

EDITORIAL

Olá

Bitcoin, Disney compra a Fox, Star Wars, Embraer e Anitta, final de ano agitado com muitos acontecimentos dentro e fora do Brasil no que diz respeito a branding, inovação, design e empreendedorismo. Voltamos a aprender empreendimento fora do eixo acadêmico com a estratégia de marketing da cantora Anitta, que na última semana do ano está no top 10 da revista Billboard à frente de Eminem, Snoop Dog e Lady Gaga, entrando no mercado americano com a força que muitos artistas brasileiros tentaram e nunca conseguiram. Usou o ritmo certo, o idioma certo e hora ideal para entrar no time dos grandes. Como os Simpsons já tinham anunciado em 1998 a Disney comprou a divisão de entretenimento da FOX acirrando a briga pelo mercado de streaming com a Netflix e a Amazon (de novo Jef Bezos, que agora se afirma por mais tempo como o mais rico do mundo), tudo isso num mundo que está revendo o conceito de dinheiro com as Bitcoins, ou melhor com a tecnologia Blockchain.

Dados, dados, dados, é assim que a vida funciona atualmente, mais importante que o valor financeiro dessas criptomoedas são as facilidades que elas vão nos gerar nos próximos anos agilizando os processos cotidianos, desde fazer o café da manhã até realizar viagens espaciais. Porém, esses dados precisam de tratamento adequado que o design pode dar para que as informações possam ser úteis a qualquer pessoa, leiga ou expert. Falando em viagens espaciais, não podemos deixar também de lembrar do sucesso/fracasso do último filme da saga Star Wars que estreou no mundo todo no mês de dezembro. Em “Os últimos Jedi” parece que não acertaram a mão e os argumentos de UX utilizados no filme estão sendo muito criticados (falta de som por 10 segundos virou uma eternidade e uma reclamação nos cinemas). Só pra terminar e voar um pouco mais baixo não podemos esquecer de uma das empresas mais inovadoras do Brasil que está sendo cobijada pela gigante da aviação Boeing, a EMBRAER é nosso orgulho como marca, no design, na sua história empreendedora isso sem falar na inovação que disponibiliza para o mundo todo em tecnologia aeronáutica. Ufa! Foi uma ano que vai ser difícil esquecer.

Para a e-Revista LOGO não foi diferente, será um ano inesquecível, agora temos DOI. Desde o último número conseguimos nossa certificação DOI e todos nossos artigos, desde o primeiro volume podem ser encontrados na plataforma DOI no endereço <https://doi.org/10.26771/e-Revista.LOGO>. Foi uma tarefa difícil que agradeço a todos os envolvidos na obtenção desse registro: Naiane Salvi, Amanda Queiroz Campos, Hécate Torres-Angenot, Luiza Trevi e o amigo Maurício Manhães. Esse parece um passo pequeno mas pra nós, é mais um em busca de reconhecimento internacional de excelência em divulgação científica nas áreas de Design, Branding, Empreendedorismo e Inovação. Também esse ano tivemos nosso primeiro número especial, coordenado pelas professoras Marília Matos Gonçalves e Luciane Fadel, apresentando os melhores artigos do Interaction South America (ISA 2017) realizado em Florianópolis. Por último, mas não menos importante, cabe-nos falar do Projeto que a e-Revista LOGO capitaneou de criação de um Mestrado Profissional em Inovação e Empreendedorismo que foi aprovado na UFSC e aguarda a autorização de funcionamento pela CAPES, tendo previsão de início para agosto de 2018. Uma proposta inovadora onde a dissertação será substituída por um projeto de inovação e/ou empreendedorismo com ênfase em Design, Gestão e Tecnologia.

Neste número temos, novamente conforme o planejado, mais 6 artigos de diversas instituições brasileiras e estrangeiras. Dois trios internacionais, um de Portugal dos professores Doutores Américo Mateus e Susana Leonor junto com a Doutoranda Sofia Martins e outro dos autores Affonso Orciuoli (Espanha), Effimia Giannopoulou (Grécia) e o Dr. Paulo Baquero (Colômbia), nos apresentam artigos sobre a realidade do mundo nessa nova revolução industrial que estamos vivendo, dando força para a nova realidade da economia mundial focada no empreendedorismo das start ups e nas tecnologias makers. O artigo do Carlos Davi Matiuzzi, da Fernanda Pandolfo e do Dr. Márcio Walber mostra o sucesso de uma aplicação prática e efetiva das metodologias de Design no mercado de eletroportáteis no Brasil, mais uma vez mostrandto a importancia da aproximação da pesquisa científica e acadêmica com a realidade profissional.

Completando esse número três artigos que focam no Design de Moda, o primeiro abordando metodologias projetuais no design contemporâneo de leques escrito pelos pesquisadores Michael Garcia Rocha, Dr. Cláudio Roberto Y Goya da UNESP, nesse mesmo viés as pesquisadoras da UNIVALI, Lucia Natalia Borges Laste, Dr^a Ana Paula Lisboa Sohn e Marina Araújo Teixeira Rios anali-

sam a produção de design autoral na região do Vale do Itajaí com foco no slow fashion. Falando também de moda mas com um aspecto mais focado no lado comercial a Mestre Patrícia Cecatto e a Dr^a. Sandra Borsoi, fazem uma análise da importância do ponto de venda para as marcas de moda no mundo todo.

Com este número, que tem artigos de mais de 15 instituições de pesquisa e desenvolvimento do país e do exterior, esperamos contribuir com as suas pesquisas e com a divulgação da importância do trabalho conjunto entre a academia e o mercado; buscando a construção da inovação por meio do empreendedorismo tendo como pilares o design, a tecnologia e a gestão de qualidade pensadas juntas. Convido a todos para aproveitar esse momento de redução do ritmo de trabalho – pois sei que vocês não param – para ler nossos artigos e preparar o seu artigo para nossos próximos números.

Boa leitura, divirtam-se e um feliz 2018,

O Editor.

EDITORIAL

Hello.

Bitcoin, Star Wars, Embraer, Anitta, Disney buys FOX. The end of the year was busy, with many events inside and outside Brazil regarding branding, innovation, design, and entrepreneurship. Once again we learn from entrepreneurship outside of the academic sphere. The marketing strategy of the singer Anitta placed her in the top 10 of Billboard magazine in the last week of 2017. She outstripped Eminem, Snoop Dog, and Lady Gaga, entering the American market with a strength that many Brazilian artists have never succeeded. She used the right rhythm, the right language and the ideal time to join the great. As the Simpsons had already announced in 1998, Disney bought FOX's entertainment division stirring up the fight over the streaming market with Netflix and Amazon (Jef Bezos remains as the richest in the world). All this in a world that is reviewing the concept of money with Bitcoins, or rather with Blockchain technology.

Data, data, data. That is how life works today. More important than the financial value of these crypto-coins are the facilities they will generate in the coming years, streamlining everyday processes, from breakfast to space travel. However, these data need the appropriate treatment that design can provide so that the information can be useful to anyone, layperson or expert. Speaking of space travel, we cannot fail to remember the success/failure of the last movie in the Star Wars saga that debuted worldwide in December. In "The Last Jedi" it seems that they did not hit the hand. The UX arguments used in the film are being quite criticized (the lack of sound for 10 seconds became an eternity and was a frequent complaint in theaters). Finally, and back to this orbit, we cannot forget one of the most innovative companies in Brazil. EMBRAER is being coveted by the aviation giant Boeing. The Brazilian company is our pride due to its brand, design, and entrepreneurial history, not to mention the innovation it makes available to the world in aeronautical technology. Wow! 2017 was a year that will be hard to forget.

For the e-Journal LOGO, it was no different. It will be an unforgettable year. We now have DOI. Since our last issue, we have obtained our DOI certification, and

all our articles from the first volume can be found on the DOI platform [<https://doi.org/10.26771/e-Revista.LOGO>]. It was a difficult task. Therefore it is with gratitude that we thank all those involved in obtaining this achievement: Naiane Salvi, Amanda Queiroz Campos, Hécate Torres-Angenot, Luiza Trevi, and the friend Mauricio Manhães. This may seem a small step, but for us, it is one more step towards international recognition of excellence in scientific dissemination in the areas of Design, Branding, Entrepreneurship, and Innovation.

Furthermore, this year we had our first special issue edition. It was coordinated by the Professors Marilia Matos Gonçalves and Luciane Fadel and presented the best articles of Interaction South America (ISA 2017) held in Florianópolis. Last but not least, it is worth mentioning the project that the e-Journal LOGO preceded: the creation of a Professional Master's Degree in Innovation, and Entrepreneurship. The Program was approved to be held at UFSC and awaits the authorization of CAPES to operate. It should begin in August 2018. It has an innovative proposal where an innovation or entrepreneurship project with emphasis on Design, Management, and Technology will replace the traditional dissertation.

In this issue, we have again as planned six articles from various Brazilian and foreign institutions. Two international trios comprise this edition. One of them comes from Portugal by Professors Américo Mateus and Susana Leonor with Ph.D. candidate Sofia Martins. The second paper is by authors Affonso Orciuoli (Spain), Effimia Giannopoulou (Greece) and Dr. Paulo Baquero (Colombia). The articles approach the reality of the world in this new industrial revolution, strengthening the reality of the world economy focused on the entrepreneurship of startups and technologies makers. The article by Carlos Davi Matiuzzi, Fernanda Pandolfo, and Dr. Márcio Walber presents the success of an effective application of design methodologies in the small appliances market in Brazil, once again showing the importance of the approximation of scientific and academic research with the professional reality.

Completing this issue three articles focus on fashion design. The first one approaches design methodologies in the contemporary design of fans with the authorship of Michael Garcia Rocha and Dr. Cláudio Roberto Y. Goya of UNESP. In this same bias, the researchers from UNIVALI, Lucia Natalia Borges Laste, Dr. Ana Paula Lisboa Sohn, and Marina Araújo Teixeira Rios, analyze the production of authorial design focused on the slow fashion in the region of the Itajaí Valley.

Referring also to fashion, but with a more focused aspect on the commercial side, M.A. Patrícia Cecatto and Dr. Sandra Borsoi analyze the importance of the point of sale for fashion brands worldwide.

This issue contains more than 15 papers of research and development institutions in Brazil and abroad. With that, we hope to contribute to the research and dissemination of the importance of the collaboration between academia and market. Both spheres should work together in the construction of innovation through entrepreneurship, design, technology, and quality management. I invite you to enjoy the quietness of the holidays for reading our selection of articles and for preparing an article of your own to comprise our future editions.

I wish you a good reading. May you have fun and enjoy a happy 2018,

The Editor.