



O QUE PENSAM OS PESQUISADORES EM ADMINISTRAÇÃO SOBRE A PERCEPÇÃO?

WHAT DO RESEARCHERS IN ADMINISTRATION THINK ABOUT PERCEPTION?

Camila Cristina Rodrigues Salgado ⁽¹⁾

Renan Felinto de Farias Aires ⁽²⁾

Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN, Natal, RN

RESUMO

Apesar da grande difusão do termo percepção, o que se nota, com frequência, é sua confusa definição e utilização. Neste contexto, Chaui (2004) apresenta uma contribuição a este campo, facilitando assim à sua compreensão. Diante disto, o presente estudo objetivou analisar a utilização do termo percepção pelos pesquisadores da área de Administração, tendo como pano de fundo a exposição realizada por Chaui (2004). Assim, esta investigação exploratório-descritiva realizou um levantamento, nos meses de maio e junho de 2014, dos artigos de periódicos da área de Administração indexados na base de dados da Scielo, revelando, a partir dos casos analisados, que a visão dos pesquisadores em Administração sobre a percepção se mostra incipiente e confusa, utilizando-a, por exemplo, de maneira mais próxima do termo "opinião".

Palavras-chave: Percepção; epistemologia da pesquisa em administração; Marilena Chaui.

ABSTRACT

Despite the wide dissemination of the term perception, its definition and use can often be seen in a confused manner. In this context, Chaui (2004) presents a contribution to this field, thus facilitating its comprehension. Hence, the present study aimed to analyze the use of the term perception by researchers of the Administration area, having the exposition by Chaui (2004) as a background. This exploratory-descriptive research conducted a survey, from May to June 2014, in the papers from the area of Administration indexed in the SciELO database, revealing, from the cases analyzed, that the vision of researchers in Administration about perception is incipient and confused, using it, for example, in a way that is close to the term "opinion".

Keywords: Perception; epistemology of administration research; Marilena Chaui.

INTRODUÇÃO

O termo percepção tem sido comumente usado nas pesquisas brasileiras em diversos campos do conhecimento. Esta afirmação é corroborada ao se realizar uma busca do referido termo na base de dados Scielo, por exemplo, em que se encontra como resultado o total de 3.830 estudos, considerando como período de referência maio de 2014.

Contudo, apesar da grande difusão do termo percepção nestes estudos, o que se nota, com frequência, é uma confusa definição e utilização do termo, que, em alguns casos, tem sido facilmente confundido com termos como imagem, opinião, atitude, julgamento, entre outros, multiplicando a aplicação de estudos que muitas vezes não representam o real sentido da percepção.

Neste contexto, Chaui (2004) apresenta uma contribuição a este campo, esclarecendo a partir da discussão entre grandes concepções filosóficas, dentre elas o empirismo, o intelectualismo, a fenomenologia e a Gestalt, o que caracteriza a percepção, facilitando assim à sua compreensão. Dessa forma, diante do aporte teórico fornecido pela autora sobre um termo que tem sido disseminado de maneira questionável, pesquisadores se veem estimulados a explorar este cenário.

Logo, o presente estudo tem como objetivo analisar a utilização do termo percepção pelos pesquisadores da área de Administração, tendo como pano de fundo a exposição realizada por Chaui (2004). Para tanto, este artigo está estruturado da seguinte forma: em primeiro lugar, é realizada uma breve discussão sobre as concepções envolvidas na construção do conceito de percepção, assim como suas principais características; em seguida são descritos o método adotado e a análise dos resultados; e, finalmente, apresenta-se a conclusão.

LENTEs TEÓRICAS DE MARILENA CHAUI

Para compreender a percepção, a noção de sensação é fundamental (NÓBREGA, 2008). Sensação e percepção são, segundo Chaui (2004), as principais formas do conhecimento sensível, também chamado de conhecimento empírico ou experiência sensível. Neste sentido, a autora aponta a distinção feita entre esses dois elementos pela tradição filosófica, até o século XX, segundo seu grau de complexidade, em que a sensação é tida como o que nos dá as qualidades exteriores e interiores, isto é, as qualidades dos objetos e os efeitos internos

dessas qualidades sobre nós, e que se diz que, na realidade, só temos sensações sob a forma de percepções, isto é, de sínteses de sensações.

Ainda neste sentido, a tradição filosófica apresenta também duas concepções sobre a sensação e a percepção, a empirista e a intelectualista (CHAUI, 2004). Em se tratando do empirismo, tem-se que esta doutrina se opõe tradicionalmente ao racionalismo, já que ele se insurge contra o pensamento cartesiano em vários aspectos, como pela rejeição da razão enquanto fonte de conhecimento humano sem que este seja embasado na experiência, assim como pela defesa da experiência sensorial como único dado de base possível do conhecimento (PINTO, 2012).

Para os empiristas, a sensação e a percepção dependem das coisas exteriores, isto é, são causadas por estímulos externos que agem sobre os sentidos e sobre o sistema nervoso, e, nesta perspectiva, cada sensação é independente das outras, cabendo à percepção unificá-las e organizá-las numa síntese (CHAUI, 2004). Neste contexto, o conhecimento é obtido por soma e associação das sensações na percepção, operações estas que dependem da frequência, da repetição e da sucessão dos estímulos externos e dos hábitos (CHAUI, 2004).

Já no que se refere à doutrina intelectualista, esta consiste na crença de que para que as pessoas executem adequadamente uma tarefa, elas devem antes refletir sobre as regras de bom desempenho, enfatizando o papel do indivíduo e de sua consciência nas ações (OLIVEIRA; OLIVEIRA-CASTRO, 2003). Este tipo de posicionamento fica claro quando Chaui (2004) afirma que para os intelectualistas, a sensação e a percepção dependem do sujeito

do conhecimento, e a coisa exterior é apenas a ocasião para que se tenha a sensação ou a percepção. Dessa forma, o sujeito é ativo e a coisa externa é passiva (CHAUI, 2004).

Destaca-se então, diante do exposto, que a sensação, segundo os empiristas, conduz à percepção como uma síntese passiva, que depende do objeto exterior, enquanto que para os intelectualistas a sensação conduz à percepção como síntese ativa, ou seja, que depende da atividade do entendimento (CHAUI, 2004).

Contudo, de acordo com Chauí (2004), a Filosofia no século XXI alterou bastante essas duas tradições, superando-as em uma nova concepção do conhecimento sensível e com mudanças trazidas pela fenomenologia de Husserl e pela Psicologia da Forma ou Gestalt. Elas mostraram, em oposição ao empirismo, que a sensação não é reflexo pontual nem resposta físico-fisiológica a um estímulo externo também pontual; contra o intelectualismo, que a percepção não é uma atividade sintética feita pelo pensamento sobre as sensações; e contra ambos, que não há diferença entre sensação e percepção, já que não se tem sensações parciais, ao contrário, sentem-se totalidades estruturadas dotadas de sentido ou de significação (CHAUI, 2004).

Logo, a Gestalt, em diálogo com a compreensão fenomenológica da percepção, oferece uma nova forma de compreender a percepção, destacando que não existem sensações elementares nem objetos isolados, mas percepções globais de uma forma ou de uma estrutura (CHAUI, 2004; NÓBREGA, 2008).

Afinal: O Que é Percepção?

Em especial, Chauí (2004) faz um levantamento das características da percepção, descrevendo-as como:

- a) conhecimento sensorial de totalidades organizadas e dotadas de sentido e não uma soma de sensações elementares; conseqüentemente, sensação e percepção são a mesma coisa;
- b) é sempre uma experiência dotada de significação, isto é, o percebido faz parte de nosso mundo e de nossas vivências;
- c) o próprio mundo exterior não é uma coleção ou uma soma de coisas isoladas, mas está organizado em formas e estruturas complexas dotadas de sentido. Na percepção, o mundo possui forma e sentido e ambos são inseparáveis do sujeito da percepção;
- d) é uma relação do sujeito com o mundo exterior e não uma reação físico-fisiológica a um conjunto de estímulos externos (como suporia o empirista), nem uma ideia formulada pelo sujeito (como suporia o intelectualista);
- e) damos às coisas percebidas novos sentidos e novos valores, pois as coisas fazem parte de nossas vidas e interagimos com o mundo;
- f) o mundo percebido é um mundo intercorporal, ou seja, as relações se estabelecem entre nosso corpo, os corpos dos outros sujeitos e os corpos das coisas;
- g) é mais adequado falar em campo perceptivo para indicar que se trata de uma relação complexa entre o corpo-sujeito e os corpos-objetos num campo de significações visuais, tácteis, olfativas, gustativas, sonoras, motrizes, espaciais, temporais e linguísticas;
- h) envolve toda nossa personalidade, nossa história pessoal, nossa afetividade, nossos desejos e paixões. Em outras palavras, a percepção é uma maneira fundamental de os seres humanos estarem no mundo;
- i) os significados e os valores das coisas percebidas decorrem de nossa sociedade e do modo como nela as coisas e as pessoas recebem sentido, valor ou função;

- j) nos oferece um acesso ao mundo dos objetos práticos e instrumentais, isto é, nos orienta para a ação cotidiana e para as ações técnicas mais simples;
- k) não é uma ideia confusa ou inferior, mas uma maneira de ter ideias sensíveis ou significações perceptivas;
- l) está sujeita a uma forma especial de erro: a ilusão.

É possível acrescentar ainda que, do ponto de vista das teorias do conhecimento, há três concepções principais sobre o papel da percepção, são elas: a) nas teorias empiristas, a percepção é a única fonte de conhecimento, estando na origem das ideias abstratas formuladas pelo pensamento; b) nas teorias intelectualistas, a percepção é considerada não muito confiável para o conhecimento, já que depende das condições particulares do indivíduo que percebe e está propensa a ilusões, pois com frequência a imagem percebida não corresponde à realidade do objeto; e finalmente, c) na teoria fenomenológica do conhecimento, a percepção é considerada originária e parte principal do conhecimento humano, mas com uma estrutura diferente do pensamento abstrato, que opera com ideias (CHAUI, 2004).

Em síntese, Chauí (2004) aponta que a percepção se realiza em um campo perceptivo, de modo que o que é percebido não está “deformado” por nada, assim como também não há ilusões na percepção; ela não é causada pelos objetos sobre nós, nem é causada pelo nosso corpo sobre as coisas, mas é a relação entre elas e nós e nós e elas.

Contudo, apesar da exposição realizada por Chauí (2004) ser o pano de fundo do presente trabalho, faz-se necessário apresentar outras visões sobre a percepção

presentes na literatura, e que contribuem com a construção de seu conceito.

Nesse sentido, destacam-se os estudos da Fenomenologia da percepção do francês Merleau-Ponty (1996). Para o autor, a Fenomenologia da Percepção representa uma visão fenomenológica do homem, do mundo e seus acontecimentos e a percepção é o fundo sobre o qual todos os atos se destacam, sendo pressuposta por eles.

Assim, tem-se uma teoria que acredita que a subjetividade se manifesta com os vestígios do mundo natural ou cultural. Conforme aponta Merleau-Ponty (1996), na visão tradicional, a percepção costumava ser explicada como uma abordagem intelectualista, ou seja, o sentido estava no objeto, porém deve-se considerar que o sentido surge da relação que se estabelece entre o corpo e o objeto, ou seja, a percepção é tornar algo presente a si com a ajuda do corpo, tendo a coisa sempre seu lugar num horizonte de mundo e consistindo a decifração em colocar cada detalhe nos horizontes perceptivos que lhe convenha.

Em linhas gerais, as noções apresentadas na fenomenologia da percepção de Merleau-Ponty mostram que o conhecimento está na capacidade do ser em perceber o que o cerca, o que implica também o processo de dar significado ao que foi assimilado pelos sentidos, para que se possam realizar as necessárias conexões entre os objetos perceptíveis, tornando-os possível em vê-los como um todo (FREITAS et al., 2014).

Ainda nesse contexto, Leão e Mello (2014) ao buscar compreender a atmosfera de relacionamento sob a ótica da fenomenologia da percepção, relatam que a realidade não pode ser entendida como uma realidade factual, mas como aquela que depende dos

atores envolvidos na interação. Para os autores, a percepção forja a atmosfera de relacionamento, que por sua vez condiciona as ações que ocorrem na interação, e não uma realidade que simplesmente existe.

Outra contribuição é dada por Penna (1997), que destaca que perceber é o mesmo que conhecer objetos e situações através dos sentidos, ato este que implica a proximidade do objeto no tempo e no espaço, enfatizando que dificilmente pode-se realizar uma pesquisa evocando experiências passadas para o estudo da percepção, já que a proximidade em seu conceito torna-se crucial.

Finalmente, Santaella (1998) aponta que o século XX é marcado pelo surgimento de teorias da percepção que mostram uma tendência dominante de redução dos processos da percepção exclusivamente à visualidade, resultando em uma ruptura na ligação das modernas teorias da percepção com o passado filosófico, assim como abrindo um distanciamento entre os resultados dos experimentos e a epistemologia da percepção.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este estudo pode ser classificado como descritivo, pois os fatos foram observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles (ANDRADE,

2007), ou seja, teve como principal objetivo a descrição de algo (MALHOTRA, 2006).

Para a coleta de dados foi utilizada a pesquisa bibliométrica, que estuda os aspectos quantitativos da produção da disseminação e do uso da informação registrada (MACIAS-CHAPULA, 1998; VANTI, 2002), ajudando os pesquisadores na exploração, organização e análise de grandes quantidades de dados (DAIM et al., 2006).

Sobre isso, ainda cabe colocar que vários estudos bibliométricos foram analisados e serviram de base conceitual para o presente artigo, sejam eles de análise de periódicos específicos (RAMOS-RODRÍGUEZ; RUÍZ-NAVARRO, 2004; WILLETT, 2007; TOMÁS-CASTERÁ, SANZ-VALERO; WANDEN-BERGHE, 2010; WALTER, 2010; FRANCISCO, 2011; DU; TEIXEIRA, 2012), bem como referentes a temáticas (MORETTI; CAMPANARIO, 2009; SILVA; FADUL, 2010; GOMES, MACHADO NETO; GIOTTO, 2011; VITORINO FILHO et al., 2012; WANG et al., 2012), estes últimos mais próximos da realidade aqui tratada.

Para isso, foi realizado um levantamento durante os meses de maio e junho de 2014 de todos os artigos de periódicos da área de Administração indexados na base de dados da Scielo sobre percepção, utilizando-se para isso da palavra-chave “percepção” em “palavras no título”. A síntese dos artigos levantados estão descritos No Quadro 1.

Periódico	Nº de Artigos
Revista de Administração Contemporânea - RAC	11
Revista de Administração Pública - RAP	9
Revista de Administração de Empresas - RAE*	7
Revista de Administração Mackenzie - RAM	7
Revista de Administração - RAUSP	5
Revista de Contabilidade e Finanças	3
Organização & Sociedade	2
Revista Eletrônica de Administração - READ	2
Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação	2
Cadernos EBAPE.BR	2
Total	50

Quadro 1 - Síntese dos Artigos Analisados

Fonte: Dados da pesquisa

*artigos da revista impressa e eletrônica

Os dados foram analisados de forma qualitativa que, segundo Merriam (2002), tem como objetivo descobrir e compreender um fenômeno, um processo, ou as perspectivas e visão de mundo das pessoas nele envolvidas, ou, como defende Malhotra (2006), objetiva proporcionar uma melhor visão e compreensão do contexto de um problema. Similar ao apresentado pelos autores supracitados, Oliveira (1997) faz uma síntese, colocando que a pesquisa qualitativa descreve a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisa a interação de certas variáveis, compreende e classifica processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresenta contribuições no processo de mudança, cria ou forma opiniões em determinado grupo e permite, com maior profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.

Para a análise dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que consiste no conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos das mensagens por meio de três passos básicos: a pré-análise, a exploração do

material e o tratamento dos resultados por meio de inferência e interpretação (BARDIN, 2011). Logo, na fase de pré-análise, foram observados os aspectos teóricos pertinentes à percepção e os artigos levantados foram organizados, sistematizando as ideias iniciais, para em seguida, na fase de exploração, serem examinadas para a definição de categorias de análises.

Neste sentido, foram definidas as seguintes categorias de análise: significado - análise da significação dada à percepção pelos autores no artigo; teoria - análise da presença de tratamento teórico do termo percepção no artigo; abordagem - análise da abordagem utilizada no artigo; e temática - análise do campo de aplicação do estudo. Após esta definição, na terceira fase houve o tratamento dos resultados, relatando as inferências e interpretações, como pode ser observado no capítulo de análise dos resultados.

Finalmente, vale salientar que a análise do material foi realizada com o uso do software de apoio à análise qualitativa Nvivo® 10. A utilização de softwares de análise de dados proporciona ao pesquisador uma forma estruturada de administrar

aspectos da análise qualitativa, mudando não somente como os dados qualitativos são coletados, como também possibilitando novas formas de analisá-los (GIBBS, 2009).

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a apresentação e discussão dos resultados, optou-se por apresentar as categorias de análises definidas e supracitadas no método (capítulo 3) a partir

de dois quadros. Neste sentido, as primeiras duas categorias, de “significado”, que apresenta a significação dada à percepção pelos autores dos artigos analisados, e de “teoria”, cuja finalidade é analisar a presença ou não de tratamento teórico do termo percepção nos mesmos, são sinteticamente apresentadas no Quadro 2.

Significado	Percepção	Serpa e Avila (2004); Basso <i>et al.</i> (2011); Araújo, Teixeira e Malini (2013); Santos e Botelho (2011)
	Experiência	Brandão, Parente e Oliveira (2010); Moreira <i>et al.</i> (2012)
	Opinião	Cunha, Spers e Zylbersztajn (2011); Gutierrez (1988); Merino e Pastorino (2013); Souza (1980); Fadel e Regis Filho (2009); Farias <i>et al.</i> (2011); Grzybovski e Hahn (2006); Magalhães <i>et al.</i> (2010); Venturini <i>et al.</i> (2010); Almeida e Sobral (2005); Andrade e Falk (2001); Araújo <i>et al.</i> (2011); Gardelin, Rossetto e Verdinelli (2013); Borges-Andrade e Pilati (2000); Domingos e Neiva (2014); Neiva e Paz (2007, 2012); Oliveira-Castro, Pilati e Borges-Andrade (1999); Paim, Lara e Christino (2011); Rego e Souto (2004); Serpa e Fourneau (2007); Paixão <i>et al.</i> (2013); Lélis e Pinheiro (2012); Bedani (2012); Andrade <i>et al.</i> (2012); Estivaleta e Andrade (2012); Fiuza (2008); Gallon, Ensslin e Silveira (2009); Medeiros, Ribeiro e Cruz (2012); Davidovitsch e Silva (2010); Souza, Collaziol e Damacena (2010); Reis Neto <i>et al.</i> (2013)
	Satisfação	Queiroz, Pretto e Mirapalheta (1999); Oliveira e Borges (2008)
	Atitude	Santos, Guevara e Amorim (2013)
	Julgamento/ Entendimento	Ciarelli e Avila (2009); Presot <i>et al.</i> (2014); Silva, Santos e Ferreira (2007); Peleias <i>et al.</i> (2009); Vilarinho (2010)
	Imagem	Milan, Gasparin e Toni (2013); Panizzon <i>et al.</i> (2013)
	Sem significação clara	Mendonca e Tamayo (2004); Teixeira, Nossa e Funchal (2011)
	Teoria	Brandao, Parente e Oliveira (2010); Basso <i>et al.</i> (2011); Santos e Botelho (2011)

	Profundo	
	Menção	Serpa e Avila (2004); Milan, Gasparin e Toni (2013); Davidovitsch e Silva (2010)
	Ausência de Tratamento	Cunha, Spers e Zylbersztajn (2011); Gutierrez (1988); Merino e Pastorino (2013); Queiroz, Pretto e Mirapalheta (1999); Souza (1980); Fadel e Regis Filho (2009); Farias <i>et al.</i> (2011); Grzybovski e Hahn (2006); Magalhães <i>et al.</i> (2010); Moreira <i>et al.</i> (2012); Oliveira e Borges (2008); Presot <i>et al.</i> (2014); Venturini <i>et al.</i> (2010); Almeida e Sobral (2005); Andrade e Falk (2001); Araújo <i>et al.</i> (2011); Gardelin, Rossetto e Verdinelli (2013); Borges-Andrade e Pilati (2000); Domingos e Neiva (2014); Neiva e Paz (2007, 2012); Oliveira-Castro, Pilati e Borges-Andrade (1999); Paim, Lara e Christino (2011); Rego e Souto (2004); Serpa e Fourneau (2007); Paixão <i>et al.</i> (2013); Santos, Guevara e Amorim (2013); Lélis e Pinheiro (2012); Bedani (2012); Silva, Santos e Ferreira (2007); Teixeira, Nossa e Funchal (2011); Andrade <i>et al.</i> (2012); Estivaleta e Andrade (2012); Araújo, Teixeira e Malini (2013); Fiuza (2008); Panizzon <i>et al.</i> (2013); Gallon, Ensslin e Silveira (2009); Peleias <i>et al.</i> (2009); Medeiros, Ribeiro e Cruz (2012); Vilarinho (2010); Souza, Collaziol e Damacena (2010); Reis Neto <i>et al.</i> (2013)

Quadro 2 - Síntese dos resultados das categorias “Significado” e “Teoria”

Fonte: Elaborado pelos autores

Logo, a partir dos resultados apresentados, percebe-se que houve um total de seis significados diferentes dados à percepção, excluindo-se aqueles estudos cuja definição não estava clara em sua análise. Sobre isso, percebeu-se que a maioria dos artigos utiliza-se do termo percepção para analisar opiniões, como em estudos sobre comportamento do consumidor, a exemplo do artigo de Cunha, Spers e Zylbersztajn (2011), ou sobre valores organizacionais, a exemplo dos artigos de Bedani (2012) e Estivaleta e Andrade (2012).

Há também artigos que utilizam a percepção para a análise de fatores mais próximos da experiência, a exemplo do estudo de Moreira *et al.* (2012) sobre

empoderamento; da satisfação, a exemplo do estudo de Oliveira e Borges (2008), sobre a avaliação de efetividade de um Programa de Saúde da Família; da atitude, a exemplo do estudo de Santos, Guevara e Amorim (2013) sobre a Corrupção em organizações privadas; de julgamento ou entendimento, a exemplo do estudo de Silva, Santos e Ferreira (2007) sobre as práticas de contabilidade estratégica de docentes; e de imagem, a exemplo do estudo de Panizzon *et al.* (2013) sobre o preço em serviços.

Além disso, como apresentado no quadro supracitado, há também aqueles artigos cuja definição não estava clara ou até mesmo que nem se utilizavam da percepção em seu estudo, constando o termo apenas em seu título. Esses foram os casos dos artigos de

Mendonça e Tamayo (2004), que aponta que a percepção foi obtida a partir de um questionário, mas não apresenta como o questionário foi elaborado, e de Teixeira, Nossa e Funchal (2011), cujo termo percepção está apenas presente no título do artigo, sem mencioná-lo e utilizá-lo no restante do artigo.

Sobre os artigos que utilizam o termo percepção de forma correta e congruente com Chauí (2004), infere-se que, em sua maioria, estes analisam a percepção a partir de experimentos, em que estão envolvidos estímulos, experiências e reflexões, ou seja, trata-se de uma relação entre a influência dos objetos sobre nós e nós sobre os objetos, como defende a autora. Um exemplo claro da utilização de experimentos é o artigo de Serpa e Avila (2004), sobre a percepção sobre preço e valor.

Por sua vez, na categoria “teoria” percebeu-se que apenas seis, dentre todos os artigos analisados (50), apresentavam pelo menos alguma menção teórica sobre percepção. Sobre isso, é interessante observar a inconsistência apresentada nos artigos, visto que há um artigo em que se tem um tratamento teórico profundo sobre a temática, mas o artigo acaba por utilizar o termo percepção apenas no sentido de experiência, como é o caso do artigo de Brandão, Parente e Oliveira (2010), assim como há um artigo que trata efetivamente da percepção, mas que não consta em seu referencial teórico nenhuma menção ao termo, caso do estudo de Araújo, Teixeira e Malini (2013).

Nesta categoria de análise vale destacar os artigos de Basso et al. (2011) e de Santos e Botelho (2011), que não só utilizam o termo percepção da forma correta, segundo Chauí (2004), como também apresentam uma discussão teórica sobre o termo de forma bem aprofundada. Para as duas outras categorias analisadas, de “abordagem”, em que é analisada a abordagem metodológica

utilizada no artigo, e de “temática”, em que são analisados os campos de aplicação do estudo, foi elaborado o Quadro 3.

Abordagem	Qualitativa	Brandao, Parente e Oliveira (2010); Moreira <i>et al.</i> (2012); Magalhães <i>et al.</i> (2010); Serpa e Fourneau (2007); Lélis e Pinheiro (2012); Araújo, Teixeira e Malini (2013); Milan, Gasparin e Toni (2013); Medeiros, Ribeiro e Cruz (2012)
	Quantitativa	Souza (1980); Gutierrez (1988); Merino e Pastorino (2013); Cunha, Spers e Zylbersztajn (2011); Queiroz, Pretto e Mirapalheta (1999); Serpa e Avila (2004); Presot <i>et al.</i> (2014); Farias <i>et al.</i> (2011); Venturini <i>et al.</i> (2010); Ciarelli e Avila (2009); Fadel e Regis Filho (2009); Oliveira e Borges (2008); Domingos e Neiva (2014); Paim, Lara e Christino (2011); Borges-Andrade e Pilati (2000); Almeida e Sobral (2005); Rego e Souto (2004); Mendonca e Tamayo (2004); Neiva e Paz (2007, 2012); Gardelin, Rossetto e Verdinelli (2013); Santos, Guevara e Amorim (2013); Basso <i>et al.</i> (2011); Teixeira, Nossa e Funchal (2011); Silva, Santos e Ferreira (2007); Andrade <i>et al.</i> (2012); Panizzon <i>et al.</i> (2013); Reis Neto <i>et al.</i> (2013); Estivaleta e Andrade (2012); Bedani (2012); Fiuza (2008); Santos e Botelho (2011); Davidovitsch e Silva (2010); Vilarinho (2010)
	Mista	Grzybovski e Hahn (2006); Araujo <i>et al.</i> (2011); Oliveira-Castro, Pilati e Borges-Andrade (1999); Andrade e Falk (2001); Paixão <i>et al.</i> (2013); Peleias <i>et al.</i> (2009); Gallon, Ensslin e Silveira (2009); Souza, Collaziol e Damacena (2010)
Temática	Aspectos Financeiros e Contábeis	Serpa e Avila (2004); Grzybovski e Hahn (2006); Lélis e Pinheiro (2012); Teixeira, Nossa e Funchal (2011); Silva, Santos e Ferreira (2007); Santos e Botelho (2011); Souza, Collaziol e Damacena (2010)
	<i>Marketing</i> , Comportamento e Análise do Consumidor	Cunha, Spers e Zylbersztajn (2011); Queiroz, Pretto e Mirapalheta (1999); Brandao, Parente e Oliveira (2010); Basso <i>et al.</i> (2011); Panizzon <i>et al.</i> (2013); Milan, Gasparin e Toni (2013); Reis Neto <i>et al.</i> (2013); Davidovitsch e Silva (2010)
	Responsabilidade Social	Merino e Pastorino (2013); Serpa e Fourneau (2007)

Gestão da Qualidade	Presot <i>et al.</i> (2014); Fadel e Regis Filho (2009)
Estratégia e Inovação	Gardelin, Rossetto e Verdinelli (2013); Medeiros, Ribeiro e Cruz (2012)
Tecnologia/Sistema de Informação	Farias <i>et al.</i> (2011); Andrade e Falk (2001); Peleias <i>et al.</i> (2009)
Teoria da Decisão e de Redes	Ciarelli e Avila (2009); Araujo <i>et al.</i> (2011); Almeida e Sobral (2005)
Estudos Organizacionais	Souza (1980); Gutierrez (1988); Magalhães <i>et al.</i> (2010); Domingos e Neiva (2014); Paim, Lara e Christino (2011); Oliveira-Castro, Pilati e Borges-Andrade (1999); Borges-Andrade e Pilati (2000); Rego e Souto (2004); Mendonca e Tamayo (2004); Neiva e Paz (2007, 2012); Paixão <i>et al.</i> (2013); Santos, Guevara e Amorim (2013); Andrade <i>et al.</i> (2012); Gallon, Ensslin e Silveira (2009); Estivaleta e Andrade (2012); Bedani (2012); Fiuza (2008)
Gestão Pública	Venturini <i>et al.</i> (2010); Vilarinho (2010)
Gestão Social	Moreira <i>et al.</i> (2012); Oliveira e Borges (2008)
Outras	Araújo, Teixeira e Malini (2013)

Quadro 3 – Síntese dos resultados das categorias “Abordagem” e “Temática”

Fonte: Elaborado pelos autores

Logo, a partir da análise do Quadro 3 sobre a categoria “abordagem”, percebe-se um grande predomínio de abordagens quantitativas nos artigos, em que, em muitos casos, é utilizada a metodologia survey para medição de opiniões. Este fato acaba sendo um aspecto de grande preocupação para pesquisas que se dizem de percepção, tendo em vista principalmente que a percepção é difícil de ser avaliada, devido a complexidade e pluralidade dos indivíduos, de forma que não se pode somar as percepções, com a utilização de survey, por exemplo, porque elas variam de pessoa para pessoa.

Um exemplo que trata claramente desta questão é o artigo de Santos, Guevara e Amorim (2013), sobre a corrupção nas

organizações privadas, em que os autores propõem uma análise do impacto do nível de instrução, da idade e do gênero na percepção moral nas organizações, como se a percepção fosse dada por estes aspectos de forma geral, sem a observância do fator individual.

Outro fator relevante a se destacar é o número de artigos que se utilizam de uma abordagem mista, que tem se mostrado como tendência nas pesquisas em Administração e no contexto geral. Alguns exemplos são os artigos de Gallon, Ensslin e Silveira (2009), Souza, Collaziol e Damacena (2010) e Paixão *et al.* (2013). No caso do primeiro, sobre rede de relacionamentos e desempenho organizacional, a pesquisa foi inicialmente exploratória, com método qualitativo, e, em seguida, com os resultados obtidos na

primeira fase de pesquisa de campo, a pesquisa foi descritiva, com método quantitativo. O caso do segundo, sobre Mensuração e registro dos custos de qualidade, utilizou a abordagem Quantitativa para a análise descritiva, aplicada na mensuração absoluta e relativa dos dados coletados, e para a análise fatorial e, na sequência, utilizou a análise qualitativa, para a significação e interpretação dos dados estatísticos, direcionando os resultados à resposta objetiva do problema de pesquisa. Já o terceiro, que trata do assédio moral, utilizou predominantemente a análise qualitativa para análise dos dados coletados a partir da técnica de discurso do sujeito coletivo (DSC), enquanto que O tratamento quantitativo foi limitado à análise da frequência em que os discursos individuais eram classificados de acordo com as ideias centrais (IC).

Finalmente, na categoria “temática”, percebeu-se que há uma grande disseminação do uso da percepção entre várias temáticas diferentes. Este resultado demonstra a grande abrangência da utilização do termo, mas também serve de alerta, visto que a esmagadora maioria dos estudos não utiliza o termo percepção de forma correta. Uma temática que teve um pouco mais de destaque foi a de estudos organizacionais, que condensa estudos sobre, por exemplo, desempenho, comprometimento, mudança e clima organizacional. Sobre o último, foram encontrados vários, a exemplo do artigo Gutierrez (1988).

CONCLUSÃO

Partindo do princípio de que o objetivo do presente estudo era analisar a

utilização do termo percepção pelos pesquisadores da área de Administração, pode-se concluir que este objetivo foi alcançado, tendo em vista a análise realizada a partir de uma amostra representativa e relevante dos estudos desta área.

Neste sentido, identificou-se, num contexto mais amplo, a existência de uma confusão entre os pesquisadores da área de Administração acerca do real significado do termo percepção, utilizando-o, na maioria dos casos, em um sentido mais próximo do termo “opinião”. Sobre isso, pode-se relacionar este equívoco com o fato de que os artigos não realizam uma construção teórica sobre a percepção, o que, possivelmente, esclareceria melhor seu significado e contribuiria para sua adequada utilização.

Além disso, também a partir dos achados neste estudo, constatou-se que grande parte dos estudos analisados está relacionada à área de Estudos Organizacionais que, dentre outros assuntos, trata de aspectos como clima organizacional, por exemplo, utilizando-se da metodologia survey para seu desenvolvimento. Por conta disso, pode-se inferir que este também é um fato que contribui para o uso inadequado do termo percepção, pois estudos a partir de métodos quantitativos deste tipo, que tentam generalizar um aspecto complexo como a percepção, se mostram equivocados.

Portanto, pode-se concluir que a visão dos pesquisadores em Administração sobre a percepção se mostra incipiente e confusa, destacando a importância de estudos como o aqui realizado, capazes de apontar e discutir assuntos pouco explorados no meio acadêmico. Dessa forma, este artigo se mostra como um meio pelo qual pesquisadores da área poderão se basear para elaboração de

estudos que se utilizem, direta ou indiretamente, do termo percepção.

Finalmente, para continuidade deste trabalho, sugere-se desde o próprio aumento do quantitativo de artigos a serem analisados

ou a mudança da fonte da pesquisa, bem como a consideração de outras visões que contribuem para a compreensão do termo percepção ou uma aplicação de campo, não limitada a uma revisão de literatura.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, F. J. B. A. Emoções, inteligência e negociação: um estudo empírico sobre a percepção dos gerentes portugueses. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, n. 4, p. 9-30, 2005.
- ANDRADE, M. M. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- ANDRADE, D. G.; FALK, J. A. Eficácia de sistemas de informação e percepção de mudança organizacional: um estudo de caso. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, n. 3, p. 53-84, 2001.
- ANDRADE, T.; HOCH, R. E. E.; VIEIRA, K. M.; RODRIGUES, C. M. C. Síndrome de Burnout e suporte social no trabalho: a percepção dos profissionais de enfermagem de hospitais públicos e privados. **Organização & Sociedade**, v. 19, n. 61, p. 231-251, 2012.
- ARAÚJO, U. P.; ANTONIALLI, L. M.; GUERRINI, F. M.; OLIVEIRA, R. F. A percepção e as estratégias de ação do pesquisador de café em sua rede colaborativa. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 670-688, 2011.
- ARAÚJO, B. F. V.; TEIXEIRA, M. L. M.; MALINI, E. Estrangeirismo e Complexo de Gulliver: brasileiros na percepção de expatriados de diferentes origens. **Organização & Sociedade**, v. 20, n. 66, p. 461-477, 2013.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASSO, K.; SANTOS, C. P.; KUSSLER, L. S.; MULLER NETO, H. F. Preços mais baixos para novos clientes: consequências da percepção de injustiça de preço nos clientes atuais. **Revista de Administração**, v. 46, n. 4, p. 407-422, 2011.
- BEDANI, M. O impacto dos valores organizacionais na percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 3, p. 150-176, 2012.
- BORGES-ANDRADE, J. E.; PILATI, R. Validação de uma medida de percepção de imagens organizacionais. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 1, p. 113-134, 2000.
- BRANDAO, M. M.; PARENTE, J.; OLIVEIRA, B. B. Percepção de crowding no varejo: uma investigação exploratória no mercado Brasileiro. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**, v. 9, n. 2, 2010.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- CHAUI, Marilene. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2004.
- CIARELLI, G.; AVILA, M. A influência da mídia e da heurística da disponibilidade na percepção da realidade: um estudo experimental. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 3, p. 541-562, 2009.

- CUNHA, C. F.; SPERS, E. E.; ZYLBERSZTAJN, D. Percepção sobre atributos de sustentabilidade em um varejo supermercadista. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 6, p. 542-552, 2011.
- DAIM, T. U.; RUEDA, G.; MARTIN, H.; GERDSRI, P. Forecasting emerging technologies: Use of bibliometrics and patent analysis. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 73, p. 981-1012, 2006.
- DAVIDOVITSCH, L.; SILVA, J. F. Algumas implicações da percepção dos valores simbólicos das roupas: gênero masculino em foco. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 11, n. 1, p. 150-173, 2010.
- DOMINGOS, S. G.; NEIVA, E. R. Percepção dos funcionários sobre mudanças transacionais e transformacionais em uma organização pública. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 2, p. 118-138, 2014.
- DU, Y.; TEIXEIRA, A. A. C. A bibliometric account of Chinese economics research through the lens of the China Economic Review. **China Economic Review**, v. 23, p. 743-762, 2012.
- ESTIVALETE, V. F. B.; ANDRADE, T. A influência dos valores organizacionais na percepção de suporte organizacional com base na concepção dos colaboradores do setor bancário. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 3, p. 214-244, 2012.
- FADEL, M. A. V.; REGIS FILHO, G. I. Percepção da qualidade em serviços públicos de saúde: um estudo de caso. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 7-22, 2009.
- FARIAS, J. S.; GUIMARAES, T. A.; VARGAS, E. R.; ALBUQUERQUE, P. H. M. Adoção de prontuário eletrônico do paciente em hospitais universitários de Brasil e Espanha: a percepção de profissionais de saúde. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 5, p. 1303-1326, 2011.
- FIUZA, G. D. Desenvolvimento e validação da Escala de Percepção de Políticas de Gestão de Pessoas (EPPGP). **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 6, p. 77-101, 2008.
- FRANCISCO, E. R. RAE-Eletrônica: Exploração do acervo à luz da bibliometria, geoanálise e redes sociais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 3, p. 208-306, 2011.
- FREITAS, S. A.; OLIVEIRA, L. M.; SOUZA, S. L. O. A.; SANCHES, V.; BERVIQUE, J. A. Fenomenologia da percepção segundo Maurice Merleau-Ponty. **Revista Científica Eletrônica de Psicologia**, v. 23, 2014.
- GALLON, A. V.; ENSSLIN, S. R.; SILVEIRA, A. Rede de relacionamentos em pequenas empresas de base tecnológica (EBTs) incubadas: um estudo da sua importância para o desempenho organizacional na percepção dos empreendedores. **Journal of Information System Technology Management**, v. 6, n. 3, p. 551-572, 2009.
- GARDELIN, J. P.; ROSSETTO, C. R.; VERDINELLI, M. A. O relacionamento entre a incerteza ambiental e o comportamento estratégico na percepção dos gestores de pequenas empresas. **Revista de Administração**, v. 48, n. 4, p. 702-715, 2013.
- GIBBS, Graham. **Análise de Dados Qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GOMES, G.; MACHADO NETO, D. D. P.; GIOTTO, O. T. Análise do conteúdo dos artigos de inovação publicados nos anais do Altec, Simpoi e Enanpad (2003-2007). **Revista de Administração e Inovação**, v. 8, n. 4, p. 27-44, 2011.
- GRZYBOVSKI, D.; HAHN, T. G. Educação fiscal: premissa para melhor percepção da questão tributária. **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 5, p. 841-864, 2006.

- GUTIERREZ, L. H. S. Percepção do clima organizacional conforme o escalão hierárquico. **Revista de Administração de Empresas**, v. 28, n. 4, p. 05-13, 1988.
- LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Compreendendo a atmosfera de relacionamento sob a ótica da Fenomenologia da percepção. **Revista de Ciências Sociais em Perspectiva**, v. 13, n. 25, 2014.
- LELIS, D. L. M.; PINHEIRO, L. E. T. Percepção de auditores e auditados sobre as práticas de auditoria interna em uma empresa do setor energético. **Revista de Contabilidade & Finanças**, v. 23, n. 60, p. 212-222, 2012.
- MACIAS-CHAPULA, C. A. O papel da informetria e da cienciométrica e sua perspectiva nacional e internacional. **Ciência da informação**, v. 27, n. 2, p. 134-140, 1998.
- MAGALHÃES, E. M.; OLIVEIRA, A. R.; CUNHA, N. R. S.; LIMA, A. A. T. F. C.; CAMPOS, D. C. S. A política de treinamento dos servidores técnico-administrativos da Universidade Federal de Viçosa (UFV) na percepção dos treinados e dos dirigentes da instituição. **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 1, p. 55-86, 2010.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MEDEIROS, J. F.; RIBEIRO, J. L. D.; CRUZ, C. M. L. Inovação ambientalmente sustentável e fatores de sucesso na percepção de gestores da indústria de transformação. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 10, n. 3, p. 652-676, 2012.
- MENDONÇA, H.; TAMAYO, A. Percepção de justiça e reações retaliatórias nas organizações: análise empírica de um modelo atitudinal. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 2, p. 117-135, 2004.
- MERINO, M. N. H.; PASTORINO, A. H. Percepción sobre el desarrollo sostenible de las MYPE en el Perú. **Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 3, p. 290-302, 2013.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- MERRIAM, S. B. **Qualitative research in practice: examples for discussion and analysis**. São Francisco: Jossey-Bass, 2002.
- MILAN, G. S.; GASPARIN, F. M.; TONI, D. A configuração da imagem de um shopping center na percepção de consumidores locais. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 19, n. 1, p. 83-114, 2013.
- MOREIRA, N. C.; FERREIRA, M. A. M.; LIMA, A. A. T. F. C.; CKAGNAZAROFF, I. B. Empoderamento das mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na percepção dos agentes dos Centros de Referência de Assistência Social. **Revista de Administração Pública**, v. 46, n. 2, p. 403-423, 2012.
- MORETTI, S. L. A.; CAMPANARIO, M. A. A Produção Intelectual Brasileira em Responsabilidade Social Empresarial – RSE sob a Ótica da Bibliometria. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, p. 68-86, 2009.
- NEIVA, E. R.; PAZ, M. G. T. Percepção de mudança organizacional: um estudo em uma organização pública brasileira. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 1, p. 31-52, 2007.
- NEIVA, E. R.; PAZ, M. G. T. Percepção de mudança individual e organizacional: o papel das atitudes, dos valores, do poder e da capacidade organizacional. **Revista de Administração**, v. 47, n. 1, p. 22-37, 2012.

- NOBREGA, T. P. Corpo, percepção e conhecimento em Merleau-Ponty. **Estudos de Psicologia**, v. 13, n. 2, p. 141-148, 2008.
- OLIVEIRA, L. O. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 1997.
- OLIVEIRA, A. K. P.; BORGES, D. F. Programa de Saúde da Família: uma avaliação de efetividade com base na percepção de usuários. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 2, p. 369-389, 2008.
- OLIVEIRA, C. I.; OLIVEIRA-CASTRO, J. M. Problemas conceituais da doutrina intelectualista: implicações para algumas explicações cognitivistas. **Psicologia: Reflexão & Crítica**, v. 16, n. 1, p. 171-176, 2003.
- OLIVEIRA-CASTRO, G. A.; PILATI, R.; BORGES-ANDRADE, J. E. Percepção de suporte organizacional: desenvolvimento e validação de um questionário. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 3, n. 2, p. 29-51, 1999.
- PAIM, N. A.; LARA, J. E.; CHRISTINO, J. M. M. Relações quantitativas entre orientação para o mercado, desempenho organizacional e a percepção externa de sucesso em instituições de pesquisas tecnológicas afiliadas à ABIPTI. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 6, p. 1059-1077, 2011.
- PAIXÃO, R. B.; MELO, D. R. A.; SOUZA-SILVA, J. C.; CERQUINHO, K. G. Por que ocorre? Como lidar? A percepção de professores de graduação em Administração sobre o assédio moral. **Revista de Administração**, v. 48, n. 3, p. 516-529, 2013.
- PANIZZON, M.; DE TONI, D.; LARENTIS, F.; MILAN, G. S. A percepção da imagem de preço em serviços: um estudo de abordagem quantitativa sobre os cursos de lato sensu de uma Universidade. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 19, n. 3, p. 646-674, 2013.
- PELEIAS, I. R.; TREVIZOLI, J. C.; CORTES, P. L.; GALEGALE, N. V. Pesquisa sobre a percepção dos usuários dos módulos contábil e fiscal de um sistema ERP para o setor de transporte rodoviário de cargas e passageiros. **Journal of Information System Technology Management**, v. 6, n. 2, p. 247-270, 2009.
- PENNA, A.G. **Percepção e realidade**: introdução ao estudo da atividade perceptiva. Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- PINTO, T. Crítica do empirismo aplicado à psicopatologia clínica: da esterilidade do DSM a uma saída pela psicanálise. **Ágora**, v. 15, n. especial, p. 405-420, 2012.
- PRESOT, I. M.; SOARES, R. P. P.; MADUREIRA, A. P.; BICALHO, K. A.; MODENA, C. M. Quality perception in research laboratories from Fiocruz after QMS implementation. **Revista de Administração Pública**, v. 48, n. 1, p. 237-252, 2014.
- QUEIROZ, A.; PRETTO, F. N.; MIRAPALHETA, G. C. Relevância de dois fatores na percepção de qualidade em SACs. **Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 2, p. 27-32, 1999.
- RAMOS-RODRÍGUEZ, A. R.; RUÍZ-NAVARRO, J. Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980- 2000. **Strategic Management Journal**, v. 25, p. 981-1004, 2004.
- REGO, A.; SOUTO, S. A percepção de justiça como antecedente do comprometimento organizacional: um estudo luso-brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 1, p. 151-177, 2004.
- REIS NETO, J. F.; MUNOZ-GALLEGO, P. A.; SOUZA, C. C.; RODRIGUES, W. O. P. As conexões entre orientação empreendedora, capacidade de marketing e a percepção do desempenho

- empresarial: evidências empíricas das micro e pequenas empresas varejistas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 3, p. 236-271, 2013.
- SANTAELLA, L.. **A percepção: uma teoria semiótica**. 2. ed. São Paulo: Experimento, 1998.
- SANTOS, E. M. O lado oculto das mudanças: a verdadeira inovação requer mudança de percepção. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 3, p. 572-573, 2010.
- SANTOS, J. H. F.; BOTELHO, D. Análise comparativa de preços: variáveis influentes na percepção de vantagem de compra. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 2, p. 145-168, 2011.
- SANTOS, R. A.; GUEVARA, A. J. H.; AMORIM, M. C. S. Corrupção nas organizações privadas: análise da percepção moral segundo gênero, idade e grau de instrução. **Revista de Administração**, v. 48, n. 1, p. 53-66, 2013.
- SERPA, D. A.; AVILA, M. G. Percepção sobre preço e valor: um teste experimental. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**, v. 3, n. 2, 2004.
- SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.
- SILVA, L. P.; FADUL, E. A Produção Científica Sobre Cultura Organizacional em Organizações Públicas no Período de 1997 a 2007: um Convite à Reflexão. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 4, p. 651-669, 2010.
- SILVA, P. D. A.; SANTOS, O. M.; FERREIRA, A. C. S. A percepção dos docentes quanto às práticas de contabilidade estratégica: um estudo comparativo. **Revista de Contabilidade & Finanças**, v. 18, n. 44, p. 44-59, 2007.
- SOUZA, E. L. P. Percepção de clima conforme o escalão hierárquico. **Revista de Administração de Empresas**, v. 20, n. 4, p. 51-56, 1980.
- SOUZA, M. A.; COLLAZIOL, E.; DAMACENA, C. Mensuração e registro dos custos da qualidade: uma investigação das práticas e da percepção empresarial. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 11, n. 4, p. 66-97, 2010.
- TEIXEIRA, E. A.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. **Revista de Contabilidade & Finanças**, v. 22, n. 55, p. 29-44, 2011.
- TOMÁS-CASTERA, V.; SANZ-VALERO, J.; WANDEN-BERGHE, C. Estudio bibliométrico de la producción científica y uso de la Revista Chilena de Nutrición a través de la Red Scielo (2001 a 2007). **Revista Chilena de Nutrición**, v. 37, n. 3, p. 330-339, 2010.
- VANTI, N. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, p. 152-162, 2002.
- VENTURINI, J. C.; PEREIRA, B. A. D.; MORALES, R.; FLECK, C. F.; BATISTELLA JUNIOR, Z.; NAGEL, M. B. Percepção da avaliação: um retrato da gestão pública em uma instituição de ensino superior (IES). **Revista de Administração Pública**, v. 44, n. 1, p. 31-53, 2010.
- VILARINHO, P. F. A percepção da captura política da saúde suplementar no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 8, n. 4, p. 694-709, 2010.
- VITORINO FILHO, V. A.; SACOMANO NETO, M.; SILVA, E. M.; GIULIANI, A. C. A Produção científica brasileira em cooperação empresarial. **Revista de Administração e Inovação**, v. 9, n. 3, p. 175-194, 2012.

WALTER, F. O perfil dos artigos publicados no Custos e @gronegocio *on line*. **Custos e @gronegocio on line**, v. 6, n. 3, p. 156-175, 2010.

WANG, H.; HE, Q.; LIU, X.; ZHUANG, Y.; HONG, S. Global urbanization research from 1991 to 2009: A systematic research review. **Landscape and Urban Planning**, v. 104, p. 299-309, 2012.

WILLETT, P. A bibliometric analysis of the Journal of Molecular Graphics and Modelling. **Journal of Molecular Graphics and Modelling**, v. 26, p. 602-606, 2007.

NOTA

(1) Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN. Graduada em Administração pela Universidade Federal da Paraíba/UFPB.

(2) Doutorando em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN. Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN. Graduado em Administração pela Universidade Federal da Paraíba/UFPB. Professor do Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - DEPAD/UFRN, Natal/RN.

Enviado: 20/12/2015

Aceito: 14/11/2016