

EDITORIAL

Olá leitores,

2017 está sendo um ano bastante conturbado em todas áreas, em todos os países, para todos os credos, cores e opções. Como editor desta revista não poderia, antes de falar sobre o conteúdo deste número, deixar de apresentar A MINHA posição em relação aos fatos que estão ocorrendo no Brasil em relação à ciência e à inovação. Antes de mais nada, preciso posicionar-me perante tudo que se fala em jornais, revistas, blogs e redes sociais: acho um exagero. Tenho que concordar que a ciência no Brasil tem sido relegada a um plano no qual não merecia estar. Não saberia afirmar com exatidão se ocupa segundo, terceiro ou quarto planos. Acredito que o descaso já ultrapassou todos estes. Não há recursos e estes, quando existem, são direcionados aos “amigos” do rei. Sou prova cabal disto. Estou realizando Pós Doutorado fora do país sem bolsa e tenho vergonha de mostrar a justificativa dada pelos órgãos de fomento para que eu não tenha direito a ela (minha história - que está no lattes - contradiz os argumentos). Conduzo, não obstante, minha investigação porque sei que seus resultados farão a diferença. Além do financiamento, também me é caro relatar com resignação o Qualis recebido por nossa revista por um dos comitês de avaliação em comparação com outros periódicos; os quais, apesar de terem históricos e seguirem critérios supostamente semelhantes, obtiveram Qualis superiores ao atribuído à e-Revista LOGO – se tiverem tempo, confirmem e comparem.

Estamos, sim, em crise na ciência. Mas nem por isso deixei de acreditar nela. Publicamos há cinco anos a e-Revista LOGO. Durante esse tempo trabalhamos muito e sem nenhum tipo de apoio de agência de fomento federal (tivemos apoio da FAPESC por um único ano). Fazemos essa revista porque acreditamos que cada um deve fazer sua parte. Nunca reclamamos, sempre corremos atrás, sempre buscamos fazer o melhor possível e nunca deixar o barco afundar. Estabelecemos metas e vamos atrás delas com unhas e dentes para que elas sejam cumpridas. E sempre cumprimo-las. Nossa revista busca à exaustão excelentes

autores e artigos, isentos de viés político ou corporativista. Evidentemente somos muito bem assessorados pela Incubadora de Periódicos da UFSC, que revisa e retifica nossas edições e estratégias. À sua equipe, cabe-nos agradecer vigorosamente: muito obrigado!

Estamos, sim, em crise. A e-Revista LOGO se posiciona em prol da melhoria dos órgãos de fomento à pesquisa, do incentivo às ações de pesquisa desde seu início. Posicionamo-nos contra o corporativismo e coronelismo acadêmicos e científicos. Posicionamo-nos em prol da alternância do poder. Para finalizar, gostaria de agradecer à Comissão de Educação, Cultura e Esportes do Senado Federal que concedeu decisão terminativa a PLS 403/2013 que autoriza que as doações feitas às Universidades possam ser dirigidas a projetos específicos, descentralizando e melhorando a gestão de recurso. Vamos correr atrás destes recursos (e vamos conseguir) para melhorar ainda mais nossa e-Revista LOGO e poder oferecer ainda mais a nossos leitores.

Fora Todos!

E agora...

Vamos falar de coisa boa!

Iniciamos o segundo semestre de 2017 com muita coisa acontecendo no mercado mundial que envolve design, branding, empreendedorismo e inovação. O Brasil conhece seu melhor empreendedor, uma pessoa que consegue negociar valores estratosféricos dentro de uma estratégia de autovalorização muito bem estruturada e muitas vezes impensável pelos mais renomados empresários do mundo. Ele se utiliza de sua habilidade e competência para mover mercados e deixar o mundo embasbacado com os valores que movimenta à partir de um produto único e personificado, tornando-se marca global de sucesso. E, ao assinar um contrato de cerca de 222 milhões de euros, veste calças rasgadas e uma camiseta do Batman. Mais uma estratégia de branding que pretende construir uma tendência em cima de alguém que procura mostrar-se vesso às tradições. Estamos falando do espetacular Neymar Jr., um exemplo de empreendedoris-

mo e gestão a ser seguido por jogadores, empresários, designers e pesquisadores. Outra demonstração da mudança no mundo vem do empresário Jeff Bezos, CEO da Amazon, que por algumas horas foi considerado o homem mais rico do planeta (sem contar o Putin), ultrapassando Bill Gates e Warren Buffet. Um empresário que transformou a compra de livros (e agora de qualquer coisa) em uma experiência diferente com forte apelo no design. Nossa revista está em busca de mostrar que as experiências da academia podem, sim, basear-se em ações do mercado e vice-versa para o desenvolvimento de pesquisas aplicadas sérias e de qualidade. Este número reflete isso.

Neste número temos, conforme o planejado, mais seis artigos de diversas instituições do país e, como em todos nossos números nos últimos 4 anos, de fora do país. Da Europa recebemos um artigo sobre a importância da gestão de design nas mídias sociais para uma melhor comunicação das marcas com os consumidores, escrito pela Doutora em Lancaster e professora da Universidade Europeia, Sara Gancho. Seguindo a linha de gestão do design, apresentamos o artigo dos pesquisadores Gabriel Gallina e do amigo Felipe Campelo. Os pesquisadores mostram o valor do designer como articulador na discussão das estratégias das empresas a partir do instrumento Way to Grow, criado pelo famoso estúdio IDEO. Também o professor Marco Ogê Muniz trata de gestão do design ao disponibilizar em seu artigo uma experiência de sala de aula com estudantes da UNIVALI na disciplina de gestão. O relato oferece o resultado do prêmio Ratel que foi inspirando no exercício realizado pela professora de criatividade e inovação da Universidade de Stanford, Tina Seeling.

Seguindo na linha educacional, os Doutores Daniel Fritzen Correia e Anderson Dallefe, da SATC, exibem como novas práticas, metodologias e ferramentas inovadoras podem contribuir para um resultado mais efetivo e amigável em disciplinas iniciais da graduação. Por falar em inovação, o artigo dos pesquisadores Andreia Mesacasa, Doutora Virginia Borges Kistmann e Alex Ferraresi apresenta e discute uma comparação entre Inovação Tradicional e Design Driven Innovation, alcançando resultados interessantes da participação do Design nas duas metodologias. Por fim, nesta revista achei muito importante publicar um artigo meu, também avaliado por pares, com os dois colegas pesquisadores – Daniele

Warken e Renato Rodrigues – sobre um projeto que acaba de ser premiado pela ONU como iniciativa inovadora brasileira de Boas Práticas Urbanísticas, onde apresentamos o histórico de criação e a metodologia de funcionamento da pré-incubadora Cocreation Lab; a qual funciona no distrito criativo Centro Sapiens, em Florianópolis.

Mais uma vez trazemos um número repleto de artigos excelentes que esperamos que possam auxiliar pesquisadores. Além disso, a publicação é instrumental na divulgação da integração entre design, tecnologia e gestão, demonstrando a importância da pesquisa científica e acadêmica para o fortalecimento da inovação e do empreendedorismo no Brasil e no mundo. Apostamos nisso e precisamos do seu apoio para podermos ampliar nossas chances de ganhar.

Boa Leitura

O Editor

EDITORIAL

Dear readers,

We started the second half of 2017 with much happening that involves design, branding, entrepreneurship and innovation in the world market. Brazil gets to know its best entrepreneur, a person who can negotiate stratospheric values within a very well structured strategy of self-valorization, which was also unthinkable by the most renowned executives in the world. He used his ability and competence to move markets and leave the world baffled by the values he moves from a single, personified product, becoming a global brand of success. By signing a contract worth around 222 million euros, he wears ripped pants and a Batman T-shirt. Another branding strategy that intends to build a trend over someone who seeks to show up against traditions. We are talking about the spectacular Neymar Jr., an example of entrepreneurship and management to be followed by other players, entrepreneurs, designers and researchers. Another demonstration of the change in the world comes from entrepreneur Jeff Bezos, CEO of Amazon, who for some hours was considered the richest man on the planet (not counting Putin), overtaking Bill Gates and Warren Buffet. An entrepreneur who has turned the purchase of books (and of anything, most recently) into a different experience with strong design appeal. Our journal seeks to show that the experiences of the academy surely can be based on market actions and vice versa for the development of serious and quality applied research. This number reflects this.

In this issue, we have six more articles from various institutions in the country and, as in all our numbers in the last 4 years, from outside the country – just as planned. From Europe, we received an article on the importance of design management in social media for better brand communication with consumers, written by the Doctor in Lancaster and professor at the European University, Sara Gancho. Following the line of design management, we present the article

by the researchers Gabriel Gallina and Professor Felipe Campelo. The researchers show the value of the designer as an articulator in the discussion of company strategies from the Way to Grow instrument created by the famous IDEO studio. In addition, Professor Marco Ogê Muniz deals with design management by providing in his article a classroom experience with UNIVALI students in the management discipline. The report is the result of the Ratel award that was inspired by the exercise of Tina Seeling, Stanford University's Professor of creativity and innovation.

Following in the educational line, Professors Daniel Fritzen Correia and Anderson Dallefe of SATC show how new practices, methodologies and innovative tools can contribute to a more effective and friendly result in initial undergraduate projects. Speaking of innovation, researcher Andreia Mesacasa, Professor Virginia Borges Kistmann and Alex Ferraresi present and discuss a comparison between Traditional Innovation and Design Driven Innovation, achieving interesting results of Design's participation in both methodologies. Finally, in this magazine I found it very important to publish an article written by myself – which was also peer-reviewed – with two fellow researchers, Daniele Warken and Renato Rodrigues. The article presents a project that has just been awarded by the UN as an innovative Brazilian initiative of Good Urban Practices. We present the creation history and operating methodology of the Cocreation Lab pre-incubator that operates in the Creative District Centro Sapiens in Florianópolis.

Once again, we bring a number of excellent articles that we hope will help researchers. Notwithstanding, the publication is instrumental in spreading the integration between design, technology and management, demonstrating the importance of scientific and academic research to strengthen innovation and entrepreneurship in Brazil and in the world. We bet on this and we need your support so we can increase our chances of winning.

With wishes of a pleasant reading,

Editor