



Editorial

Joysi Moraes

Editora RPCA

jmoraes@id.uff.br<https://orcid.org/0000-0003-0133-1111>

A Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA) tem o enorme privilégio de receber artigos cada vez melhores e em uma quantidade crescente, mesmo em um período que traz muitas limitações para os pesquisadores. Neste número, são apresentados algumas destas pesquisas.

Los diferentes discursos y narrativas del futuro de trabajo (Os diferentes discursos e narrativas do futuro do trabalho), de **Julice Salvagni, Cesar Santos Brunetto, Renato Koch Colomby e Cibele Cheron**, traz uma comparação de discursos e narrativas sobre o futuro do trabalho de organizações internacionais, profissionais, sindicais, partidos políticos, empresas de consultoria e da academia, de diferentes países. Foram identificadas 35 variáveis, divididas entre os blocos Emprego, Tecnologia, Mercado e Socioeconomia. Reconhece-se que uma narrativa linear e unidimensional pode não capturar e refletir os significados heterogêneos do que é trabalhar no futuro mundo contemporâneo.

Corporate social responsibility as a determinant of tax aggressivity (Responsabilidade social corporativa como determinante de agressividade tributária), de **Lohami Rizzi Sevirino e Neyla Tardin**, analisou se as práticas de responsabilidade social corporativa e agressividade tributária são complementares, substitutivas ou não relacionadas. Os resultados mostraram uma relação de substituição entre empresas com alto grau Global Reporting Initiative e agressividade tributária quando medida pelas diferenças entre o lucro contábil e o lucro tributável (BTD), porém, essa relação torna-se complementar se medida pelo total de impostos sobre o valor adicionado (TIVA).

To bribe or to cheat? Effects of self-monitoring and gender (Subornar ou enganar? Efeitos do automonitoramento e gênero), de **Ana Carla Bon**, mostra que indivíduos com automonitoramento em níveis altos apresentam mais intenção e comportamento antiético do que os com automonitoramento baixo. Aqueles com automonitoramento mais baixos apresentam comportamentos mais consistentes com suas intenções do que os indivíduos com automonitoramento altos, sendo as inconsistências dos últimos, diferentes em relação ao gênero. Duas dimensões do construto automonitoramento - aquisitivo e protetor - foram analisadas e trouxeram evidências adicionais sobre quem suborna.

The life cycle of hedge funds (O ciclo de vida dos fundos multimercado), de **Silvia Franco de Oliveira e Caroline Abreu Fila**, mostra que os fluxos de fundos líquidos defasados, alpha atual e alpha defasado afetam, positivamente, os fluxos de fundos líquidos correntes. No entanto, ao contrário das expectativas, a amplitude do alfa influencia, positivamente, os fluxos de fundos líquidos correntes. Os resultados, também, indicam que os fluxos de fundos líquidos defasados, alpha atual, alpha defasado e idade têm uma influência negativa na probabilidade de liquidação ou fusão de fundos.

Falsos discursos mercadológicos: *greenwashing* x *bluwashing* (False market speeches: *greenwashing* x *bluwashing*), de **Taís Pasquotto Andreoli e Ana Carolina Vieira Nogueira**, discute a reação dos consumidores às peças publicitárias que contêm apelos caracterizados como *greenwashing* versus *bluwashing*. Foram realizados experimentos online em duas etapas, com monitoramento ocular (*eyetracker*). O procedimento consistiu na apresentação de uma peça publicitária fictícia, manipulada em três diferentes formatos (*greenwashing*, *bluwashing* e neutra), seguida pela resposta a um questionário. Constatou-se a capacidade de influência das práticas de *greenwashing* e *bluwashing* no comportamento do consumidor.

Introdução ao pinkwashing: representatividade e marcas engajadas (Introduction to *pinkwashing*: representativity and engaged brands), de **Pedro Gois** e **Janaynna de Moura Ferraz**, investigou como a categoria *pinkwashing* pode contribuir para uma análise crítica sobre o uso das pautas LGBTQI por marcas engajadas. O resultado indica que a categoria *pinkwashing* contribuiu para a caracterização de práticas corporativas que intentam passar uma mensagem invertida sobre sua atuação, evidenciado em uma das três marcas investigadas. Conclui-se com uma discussão sobre os limites da representatividade para as pautas sociais.

Anúncios e mídias sociais: o impacto das emoções (Advertisements and social media: the impact of emotion), de **Felipe Gerhard**, **Vanessa Saldanha Pinheiro**, **Rafaela Cajado Magalhães** e **Mizael Moreira Sales**, examinou o impacto, independente e conjunto, de apelos emocionais e quantidade de informações de anúncios publicitários veiculados em redes sociais sobre o comportamento do consumidor. Os resultados apontam que, em especial, quando o apelo negativo, como o medo, se soma a informações que ressaltam essa valência, a atitude do consumidor parece se sobressair mais do que em outras combinações.

Recursos municipais para a saúde e o controle externo: o caso do estado de Minas Gerais (Municipal health funding and external control: the case of Minas Gerais state), de **Luiza Amâncio Ferreira Duarte**, **Silvio Ferreira Júnior** e **Frederico Poley Martins Ferreira**, analisou a aplicação dos recursos próprios municipais em ações e serviços públicos de saúde, bem como os pareceres emitidos pelo tribunal de contas em relação aos municípios que não atenderam ao percentual de aplicação exigido na LC 141/2012. Dentre as evidências obtidas, constatou-se que o princípio da insignificância, adotado por alguns conselheiros do Tribunal de Contas, além de condicionar o resultado do julgamento à composição dos membros das Câmaras Deliberativas, acaba por gerar resultados dúbios que não apresentam lastro com as realidades socioeconômicas dos municípios autuados.

Fatores que impactam o desempenho logístico e suas relações com os aspectos econômicos e socioculturais (Factors that impact logistic performance and its relationships with economic and sociocultural aspects), de **Luiz Kennedy Cruz Machado** e **Antônio Carlos dos Santos**, verificou como a estabilidade política e os custos na prestação de serviços causam impacto sobre o desempenho logístico e se este interfere nos fatores econômicos e socioculturais dos países. Os resultados indicam que fatores políticos e de custos interferem diretamente no desempenho logístico dos países. Também se constatou que o bom desempenho das prestadoras de serviços logísticos contribui para uma melhora dos fatores econômicos e socioculturais dos países.

Percepções de cooperados e não cooperados em relação à dimensão social da sustentabilidade de uma cooperativa leiteira da agricultura familiar (Perceptions of cooperated and non-cooperated in relation to the social dimension of sustainability of a dairy cooperative in family agriculture), de **Evandro Tiozo** e **Geysler Rogis Flor Bertolini**, investigou se ser cooperado ou não influencia na dimensão social da sustentabilidade da agricultura familiar. Verificou-se que a cooperativa influencia, positivamente, na dimensão social da sustentabilidade dos cooperados, pois suas percepções foram positivas e significativas, estatisticamente, quando comparadas com as opiniões dos não cooperados.

Análise dos índices de inovação e os resultados recentes da balança comercial brasileira (Analysis of the innovation indices and the recent results of the Brazilian trade balance), de **Willian Ramires Pires Bezerra** e **Nelson da Cruz Monteiro Fernandes**, mostra que persistem avanços tímidos e estagnações entre os indicadores estudados como investimento em P&D, qualificação profissional, desenvolvimento de novos conhecimentos, proteção industrial, percepção do valor pela inovação. Esses dados desabonadores se reproduzem na balança comercial, todavia, rotas de solução foram aqui observadas.