

OS CAMINHOS DA PESQUISA EM SENSEMAKING: Um estudo bibliométrico na base de dados Web of Science de 1945 á julho 2018.

DERSON DA SILVA LOPES-JR

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS (UNICAMP)

NAYARA DE ANDRADE MONTEIRO

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

JÚLIA MELO MACLUF BIBERG

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

OS CAMINHOS DA PESQUISA EM *SENSEMAKING*: Um estudo bibliométrico na base de dados *Web of Science* de 1945 á julho 2018.

1 – INTRODUÇÃO

O termo *sensemaking* é abordado de diversas maneiras na literatura organizacional. Suas raízes podem ser rastreadas no início do século XX (Dewey, 1930; James, 1890), mas a produção de sentido não começou a emergir como um tópico distinto de estudo até o final da década de 1960 (Weick, 1969). Nos mais de quarenta anos desde que o *sensemaking* entrou na literatura organizacional, os acadêmicos abordaram seu estudo de várias maneiras. (Maitlis & Christianson, 2014). A partir dos anos 2000, há um foco crescente nos processos sociais por meio dos quais o *sensemaking* é realizado (Maitlis, 2005). Weick *et al.* (2005) revisaram as tendências no *sensemaking*, sendo o poder e as emoções como destaques. Desta forma, esse tema, tanto como prática social quanto como objeto de investigação científica, ainda está em formação.

Buscando apresentar um levantamento parcial do estado da arte nesse campo de pesquisa, este trabalho realizou uma pesquisa bibliométrica sobre as publicações acadêmicas na base de dados *Web of Science* (WoS). De acordo com pesquisa realizada pelos autores nessa base, não existe até o momento pesquisas bibliométricas sobre a literatura de *sensemaking*.

Estudos bibliométricos são mais do que simples levantamentos estatísticos, eles tornam análises mais complexas e diversificadas, sendo de grande utilidade para a ciência (Ferreira, 2010). Essa técnica de análise é importante pois fornece informações úteis que atuam como guia para pesquisadores que desejam saber o status de pesquisa de determinado tema. O entendimento da produtividade e do avanço do conhecimento é útil para verificar quais são os autores e centros de pesquisa mais produtivos e que mais contribuem para o desenvolvimento de um campo de estudo (Moretti & Campanario, 2009).

Com o objetivo de acompanhar o desenvolvimento sobre o *sensemaking* (Peres Vanti, 2002), os resultados obtidos permitem uma visualização do perfil dos autores do referido tema, das citações e referências bibliográficas utilizadas e a explicitação de agrupamentos de temas e abordagens mais significativos. A partir da premissa de que o conhecimento científico é uma sequência cumulativa e cooperativo de conhecimento (Souza, Parisotto, Junior, & Barbieri, 2013), este trabalho contribui para a sistematização este campo do saber para realizar comparações entre suas diversas abordagens, fornecendo *insights* para uma discussão mais fundamentada a respeito das direções que o *sensemaking* seguiu nos últimos anos e suas perspectivas futuras.

2 – REVISÃO DE LITERATURA

Existem diferentes definições para o termo *sensemaking*. Nas conceituações mais antigas, Meryl (1980), define *Sensemaking* como um ciclo repetitivo constituído por uma sequência de eventos ocorridos ao longo do tempo. Para Dervin (1983), *sensemaking* é um esforço programático para estudar como as pessoas constroem o sentido de seus mundos e, em particular, como eles constroem as necessidades de informação e usam para obter informações no processo de tomada de sentido. O termo também pode ser definido como um processo cognitivo, focado na avaliação e interpretação (processo discursivo), uma forma de colocar estímulo em um quadro de referência, que é descrito em termos de desenvolvimento de frameworks, esquemas ou modelos mentais. (Maitlis & Christianson, 2014; Cunliffe & Coupland, 2012; Stigliani & Ravasi, 2012; Whiteman & Cooper, 2011).

Para Gioia e Chittipeddi (1991), *sensemaking* refere-se a construção e reconstrução de significados dos envolvidos à medida que são feitas tentativas de desenvolver um quadro significativo de referências para entender o processo. Weick, Sutcliffe e Obstfeld (2005)

ampliam as explicações sobre *sensemaking* ressaltando que ele envolve o estudo de retrospectivas em curso que produzem imagens plausíveis que racionalizam o que as pessoas estão fazendo. Cunliffe e Coupland (2012) consideram o *sensemaking* como uma atividade colaborativa usada para criar, sustentar e legitimar práticas organizacionais ou papéis de liderança. Whittle e Mueller (2012) descrevem o *sensemaking* como o processo em que as pessoas interpretam a si mesmas e ao mundo que as rodeia por meio da produção de sentido advindo de narrativas que representam discursos significativos articulados a partir de declarações.

No entendimento de Correa *et al.* (2014, p. 1) o *sensemaking* demonstra que “é através da interação social que os sujeitos buscam atribuir sentido às novas informações visando diminuir o grau de ambiguidade, possibilitando assim a análise de elementos do cotidiano organizacional do nível micro”. Em outra perspectiva, o *sensemaking* envolve “transformar circunstâncias em uma situação que é compreendida de forma explícita nas palavras e que serve como um trampolim para a ação” (Weick, Sutcliffe & Obstfeld, 2005 p. 409). Por isso, defendem que o *sensemaking* é capaz de trazer grandes contribuições para a teoria organizacional, já que tem a capacidade de completar lacunas consideráveis.

Em resumo, pode-se propor um alinhamento de *sensemaking* sob duas óticas, a informacional, de Dervin (1983) “tanto como um comportamento interno (cognitivo) como externo (atitudes, reações face ao meio social)” (Dias & Pires, 2004, p. 19), e a organizacional, Weick (1995). Alguns autores fazem o *sensemaking* retrospectivo (Weick, 1995), outros acreditam que também pode ser um processo prospectivo (Gephart, Topal & Zhang, 2010). Essas variações em como o *sensemaking* é conceitualizado são refletidas em uma série de definições. Além disso, muitas vezes há pouco diálogo entre os fluxos de pesquisa que se baseiam na construção de sentido, apesar dos interesses e questões comuns. Resultante destas diferenças frequentemente desarticuladas e conversas desconexas, há confusão na literatura de *sensemaking* e a falta de clareza sobre onde as pesquisas futuras sobre *sensemaking* devem ser direcionadas (Maitlis & Christianson, 2014).

É importante ressaltar que *sensemaking* e interpretação não são sinônimos, já que a interpretação pode ser entendida como um componente do *sensemaking* (Weick, 1995). Então, pode-se dizer que o processo de *sensemaking* é essencialmente interpretativo, mas é mais abrangente por envolver outras questões. Isso pode ser explicado quando se diz que o *sensemaking* está relacionado às maneiras pelas quais as pessoas geram o que elas interpretam, a interpretação refere-se àquilo que está sendo interpretado e o *sensemaking* preocupa-se com o como. Além disso, fazer sentido é conectar o abstrato com o concreto (Weick, Sutcliffe & Obstfeld, 2005). Por isso, Weick (1995) diz que a ideia do *sensemaking* é tentar tornar tangível o subjetivo, busca tornar o desconhecido em conhecido. Dito de outra maneira, o *sensemaking* é social, retrospectivo, fundamentado na identidade, pautado em narrativa e promulgação (Sanberg & Tsoukas, 2014).

Existem sete propriedades que compõem o *sensemaking*, essas etapas servem como guias para a pesquisa da construção de sentido, uma vez que sugerem o que é o processo, como funciona e onde não falha (Weick, 1995), sendo elas: (i) Identidade – é uma entidade em contínua redefinição realizada no processo de interação, a criação de sentido é uma construção de identidade; (ii) Retrospecto – o ato reflexivo envolve a percepção do mundo passado dependente do tipo específico de atenção que a percepção atual lhe outorga em cada momento; (iii) Decretos (*Enactment*) – os atores organizacionais agem e condicionam as ações no ambiente por eles criado (forma retrospectiva), por meio de restrições e oportunidades; (iv) Social – construção de significado é social e compartilhada; (v) Processo (*Ongoing*) – as pessoas estão imersas em processos aos quais tornam impossível evitar agir; (vi) Pistas – são

estruturas de familiares; (vii) Aceitabilidade em detrimento da precisão, ocorre um *trade-off* entre quantidade de informações e precisão.

O *sensemaking* nas organizações baseia-se nas seguintes perguntas: Como que alguma coisa se tornou um evento para os membros organizacionais? O que um evento significa? (Weick, Sutcliffe & Obstfeld, 2005). Quando se tem uma preocupação com o que está realmente acontecendo em uma determinada situação e as pessoas questionam-se sobre como devem agir, surge a necessidade de realizar um processo de *sensemaking* para “desvendar” essas questões. Essas questões ajudam as pessoas a encontrar um significado, procurando compreender, dando condições para agir no futuro, trazendo a noção de estar envolvido por um curso contínuo de experiência. Mas, diante de tudo isso, questiona-se o que é a organização para o *sensemaking*, e os autores concluem que ambos constituem um ao outro. A organização não é anterior ao *sensemaking* nem o produz, ou seja, a organização se constitui pensando *sensemaking*.

A relevância do *sensemaking* nas organizações pode ser constatada através da compreensão das pessoas sob a organização, buscando construir um sentido compartilhado sobre determinada situação (atividade ou processo), elas estarão melhor preparadas para enfrentar as situações de ambiguidade que são uma realidade no âmbito organizacional. Sendo assim, notando a variedade de significados e autores que descrevem sobre o assunto, os próximos tópicos serão direcionados à metodologia usada no estudo e à pesquisa bibliométrica em si, da qual apresentará os principais autores e tendências de pesquisa.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa utilizou-se da análise bibliométrica para o desenvolvimento de seu estudo. A análise bibliométrica é uma técnica de estudo que se utiliza da aplicação de métodos estatísticos para determinar mudanças qualitativas e quantitativas em um determinado tópico de pesquisa, estabelecendo o perfil das publicações relacionadas ao tema e detectando tendências (De Bakker, Groenewegen, & Den Hond, 2005). A bibliometria teve seu início em 1923, conhecida como bibliografia estatística, vindo posteriormente, em 1934, a receber a denominação pela qual é conhecida atualmente. Sua popularização se deu apenas a partir de 1969, esclarecendo o conceito de bibliografia e de bibliometria, onde o segundo tem como principal característica a utilização de mais métodos quantitativos do que discursivos (Bernardino & Cavalcante, 2011).

Araújo (2006) aponta que os estudos bibliométricos difundiram-se nos anos 70 no Brasil, por meio do Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica, IBICT. Araújo (2006) indica que esses estudos incorreram na literatura de temas amplos como a Química (Carvalho, 1975 apud Araújo 2006) e Geologia (Figueiredo, 1972 apud Araújo 2006), mas também em temas específicos como a doença de Chagas (Caldeira, 1974), a esquistossomose (Oliveira, 1975 apud Araújo 2006) ou o cacau (Ribeiro, 1978 apud Araújo 2006). Outras áreas de aplicação utilizaram-se desta metodologia desde então, no campo do Direito, da Física, Ciências Sociais e outros. Recentemente estudo bibliométricos foram realizados no campo das ciências sociais nas temáticas de Responsabilidade Social Empresarial (Souza, Parisotto, Junior, & Barbieri, 2013) e de Gestão do Voluntariado (Ramos & Domingues, 2015).

Essa técnica de análise é importante pois fornece informações úteis que atuam como guia para pesquisadores que desejam saber o status de pesquisa de determinado tema. O entendimento da produtividade e do avanço do conhecimento é útil para verificar quais são os autores e centros de pesquisa mais produtivos e que mais contribuem para o desenvolvimento de um campo de estudo (Moretti & Campanario, 2009). Além disso, a análise traz um perfil do campo de pesquisa, demonstrando de maneira condensada autores, periódicos, anos de publicação, temáticas e artigos que compõe de maneira passiva o tema estudado (Rey-Martí, Ribeiro-Soriano, & Palacios-Marqués, 2016).

Algumas aplicações da bibliometria são identificar tendências e o crescimento do conhecimento em uma área, as revistas do núcleo de uma disciplina e seus usuários; mensurar a cobertura das revistas secundárias; prever as tendências de publicação, produtividade de autores individuais, organizações e países; estudar a dispersão e a obsolescência da literatura científica; medir o grau e padrões de colaboração entre autores e o crescimento de determinadas áreas bem como o surgimento de novos temas; analisar os processos de citação e co-citação; determinar o desempenho dos sistemas de recuperação da informação; avaliar os aspectos estatísticos da linguagem, das palavras e das frases, e a circulação e uso de documentos em um centro de documentação (Peres Vanti, 2002).

Segundo Araújo (2006) essa técnica surgiu como um sinal da necessidade de estudos e avaliações de atividades de produção e comunicação científica, sendo que seu desenvolvimento inicialmente se deu a partir da criação de leis empíricas sobre o comportamento da literatura. A Lei de Bradford trata da produtividade de periódicos e estima o grau de relevância de revistas de determinada área do saber, as leis de Lotka e Zipf contribuem para a avaliação de periódicos (Ferreira, 2010), sendo que a Lei de Lotka descreve a produtividade dos autores e a Lei de Zipf descreve a frequência no uso de palavras num determinado texto (Urbizagastegui, 1984).

Neste estudo utiliza-se a lei de Lotka, formulada em 1926 e utilizadas por muitos estudos para investigar a produtividade dos autores em distintas disciplinas (Alvarado, 2002). Lotka descobriu que uma boa parte da literatura científica é produzida por poucos autores, e que pequenos produtores juntos se igualam, em produção, aos grandes produtores (Araújo, 2006). Com isso, o pesquisador formulou a lei dos quadrados inversos: $y_x = 6/p2xa$, onde y_x é a frequência de autores publicando número x de trabalhos e a é um valor constante para cada campo científico (Araújo, 2006). A lei foi aperfeiçoada por Price, onde o número de membros dos grandes produtores corresponde à raiz quadrada do número total de autores, e a metade do total da produção é considerada critério para se saber se a elite é produtiva ou não (Araújo, 2006).

Com os dados retirados dos artigos visa-se descobrir autores mais citados, autores mais produtivos, elite de pesquisa, frente de pesquisa, fator de impacto dos autores, procedência geográfica e/ou institucional dos autores mais influentes em um determinado campo de pesquisa; tipo de documento mais utilizado, idade média da literatura utilizada, obsolescência da literatura, procedência geográfica e/ou institucional da bibliografia utilizada; periódicos mais citados, “core” de periódicos que compõem um campo (Araújo, 2006). Um conceito muito utilizado na análise de citações é o fator de impacto. O fator de impacto é a divisão do número de citações recebidas por um autor dividido pelo número de trabalhos que receberam pelo menos uma citação para identificar autores que produzem obras significativas (Araújo, 2006).

Este estudo utilizou-se do banco de dados on-line *Web of Science* (WoS), que contém documentos científicos em diversas áreas de pesquisa. O fato de o WoS fornecer dados sobre os resultados da pesquisa científica possibilita a análise bibliométrica, pois o WoS oferece dados de saída, disseminação, colaboração e impacto desses documentos (De Bakker *et al.*, 2005). Esse tipo de análise constitui uma inovação metodológica em relação às revisões tradicionais da literatura (De Bakker *et al.*, 2005). Além dos recursos do WoS, foi utilizado também o *software VOSviewer* como recurso de análise dos dados apurados. O VOSviewer é um programa de computador disponível gratuitamente e desenvolvido para a construção e visualização de grandes mapas bibliométricos com fácil interpretação (van Eck, & Waltman, 2010).

Para a seleção amostral, inicialmente adotou-se como chave de busca o termo “*sensem**”, visando estudar termos ligados a *sensemaking*, mas também suas possíveis variações, como *sensemaker*, *sensemade* e outras. Foram analisados todos os períodos disponíveis na base. Os resultados da quantificação da literatura e do mapeamento de relações entre autores e textos

podem se constituir em insumos empíricos que evidenciam particularidades do processo de produção de conhecimentos (Alvarenga, 1998).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada em 10 de julho de 2018. A base de dados é bastante dinâmica, o que pode implicar em mudanças nos dados quase que diariamente. A busca pelo termo *sensem** encontrou 2.435 documentos. Para efeitos da pesquisa foram selecionados apenas aqueles que foram classificados como artigos, refinando a busca para 1.943 artigos, base utilizada para elaboração da análise bibliométrica. A maioria dos artigos, 81,53%, estão classificados em três áreas de pesquisa: *Business Economics* (59,36%), *Psychology* (11,73%) e *Social Science Other Topic* (10,44%).

Nesta seção são apresentados e comentados os resultados obtidos nas análises bibliométricas realizadas. Os indicadores bibliométricos utilizados foram os seguintes: Idioma de publicação de pesquisas; Número de documentos publicados por ano; Países onde os artigos foram publicados; Periódicos em que os autores publicaram pesquisas; Autores mais presentes na base estudada; Periódicos, Autores e Artigos mais citados nos artigos pesquisados e palavras-chave mais frequentes nos artigos pesquisados.

4.1 Idioma, Ano e País de Publicação

Conhecer o idioma e país das publicações é importante pois indica para futuros pesquisadores do tema qual o perfil ideal de artigo com maior probabilidade de publicação, além de demonstrar o país com maior interesse no assunto. O ano de publicação dos estudos permite avaliar se o tema está em ascensão ou declínio, além de apontar o quanto pode ser considerado atual. Diversos periódicos aceitam submissão de artigos em mais de um idioma. Seguindo a tendência de dominância de estudos em inglês, a grande maioria dos estudos pesquisados foram publicados nesse idioma, totalizando 1.918 artigos, representando 98,71% dos estudos encontrados.

O artigo mais antigo presente no WoS relacionado a *Sensemaking* data de 1988, de Karl E. Weick, sob o título *Enacted Sensemaking in Crisis Situation* e publicado no *Journal of Management Studies*. Desde então até 2007, foram produzidos 14% (277) do total de artigos constantes na base, ou seja, os últimos dez anos concentram 86% da pesquisa com o termo *Sensemaking*, sendo que 48% foram publicados nos anos de 2015 a 2018. Esses dados demonstram que o tema é bastante atual e tem despertado interesse recente dos pesquisadores. A figura 1 apresenta a distribuição de produção dos últimos 10 anos.

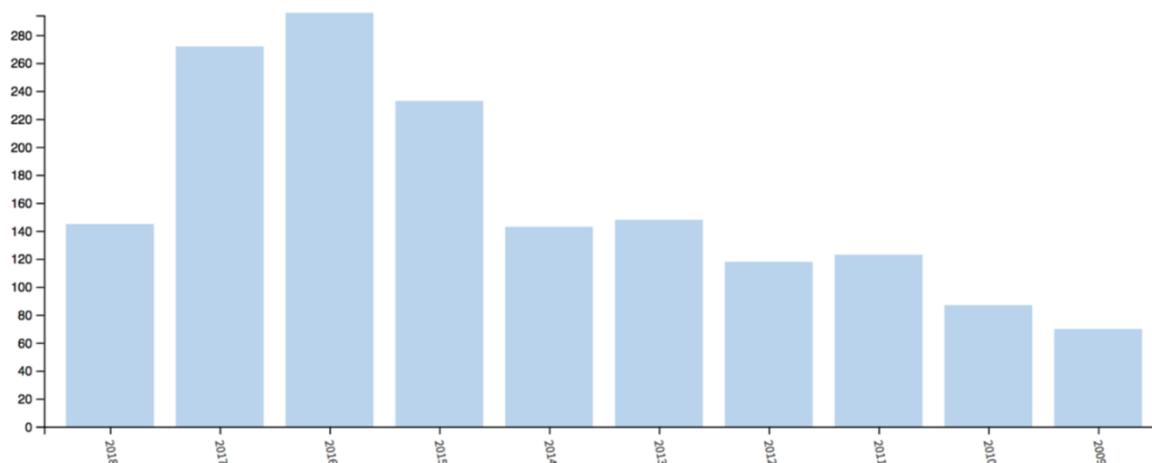


Figura 1 - Distribuição dos artigos por ano de publicação
Fonte: Web of Science

Os tradicionais polos de pesquisa concentram também a maior parte dos artigos analisados sobre *sensemaking*. Entre os 10 países com maior número de publicações, dois são norte-americanos, sete europeus e um da Oceania, a Austrália. Praticamente metade dos estudos encontrados, 48,51%, estão concentrados nos Estados Unidos e Canadá.

4.2 Autores e Periódicos

Analisar os periódicos que publicam pesquisas em um determinado tema é importante para auxiliar na decisão de quais periódicos ler ao realizar uma revisão de literatura, além de demonstrar o alinhamento com o foco da pesquisa e o periódico para o qual será enviado um artigo elaborado. A tabela 1 apresenta os periódicos que publicaram a maioria dos documentos sobre *sensemaking*. Nas três primeiras posições destacam-se *Organization Studies*, com 76 artigos, que em 2017 obteve um fator de impacto JCR de 3,13, ocupando a posição 52 de 209 em sua categoria, seguido pelo *Human Relations*, com 55 artigos, fator de impacto JCR de 3,04 em 2017 e posição 55 de 209 em sua categoria; e *Organization Science*, com 53 artigos, fator de impacto JCR de 3,02 em 2017 e posição 56 de 209 em sua categoria. O fator de impacto da revista refere-se às informações contidas no *Journal Citation Reports (JCR)* pelo *Science Citation Index (SCI)*. O JCR compila e divulga informações sobre pesquisas científicas em diferentes disciplinas e especialidades em termos de citações feitas e citações recebidas. O fator de impacto fornece uma mensuração da importância dos periódicos em sua área de publicação (Leydesdorff, 2006).

Tabela 1 – Ranking de Periódicos por número de Artigos

Ranking	Periódico	Artigos
1	ORGANIZATION STUDIES	76
2	HUMAN RELATIONS	55
3	ORGANIZATION SCIENCE	53
4	JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES	46
5	JOURNAL OF ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT	46
6	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS	39
7	ACADEMY OF MANAGEMENT JOURNAL	34
8	INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT	29
9	ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW	27
10	LEADERSHIP QUARTERLY	24
11	BRITISH JOURNAL OF MANAGEMENT	23
12	MANAGEMENT LEARNING	23
13	JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH	21
14	SCANDINAVIAN JOURNAL OF MANAGEMENT	21
15	IEEE TRANS. ON VISUALIZATION AND COMPUTER GRAPHICS	18
16	STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL	18
17	JOURNAL OF MANAGEMENT INQUIRY	17
18	ETHICS BEHAVIOR	16
19	ORGANIZATION	16
20	SCIENCE AND ENGINEERING ETHICS	16

Fonte: *Web of Science*

A tabela 2 apresenta os autores que possuem o maior número de publicações na amostra estudada. Como pode se notar, o autor com maior número de artigos publicados sobre *Sensemaking* no WoS foi Mumford, M. D. com 42 artigos publicados, seguido por Connely, S. (33) e Devenport, L. D. (17). Os 20 autores com maior número de artigos na amostra concentram apenas 13,17% do total de artigos analisados, o que denota uma distribuição bastante considerável de autores, ao todo 3.207 entre autores e coautores.

Tabela 2 – Ranking Autores por número de artigos no WoS

Ranking	Autor	Artigos
1	Mumford, M. D.	42
2	Connely, S.	33
3	Devenport, L. D.	17
4	Bagdasarov, Z.	14
5	Johnsonm J. F.	14
6	Thiel, C. E.	13
7	Jarzabkowski, P.	12
8	Vaara, E.	12
9	Gioia, D. A.	11
10	Cornelissen, J. P.	9
11	Mueller, F.	9
12	Watts, L. L.	9
13	Antes, A. L.	8
14	Balogun, J.	8
15	Brown, A. D.	8
16	Macdougall, A. E.	8
17	Mailtlis, S.	8
18	Pye, A.	8
19	Sonenshein, S.	8
20	Weick, K. E.	8

Fonte: *Web of Science*

Analisando os clusters dos autores dos artigos, nota-se dois polos de concentração, como pode ser observado na figura 2, produzida com auxílio do *VOSViewer*. Uma pesquisa mais detalhada sobre esses autores revelou que Mumford, M.D. está envolvido em artigos relacionados com *cases* aplicados sobre assuntos éticos e de tomada de decisão que envolve o *sensemaking*. A maioria desses artigos possuem um número de autores superior a dez, sendo que alguns desses autores que figuram nas posições seguintes do ranking são coautores dos mesmos artigos. No outro polo está Jarzabkowski, P., com outras linhas de pesquisa associadas e também trazendo consigo coautores.

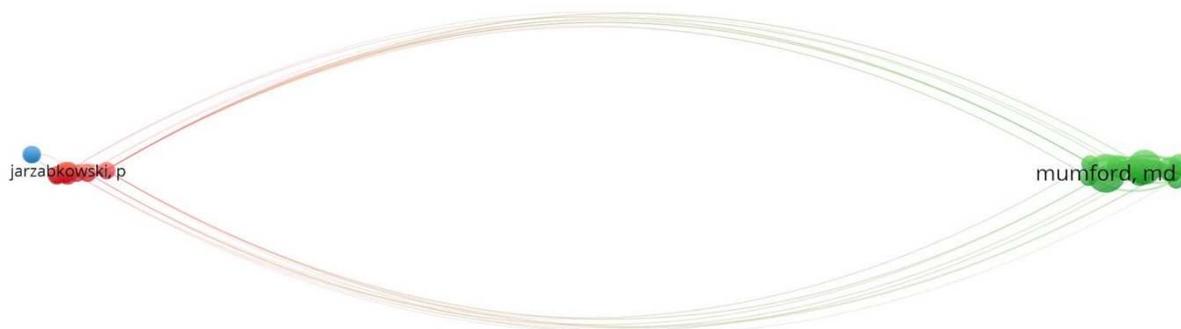


Figura 2 – Clustres de concentração dos autores

Fonte: Elaborado pelos autores no *VOSViewer*

Quando considerado o número de citações dos artigos, o ranking se altera bastante. O fato de possuir um maior número de artigos na base não significa que esses artigos serão citados por outros autores e a citação é um fator mais importante para calcular o impacto de um autor do que o número de artigos produzidos. A tabela 3 traz o ranking de autores ordenado por citações e apresenta também o número de artigos presentes na amostra estudada. Neste novo cenário, nota-se que o primeiro lugar para a ser ocupado por Gioia, D. A., antes na nona posição no ranking, seguido por Weick, K. E., que ocupava a última posição no ranking anterior e Sutcliffe, K., que não aparece na tabela 2.

Tabela 3 – Ranking Autores por citações

Ranking	Autor	Artigos	Citações
1	Gioia, D. A.	11	3895
2	Weick, K. E.	8	3697
3	Sutcliffe, K	2	1692
4	Thomas, J	4	1540
5	Chittipeddi, K	2	1238
6	Balogun, J.	8	1192
7	Maitlis, S.	8	1101
8	Vaara, E.	12	910
9	Jarzabkowski, P.	12	901
10	Mumford, M. D.	42	818
11	Johnson, G.	2	730
12	Cornelissen, J. P.	9	670
13	Connely, S.	33	603
14	Sonenshein, S.	8	567
15	Devenport, L. D.	17	533
16	Christianson, M. K	3	500
17	Waples, E. P.	5	480
18	Brown R. P.	8	467
19	Thiel, C. E.	13	444
20	Johnsonm J. F.	14	410

Fonte: Elaborado pelos autores

4.3 Artigos, Autores e Periódicos mais citados

Essa análise difere das anteriores por analisar o conteúdo dos artigos pesquisados. Enquanto que o item 4.2 apresenta em quais periódicos os artigos encontrados foram publicados e quais os autores com maior número de artigos produzidos, dados oferecidos pelo WoS, esse item analisa a construção de cada artigo dos 1.943 encontrados para analisar quais foram os artigos, autores e periódicos mais citados nessas pesquisas. Esse dado demonstra quais foram as pesquisas que mais influenciaram o pensamento, discussão, teoria e metodologia dos autores que produziram artigos sobre *sensemaking*.

Tabela 4 – Artigos mais citados

Ranking	Artigos	Citações
1	Weick, K. E. (1995). <i>Sensemaking in Organizations</i> . Thousand Oaks, CA: Sage Publications.	803
2	Weick, K. E.; Sutcliffe, K. M.; Obstfeld, D. (2005) <i>Organizing and the Process of Sensemaking</i> . <i>Organization Science</i> 2005 16:4, 409-421	571
3	Gioia, D. A. and Chittipeddi, K. (1991), <i>Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation</i> . <i>Strat. Mgmt. J.</i> , 12: 433-448.	377
4	Weick, K. E.; Roberts, K. H. (1993) <i>Collective mind in organizations: heedful interrelation on flight decks</i> . <i>Administrative Science Quarterly</i> , v. 38, n. 3, pp. 357-381	330
5	Weick, K. E. (1979). <i>The Social Psychology of Organizing</i> . Reading, MA: Addison-Wesley	246
6	Maitlis, S. (2005) <i>The social processes of organizational sensemaking</i> <i>Academy of Management Journal</i> , 48 (1) (2005), pp. 21-49	195
7	Eisenhardt, K. M. (1989). <i>Agency theory: An assessment and review</i> . <i>Academy of Management Review</i> , 14(1), 57-74.	190
8	Glaser, B. G.; Strauss, A. L. (1967) <i>The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research</i>	168
9	Weick, K. E. (1988) <i>Enacted Sensemaking in Crisis Situation</i> <i>J Manage Stud</i> , v25	167
10	Miles M. B.; Huberman A. M. (1994) <i>Qualitative Data Analysis</i> . Sage Publications, London	162

11	Gioia D. A; Thomas, J. D. (1996) Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking During Strategic Change in Academia Admin sci quart, v41	161
12	Weick, K. E. (1993) Collective Mind in Organizations: Heedful Interrelating on Flight Decks. Administrative Science Quarterly, v. 38, p. 357-381	149
13	Balogun, J.; Johnson, G. (2004) Organizational restructuring and middle manager sensemaking. Academy of Management Journal, v. 47, n. 4, p. 523-549	137
14	Maitlis, S.; Sonenshein, S. (2010) Sensemaking in crisis and change: Inspiration and insights from Weick (1988) Journal of Management Studies, 47 (3) (2010), pp. 551-580	113
15	Thomas, J. B.; Clark, S. M.; Gioia, D. A. (1993) Strategic Sensemaking and Organizational Performance: Linkages among Scanning, Interpretation, Action, and Outcomes. Academy of Management Journal, Vol. 36, No. 2 (Apr., 1993), pp. 239-270	112
16	Langley, A. (1999) Strategies for theorizing from process data. Academy Manage Rev. v.24 p.691	107
17	Daft, R. L.; Weick, K. E.(1984) Toward a Model of Organizations as Interpretation Systems. Academy Manage Rev. v9 p284	107
18	Maitlis, S.; Christianson, M. (2014) The Academy of Management Annals v8 p57-125	105
19	Maitlis, S.; Lawrence, T. B. (2007). Triggers and enablers of sensegiving in organizations. Academy of Management Journal, 50, 57-84	104
20	Gioia, D. A.; Thomas, J. B.; Clark, S. M.; Chittipeddi, K. (1994). Symbolism and strategic change in academia: The dynamics of sensemaking and influence. Organization Science, 5, 363-383.	101

Fonte: Elaborado pelos autores

Foram encontradas 78.700 citações nos artigos que fazem parte da amostra. A tabela 4 demonstra o ranking dos 20 artigos mais citados, sendo liderado pelo trabalho de Weick (1995), citado 803 vezes. Esse livro possui 22.644 citações no Google Acadêmico, o que demonstra ser uma obra de grande importância acadêmica. Na sequência completando os três primeiros lugares, aparecem Weick et. al. (2005) com 571 citações nos artigos estudados e 5.061 no Google Acadêmico e Gioia e Chittipeddi (1991) com 377 citações na base estudada e 3.300 no Google Acadêmico. Destaca-se ainda a influência de Weick, Gioia e Maitlis, com sete, quatro e quatro artigos respectivamente entre os 20 artigos mais citados. Na tabela 5, esses autores figuram nas três primeiras posições entre os 20 autores mais citados. Esta lista difere da tabela 3 pois inclui também artigos que não constem da base WoS. Weick, K. E, o autor mais citado pelos pesquisadores da amostra, alcançou um total de 3.390 citações.

Tabela 5 – Autores mais citados

Ranking	Autor	Citações
1	Weick, K. E.	3390
2	Gioia, D. A.	952
3	Maitlis, S.	604
4	Brown, A. D.	504
5	Eisenhardt, K. M.	393
6	Alvesson, M.	369
7	Dutton, J. E.	362
8	Balogun, J.	336
9	Jarzabkowski, P.	331
10	Czarniawska, B.	290
11	Yin, R. K.	281
12	Orlikowski, W. J.	274
13	Ashforth, B. E.	268
14	Mintzberg, H.	259
15	March, J. G.	244
16	Tsoukas, H.	235

17	Miles, M. B.	235
18	Vaara, E.	223
19	Goffman, E.	213
20	Bartunek, J. M.	211

Fonte: Elaborado pelos autores

Analisando os *clusters* de autores da tabela 5, apresentados na figura 3, encontra-se uma distribuição bastante diferente da encontrada nos *clusters* dos autores citados na tabela 3, apresentados na figura 2. Neste cenário, existe uma interação maior entre os autores citados, o que denota maior interligação entre os assuntos. A explicação mais provável para esse fato é a busca por teoria que os autores efetuaram para embasar seus artigos que constam da base. Os autores da tabela 5 foram a base teórica e conceitual para os autores que constam das tabelas 2 e 3 construírem seus estudos. Lembrando que alguns deles aparecem em ambos os casos, dada a natureza conceitual de suas pesquisas. A figura 3 também demonstra os polos mais relevantes de pesquisa, com destaque uma vez para Weick, K. E.

Os periódicos citados com maior frequência na amostra são apresentados na tabela 6. No total, são citados 29.807 periódicos nos artigos estudados. Do total de 78.700 citações encontradas, 32.696, ou seja, 41,54%, referem-se aos 20 periódicos mais citados, sendo que apenas os três primeiros lugares detêm 15,11%. Esse dado aponta para uma polarização no impacto e contribuição de poucos periódicos no que tange à pesquisa em performance organizacional.

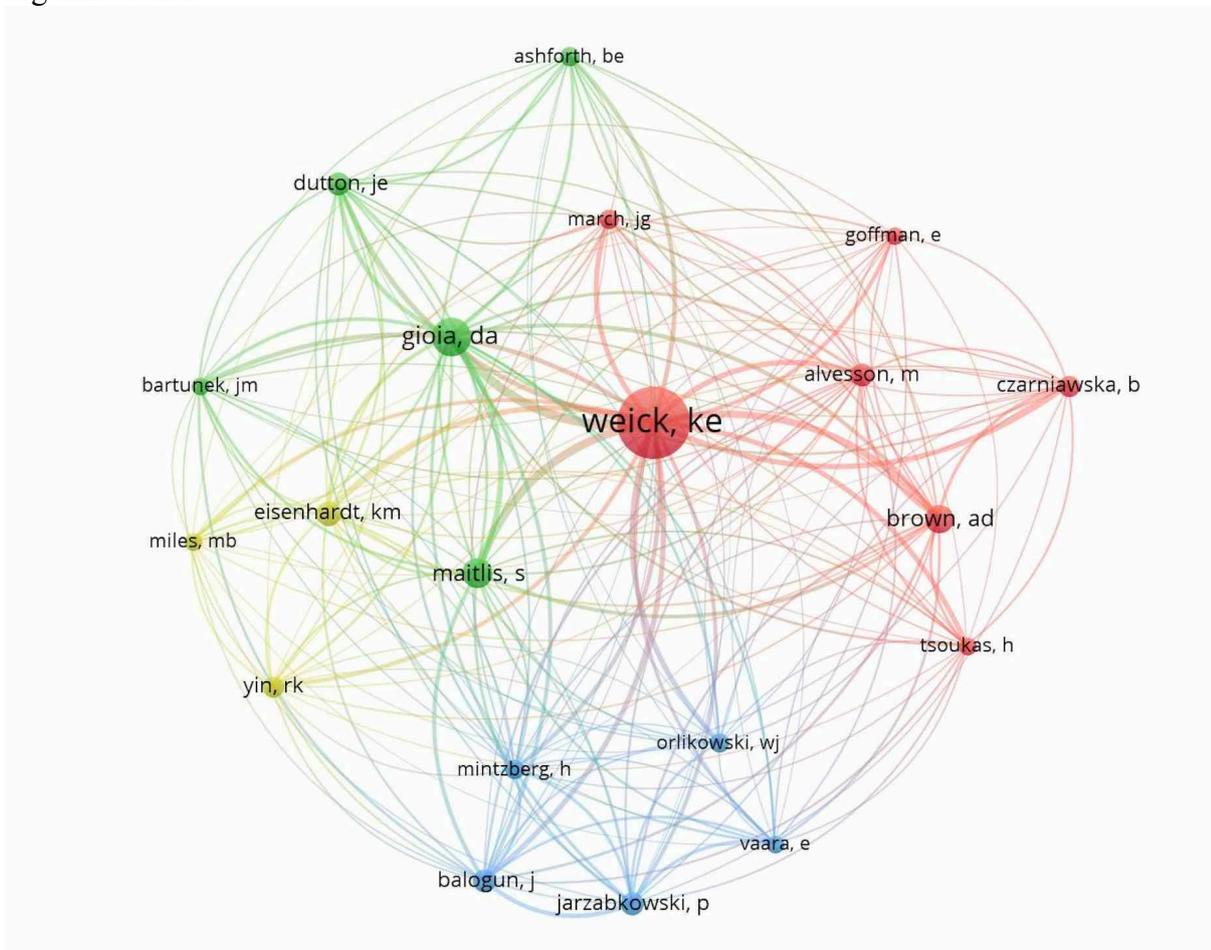


Figura 3 – Clusters de concentração dos autores mais citados

Fonte: Elaborado pelos autores no VOSViewer

Tabela 6 – Periódicos mais citados

Ranking	Periódico	Citações
1	Academy Management Review	4231
2	Academy Management Journal	3849
3	Organization Science	3814
4	Administrative Science Quarterly	3279
5	Organizations Studies	2485
6	Journal of Management Studies	2458
7	Human Relations	1929
8	Strategic Management Journal	1884
9	Journal Applied Psychologic	1051
10	Journal of Business and Ethics	978
11	Leadership Quarterly	866
12	Journal of Management	851
13	Sensemaking Organizations	851
14	Journal Personal Social Psychologic	719
15	Organizations	693
16	Harvard Business Review	611
17	Journal Organization Behavior	554
18	Journal Applied Behavior Science	538
19	Am Journal Sociologic	529
20	Res Organization Behavior	526

Fonte: Elaborado pelos autores

Uma importante reflexão a ser feita é se esses periódicos detêm a maior parte das citações por serem considerados de alto impacto e confiança ou por ciclos frequentes de citações combinadas. Na primeira posição entre os periódicos mais citados está o *Academy Management Review* com 4.231 citações. Essa revista científica possui fator de impacto JCR de 9,408 e está na primeira posição entre os 121 de sua área. Em segundo lugar aparece o *Academy of Management Journal*, que foi citado 3.849 vezes e possui um fator de impacto de 7,417, ocupando a terceira posição entre os 121 de sua área. Em seguida, na terceira posição, encontra-se o *Organization Science*, que possui um fator de impacto 3,133 e ocupa a posição 52 entre os 209 de sua área e foi citado 3.814 vezes.

Demonstrando graficamente essa concentração dos periódicos, a figura 2 demonstra a densidade dos clusters, apontando para polos de maior intensidade com *Academy Management Review*, *Academy Management Journal* e pelo *Strategic Management Journal*, *Administrative Science Quarterly*, *Ornazational Science*, *Journal Management Studies*, *Organizational Studies* e *Strategic Management Journal*.

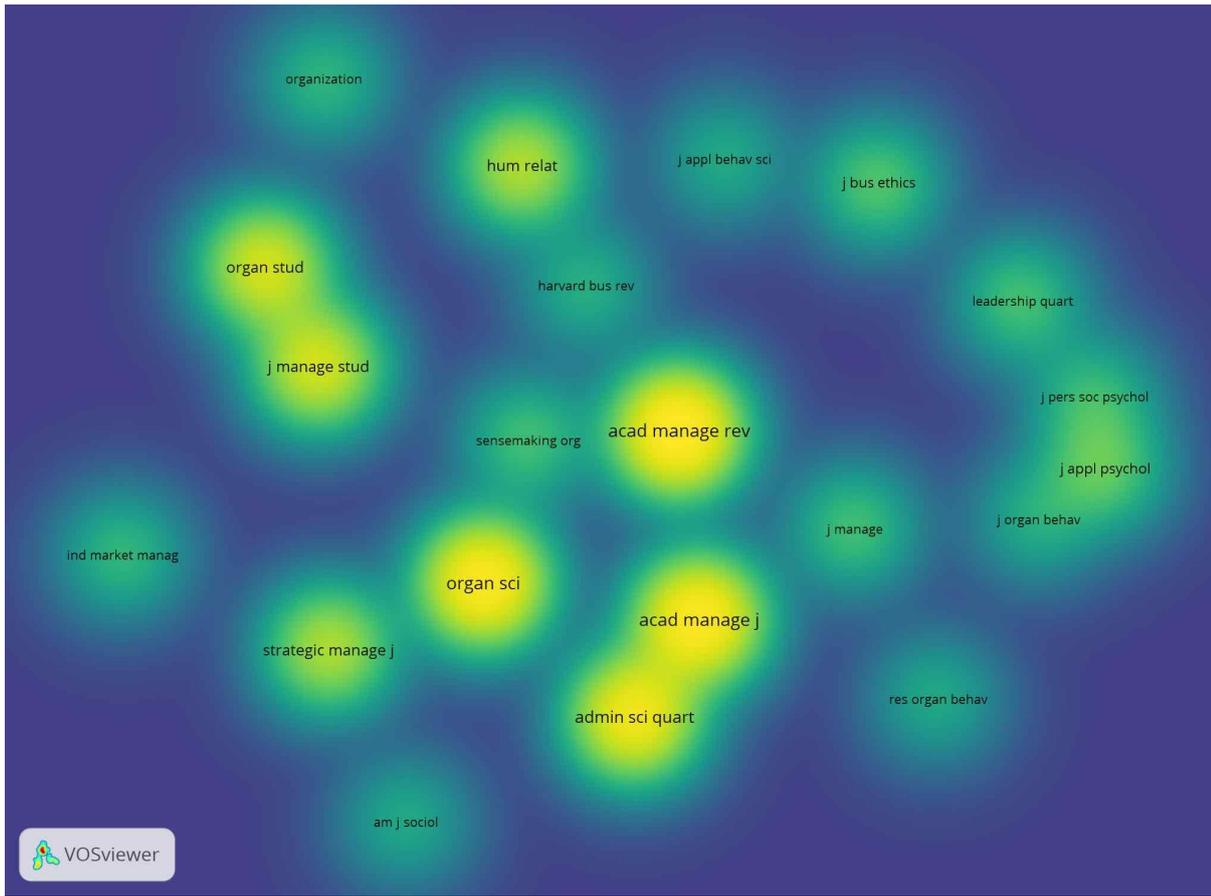


Figura 4 – Mapa de Densidade dos Periódicos
 Fonte: Elaborado pelos autores no *VOSViewer*

4.4 PALAVRAS-CHAVE MAIS FREQUENTES

O estudo sobre as palavras chave é importante por demonstrar a temática discutida nos artigos, permitindo concluir a tendência de estudos na área e também as ideias discutidas com maior frequência em pesquisas passadas. Analisando pesquisa em *Sensem**, pode-se se observar que o termo *sensemaking* é o mais frequente, com 1286 ocorrências. Certamente esse indicador é influenciado pelo fato de ser esse o termo mais próximo da pesquisa realizada no *WoS*. A sequência dos termos mais citados, no entanto, confirma a tendência da temática mais estudada, sendo *organizations* o segundo termo mais frequente, seguido de *Management* e *Performance*, respectivamente. Os 20 termos mais citados podem ser observados na tabela 7.

Tabela 7 – Palavras-chave mais frequentes

Ranking	Keyword	Ocorrências
1	Sensemaking	1286
2	Organizations	348
3	Management	321
4	Performance	259
5	Perspective	258
6	Discourse	244
7	Model	203
8	Strategic Change	173
9	Wok	170
10	Knowledge	157
11	Identity	151
12	Leadership	133

13	Communication	127
14	Innovation	118
15	Sense	116
16	Decision-Making	115
17	Systems	83
18	Construction	82
19	Technology	80
20	Context	74

Fonte: Elaborado pelos autores

A figura 5 apresenta a existência de três *clusters* de palavras-chave, representados pelas seguintes cores: azul, vermelho e verde. Embora exista um destaque para o termo *Sensemaking*, existe um equilíbrio entre as palavras usadas e também uma correlação forte entre elas.

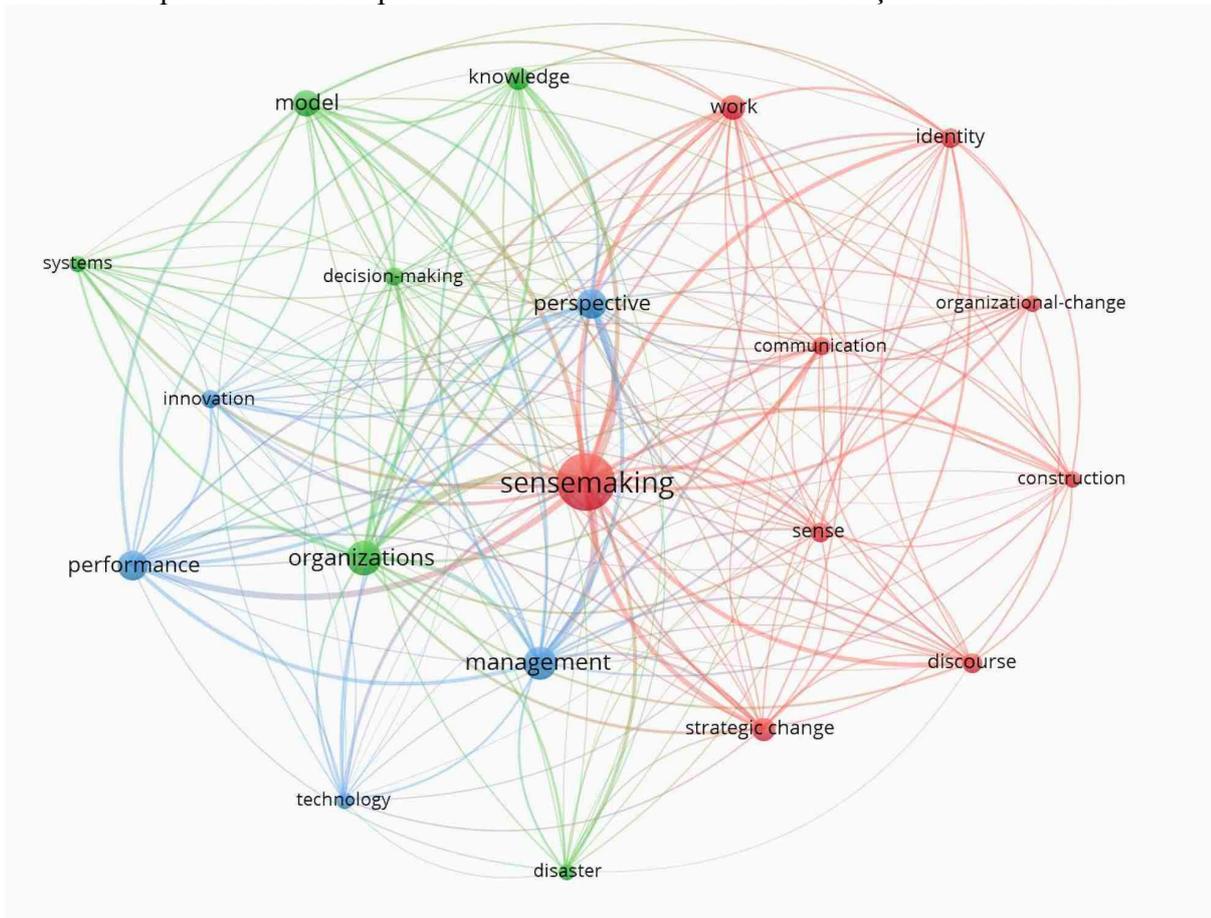


Figura 5 – *Clustres* de concentração das palavras-chave

Fonte: Elaborado pelos autores no *VOSViewer*

5 CONCLUSÃO

Este artigo apresentou um estudo bibliométrico da pesquisa em *sensemaking* para determinar a concentração dos estudos que os pesquisadores estão realizando, a linguagem de publicação dessa pesquisa, a tendência no número de publicações de ano para ano, os periódicos mais relevantes para publicação e os mais citados autores. Além disso, algumas variáveis e limitações mais presentes nos estudos mais citados são apresentadas. De maneira geral, pode-se dizer que a maioria dos artigos sobre *sensemaking* presentes na base de dados *WoS* foram publicados nos Estados Unidos, em língua inglesa, após 2008, no periódicos *Organization Studies*, *Human Relations* ou *Organizational Science*, foram escritos por Mumford, Connely ou

Devenport, citam Weick, Gioia ou Maitlis e os periódicos *Academy Management Review*, *Academy Management Journal* ou *Organization Science*.

Este trabalho traz uma importante contribuição para pesquisadores da área de estudos organizacionais, especialmente em *sensemaking*, oferecendo elementos de interesse para aqueles que desejem pesquisar a temática, fornecendo informações sobre quais periódicos consultar e quais autores são mais eminentes, além de direcionar possíveis periódicos com maior probabilidade de publicar novos estudos sobre o tema.

Aponta-se como limitações do estudo a utilização de apenas uma base de dados. Sugere-se para estudos a inclusão de artigos que não pertençam ao *WoS* e até mesmo fora de outras bases de dados tradicionais, para buscar artigos que não estejam no círculo tradicional de pesquisa, mas que possam trazer contribuições relevantes para o tema. Sugere-se ainda a realização de um estudo aprofundado nos artigos de maior relevância, analisando as metodologias aplicadas, os dados coletados, as discussões mais frequentes e também as lacunas ainda disponíveis para novas pesquisas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado, R. U. (2002). A Lei de Lotka na bibliometria brasileira. *Ciência Da Informação*, 31(2), 6.

Alvarenga, L. (1998). Bibliometria e arqueologia do saber de Michel Foucault: traços de identidade teórico-metodológica. *Ciência Da Informação*, 27(3), 253–261.

Araújo, C. A. (2006) Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*. Porto Alegre, v. 12, n. 1, p.11-32, jan./jun.

Bernardino, M. C. R. & Cavalcante, R.S. (2011) Análise de citações dos artigos da revista *Ciência da Informação* no período de 2000- 2009. *Em Questão*. Porto Alegre. v. 17, n. 1 p. 247 - 263, jan./jun.

Correa, M.V.; Rese, N.; Sander, J.A. & Ferreria, J. M.(2014) O Papel do Sensemaking nos Processos de Mudança nas Organizações. In: *Encontro de Estudos Organizacionais da Anpad*, n. 8, Gramado, RS. Anais... ANPAD: Gramado.

Cunliffe, A., & Coupland, C. (2012). From hero to villain to hero: Making experience sensible through embodied narrative sensemaking. *Human Relations*, 65(1), 63-88.

De Bakker, F.G., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44 (3), 283–317.

Dervin, B. (1983) An overview of Sense-Making research: Concepts, methods, and results to date. In: *Proceedings of Annual Meeting of the International Communication Association*. Dallas, TX: *International Communication Association*, maio.

Dewey, J. (1930). *Human nature and conduct: an introduction to social psychology*. New York: *The Modern Library*, c1930

Ferreira, A. G. C. (2010). Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. *Revista de Ciência da Informação*, 11(3), 1–9.

James, W. (1952). *The principles of psychology*. Chicago: Encyclopaedia Britannica, c1890.

Gephart, R.P., C. Topal & Z. Zhang. (2010). “Future-oriented sensemaking: temporalities and legitimation.” Pp. 275-311 in T. Hernes and S. Maitlis (Eds.), *Process, Sensemaking & Organizing*. Oxford, UK; Oxford University.

Gioia, D. A., & Chittipeddi, K. (1991). Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation. *Strategic Management Journal*, 12(6), 433.

Maitlis, S. (2005). The Social process of organizational sensemaking. *Academy of Management Journal*, 48(1), 21.

Maitlis, S., & Christianson M. (2014). Sensemaking in Organizations: Taking Stock and Moving Forward. *The Academy of Management Annals*, 8(1), p. 57-125.

Meryl Reis, L. (1980). Surprise and Sense Making: What Newcomers Experience in Entering Unfamiliar Organizational Settings. *Administrative Science Quarterly*, (2), 226. doi:10.2307/2392453

Moretti, S. L. D. A., & Campanario, M. D. A. (2009). A produção intelectual brasileira em responsabilidade social empresarial - RSE sob a ótica da bibliometria. *Revista de Administração Contemporânea*, 13, 68–86.

Peres Vanti, N. A. (2002). La bibliometría y webmetría: una exploración conceptual de mecanismos utilizados para medir registro de información y la difusión del conocimiento. Artículo, 31(Bibliometría y webmetría), 152–162.

Ramos, S. P., & Domingues, M. J. C. de S. (2015). Gestão do Voluntariado: Um Panorama dos Estudos Realizados no Brasil. *XVIII SEMEAD Seminários Em Administração*, 1–14.

Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651–1655.

Sandberg, J., & Tsoukas, H., (2014) Making sense of the sensemaking perspective: Its constituents, limitations, and opportunities for further development. *Journal of Organizational Behavior*.

Souza, M. T. S. DE, Parisotto, I. R. D. S., Junior, C. M., & Barbieri, J. C. (2013). Estudo Bibliométrico De Teses E Dissertações De Programas Stricto Sensu Em Administração Sobre Responsabilidade Social Empresarial. *Raep*, (1), 63–98.

Stigliani, I., & Ravasi, D. (2012). Organizing thoughts and connecting brains: material practices and transition from individual to group-level prospective sensemaking. *Academy Of Management Journal*, 55(5), 1232.

Urbizagastegui, R. A. (1984). A bibliometria no Brasil. *Ciência Da Informação*, 13(2), 91–105.

van Eck, N.J. & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*. Springer Netherlands: Amsterdã.

Vouga, G., & Amatucci, M. (2015). Revista Eletrônica de Negócios Internacionais ARTIGO CONVIDADO O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 10, 1–5.

Weick, K. E. (1973). *A psicologia social da organização*. São Paulo: Edgard Blücher, 1973.

Weick, K. E., Sutcliffe, K. M., & Obstfeld, D. (2005). Organizing and the process of sensemaking. *Organization Science*, 16(4), 409–421.

Whiteman, G., & Cooper, J. B. (2011). Ecological sensemaking. *Academy of Management Journal*, 54(5), 889–911

Whittle A & Mueller F (2012) Bankers in the dock: Moral storytelling in action. *Human Relations* 65(1): 111–139.