



## EDITORIAL

### Joysi Moraes

Editora

[jmoraes@id.uff.br](mailto:jmoraes@id.uff.br)

Em 2018, comemoramos os 50 anos de publicação do livro “Pedagogia do Oprimido”, de Paulo Freire (1921-1997). Autor com uma obra vasta e, ainda, pouco aproveitada nos estudos organizacionais. Buscando contribuir para a maior divulgação dos trabalhos daqueles que adotam a obra de Paulo Freire nos estudos das organizações, a Revista Pensamento Contemporâneo em Administração abriu uma chamada específica com este fim. Foram poucos os trabalhos submetidos e somente quatro aprovados. Começamos por eles.

O primeiro, uma pesquisa sobre as **Práticas organizacionais do Movimento de Trabajadores Desocupados de La Matanza à luz do pensamento de Paulo Freire**, desenvolvido pela editora desta Revista, **Joysi Moraes**, em parceria com **Maria Ceci Araujo Misoczky**. Destacamos que, na perspectiva freireana, a prática organizativa e o processo de ensino-aprendizagem são inseparáveis. Assim, a **prática pedagógica acontece como um exercício de auto-organização** entre aqueles que a utilizam e somente é consolidada durante o próprio processo de auto-organização dos sujeitos.

Em seguida, **Carolina Machado Saraiva, Lilian Cristina Gonzaga e Amanda Maria Gonçalves** propõem o uso das diretrizes de formação crítica de Paulo Freire sobre a educação popular para as pesquisas críticas em Administração. Para compreender a potência da formação crítica, no texto **Economia solidária como Ação Cultural para a Liberdade**, se verifica, através da técnica de bricolagem, com o uso dos preceitos críticos de Freire, como as artesãs se empoderam, percebendo-se como sujeitos ativos no processo de construção de suas associações, tomando para si as questões referentes aos dilemas por elas enfrentados no dia-a-dia da gestão.

**Jacir Leonir Casagrande, Nei Antonio Nunes, Juliana Pereira Michels e Paula Clarissa de Souza** partiram do constructo do empoderamento cunhado por Paulo

Freire (1969), como um movimento com o propósito de desenvolver a consciência crítica dos sujeitos, de modo a promover a maior liberdade e o poder de participação na sociedade. Assim, os resultados apresentados no texto **Empoderamento no Programa “Mulheres SIM” do IFSC**, evidencia que o Programa facilitou o desenvolvimento da autonomia, bem como a postura crítica e ativa das participantes do projeto, verificadas no processo paulatino individual e coletivo de empoderamento.

No ensaio **Paulo Freire, ergologia e os discursos do empreendedorismo**, **Luana Jéssica Oliveira Carmo, Admardo Bonifácio Gomes Júnior, Patrícia Albuquerque Gomes e Lilian Bambirra de Assis** buscam estabelecer diálogos entre conceitos abordados por Paulo Freire em Pedagogia do Oprimido e a ergologia, tomando como objeto de análise crítica os discursos sobre o empreendedorismo. Para os autores, os discursos sobre o empreendedorismo se apresentam como imperativos aos empreendedores, descolados da realidade e da variabilidade dos contextos socioeconômicos e desconsiderando a atividade industriosa de empreender.

Logo após os textos de pesquisadores brasileiros que buscam resgatar a potencialidade dos construtos de Paulo Freire, **Monique Nascimento, Marina Coelho e Eloise Helena Livramento Dellagnelo** apontam que o trabalho artístico não passa incólume ao processo de homogeneização social, uma vez que a arte se insere na mesma lógica dos demais objetos e é apropriada enquanto bem de consumo. Em **Reconhecimento do trabalho artístico na sociedade de consumo**, as autoras assinalam que há que se reconhecer que a obra e o fazer artístico guardam, contudo, especificidades que fazem sua inserção na sociedade do consumo produzir consequências nocivas ao artista como trabalhador.

**Mirian Miranda Cohen, Chayana Leocádio da Silva e Marcelino José Jorge**, por sua vez, no texto **Cocriação**

**em saúde: um levantamento sistemático da literatura**, apresentam os resultados de uma investigação acerca das características da produção científica do tema Cocriação de Valor em saúde nas bases de dados de periódicos *ISI Web of Science, Scopus e* através da CAFE (Comunidade Acadêmica Federada) no período de 2012 a 2017.

Na mesma direção, **Andréia Maria Kremer e Rafael Todescato Cavalheiro**, no texto **Confiança e redes: evidências teóricas sob o prisma do capital social**, apresentam os resultados de uma pesquisa na buscarem identificar, através da análise integrativa da produção científica internacional, como os componentes do capital social têm sido aplicados a solução dos problemas de uso dos bens comuns.

Em seguida, no ensaio **A institucionalização (ou banalização) da sustentabilidade organizacional à luz da teoria crítica**, o argumento central é que as práticas voltadas às questões socioambientais se tornaram questões institucionalizadas nas organizações, visto que possuem legitimidade perante a sociedade. No entanto, **Aline Eggres de Castro, Simone Alves Pacheco de Campos e Marcelo Trevisan** apontam que as ações realizadas pelas grandes corporações tendem a apresentar um mínimo impacto socioambiental, sendo efetuadas apenas para manter a legitimidade, mas evitando investimentos de maior vulto. Em outros termos, são ações meramente remediadoras ou de impacto irrisório.

**Evangelina da Silva Sousa e Cláudia Buhamra Abreu Romero**, por sua vez, apresentam os resultados de uma pesquisa com 308 estudantes, cujos dados foram analisados via análise fatorial exploratória e regressão linear, no texto **Valores materiais e de consumo ecológico: quais influenciam a intenção de compra?** Os resultados evidenciaram que apenas os valores ecológicos influenciam de forma positiva a intenção de compra de produtos ecológicos. Provavelmente, os consumidores, estimulados por valores ambientais, desenvolvam uma consciência ambiental que influencie sua intenção de compra, resgatando o caráter utilitário do consumo.

A seguir, **Marco Antonio Coutinho, José Marcos Carvalho de Mesquita e Cristiana Fernandes de Muylder**, apresentam o texto **Lealdade suprema: estudo de caso com clientes Harley-Davidson (Ultimate Loyalty: a Case Study of Harley-Davidson Clients)**. Segundo os autores, os construtos produto único, produto adorável, produto desejável por um segmento de mercado definido e fortitude individual são construtos que geram a lealdade suprema, ao passo que pertencer a uma rede social não é importante preditor de lealdade suprema.

Boa leitura!