

## Editorial

Neste primeiro número de 2022, a Adm.Made tem a satisfação de publicar uma seção especial sobre os desafios do trabalho digital e dois artigos de marketing. Os artigos de marketing tem perspectivas bem distintas, sendo um interpretativista, utilizando-se de netnografia e outro positivista com uso de modelagem de equações estruturais. As universidades dos autores dos artigos deste número são bem diversas: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) - Santana do Livramento e Uruguaiana; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC – Rio); Instituto Coppead de Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro - COPPEAD/UFRJ; e Universidade Nove de Julho – SP.

### Seção especial - Desafios do trabalho digital

A adoção crescente das tecnologias de informação (TICs) é um dos fenômenos contemporâneos de maior impacto para organizações, trabalhadores e a sociedade como um todo. O trabalho digital, ou o que adota significativamente as TICs para sua realização – via dispositivos móveis, aplicativos, computação em nuvem e outras tecnologias – leva, inegavelmente, a um forte ganho de flexibilidade, agilidade e autonomia. Ao mesmo tempo, o trabalho digital apresenta novos desafios e evidencia a permanência de preocupações antigas no mundo do trabalho.

A efetividade da gestão nesse contexto exige reconhecer e conhecer suas particularidades, a fim de permitir que avancemos na realização do potencial de inovação e produtividade que as TICs irradiam, bem como na superação das novas e antigas limitações às realizações humanas no trabalho.

Essa é uma questão que foi ampliada pelo cenário da pandemia do Covid-19, mas que certamente não se restringe a ele. As oportunidades e desafios das novas formas de trabalho mediadas pela tecnologia já estavam postas antes da pandemia e se aprofundaram de 2019 para cá.

Navegar a realidade do trabalho digital, lançando luz sobre as novas perspectivas que se abrem para a gestão depende de fazermos as perguntas certas e buscarmos evidências sólidas no campo. Com a seção *Desafios do trabalho digital*, a Revista Adm.Made busca contribuir para essa construção. Os artigos que a compõem tiveram suas primeiras versões apresentadas e debatidas em eventos importantes da área de Administração da Informação e, agora, são trazidos ao leitor em versões refinadas a partir dos debates nesses fóruns.

No primeiro artigo, Caroline Orth, Bibiana Cezar, Maurício Bergmann e Ariel Behr analisam as estratégias de enfrentamento adotadas por jovens profissionais que utilizam smartphones ao se depararem com o paradoxo tecnológico (contradição que existe simultaneamente em uma mesma tecnologia) da autonomia x vício. A partir dos questionamentos sobre os pontos negativos e positivos desse paradoxo, os autores identificam as estratégias de enfrentamento que diminuem os efeitos da sobrecarga do

uso de tecnologias móveis – fenômeno cada vez mais presente na vida moderna que, caso não seja adequadamente gerenciado, pode vir a se tornar uma preocupação de saúde pública.

No artigo seguinte, Marina Bandeira, Mauricius de Medeiros e Kathiane Corso apresentam a validação e aperfeiçoamento, para a língua portuguesa, da escala de mensuração dos fatores de personalidade relacionados ao *phubbing* - que é o comportamento de ignorar os demais para utilizar o *smartphone*. A pesquisa permitiu a descoberta de novas subdimensões de traços de personalidade que estão relacionadas ao *phubbing*, identificadas via análise fatorial e discutidas à luz da teoria sobre *phubbing*, gerando uma importante contribuição para o desenvolvimento de pesquisas futuras sobre o tema.

No terceiro artigo, Ricardo Elias Scholz, Luis Felipe Machado da Silva e Kathiane Corso traçam um panorama atual das pesquisas sobre technostress. Por meio de uma análise bibliométrica, os autores mostram que o tema ainda é bastante recente na literatura, com poucos autores ainda o investigando e com uma preponderância de pesquisas norte-americanas. A análise empregada permitiu a proposição de uma agenda de pesquisa na área, muito válida para o contexto brasileiro.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Isabel Costa e Elaine Tavares - Editoras da seção especial

No quarto artigo, Carolina de Oliveira Brandão, Thuanne Baptista, Roberta Dias Campos e Marcus Wilcox Hemais trazem uma perspectiva pós-colonial para o caso da influenciadora digital brasileira Camila Coelho. É um caso peculiar porque a influenciadora posiciona-se no limiar entre dois mundos, o de colonizadores e o de colonizados. É interessante examinar a forma como Camila firma-se em ambas as realidades, o que é explicado pelo processo colonial que ela vivencia.

No quinto artigo de Eduardo Roque Mangini e Gabriela Correia Santos o conceito de dissonância cognitiva do consumidor é analisado do ponto de vista dos fatores que o influenciam. Os autores criaram um modelo teórico e o testaram por meio de modelagem de equações estruturais. Os resultados mostram a influência dos constructos desconforto, comunicação e confiança para a formação da dissonância cognitiva e sua influência sobre a satisfação e conseqüentemente na lealdade do consumidor.

A todos, boa leitura!

Os Editores

