

## EDITORIAL

Neste momento o mundo está repensando as teorias econômicas e tentando entender porque nem capitalismo, nem socialismo, nem liberalismo, nem comunismo e outras diversas formas já aplicadas servem para exercer uma gestão adequada de países e instituições. Neste momento se fala de uma nova forma de gestão econômica focada na colaboração e na cooperação com muito mais foco nos resultados sociais do que nos financeiros, com mais foco no compartilhamento de bens do que na sua aquisição. Este é um momento ímpar para a pesquisa em Design.

Neste momento mais e mais recursos precisam ser investidos em valores intangíveis da produção, o que está fortemente ligado ao Design. O mundo digital está cada vez mais nas mãos de qualquer pessoa e o Design pode contribuir para que o que se divulga na internet em textos, vídeos e imagens reflitam a era do poder estético que estamos atravessando - a valorização do local, da construção das marcas focada no consumidor, o bom uso das informações e das cores dentro do processo de valorização do design, seja ele de produto, moda, interiores, digital ou gráfico, são imprescindíveis. Para isso, o Design precisa assumir um papel efetivo de ciência social aplicada, onde suas pesquisas devem ultrapassar os muros da universidade e tornarem-se efetivamente aplicadas. Onde o designer pesquisador deixa de ser um espectador do mercado e atua junto a ele, próximo das suas necessidades de mudança.

A nossa e-Revista LOGO tem uma proposta científica onde buscamos publicar pesquisa aplicada com resultados práticos e assim chegamos à conclusão do volume quatro com 14 artigos selecionados internacionalmente. Esse número segue a mesma característica dos demais, com oito artigos de excelência investigativa.

Três recém doutores publicam resultados de suas teses que foram avaliadas como de excelência na pesquisa em Design. O Dr. Álvaro Roberto Dias demonstra a importância da aproximação da nova publicidade com o Design a partir da semiótica discursiva analisando um comercial da Cartier, enquanto o Dr. Julio Monteiro Teixeira e seus orientandos Giuliano Vieira Benedet e Ana Paula Santo Hope destacam, através de dois estudos de caso, o uso da pesquisa informacional como requisito de projeto. De Portugal, o Dr. Fernando Oliveira com a Mestre Juliana Lima Mendonça apresenta como os diagramas e formas podem contribuir para definição visual das marcas a partir de seu DNA.

O grupo de jovens investigadores da Bahia – Brasil - capitaneados pelo Doutor Marcelo Geraldo Teixeira se dedicam, nessa época de dengue, zika vírus e chikungunya, a apresentar uma metodologia de concepção de vídeos de animação para o YouTube, tendo como estudo de caso o pequeno e famoso no América Latina Aedes Aegypti. Pensado também nos aspectos sociais e da valorização da cultura local por meio do Design, o artigo do Doutor André de Souza Luca e da mestre Valkiria Aires Viegas aborda aspectos da valorização dos recursos locais apoiados numa gestão eficiente do Design, também o Doutor Olímpio José Pinheiro e sua orientanda Sílvia Sasaoka abordam a valorização da cultura local onde investigam como o Design pode apoiar uma rede de bordadeiras e empresas de moda na construção de uma produto mais adequado às necessidades, habilidades e competências de ambos os grupos.

Também abordando a moda como Design, a Doutora Ione Bentz e o Doutor Fabio Parode constroem um diálogo muito interessante entre moda e arte inspirados nos processos criativos do estilista e designer Ronaldo Fraga. Nesta revista também muito nos orgulha de publicar artigo dos pesquisadores e amigos Doutor Luis Carlos Paschoarelli e do Doutor João Carlos Riccó Plácido da Silva,

onde o “Paschoarelli” e o “Plácido” (posso chama-los assim), juntamente com a graduanda Ana Laura Alves, apresentam uma revisão da importância das cores no processo de identidades visuais presentes no mercado, mostrando aspectos de diferenciação e valor que as cores podem agregar para as marcas.

Esses oito artigos nos orgulham muito nessa finalização de ano de 2015 e nos dão mais força para em 2016 darmos continuidade no nosso projeto de busca um Qualis CAPES melhor, lamentando que não passamos por avaliação nesse ano, mas com certeza com as citações conseguidas e a divulgação no currículo lattes de nossos excelentes autores, que são pesquisadores de altíssima qualidade, seremos muito melhor avaliados no próximo ano.

Esperamos que a e-Revista LOGO possa contribuir para esta mudança de forma de gestão que o mundo está passando, podendo apresentar teorias que fortaleçam o Design como alimentador das novas práticas econômicas globais. Tenhamos todos um 2016 com muito Design, muita pesquisa, muitos resultados e aguardamos seus artigos!

Boas leituras e ‘que a força esteja com você’.

**Luiz Salomão Ribas Gomez, PhD.**  
Editor

## EDITORIAL

At this moment, the world rethinks the economic theories and tries to comprehend why neither capitalism nor socialism, liberalism, communism, nor several other already applied forms serve to exercise a proper management of countries and institutions. Currently we speak of a new form of economic management focused on collaboration and cooperation with much more focus on social than in financial outcomes, with more focus on sharing goods than on its acquisition. This is a unique moment for research in Design.

At this moment, we need to invest more and more resources in intangible production values, which are strongly linked to Design. The digital world is increasingly in the hands of everyone. In this context, Design can contribute to what is disclosed on the Internet as text, video and images, reflecting the era of aesthetic power that we are going through. The appreciation of the local, the construction of brands focused on the consumer, the good use of information and colors within the design valorization process - be it product, fashion, interiors, digital or graphic - are essential. For this, Design must take an effective role as applied social science, where its research has to go beyond the university walls and be effectively applied. Where the designer-researcher ceases to be the spectator in the market and operates together with the market, close to the changing needs.

Our e-Journal LOGO has the scientific proposal of publishing applied research with practical results and so we came to the fourth volume with 14 internationally selected papers. This number follows the same characteristics of the others, with eight articles of investigative excel.

Three new doctors publish the results of their thesis, considered excellent in Design research. Dr. Álvaro Roberto Dias demonstrates the importance of the approach of the new advertising with Design from a discursive semiotics perspective, analyzing a commercial Cartier, while Dr. Julio Teixeira Monteiro and his mentees Giuliano Benedet Vieira and Paula Holy Hope, by two case studies, highlight the use of informational research as a project requirement. From Portugal, Dr. Fernando Oliveira and the Master Juliana Lima Mendonca present how diagrams and shapes can contribute to the visual definition of the brands' DNA.

The group of young researchers from Bahia - Brazil - led by Dr. Marcelo Geraldo Teixeira present a methodology for the conception of animated videos to YouTube with the case study *Aedes aegypti* - at that time when Brazil fights dengue, zika virus and chikungunya. Also regarding the social aspects and the appreciation of the local culture through Design, Dr. André de Souza Luca and Master Valkiria Aires Viegas address the valorization of local resources supported by an efficient management of Design. Also, Dr. Olímpio José Pinheiro and his advisee Silvia Sasaoka report the appreciation of the local culture, where they investigate Design can support a network of embroiderers and fashion companies in order to build a product best suited to the needs, abilities and skills of both groups.

Also addressing fashion as Design, Dr. Ione Bentz and Dr. Fabio Parode build a very interesting dialogue between fashion and art, inspired by the creative processes of the fashion designer Ronaldo Fraga. This journal is also extremely proud to publish the paper of the researchers and friends Dr. Luis Carlos Paschoarelli and Dr. João Carlos Riccó Plácido da Silva. In the paper, "Paschoarelli" and "Plácido" (I can call them so), along with the undergraduate student Ana Laura Alves, present a review of the importance of colors in the

process of visual identities in the market, showing aspects of differentiation and value that colors impart brands.

These eight papers makes us very proud at the end of this year of 2015. It give us more strength to give continuity to our project in 2016, aiming for a best Qualis CAPES evaluation and lamenting that the Journal did not go through Appraisal this year. We are, however, sure that with the citations and the disclosure in Curriculum Lattes of our great authors - which are highly qualified researchers - we will be much better evaluated next year.

We hope that the e-Magazine LOGO can contribute for the change in management orientation that the world is undergoing, presenting the theories that strengthen Design as feeder of the new global economic practices.

May we all have a 2016 with much Design, research and results.

We look forward to receiving your articles!

Enjoy the read and 'may the force be with you'.

**Luiz Salomão Ribas Gomez, PhD.**  
Editor