



EDITORIAL

Caríssimos leitores, apresentamos a vocês o segundo número do décimo segundo volume da Revista Eletrônica de Ciência Administrativa – RECADM. Este é o segundo número das três edições que serão publicadas neste ano. A adoção da nova periodicidade quadrimestral resulta da necessidade em atender o crescente interesse na Revista, fruto do aumento da produção acadêmica nacional e também do reconhecimento da qualidade do trabalho desenvolvido pelo corpo de editores e avaliadores da Revista, que se reflete no número de artigos recebidos.

Estamos há pouco mais da metade do ano e já registramos número de submissões equivalente a 90% do total de artigos recebidos no último ano de 2012. Esse incremento na quantidade de submissões tem possibilitado que mantenhamos nossos austeros índices de aprovação de artigos, reflexo da incessante busca pelo aumento da qualidade e relevância da RECADM no cenário acadêmico nacional, sem fazer concessões para preencher as edições. Destaque-se ainda a notícia de que mantivemos a celeridade do processo editorial, que registra um dos menores tempos de resposta e publicação dentre as revistas nacionais da área.

A presente edição está composta de oito artigos, distribuídos por diferentes áreas temáticas. A primeira contribuição é co-autorada por Jaiane Aparecida Pereira e Maurício Reinert, que desenvolvem um estudo de caso qualitativo no Centro Incubador Tecnológico CIT/FUNDETEC a fim de analisar a influência das redes sociais sobre a inovação organizacional ao longo do tempo.

O segundo trabalho é de autoria de Márcia de Freitas Duarte e André Luis Silva e possui como foco a análise dos riscos experienciados por trabalhadores da indústria cultural. Mais especificamente, os autores analisam a trajetória de carreira de seis artesãos intitulados 'Mestres da Cultura Tradicional Popular', enfocando as experiências de risco no desenvolvimento da atividade e os fatores de proteção mobilizados por eles para lidar com essas situações.

O terceiro artigo se dedica ao desenvolvimento de indicadores para mensurar o consumo consciente da população. Com esse propósito, Minelle Enéas Silva, Alice Paz Marques de Oliveira e Carla Regina Pasa Gómez elaboraram instrumento dedicado a avaliar o comportamento consciente de consumo e realizaram aplicação do mesmo à população de Recife/PE. A análise dos autores sugere relevante associação do fator nível de escolaridade ao consumo consciente.

O artigo seguinte é de autoria de Simone Alves Pacheco de Campos, Lisiane Celia Palma, Daiane Mulling Neutzling, Luis Carlos Zucatto e Luis Antonio Slongo. Também associando questões de consumo e sustentabilidade, os autores buscam analisar a relação entre comunicação corporativa, identidade organizacional e propensão de compra por consumidores. Eles se concentram na avaliação do impacto da comunicação verde, realizada por meio das embalagens de produtos, na percepção da imagem corporativa e propensão de compra dos produtos daquela empresa pelos clientes.

O artigo quinto foi elaborado por João Carlos da Cunha, Ludmilla Meyer Montenegro, Natália Rese e Simone Crocetti e possui como foco principal a avaliação de estratégias de ensino associadas à apropriação do conceito de sustentabilidade no desenvolvimento da prática profissional. A conclusão geral é que o interesse no tema é bastante recente e as práticas encontram-se ainda em processo de construção.

No artigo sexto, Dalton de Sousa, Leandro Canton da Silva e Flávia Rezende Andrade Sousa se dedicam a analisar as relações entre confiança, valor e lealdade no varejo farmacêutico de Paranaíba. A partir de uma survey desenvolvida com



consumidores de farmácias, os autores avaliam um conjunto de hipóteses e apresentam os relacionamentos encontrados entre competência, confiança, valor e intenções de lealdade.

O sétimo trabalho foi co-autorado por Marcos Ferreira Santos, Carlos Alberto Gonçalves, Cid Gonçalves Filho e Denyse Rabelo Costa e se dedica a analisar um caso de comportamento do eleitor na escolha do candidato e do partido. Os autores elaboraram dois modelos conceituais incorporando fatores econômicos, sociais e psicológicos, e a partir de pesquisa realizada na região metropolitana de Belo Horizonte, buscam aclarar os principais elementos envolvidos no comportamento político dos eleitores.

O último artigo publicado nesta edição é de autoria de José Roberto Mota, Cláudia Rosa Acevedo, Rejane Alexandrina Domingues Pereira do Prado, Julio Araujo Carneiro da Cunha e Marli Auxiliadora da Silva. Os autores avaliaram a percepção de fumantes em relação às mensagens antitabagistas veiculadas nas embalagens de cigarros. O estudo buscou compreender como eles encaravam as imagens e lidavam com apelo emocional ao medo que elas buscavam eliciar deles.

Boa leitura a todos!

Diego Maganhotto Coraiola
Editor da RECADM