

PERFIL E COMPORTAMENTO DO TERMO “MINDSET” NA ACADEMIA BRASILEIRA SOB A PERSPECTIVA DA ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2025.62.16610>

Submetido em: 24/10/2024

Aceito em: 22/1/2025

Publicado em: 20/3/2025

Henrique César Melo Ribeiro¹

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi investigar o perfil e o comportamento da produção científica das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” na academia brasileira, sob a perspectiva da análise de redes sociais. Metodologicamente, utilizou-se a sociometria em 60 artigos identificados sobre o termo objetivo de análise. Os principais achados foram: tendência do termo *mindset* de crescimento na academia brasileira; Internext foi o periódico mais central; Marindia Brachak dos Santos, Germano Glufke Reis, Frederico Leocádio Ferreira, Carlos Alberto Gonçalves e Hélio Arthur Reis Irigaray foram os pesquisadores mais centrais; FGV (RJ), FGV (SP), UFSM, Unigranrio, Fucape, USP, UFMG, UFRGS, Unioeste e UFV, as instituições mais centrais; mentalidade empreendedora, empreendedor, inovação, internacionalização, empreendedorismo, mindset de crescimento, administração, sustentabilidade, mindset, mentalidade global e *global mindset*, as palavras-chave mais centrais. Em relação às redes sociais dos autores e de suas respectivas instituições, ambas foram mensuradas com baixa densidade, impactando, assim, no fluxo informacional e de conhecimento sobre o termo *mindset* na academia do Brasil sob a perspectiva dos periódicos indexados no SPELL. De maneira macro, esse estudo é concluído ao colocar em destaque o termo “*Mindset*” sob a óptica das redes sociais, investigando a estrutura e a formação das redes dos atores envolvidos no processo de construção e criação do valor científico a respeito do realçado tema, contribuindo, dessa forma, para seu melhor entendimento e, concomitantemente, compreensão, influenciando, conseqüentemente, na sua evolução na literatura acadêmica do Brasil.

Palavras-chave: mindset; produção científica; periódicos brasileiros; SPELL; ARS.

PROFILE AND BEHAVIOR OF THE TERM “MINDSET” IN THE BRAZILIAN ACADEMY FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL NETWORK ANALYSIS

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate the profile and behavior of scientific production on the term of “*Mindset*” in Brazilian academia from the perspective of social network analysis. Methodologically, sociometry was used in 60 articles identified on the objective term of analysis. The main findings were: trend of the term growth mindset in Brazilian academia; Internext was the most central journal; Marindia Brachak dos Santos, Germano Glufke Reis, Frederico Leocádio Ferreira, Carlos Alberto Gonçalves and Hélio Arthur Reis Irigaray were the most central researchers; FGV (RJ), FGV (SP), UFSM, Unigranrio, Fucape, USP, UFMG, UFRGS, Unioeste and UFV were the most central institutions; entrepreneurial mindset, entrepreneur, innovation, internationalization, entrepreneurship, growth mindset, administration, sustainability, mindset, global mindset and global mindset were the most central keywords. Regarding the social networks of the authors and their respective institutions, both were measured with low density, thus impacting the information and knowledge flow about the term mindset in Brazilian academia from the perspective of journals indexed in SPELL. In a macro way, this study concludes by highlighting the term “*Mindset*” from the perspective of social networks, investigating the structure and formation of the networks of the actors involved in the process of construction and creation of scientific value regarding the highlighted theme, thus contributing to its better understanding and, concomitantly, comprehension, consequently influencing its evolution in the academic literature of Brazil.

Keywords: mindset; scientific production; brazilian journals; SPELL; SNA.

¹ Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr). Parnaíba, PI, Brasil. <https://orcid.org/0000-0002-0704-1812>

INTRODUÇÃO

Mindset (mentalidade) é um conjunto de estruturas de conhecimento fundamentadas na sapiência dos indivíduos, e ocorre durante o processo de absorção e processamento de informações, sendo observada e adaptada em cenários de rápidas transformações, como as empresas (Costa *et al.*, 2024). A origem da pesquisa sobre *mindset* pode ser rastreada até a década de 1960, com o *boom* da psicologia cognitiva e da teoria da aprendizagem cognitiva (Xu; Xu, 2024). Dito isto, salienta-se que um indivíduo que se direciona para objetivos de aprendizado possui um *mindset* de crescimento, e, em contrapartida, aquela pessoa direcionada a objetivos de desempenho possui um *mindset* fixo (Ferreira; Shigaki; Gonçalves, 2022).

Sendo assim, o *mindset* varia de mentalidade fixa à mentalidade de crescimento. Uma mentalidade de crescimento é uma crença que impulsiona os indivíduos por meio de metas de desenvolvimento e aprendizado; logo, essa crença pode contribuir, de maneira sistêmica, para a organização como um todo, pois estes indivíduos consideram-se seres em constante evolução, não temendo fracassos, considerando-os parte de sua curva natural. Indivíduos de mentalidade fixa, no entanto, aceitam que a autoqualidade é dada porque veem sua inteligência como imutável e não modificável; então, qualquer trabalho que eles façam é predeterminado; em outros termos, a mentalidade fixa leva o indivíduo a ficar preso em seu trabalho, não participando de eventos e oportunidades ao seu redor, tendo uma consciência limitada e focando em suas habilidades particulares (Ferreira *et al.*, 2023; Sugiarti *et al.*, 2024).

Indivíduos de mentalidade de crescimento, por conseguinte, são mais propensos a perseverar e progredir quando enfrentam desafios, e indivíduos de mentalidade fixa evitam desafios, falham em maximizar seu potencial e desistem facilmente. Dito isto, constata-se que, com uma mentalidade fixa, as pessoas geralmente sentem-se desamparadas e culpam seu fracasso na sociedade. As pessoas com uma mentalidade de crescimento, no entanto, veem o fracasso como um desafio para aprender, melhorar sua qualidade e alcançar níveis mais altos (Sugiarti *et al.*, 2024).

Assim, o *mindset* constitui-se como relevante tanto para as empresas quanto para a sociedade, pois facilita a compreensão de como as coisas são feitas, ajudando a entender e, posteriormente, compreender os conhecimentos, a cognição e os atributos psicológicos dos indivíduos, facilitando as interações em âmbitos local e global (Mozzato; Grzybovski, 2018). Assim sendo, não é difícil concluir que o estudo sobre *mindset* é uma exploração dos fatores pessoais em termos de emoção, vontade e interesse. Para, portanto, obter um panorama do *status* da pesquisa e visualizar as tendências de desenvolvimento do tema *mindset* (Xu; Xu, 2024), este estudo tem como questão de pesquisa: Qual o perfil e o comportamento da produção científica das pesquisas sobre o tema *Mindset* na academia brasileira sob a perspectiva da análise de redes sociais?

O objetivo é investigar o perfil e o comportamento da produção científica das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” na academia brasileira, sob a perspectiva da análise de redes sociais. A justificativa para a efetivação deste estudo é em razão de este colocar em evidência, pela primeira vez e até o presente instante – apesar de já existirem estudos publicados na literatura com propósito análogo a este (Ferreira *et al.*, 2020; Kossowska; Rosinski, 2021; Buchanan, 2024; Xu; Xu, 2024) – o termo “*Mindset*” em uma pesquisa com enfoque na produção científica de estudos brasileiros relacionados à mencionada expressão, e, logo, vislumbra-se a relevância

deste artigo, que se fundamenta em seu ineditismo e, simultaneamente, para o campo do saber da Administração, Contabilidade e Turismo.

Desta maneira, este trabalho acadêmico é oportuno, e, sincronicamente, relevante, pois proporcionará que mais pesquisas sobre a produção científica (Medeiros *et al.*, 2018), do vocábulo “*Mindset*” possam ser geradas e, por conseguinte, publicadas, particularmente, em periódicos, contribuindo, de modo consequente, para seu melhor entendimento e maior compreensão, influenciando, de forma coexistente, em sua evolução na literatura acadêmica do Brasil.

Alega-se, também, a realização deste estudo por constatar que o assunto *mindset* ainda ocupa um espaço embrionário na literatura acadêmica, em particular na área do conhecimento da Administração e afins (Ferreira *et al.*, 2020), e, com isso, pesquisas com enfoque de revisão são bem-vindas, posto que este estilo de trabalho acadêmico possibilitará uma visão geral sobre o tema *mindset*, até agora pouco investigado no âmbito literário acadêmico do Brasil (Ferreira; Shigaki; Gonçalves, 2022).

Em vista disso, ressalta-se o uso dos procedimentos metodológicos da Análise de Redes Sociais (ARS), também conhecida como sociometria, para se conseguir responder e alcançar, simultaneamente, a questão e o objetivo deste estudo, e sua escolha é em razão de esta ser considerada um diferencial em pesquisas que enfatizam a revisão (Ferreira; Silva, 2019; Ribeiro, 2022), e, consequentemente, possibilita o entendimento das relações interpessoais que são representadas por meio dos grafos que simulam as interações existentes entre *clusters* ou um conjunto de atores, que podem ser, por exemplo autores, Instituições de Ensino Superior (IESs), palavras-chave e suas respectivas conexões, que viabilizam a identificação de características da estrutura e da formação das redes sociais (Ribeiro, 2023a; Melo; Jesus; Musial, 2024).

Agora, para se conseguir investigar a produção científica das pesquisas brasileiras sobre o termo “*Mindset*”, utilizou-se a biblioteca eletrônica *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL®), que é um banco de dados de pesquisa e disponibilização livre de produção científica, especialmente das áreas do saber da Administração Pública e de Empresas, Contabilidade e Turismo, e, que, até o presente momento, torna acessível, aproximadamente, 70.000 estudos de 120 periódicos indexados, nos quais, até a presente data, já foram realizados quase 16 milhões de *downloads* e mais de 43 milhões de acessos de (SPELL, 2024).

Isto posto, o alvo central do SPELL é promover o acesso, a organização, a disseminação e a análise da produção científica de diferentes campos do conhecimento, fazendo cumprir uma dupla missão, que é: organizar, numa única plataforma de dados, um significativo acervo de conhecimento; e proporcionar acesso gratuito a estudiosos interessados na produção científica (Ibepes, 2024). No que diz respeito a isso, destaca-se que o SPELL é uma das principais bases de dados brasileira usada pelos pesquisadores em estudos com foco na revisão (Ribeiro, 2023b) e, por conseguinte, em pesquisas que se relacionam à sociometria, isto é, à ARS (Ribeiro, 2024a).

Em suma, esta pesquisa contribuirá para a academia ao ajudar os estudiosos, os pesquisadores e demais usuários do conhecimento a entenderem e, consequentemente, compreenderem o *status* do estado da arte no que se refere ao estudo sobre o termo “*Mindset*” sob a perspectiva da ARS e à luz dos periódicos indexados na base de dados SPELL, oferecendo, assim, aportes, informações e compreensões preponderantes para alicerçar e nortear investigações acadêmicas futuras referentes ao termo “*Mindset*”, melhor dizendo, a necessidade de continuar desenvolvendo o conhecimento sobre o referido assunto na literatura acadêmica do Brasil.

MINDSET

A teoria do *Mindset* objetiva as maneiras pelas quais o indivíduo visualiza e analisa as suas próprias capacidades, especialmente no que diz respeito à maleabilidade de atributos variados, tais como inteligência e personalidade, ou seja, a referida teoria é uma ferramenta importante para melhorar os padrões de conhecimento mediante o fortalecimento da autoafirmação; logo, o *mindset* também é conhecido como Teoria Implícita, que se pauta na crença que as pessoas têm sobre a flexibilidade de seus atributos humanos. Assim sendo, o *mindset* é uma atitude direcionada a determinado tipo de propósito, sendo este de aprendizado ou de desempenho. Em outras palavras, o *mindset* é dividido em dois enfoques: o crescimento e o fixo, e esses tipos de mentalidade são determinantes para o alcance de uma vantagem ou uma barreira ao conhecimento (Ferreira; Bandeira; Gonçalves, 2019; Xu *et al.*, 2022; Zhang, 2022; Queiroga *et al.*, 2024).

Complementa-se aqui ao evidenciar o estudo de Xu e Xu (2024), que avaliaram e identificaram o *status*, os tópicos quentes e as fronteiras da pesquisa sobre o tema *mindset*. Os principais achados dos referidos autores foram: pesquisadores da Austrália e países/territórios da América do Norte, Leste Asiático e Europa Ocidental mantiveram uma cooperação relativamente mais estreita entre si; Angela Duckworth atuou como uma ponte entre muitos pesquisadores; e concluíram que, nas últimas duas décadas, a pesquisa na literatura sobre o tema *mindset* mergulhou em vários tópicos importantes em termos de teoria implícita, inteligência, motivação, crenças, realizações, desempenho acadêmico, alunos, transições e intervenção psicológica.

Quando, então, um indivíduo possui uma direção a desígnios que se relacionam ao aprendizado, isso significa um *mindset* de crescimento, melhor dizendo, uma mentalidade de crescimento que tem seu foco em aprender coisas novas; à vista disso, esse indivíduo buscará sempre desenvolver-se em qualquer área da sua vida, seja pessoal ou profissional, haja vista que esta pessoa acreditará que suas habilidades são adaptáveis, não se conformando com seu *status quo* (Ferreira; Bandeira; Gonçalves, 2019; Sugiarti *et al.*, 2024).

Aqui faz-se um adendo ao manifestar a pesquisa de Ferreira *et al.* (2020), que mapearam o campo do *mindset* de crescimento na Administração por meio de uma revisão bibliométrica. Os mencionados pesquisadores constataram um crescimento exponencial das pesquisas sobre o tema *mindset* após 2010. Os estudos do *mindset*, entretanto, ramificam-se, uma vez que a temática *mindset* pode ser uma configuração mental, uma propensão a determinada tarefa ou uma atitude; assim, o citado assunto pode ser estudado de diferentes formas dentro do campo do saber da Administração.

Isso não ocorre quando a pessoa tem uma tendência a propósitos de *performance*, levando a um *mindset* fixo, que caracteriza aquele indivíduo que acredita que suas habilidades já são predeterminadas, definidas pela genética, limitadas, e, por isso, empenha-se em mostrar que é bom naquilo que já faz, tornando-se competitivo por sua necessidade de evidenciar que seu *status quo* é algo de que deve se orgulhar e em que deve se agarrar com força, mesmo que signifique bloquear toda a oportunidade de aperfeiçoamento e transformação que venha a enfrentar (Ferreira; Bandeira; Gonçalves, 2019; Sugiarti *et al.*, 2024).

Em suma, manifesta-se que o *mindset* de crescimento é uma atitude enfocada para o desenvolvimento contínuo e aprendizado, enquanto o *mindset* fixo está atrelado a uma

manutenção do *status quo* e uma certa repulsa a mudanças. Logo, o *mindset* é um conceito teórico que pode ser desenvolvido mediante treinamentos, particularmente em culturas organizacionais voltadas para a inovação e o aprendizado (Ferreira; Gonçalves; Messias, 2024).

Diante do exposto, evidencia-se o *Global Mindset* (GM), que é um conceito relativamente novo, que enfatiza a capacidade de pensar globalmente, e vem ganhando lentamente atenção na academia e no âmbito organizacional; por conta disso, tem sido robustamente impactado pela globalização ao longo dos anos, influenciando, consequentemente, no crescimento das empresas em cenários internacionais ao ajudar a desenvolver uma força de trabalho mais eficaz e qualificada por meio da inteligência cultural, da educação e de uma cognição mais ativa. Manifesta-se, também, a proficiência em idiomas e número de línguas estrangeiras conhecidas como fatores importantes para o GM. Além disso, competência intercultural, comunicação intercultural eficaz, posição de liderança e traços de personalidade, como a integridade, a humildade, a curiosidade e a resistência ou resiliência, têm efeito e caracterizam-se no GM (Nogueira; Barreto, 2013; Kossowska; Rosinski, 2021).

Nesse momento vislumbra-se o trabalho acadêmico de Kossowska e Rosinski (2021), que apresentaram o conhecimento disponível sobre o tema GM mediante uma revisão sistemática da literatura (RSL). Os mencionados autores constataram uma multiplicidade de definições do assunto GM na academia; por isso, os resultados mais comumente estudados do GM são enfocados na liderança, na internacionalização e no comprometimento organizacional. Outros fatores também podem ser identificados na literatura e, embora seu número seja escasso, eles somam-se ao conhecimento disponível sobre os resultados do GM, incluindo as temáticas: confiança e troca líder-membro, confiança, comunicação intercultural, orientação estratégica da empresa e comportamento culturalmente apropriado.

Tendo em vista isso e diante de uma arena global competitiva, é necessário desenvolver um GM com um perfil qualificado de empreendedores para atingir resultados positivos. Assim como o GM, há um interesse crescente em empreendedorismo internacional (EI), pois este auxilia no processo de internacionalização de empresas, e, assim, o empreendedor pode contribuir muito para a internacionalização de empreendimentos. Destarte, o processo de internacionalização exige uma conduta assertiva por parte dos empreendedores para que certos fatores sejam levados em consideração na tomada de decisão, como: tamanho da oportunidade, inovações tecnológicas e concorrência. Deste modo, pode-se afirmar que o GM influencia na internacionalização das empresas, e, dessa forma, as organizações que optam por adentrar em cenários internacionais precisam de empreendedores com *expertise*, conhecimentos de práticas no exterior e que estejam atentos às inovações (Correia; Pereira, 2023).

Perante o exposto, vislumbra-se a pesquisa de Correia e Pereira (2023), os quais analisaram a relação entre os construtos de EI e o GM. Os principais resultados encontrados pelos citados autores foram: convergências entre os construtos EI e GM e tendências contemporâneas. Enfatiza-se, também, que o comportamento do empreendedor impacta no processo de internacionalização; as habilidades empreendedoras, conhecimento internacional e orientação global destacam-se no comportamento empreendedor; e a velocidade da internacionalização é enfatizada como parte do processo empreendedor (Correia; Pereira, 2023).

Por fim, salienta-se que o *Mindset* tem uma história diversificada e centenária de pesquisas e práticas explícitas, com sua fase de origem ocorrendo entre 1908 e 1939, e as primeiras investi-

gações entre 1940 e 1987, e corpos contemporâneos de trabalho acadêmico surgindo em 1988 e indo além (Buchanan, 2023). Diante do apresentado, contempla-se a pesquisa de Buchanan (2024), que investigou os diferentes tipos de *mindset* que foram nomeados ao longo da história no título de publicações acadêmicas. Os principais achados do pesquisador foram: crescimento do tema *mindset* no âmbito acadêmico global; já os 20 tipos de *mindset* mais frequentemente usados nas publicações foram: crescimento e fixo, empreendedor e empreendedorismo, global, estresse, digital, inovação e inovador, sustentabilidade, ágil, estudante e alunos, professor e professores, liderança, consumidor, criativo, estratégico, aprendizagem, positivo, *marketing*, paradoxo, *design thinking* e engenharia (Buchanan, 2024).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo foi investigar o perfil e o comportamento da produção científica das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” na academia brasileira sob a perspectiva da análise de redes sociais, que é vista como um método a ser aplicado neste artigo, pois objetiva a compreensão da produção científica (Athayde *et al.*, 2019) mediante a estrutura e a formação das redes sociais dos estudos (Ribeiro, 2022; Urbizagástegui-Alvarado, 2022), por meio de recursos de análise para conhecer e explorar as relações entre autores e suas particulares instituições (Ferreira; Martins, 2016). As aplicações mais frequentes de ARS concentram-se em estudos de redes sociais de um modo (*one mode*); logo, é mais incomum encontrar pesquisas que investigam redes sociais de dois modos (*two mode*) (Tomaél; Marteleto, 2013; Ribeiro, 2023a).

As redes sociais de dois modos (*two mode*) compreendem as conexões entre dois conjuntos diferentes de atores; consequentemente, o termo “modo” refere-se a categorias particulares de atores. Assim, as redes sociais de um modo (*one mode*) caracterizam-se quando atores de uma rede social têm relações com outros atores da mesma categoria – como uma rede social de autores –, e a rede social de dois modos particulariza-se quando seus atores possuem vínculos com atores de outras categorias. Desta maneira, a rede social de dois modos é representada pela ligação entre atores sociais distintos como um único sistema social, por exemplo, as interações entre autores e periódicos (dois conjuntos díspares de atores) em uma mesma rede social (Tomaél; Marteleto, 2013; Ribeiro, 2024c).

Isto posto, enfatiza-se que a estrutura e a formação das redes sociais são analisadas por meio de elementos que as constituem, que são: nós (atores), laços (*links* entre os atores), componentes gigantes (maior grupo da rede social), *small-world* ou mundos pequenos (*clusters* de atores com laços fortes), buracos estruturais ou lacunas estruturais (falhas na estrutura da rede social), densidade (número de interações existentes entre os atores) e a centralidade (atores com maior número de conexões) (Vedres; Stark, 2010; Sampaio *et al.*, 2015; Pauli *et al.*, 2019; Ribeiro, 2023a).

Realça-se que as medidas de densidade evidenciam que quanto mais relações recíprocas existirem em uma determinada rede social, mais informações, comunicação e conhecimentos serão compartilhados entre os atores sobre o que estão estudando, pesquisando, realizando, trabalhando. Trata-se, portanto, de uma medida da proporção entre: laços efetivos, que são interações entre atores da rede social; e laços possíveis, que são conexões possíveis de se estabelecer entre os atores. Dessa forma, a densidade manifesta que quanto mais densa é a

rede social mais próxima de 1,0 será sua mensuração, e, com isso, mais uniformizados são os contatos entre os atores; em contrapartida, uma densidade baixa será aferida com um valor inferior a 0,2, indicando uma rede social dispersa e com baixa coesão interna, impactando no fluxo de informação, comunicação e conhecimento da rede social (Williams dos Santos; Farias Filho, 2016; Coutinho *et al.*, 2022; Ribeiro, 2024c).

Em se tratando das medidas de centralidades, a centralidade de grau (*degree*) e a centralidade de intermediação (*betweenness*) estão entre as mais frequentemente utilizadas em pesquisas com ênfase na ARS. A centralidade de grau evidencia o número de relações (parcerias) que um ator possui com os demais atores, proporcionando, assim, particularizar a posição estrutural do ator em relação aos demais atores na rede social. Desse modo, quanto maior for a mensuração da centralidade de grau mais central será o ator. Já a centralidade de intermediação é conceituada como o número de caminhos mais curtos entre quaisquer outros dois atores “a” e “b”, que passam pelo ator “c”. Assim sendo, a centralidade de intermediação faz o cálculo da capacidade de o ator intermediar o fluxo de comunicação, conhecimento e informação entre os atores da rede social (Grácio, 2018; Favaretto; Francisco, 2017; Facin *et al.*, 2022; Ribeiro, 2024c).

Procedimentos de coleta de dados

O universo de pesquisa colocou em ênfase todos os estudos dos periódicos indexados na biblioteca eletrônica do SPELL. Fortalece-se que a motivação de utilizar o SPELL para a busca dos estudos sobre o termo “*Mindset*” desta pesquisa é em razão de esta base de dados, a partir de 2015, passar a aferir o índice de impacto dos periódicos indexados, utilizando os seguintes indicadores: (a) número médio de referências por estudo; (b) impacto (2 e 5 anos); (c) índice de imediatismo; (d) taxa de autocitação; (e) impacto (2 anos sem autocitação); (f) impacto (5 anos sem autocitação); (g) meia-vida de citação; e (h) índice H (Rafael, 2023). Isto posto, o índice H do SPELL é considerado transparente para a realização de aferições exatas a respeito do impacto dos periódicos na área do conhecimento da Administração, Contabilidade e Turismo, sendo o único sistema de indexação brasileiro usado para a avaliação dos periódicos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) (Rosa; Romani-Dias, 2019).

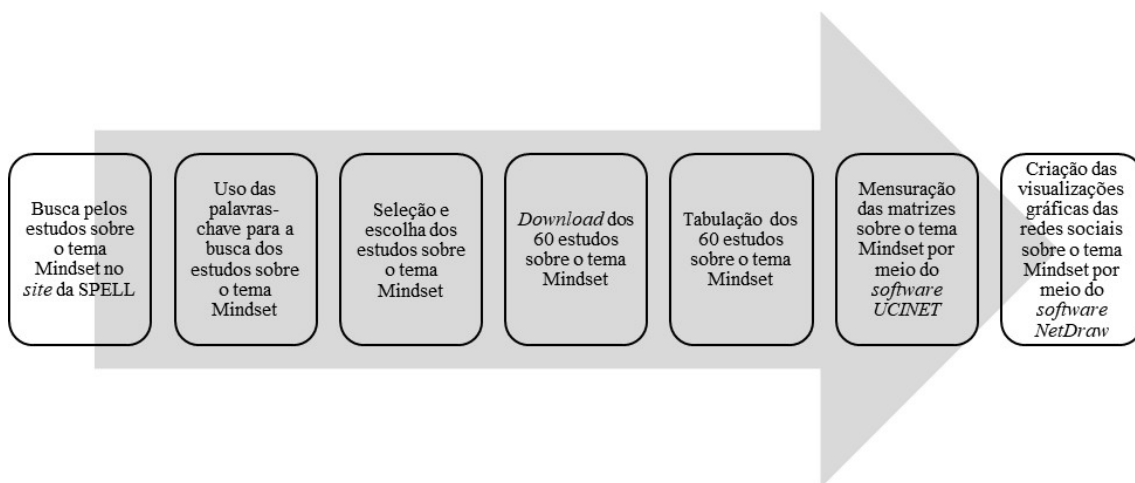
O processo de coleta da amostra das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” ocorreu da seguinte maneira: a) digitação das palavras-chave escolhidas no filtro de procura do SPELL, intitulado “*drop down boxes*”; b) procura pelas pesquisas sobre o termo “*Mindset*” por meio das palavras-chave nos campos: títulos, resumos e palavras-chave dos artigos; c) seleção das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” no SPELL; d) definição da amostra das pesquisas sobre o termo “*Mindset*”, mediante a leitura dos títulos e/ou resumos de cada estudo. No SPELL colocou-se um filtro com as palavras-chave “*mindset*” e “*mentalidade*”. Defende-se e se reforça a escolha destas palavras-chave em razão de estas propiciarem a procura e a seleção das pesquisas que publicaram sobre o termo “*Mindset*” nos periódicos indexados na plataforma de dados SPELL. Justifica-se também o uso destas palavras-chave em virtude de terem sido usadas, de maneira análoga, em estudos similares a este que foram publicados em periódicos na academia (Ferreira *et al.*, 2020; Kossowska; Rosinski, 2021; Buchanan, 2024; Xu; Xu, 2024).

Vislumbra-se que a data de início e finalização da busca e, *a posteriori*, a tabulação dos dados dos artigos, ocorreram entre 15/10/2024 e 17/10/2024. Consequentemente, a amostra

reportou 60 artigos, em um recorte temporal dos períodos de 1998 a 2024, totalizando 27 anos. Ressalta-se que a mencionada temporalidade foi condicionada aos estudos encontrados na base de dados SPELL; em outras palavras, a primeira investigação sobre o termo “*Mindset*” somente apareceu no período de 1998 e sua última publicação ocorreu no ano de 2024, mais particularmente em 17/10/2024. Salienta-se, também, que a aferição dos indicadores de ARS, isto é, sociométricos (Ribeiro *et al.*, 2014), como também a geração das matrizes simétricas (redes sociais *one-mode*) e a criação das matrizes assimétricas (redes sociais *two-mode*) das redes de colaboração dos atores (Ribeiro; Souza, 2022) e suas respectivas visualizações gráficas, deram-se nas datas de início 17/10/2024 (início) e 20/10/2024 (término).

Os dados e as informações de ARS foram calculados por meio do *software Ucinet* e a visualização gráfica das redes sociais foi efetivada por intermédio do *software NetDraw*. Acrescenta-se que as análises dos 60 estudos foram realizadas atendendo aos indicadores de ARS (sociométricos), que foram: (i) redes sociais de dois modos dos períodos e dos autores; (ii) redes sociais de dois modos dos periódicos e dos autores; (iii) redes sociais de um modo dos pesquisadores; (iv) redes sociais de um modo das IESs; e (v) redes sociais de um modo das palavras-chave. Em conclusão, a Figura 1 faz uma síntese do passo a passo do caminho metodológico deste estudo.

Figura 1 – Percurso metodológico



Fonte: Elaborada pelo autor (2024).

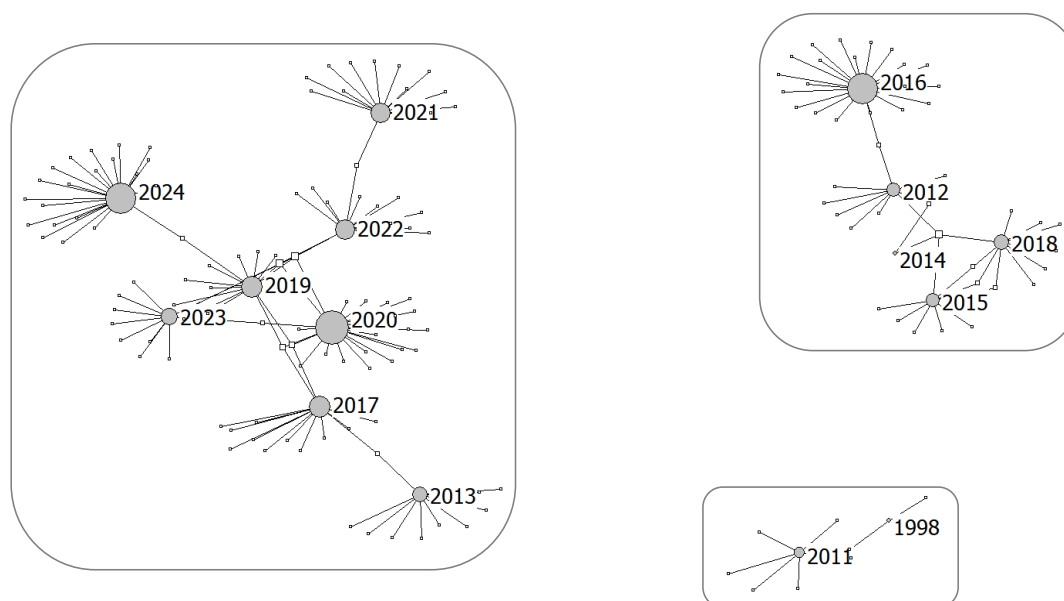
ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção abordou a análise e discussão dos 60 artigos sobre o termo “*Mindset*” na academia do Brasil sob a perspectiva dos periódicos indexados no SPELL.

Redes sociais de dois modos dos períodos e dos autores

A Figura 2 visualiza as redes sociais de dois modos que foram compostas pelos 15 períodos e pelos 156 autores identificados nesta pesquisa.

Figura 2 – Redes sociais de dois modos dos períodos e dos autores



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Observando-se a Figura 2 constata-se a existência de três grupos distintos de períodos, nos quais os autores publicaram estudos sobre o termo “*mindset*”. Dentre estes *clusters*, um destaca-se, pois foi concebido por 8 anos e por 111 autores, posto que destes períodos, ou seja, 2020, 2024, 2017, 2019, 2021, 2022, 2023 e 2013, todos estão entre os 10 anos mais centrais (produtivos), isto é, que mais tiveram autores divulgando sobre o termo “*mindset*” na academia brasileira sob a óptica dos periódicos organizados pela base de dados SPELL.

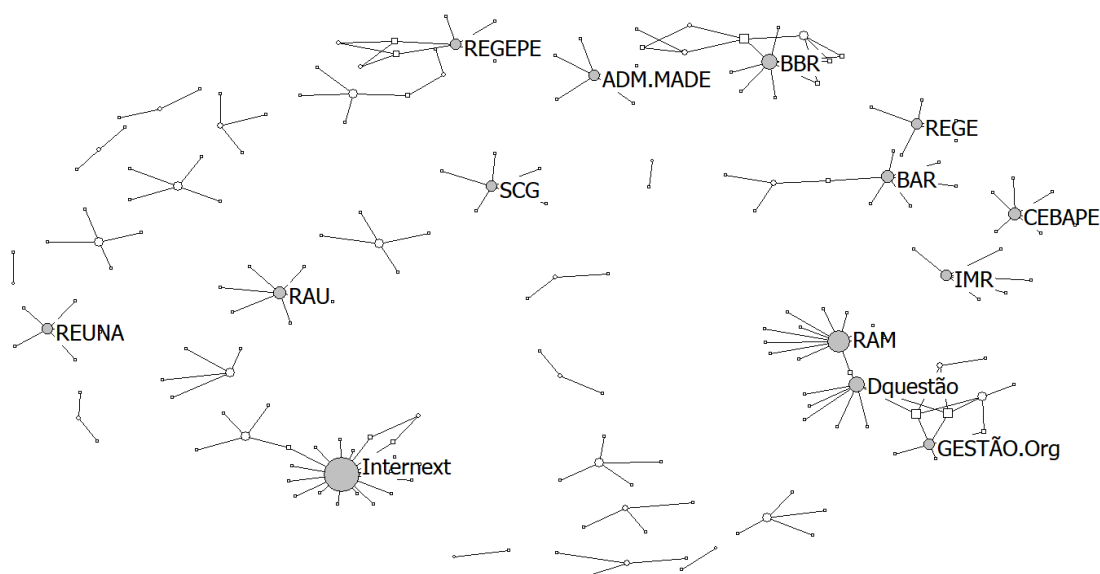
Destes períodos, todos que integraram o estado da arte da pesquisa do referido termo em análise compõem o maior conjunto de anos e de estudiosos; logo, pode-se entender, e, concomitantemente, compreender, que o termo “*Mindset*”, para esta investigação, encontra-se em um momento de constância e, sincronicamente, com uma tendência de crescimento na literatura acadêmica nacional, à luz das revistas científicas indexadas pelo banco de dados SPELL.

Este achado, constatado por meio da Figura 2, é corroborado, de maneira símiles, no estudo de Ferreira *et al.* (2020) e compreendido mediante as pesquisas de Buchanan (2023) e Buchanan (2024), uma vez que o termo “*Mindset*” vem em permanente evolução no âmbito acadêmico global em razão dos tipos de *mindset* existentes e que estes vêm se desenvolvendo na sociedade mundial por intermédio de suas respectivas práticas (Buchanan, 2023; Buchanan, 2024).

Redes sociais de dois modos dos periódicos e dos autores

A Figura 3 revela as redes sociais de dois modos que foram constituídas pelos 44 periódicos e 156 autores identificados neste estudo, posto que colocaram-se em evidência as revistas científicas com maior *degree*.

Figura 3 – Redes sociais de dois modos dos periódicos e dos autores



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Consequentemente, os periódicos mais centrais, por ordem decrescente de mérito, foram: Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext), Revista de Administração Mackenzie (RAM), *Brazilian Business Review* (BBR), *Desenvolvimento em Questão* (Dquestão), *Brazilian Administration Review* (BAR), *Cadernos EBAPE.BR* (Cebape), Revista de Administração da Unimep (RAU), Revista Eletrônica de Gestão Organizacional (Gestão.Org), *Innovation and Management Review* (IMR), Revista de Gestão (Rege), Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Regepe), Revista Reuna (Reuna), Revista ADM.MADE (ADM.MADE) e Sociedade, Contabilidade e Gestão (SCG).

Aqui faz-se um aditamento ao informar que, destes periódicos mais centrais, RAM, Dquestão, Cebape e Rege também se destacaram em pesquisas parecidas como esta no que diz respeito ao tema GM e gestão de pessoas (Athayde *et al.*, 2019), ou seja, os pesquisadores e os gestores da área de recursos humanos buscam definir orientações para o GM; logo, o GM contribui na definição de como devem ser aperfeiçoadas as estratégias em âmbito individual e organizacional de uma empresa (Mozzato; Grzybovski, 2018). Constata-se, então, a relação intrínseca existente entre o termo “*Mindset*” e a gestão de pessoas (Nogueira; Barreto, 2013).

Por fim, destas 14 revistas acadêmicas, 13 têm uma maior aderência ao campo do saber da Administração, fato estudado e confirmado, de forma análoga, na pesquisa de Ferreira *et al.* (2020). Pode-se, portanto, ter um entendimento, e, por conseguinte, uma compreensão de que os pesquisadores, para este estudo, buscam, e, assim, têm uma maior atração e propensão em divulgar e disseminar seus respectivos achados e contribuições acerca do termo “*Mindset*” na literatura acadêmica brasileira em periódicos com uma maior adesão na área do conhecimento da Administração na perspectiva das revistas científicas ordenadas pela biblioteca eletrônica SPELL.

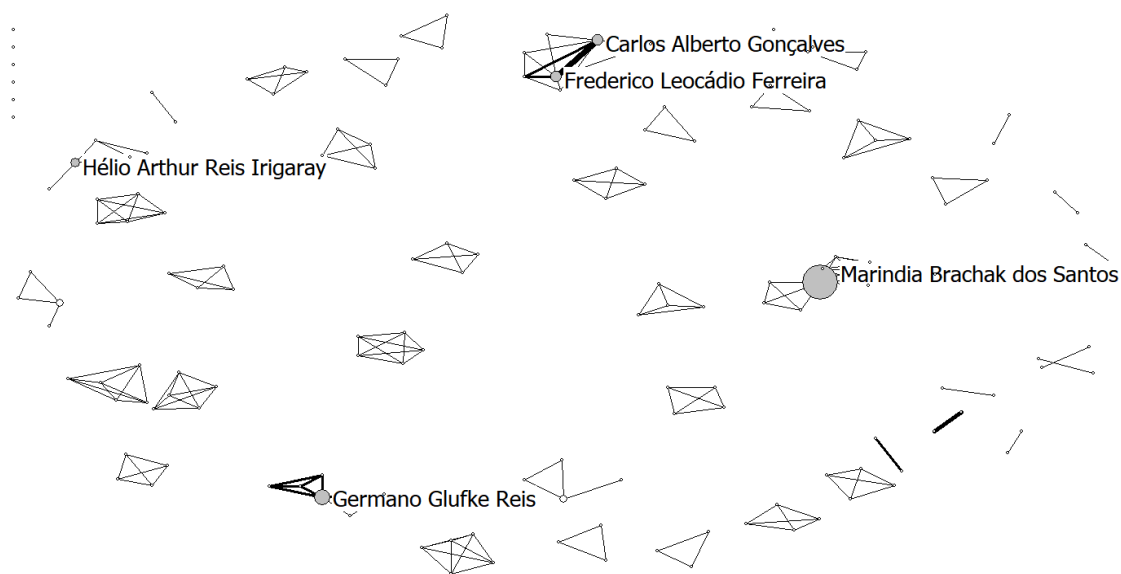
Redes sociais de um modo dos pesquisadores

A Figura 4 faz emergir as redes sociais de um modo dos pesquisadores, isto é, as redes de coautoria que foram formadas por 418 laços e 156 nós. Acrescenta-se que conhecer as redes de coautoria autoriza entender como os estudiosos, sobre o termo objeto de pesquisa, instituem parcerias e com quem colaboram (Ribeiro *et al.*, 2014).

Ressalta-se que os autores mais centrais deste estudo foram aferidos por meio do *betweenness*. Os pesquisadores com maior centralidade de intermediação, por ordem decrescente de influência e relevância, todavia, foram: Marindia Brachak dos Santos, Germano Glufke Reis, Frederico Leocádio Ferreira, Carlos Alberto Gonçalves e Hélio Arthur Reis Irigaray.

Complementa-se que os autores Frederico Leocádio Ferreira e Carlos Alberto Gonçalves foram os que mais publicaram em parceria sobre o termo “*Mindset*” no Brasil, impactando diretamente em sua respectiva centralidade de intermediação. Ainda cabe mencionar Ricardo Schaefer e Italo Fernando Minello, que, apesar de não terem sido colocados em realce na Figura 4, ficaram em evidência nas divulgações de estudos sobre o referido termo, pois cada um publicou três vezes cada por meio de parceria um com o outro, porém não foi o suficiente para colocá-los em relevo como autores centrais deste estudo.

Figura 4 – Redes sociais de um modo dos pesquisadores



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Sendo assim, estes autores que ficaram em destaque na Figura 4 podem ser considerados, para esta pesquisa, os estudiosos mais importantes no que confere à troca e à fluidez do fluxo de comunicação, conhecimento e informação, pois servem de “ponte” e “caminho” para a divulgação, disseminação e socialização (Grácio, 2018; Favaretto; Francisco, 2017; Ribeiro, 2024c) do termo “*Mindset*” (Xu; Xu, 2024) no âmbito literário brasileiro, sob a óptica dos periódicos indexados no banco de dados SPELL.

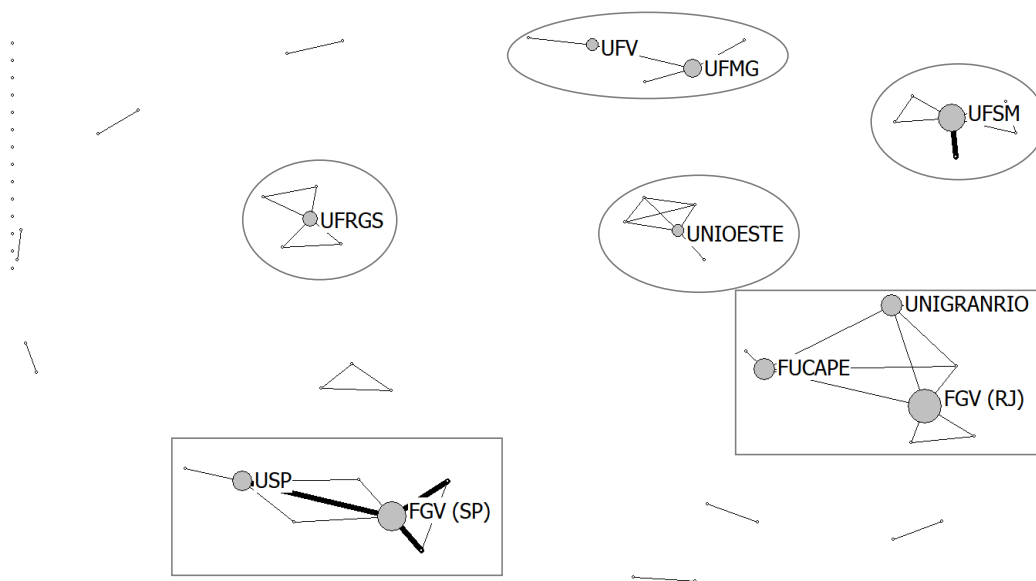
Ainda analisando as redes de coautoria desta pesquisa, ressalta-se que sua densidade foi mensurada em 0.0185, equivalendo a 1,85% das interações que foram efetivamente realizadas

entre os 156 autores deste estudo; pode-se afirmar, que tal densidade é considerada fraca, fazendo aparecer falhas na configuração nas redes de coautoria, ou seja, lacunas estruturais na rede de colaboração dos pesquisadores, relacionando-se, assim, de maneira direta, com o surgimento de laços fracos, impactando na coesão interna da referida rede social, influenciando, de forma síncrona, na fluência e na transferência informacional e de saberes (Williams dos Santos; Farias Filho, 2016; Ribeiro, 2023a; Melo; Jesus; Musial, 2024; Ribeiro, 2024c) no que diz respeito ao termo “*Mindset*” e, coexistentemente, na publicação, disseminação e socialização, e, paralelamente a isso, na *performance* e na aptidão de evolução dos estudos sobre o termo objeto de investigação na academia do Brasil por meio dos grupos de pesquisa nativos dos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* (PPGSS) das IESs (Pauli *et al.*, 2019).

Redes sociais de um modo das IESs

Para complementar o entendimento das relações entre os pesquisadores (Ferreira; Martins, 2016) deste estudo, foi criada a Figura 5, que detecta as redes sociais de um modo das IESs, isto é, as redes de colaboração das instituições que foram integradas por 108 laços e 67 nós, enfatizando as IESs mais influentes no que diz respeito à centralidade de intermediação.

Figura 5 – Redes sociais de um modo das IESs



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Estas instituições mais centrais, por ordem decrescente de atuação e relevância, foram: Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro (FGV-RJ), Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Universidade do Grande Rio (Unigranrio), Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas (Fucape), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) e Universidade Federal de Viçosa (UFV). Destas, sete são nativas da Região Sudeste e três oriundas da Região Sul do Brasil. Acrescenta-se que estas IESs, em realce na Figura 5, estão entre as que se destacam no que se

refere à produção científica mediante seus específicos grupos de estudo, em seus respectivos PPGSSs na área de Administração do Brasil (Medeiros *et al.*, 2018).

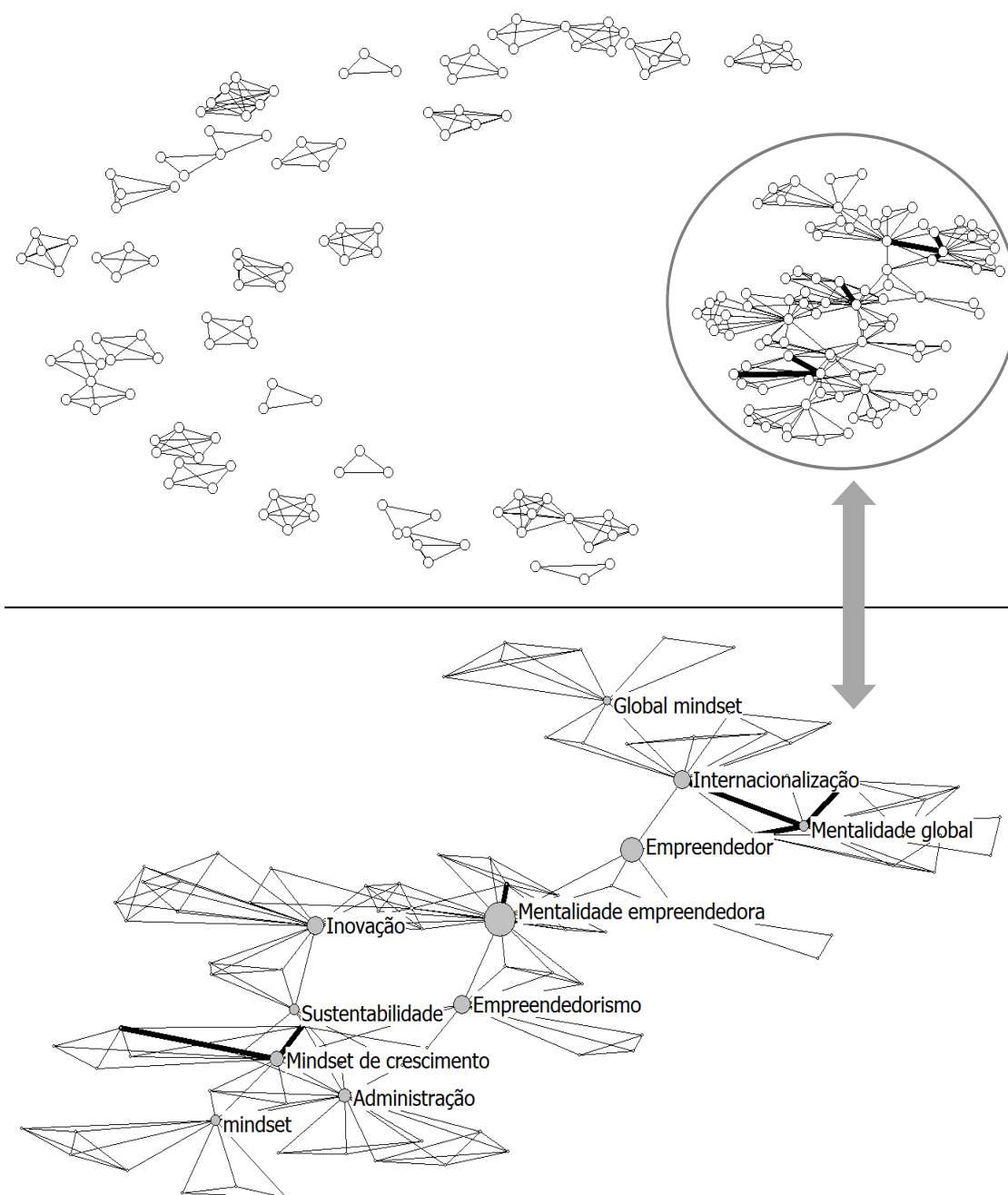
Investigando a Figura 5, coloca-se em foco a sua densidade, que foi calculada em 0.0262, sendo proporcional a 2,62%, correspondendo a afirmar que as redes de colaboração das IESs deste estudo têm baixa densidade, sendo compatíveis com vazios existentes na estrutura da referida rede social, em outras palavras com buracos estruturais, levando a ter-se laços fracos e fraca harmonia entre as IESs, influenciando, como ocorrerá nas redes de coautoria, no fluxo e na troca de informação, conhecimento e saberes sobre o termo objetivo de análise (Williams dos Santos; Farias Filho, 2016; Favaretto; Francisco, 2017; Grácio, 2018; Ribeiro, 2024c) na literatura acadêmica nacional à luz das revistas científicas organizadas pelo SPELL.

Ainda analisando a Figura 5, constata-se a existência dos chamados *small-world* ou mundos pequenos, que são preponderantes para compreender as interações entre as IESs; melhor dizendo, os mundos pequenos podem impactar no comportamento das IESs no que se refere à sua estrutura e à sua conexão; estruturalmente, pois quanto mais uma rede social apresenta características de pequenos mundos, mais fomenta a frequência de vínculos entre grupos de estudos, potencializando a divulgação, a disseminação e a socialização das pesquisas sobre o termo em investigação; em referência às conexões, pois quanto mais existir especificidades de mundos pequenos na rede social, mais se robustecerá o grau de coesão na rede social, impactando no fluxo e na troca de informação e conhecimento sobre o termo ora analisado. Diante do exposto, à medida que os pequenos mundos são otimizados, os agrupamentos na rede social ficam mais conectados pelos atores (autores e suas respectivas IESs), contribuindo para a divulgação e o crescimento do termo eixo desta pesquisa (Coutinho *et al.*, 2022; Ribeiro; Souza, 2022).

Redes sociais de um modo das palavras-chave

A Figura 6 faz constatar as redes sociais de um modo das palavras-chave que foram estabelecidas por 890 laços e 218 nós. Salienta-se que os 60 estudos investigados continham, no total, 218 ocorrências de palavras-chave, e, por conseguinte, foram, notadamente, 218 palavras-chave únicas, mantidos os critérios de: (i) não distinguir as letras maiúsculas e as letras minúsculas; e (ii) as palavras no singular e no plural foram mantidas diferenciadas (Favaretto; Francisco, 2017).

Figura 6 – Redes sociais de um modo das palavras-chave



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Analisando a Figura 6, constata-se que uma das características que se faz presente nas redes sociais das palavras-chave é o chamado “componente gigante”, que é o maior *cluster* da referida rede social (grifado na Figura 6), onde os vértices deste maior elemento encontram-se todos conectados entre si, de maneira direta ou indireta, e, logo, a estrutura e a formação social da mencionada rede é coesa. Em vista disso, o componente gigante é o grupo de maior importância nas redes sociais das palavras-chave, uma vez que a maioria das 218 palavras-chave

identificadas neste estudo se encontra conectada entre si de forma direta ou indireta (Sampaio *et al.*, 2015; Favaretto; Francisco, 2017; Ribeiro, 2024c).

Por conseguinte, o componente gigante evidenciado por meio da Figura 6 foi constituído por 444 laços e 94 nós, fazendo surgir as palavras-chave com maior centralidade de intermediação, que foram (por ordem decrescente de atuação e importância): mentalidade empreendedora, empreendedor, inovação, internacionalização, empreendedorismo, mindset de crescimento, administração, sustentabilidade, mindset, mentalidade global e *global mindset*. Estas palavras-chave podem ser consideradas as de maior impacto, ou seja, são a essência da amostra dos artigos investigados sobre o tema objetivo de análise desta pesquisa. Estas palavras-chave mais centrais, consequentemente, são fundamentais para a identificação dos pontos críticos e as possíveis tendências de evolução do estudo sobre o termo “*Mindset*” na academia do Brasil (Urbizagástegui-Alvarado, 2022; Xu *et al.*, 2022; Ribeiro, 2023a; Xu; Xu, 2024).

CONCLUSÃO

O objetivo desta pesquisa foi investigar o perfil e o comportamento da produção científica das pesquisas sobre o termo “*Mindset*” na academia brasileira sob a perspectiva da análise de redes sociais. Para tanto, utilizou-se da técnica de investigação da ARS em 60 artigos identificados sobre o referido termo.

Constatou-se que o termo “*Mindset*”, apesar de não ter um grande fluxo de publicação na academia brasileira sob a óptica dos periódicos organizados pela base de dados SPELL, mantém-se constante em suas divulgações, particularmente nos períodos mais recentes, os quais revelam o estado da arte do termo “*Mindset*”, isto é, entre os anos de 2020 e 2024, portanto manifesta-se uma possível propensão de crescimento do referido termo na literatura científica nacional.

Os periódicos que ficaram em relevo, quer dizer, os que são os mais centrais para este estudo, foram: Internext, RAM, BBR, Dquestão, BAR, Cebape, RAU, Gestão.Org, IMR, Rege, Regepe, Reuna, ADM.MADE e SCG. Estas revistas científicas, desse modo, são as que mais publicaram estudos sobre o termo objeto de investigação, sendo, assim, consideradas para esta pesquisa os periódicos mais influentes e relevantes e que ajudam a divulgar, proliferar, disseminar e socializar o conhecimento científico acerca do referenciado termo no âmbito literário acadêmico nacional.

Já os autores mais centrais desta pesquisa, foram: Marindia Brachak dos Santos, Germano Glufke Reis, Frederico Leocádio Ferreira, Carlos Alberto Gonçalves e Hélio Arthur Reis Irigaray. Estes estudiosos servem, portanto, de “ponte” e norte para a troca de conhecimento e para o fluxo de informações sobre o termo “*Mindset*” na academia do Brasil. Em se tratando das IESs, as que ficaram em relevo quanto à centralidade de intermediação foram: FGV (RJ), FGV (SP), UFSM, Unigranrio, Fucape, USP, UFMG, UFRGS, Unioeste e UFV. Sendo assim, estas instituições, para este estudo, são essenciais para a harmonização do fluxo informacional e de saberes acerca do termo “*Mindset*” no contexto científico brasileiro, sob a perspectiva dos periódicos indexados na plataforma de dados SPELL.

Mentalidade empreendedora, empreendedor, inovação, internacionalização, empreendedorismo, mindset de crescimento, administração, sustentabilidade, mindset, mentalidade global e *global mindset* foram as palavras-chave mais centrais deste estudo. Pode-se compreender,

por conseguinte, que estas palavras-chave mais centrais têm a capacidade de intermediar o fluxo e a troca de informação, conhecimento e comunicação de uma palavra-chave em sua interação com as demais. Estas palavras-chave mais centrais servem de “ponte” e “caminho” para a interação entre elas, e, pode-se, assim, constatar que as destacadas palavras-chave representam as temáticas centrais pesquisadas pelos autores deste estudo, fazendo aparecer o mapa de temas mais estudados e publicados (Favaretto; Francisco, 2017; Facin *et al.*, 2022; Urbizagástegui-Alvarado, 2022; Ribeiro, 2024c) a respeito do termo “Mindset” na academia do Brasil sob a perspectiva dos periódicos indexados no banco de dados SPELL.

Esta pesquisa evidencia implicações teóricas ao manifestar compreensibilidade para pesquisadores sobre a evolução teórica e a estrutura intelectual para conduzir estudos futuros neste campo do saber acerca do termo “Mindset” no ambiente científico brasileiro sob a perspectiva dos periódicos indexados na plataforma de dados SPELL. Em relação às implicações práticas, esta pesquisa pode contribuir e influenciar na construção da teoria sobre o termo “Mindset” nas áreas do conhecimento da Administração, Contabilidade e Turismo; no alargamento e robustecimento do ensino nas IESs sobre o referenciado termo; no processo decisório; e, por consequência, na tomada de decisão gerencial dos gestores de empresas.

A limitação deste estudo foi a utilização de uma única plataforma de dados que foi o SPELL. Como recomendação para pesquisas futuras sugere-se aperfeiçoar este estudo utilizando outros bancos de dados, nacionais e internacionais, tais como *Web of Science*, *Scopus*, *Scielo*, *Ebsco*, *Proquest*, Periódicos Capes, dentre outros. Aconselha-se, também, fazer uma pesquisa bibliométrica sobre o tema estudado e realizar uma RSL sobre os 60 estudos identificados nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ATHAYDE, A. L. M.; SANTOS, C. L. T.; FIUZA, G. D.; COSTA, A. C. R. Gestão internacional de pessoas: novas possibilidades de pesquisa. *Pretexto*, Belo Horizonte, v. 20, n. 2, p. 67-88, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v20i2.5971>
- BUCHANAN, A. Mindset types: a systematic review and meta-analysis. *Preprint manuscript*, 2024. DOI: <https://doi.org/10.31234/osf.io/x5ge8>
- BUCHANAN, A. Perspectives: the history of mindset: a critical review. *Middle East Journal of Positive Psychology*, Kuwait, v. 9, p. 79-99, 2023.
- CORREIA, A. M. S. S.; PEREIRA, Y. V. International entrepreneurship and global mindset: a theoretical discussion. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 172-186, 2023. DOI: <https://doi.org/10.18568/internext.v18i2.718>
- COSTA, R. F. da; BRAUER, M.; VICTORINO, L.; ABREU, L. Escala de mindset digital clave: desenvolvimento e evidências de validade. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 1-28, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMC240124.pt>
- COUTINHO, J. K. F.; MARTINS, C. B.; MARIETTO, M. L.; GOMES, C. F. Os padrões das redes de coautoria como ferramenta estratégica nos programas de Pós-Graduação de excelência. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, São Leopoldo, v. 19, n. 2, p. 879-910, 2022. DOI: <https://doi.org/10.4013/base2022.192.01>
- FACIN, A. L. F.; BARBOSA, A. P. F. P. L.; MATSUMOTO, C.; CRUZ, A. F. S. da G.; SALERNO, M. S. Temas de destaque na pesquisa em transformação digital: evidências de estudo bibliométrico e análise de conteúdo. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 62, n. 6, p. 1-22, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020220602>

FAVARETTO, J. E. R.; FRANCISCO, E. de R. Exploração do acervo da Rae – Revista de Administração de Empresas (de 1961 a 2016) à luz da bibliometria, text mining, rede social e geoanálise. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 57, n. 4, p. 365-390, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170407>

FERREIRA, F. L.; BANDEIRA, P. O.; GONÇALVES, C. A. Mindset, dificuldades em se empreender e o potencial empreendedor: uma abordagem confirmatória com estudantes graduandos em administração. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, v. 21, n. 55, p. 51-68, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2019.e60798>

FERREIRA, F. L.; GONÇALVES, C. A.; CHRISTINO, J. M. M.; CARDOZO, É. A. A. Personality traits, mindset and entrepreneurial potential of individual in startups. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, Recife, v. 21, n. 1, p. 1-25, 2023. DOI: <https://doi.org/10.51359/1679-1827.2023.250677>

FERREIRA, F. L.; GONÇALVES, C. A.; MESSIAS, C. O. de S. Mindset-se: uma análise exploratória sobre mindset e capacidade absorviva organizacional. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, v. 26, n. 66, p. 1-29, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2024.e82732>

FERREIRA, F. L.; PINHO, Á. D.; GONÇALVES, C. A.; CHRISTINO, J. M. M. O mindset de crescimento e a administração: uma revisão bibliométrica e sistemática dos últimos 15 anos de publicação no web of science. *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, v. 21, p. 622-640, 2020. DOI: <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v.21.6654>

FERREIRA, F. L.; SHIGAKI, H. B.; GONÇALVES, C. A. Potencial empreendedor interno sob o prisma do mindset de crescimento e dos cinco grandes traços de personalidade: proposição de um modelo teórico. *Desenvolvimento em Questão*, Ijuí: Editora Unijuí, v. 20, n. 58, p. 1-19, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2022.58.11628>

FERREIRA, J. B.; SILVA, L. de A. M. O uso da bibliometria e sociometria como diferencial em pesquisas de revisão. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 448-464, 2019.

FERREIRA, T. S. V.; MARTINS, O. S. Mensuração de disclosure: análise bibliométrica nos principais journals internacionais de finanças. *Teoria e Prática em Administração*, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 151-175, 2016.

GRÁCIO, M. C. C. Colaboração científica: indicadores relacionais de coautoria. *Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends*, Marília, v. 12, n. 2, p. 24-32, 2018. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2018.v12n2.04.p24>

IBEPES. SPELL – Scientific Periodicals Electronic Library. *Revista Áudio e Base de Dados*, Campinas, v. 1, p. ID25, 2024. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/pas/index.php/jad/article/view/301>. Acesso em: 22 out. 2024.

KOSSOWSKA, M.; ROSINSKI, R. Global mindset: a systematic review of the concept. *International Journal of Contemporary Management*, Polônia, v. 57, p. 1-16, 2021.

MEDEIROS, N. de C. L. de; MEDEIROS, F. S. B.; COLPO, I.; WEISE, A. D. Mapeamento dos cursos de Pós-Graduação em administração e suas respectivas linhas de pesquisas no Brasil. *Pretexto*, Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 29-50, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v19i2.2962>

MELO, F. J.; JESUS, U. G. S. F. R. de; MUSIAL, N. T. K. Rede em rede eis a questão? *Pensar Contábil*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 90, p. 52-60, 2024.

QUEIROGA, B. N.; RAVANELLI, T. B.; BRAGA, L. V. M.; ALEXANDRE, M.; MENDONÇA, R. G. M. de; MEVES, R. Validação transcultural da escala de mindset direcionado à saúde no Brasil. *Revista Brasileira de Ortopedia*, São Paulo, v. 59, p. 213-219, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1055/s-0044-1779329>

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Global mindset: Premissa para desenvolver vantagem competitiva em mercados internacionais. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 77-89, 2018. DOI: <https://doi.org/10.18568/1980-4865.13177-89>

NOGUEIRA, A. J. F. M.; BARRETO, M. S. P. Mentalidade global e RH internacional em empresas multinacionais brasileiras do segmento de construção pesada. *Revista de Gestão*, São Paulo, v. 20, n. 4, p. 497-516, 2013. DOI: <https://doi.org/10.5700/rege511>

PAULI, J.; BASSO, K.; GOBI, R. L.; BILHAR, A. O efeito da densidade da rede de coautoria no desempenho dos programas de Pós-Graduação. *Brazilian Business Review*, Vitória, v. 16, n. 6, p. 576-588, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.6.3>

RAFAEL, S. L. L. SPELL: ten years of contribution to science. 2023. Disponível em: <https://anpad.org.br/en/newsletter-news/january-march-2023-edition-volume-3-issue-1/news/spell-ten-years-of-contribution-to-science/>. Acesso em: 23 out. 2024.

- RIBEIRO, H. C. M. A produção científica sobre fraude no Brasil: uma investigação sob a perspectiva da análise de redes sociais. *Revista Universo Contábil*, Blumenau, v. 19, n. 1, p. 1-30, 2023a. DOI: <https://doi.org/10.4270/ruc.2023102>
- RIBEIRO, H. C. M. Bibliometria e sociometria: panorama e tendência no Brasil. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 14, n. 2, p. 135-164, 2024a. DOI: <https://dx.doi.org/10.22478/ufrpb.2236-417X.2024v14n2.69341>
- RIBEIRO, H. C. M. Bitcoin: behavior, profile, and trends of scientific production in Brazil. *International Journal of Innovation*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 1-60, 2024c. DOI: <https://doi.org/10.5585/2024.26211>
- RIBEIRO, H. C. M.; COSTA, B. K.; FERREIRA, M. A. S. P. V.; SERRA, B. P. de C. Produção científica sobre os temas governança corporativa e stakeholders em periódicos internacionais. *Contabilidade, Gestão e Governança*, Brasília, v. 17, n. 1, p. 95-114, 2014.
- RIBEIRO, H. C. M. Decentralized autonomous organization: análise de sua produção científica à luz da análise de redes sociais e da revisão sistemática da literatura. *Revista Gestão & Tecnologia*, Curitiba, v. 24, n. 4, p. 187-215, 2024b.
- RIBEIRO, H. C. M. Produção científica do encontro de estudos organizacionais sob a óptica da análise de redes sociais. *Gestão & Regionalidade*, São Caetano do Sul, v. 38, n. 113, p. 241-260, 2022. DOI: <https://doi.org/10.13037/gr.vol38n113.7001>
- RIBEIRO, H. C. M. Produção científica dos estudos que utilizaram o método da revisão sistemática da literatura publicados pelos periódicos científicos indexados no SPELL. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 13, n. 2, p. 149-177, 2023b. DOI: <https://dx.doi.org/10.22478/ufrpb.2236-417X.2023v13n2.65373>
- RIBEIRO, H. C. M.; SOUZA, M. T. S. de. Economia circular e turismo: produção científica à luz da análise de redes sociais. *Estudios Gerenciales*, Cali, v. 38, n. 164, 385-402, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.164.5086>
- ROSA, R. A.; ROMANI-DIAS, M. A presença e o impacto de periódicos brasileiros da área de administração, contabilidade e turismo em bases científicas. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, Curitiba, v. 18, n. 3, p. 327-348, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.21529/RECADM.2019014>
- SAMPAIO, R. B.; SACERDOTE, H. C. de S.; FONSECA, B. de P. F.; FERNANDES, J. H. C. A colaboração científica na pesquisa sobre coautoria: um método baseado na análise de redes. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 20, n. 4, p. 79-92, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/2447>
- SPELL. Scientific Periodicals Electronic Library. *Home*. Disponível em: <http://www.spell.org.br/>. Acesso em: 22 out. 2024.
- SUGIARTI, S.; PRIHATINI, A.; SARI, A. P.; ZAMAHSARI, G. K. Developing a growth mindset in education: a bibliometric analysis and its challenge during pandemic. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, Indonésia, v. 13, n. 3, p. 1455-1464, 2024. DOI: <https://doi.org/10.11591/ijere.v13i3.26940>
- TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais de dois modos: aspectos conceituais. *TransInformação*, Campinas, v. 25, n. 3, p. 245-253, 2013.
- URBIZAGÁSTEGUI-ALVARADO, R. Bibliometria brasileira: análise de copalavras. *TransInformação*, Campinas, v. 34, p. 1-20, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/2318-0889202234e220004>
- VEDRES, B.; STARK, D. Dobras estruturais: ruptura generativa em grupos sobrepostos. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 215-240, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-75902010000200007>
- XU, J.; XU, W. Hot topics and frontier evolution of growth-mindset research: a bibliometric analysis using CiteSpace. *Frontiers in Psychology*, Reino Unido, v. 15, p. 1-17, 2024. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1349820>
- XU, X.; ZHANG, Q.; SUN, J.; WEI, Y. A bibliometric review on latent topics and research trends in the growth mindset literature for mathematics education. *Frontiers in Psychology*, Reino Unido, v. 13, 1-15, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1039761>
- WILLIAMS DOS SANTOS, C.; FARIAS FILHO, M. C. Agentes comunitários de saúde: uma perspectiva do capital social. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 5, p. 1659-1667, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232015215.23332015>
- ZHANG, J. What characterises an effective mindset intervention in enhancing students' learning? A systematic literature review. *Sustainability*, Suíça, v. 14, n. 3.811, p. 1-21, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14073811>

Autor Correspondente

Henrique César Melo Ribeiro

Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr)

Av. São Sebastião, 2819 – Nossa Sra. de Fátima, Parnaíba/PI, Brasil. CEP64202-020

hcmribeiro@gmail.com

Este é um artigo de acesso aberto distribuído
sob os termos da licença Creative Commons.

