundo número da revista, verifica-se a presença de textos que contemplam essa dupla perspectiva: os dois primeiros artigos fazem uma análise ampla sobre as políticas tributárias no Brasil e sobre a gestão do conhecimento nas organizações. O foco mais funcionalista é percebido nos outros textos apresentados, em função das escolhas temáticas e metodológicas.

Pretende-se, nas próximas edições, manter esse caminho de mão-dupla que rompe com a visão dicotômica entre academia e mercado, e ampliar o escopo geográfico das contribuições, uma vez que a revista foi concebida para divulgar o conhecimento em administração em escala latino-americana. É um constructo gradativo, e para isso contamos com a participação de leitores e autores.

A todos, boa leitura!

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica - PUC SP. Docente da Universidade de Taubaté. Editora da G&DR, Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional. End: Rua Expedicionário Ernesto Pereira, 225, Taubaté, SP, Brasil. E-mail: monicafcarniello@gmail.com