

Editorial

Em seu segundo número de 2020, a Adm.Made tem a satisfação de publicar artigos focados em Organizações e Marketing de autores de diversas instituições como: UFPE, UEM, ESPM, FGV, UMESP e UFRJ.

O primeiro artigo, *Building Effective Justice Institutions: The Challenge Of Developing Competence Management Practices*, de Isabel de Sá Affonso da Costa, Karin Merz Fernandes de Souza e Vivian Távora Raunheitti, identifica percepções de gestores de RH e servidores do Judiciário brasileiro acerca da gestão de competências nas instituições em que trabalham. A pesquisa baseou-se em dados coletados por meio de entrevistas com gestores de RH, questionários aplicados a servidores da área de Administração e também relatórios oficiais e legislações dos concursos públicos. Os resultados apontam que os gestores não revelam conhecimento profundo sobre a gestão de competências e seu impacto nos processos de RH – o que pode resultar em pouca consciência e pró-atividade nas ações dirigidas à gestão de competências, bem como em pouca eficácia das ações realizadas. Conclui-se que o compromisso das organizações do Poder Judiciário com o fortalecimento de suas missões através da gestão por competências ainda é incipiente.

No segundo artigo, *Estratégias de Transição de Carreira Interprofissão: um Estudo com Profissionais de Meia-Idade do Mercado Corporativo após a Demissão*, Rogério Teixeira de Souza, Almir Martins Vieira e Rodrigo Cunha da Silva identificam os desafios do processo de transição de carreira interprofissão involuntário e descrevem os recursos de enfrentamento adotados pelos indivíduos nesse processo. A partir de entrevistas em profundidade com seis profissionais, os autores apontam que o suporte social é o principal recurso para enfrentamento do processo de transição. Tendo em vista o contexto atual do mercado de trabalho e a realidade das carreiras sem fronteiras e proteanas, o estudo contribui com importantes insights para gestores e profissionais.

No terceiro artigo, *A influência das princesas na construção da imagem do feminino: Branca de Neve, sua estória original, suas representações nos filmes da Disney e no cinema contemporâneo*, Maria Geisiane Bezerra, Ana Paula Celso de Miranda e Olga Maria Coutinho Pépece mostraram como o significado do feminino pode ser negociado a partir de uma mesma construção cultural como a das princesas dos contos de fadas. O autoconceito ideal de uma vida de princesa mudou e com isso novos significados aparecem.

No quarto artigo, *Fruição cultural e frequência a museus: o caso do Museu de Arte Contemporânea de Niterói (MAC Niterói)*, Silvia Borges Corrêa, João Luiz de Figueiredo, Karine de Almeida Karam, Luciana Lima Guilherme e Isabella Moreira Pereira de Vasconcellos fazem uma análise de como a difusão das tecnologias digitais de comunicação e informação, e a concentração da visitação aos museus em exposições *blockbusters* transformou o ambiente em que os museus operam. O artigo descortinou as percepções, os usos e as apropriações do Museu feitos por frequentadores e não-frequentadores que mostram a importância de pensar as dimensões objetivas e simbólicas da frequência aos museus.

No quinto e último artigo, *Aberta, Irreverente e do Bem: Uma Investigação dos Discursos Slow Fashion a partir do Caso Dobra*, Maribel Suarez e Lucas Mulim analisam o movimento do *slow fashion* a partir de uma empresa, A Dobra. O artigo traz novidades ao discurso do *slow fashion* ao tratar de três temas relevantes na sua constituição: 1) Produção e Ética, 2) Design, e 3) Co-criação. A contribuição mais relevante se dá ao ampliar a dimensão co-criação, enriquecendo assim o framework do processo *slow fashion*, evidenciando a dinâmica e a natureza circular e iterativa, entre consumidores e marcas.