

Hello readers!

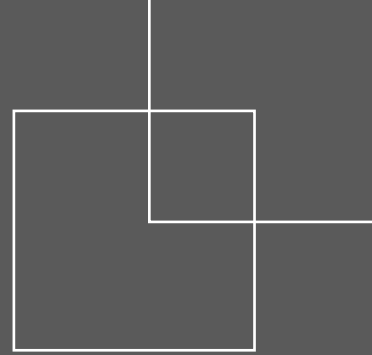
The year of 2019 has started with big promises of changing. For the e-Journal, LOGO could not be different. It is always a big challenge maintain a journal running with high quality, respecting the precepts of ethics and scientific responsibility with the goals to improve, with modesty, the increment of the research area in our country. But, the challenge is already our second name. If we were not passionate about them, we have not arrived here where we are.

It is because of that, that in 2019 we launched huge goals. One of them is the independence of our journal. We want that it grows as an institution, exceeding the abilities, dedication, and actuation of our team. We want that the e-Journal perpetuates and be among the bests of the country. For this, nothing better than bringing the betters with us. For that reason, we count with the best authors, the best revisors and the best readers. It is not true?

It was thinking about this, that we present to you our first number of e-Journal LOGO from 2019. In this edition, we walk between the main important areas of our interest: the design, the innovation, and the entrepreneurship. We reinforce this way our focus and also deepen the footprint we leave on this tortuous, but rewarding, path of science.

The first number of 2019, as well, it is open with the authors Sara Gancho and Monique Gasparelli bringing from Portugal an exploration on innovation to enterprises from the biases of Design Thinking and Design Management as a strategy to overcome competition. Making use of the design in a company, no matter which size, has become a strategic necessity to guarantee the best results and the organization's sustainability in front of the dimension of the opportunities and offers.

Following that, the authors from our University Roger Costa Pellizzoni, Ildo Francisco Golfetto, and Francisco Antonio Pereira Fialho approach



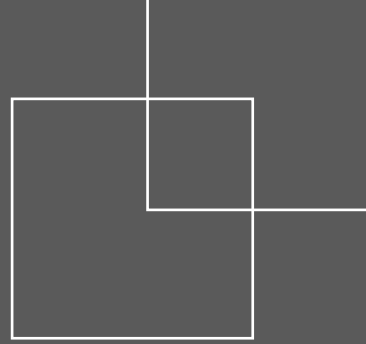
the innovation from the perspective of the ultra centennial industries. The authors recognize the difficulties of provoking changes in these organizations with such experience but instigate the need to innovate to remain competitive and autonomous in the expansion of markets.

The third paper presents the work of the authors José Otávio Klein and Thomas Germano Battesini Teixeira, from the University of Passo Fundo. Their work brings a view on entrepreneurship from the design approach in the northern region of Rio Grande do Sul (Brasil). The intention of the authors is to present the growth in the absorption of qualified professionals in design, as well as the growing need of the market to maintain a constant level of updating and transformation.

And about the renewal of the markets, the authors Cariane Weydmann Camargo, Inaraí Trentini Trombini and Karine Freire construct a discussion about social innovation from the movement that proposes to rethink the conscious consumption of clothing and its manufacturing processes, minimizing waste and exploration. In focus since 2013, the Fashion Revolution movement is the theme of the fourth paper of this edition.

In the same perspective from design and fashion, the work of the authors, Silene Seibel and Stefanie Cristine Araújo, from University of the State of Santa Catarina, discuss the production engineering applied to the fashion industry, presenting the advantages of using Lean Manufacturing processes, guaranteeing greater optimization in production processes and reduction of costs and wastes.

And to close this number with a golden key, we present the paper of Diego Normandi Maciel Dutra and Cibele Haddad Taralli, from the University of São Paulo, with an important application of the design for inclusion. The paper titled as "For everyone see: a resource for integration and inclusion", presents a tool developed by the authors in a P.h.D. research that promotes the access to media content available on the Web by people with disabilities. A result is a tool of high social and design values.



The wide thematic variety of the paper selected is expressive of the wide range of design as a scientific and applied field. As Gui Bonsiepe (2012, p.19) argues, “unlike other university disciplines, design [...] aims at the practices of everyday life.” The science of design is oriented to generate scientific knowledge from and to practice in projects. We hope that the future pages will enable designers and researchers to continue contributing to research and development in the field of design in Brazil.

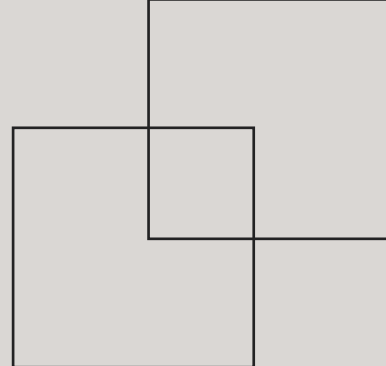
Have a good reading!!!

Naiane Cristina Salvi

Amanda Queiroz Campos

Luiz Salomão Ribas Gomez

And all the members of the e-Journal LOGO.



Olá leitores!

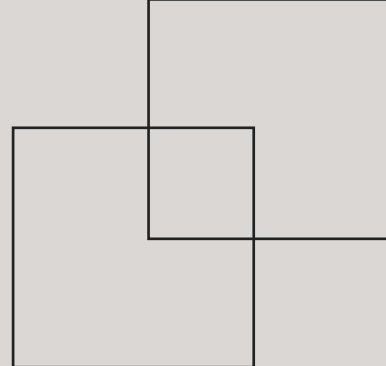
O ano de 2019 começou com muitas promessas de mudança. Para a e-Revista LOGO não poderia ser diferente. É sempre um grande desafio manter um periódico de qualidade, respeitando os preceitos da ética e responsabilidade científica com o intuito de acrescentar, com modéstia, incremento para a pesquisa em nosso país. Mas, desafio já é o nosso segundo nome. Se não fossemos apaixonados por eles, não teríamos chegado até aqui.

É por isso que em 2019 nós lançamos grandes metas. Uma delas é a autonomia e a independência da nossa revista. Que ela cresça como uma instituição, ultrapassando as habilidades, dedicação e atuação de nossa equipe. Queremos que ela cresça, perdute e que ela esteja entre as melhores do país. Para isso, contamos com os melhores autores, revisores e leitores. Nada é melhor do que trazer os melhores conosco. Não é mesmo?

Foi pensando nisso que lhes apresentamos o primeiro número da nossa e-Revista LOGO de 2019. Nele transitamos pelas áreas que constróem o nosso principal interesse: o design, a inovação e o empreendedorismo. Com isso, reforçamos o nosso foco e também aprofundamos a pegada que deixamos neste caminho tortuoso, mas gratificante, da ciência.

Abrimos o número com as autoras Sara Gancho e Monique Gasparelli que trazem de Portugal uma exploração do tema inovação em empresas a partir dos vieses de Design Thinking e Gestão de Design como estratégia para superar a concorrência. Utilizar o design em uma companhia, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, tornou-se uma necessidade estratégica para garantir bons resultados e a sustentabilidade das organizações diante de uma imensidão de oportunidades e ofertas.

Em seguida, os autores da casa Roger Costa Pellizzoni, Ildo Francisco Golfetto e Francisco Antonio Pereira Fialho, abordam a inovação na



perspectiva das indústrias ultra centenárias. Os autores reconhecem as dificuldades de provocar mudanças nestas organizações com tamanha experiência, mas instigam a necessidade de inovar para se manterem competitivas e autônomas na expansão de mercados.

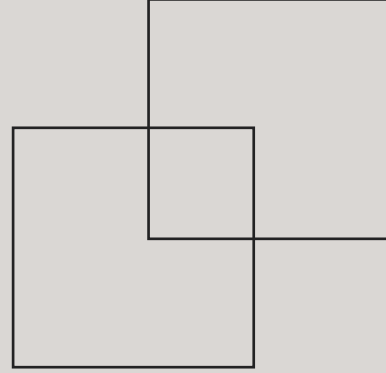
O terceiro artigo apresenta o trabalho dos autores José Otávio Klein e Thomas Germano Battesini Teixeira e sua visão sobre o empreendedorismo a partir da abordagem de design na região norte do Rio Grande do Sul. A intenção dos autores é apresentar o crescimento na absorção de profissionais qualificados em design, bem como a crescente necessidade do mercado de manter nível constante de atualização e transformação.

E sobre a renovação dos mercados, as autoras Cariane Weydmann Camargo, Inaraí Trentini Trombini e Karine Freire constroem uma discussão sobre inovação social a partir do movimento que propõe repensar o consumo consciente de roupas e seus processos de fabricação, minimizando desperdícios e a exploração. Em voga desde 2013, o movimento Fashion Revolution é tema do quarto artigo desta edição.

Na mesma perspectiva do design de moda, o trabalho das autoras Silene Seibel e Stefanie Cristine Araújo, da Udesc, trata da engenharia de produção aplicada à indústria de moda, apresentando as vantagens da utilização dos processos Lean Manufacturing, garantindo maior otimização nos processos de produção e redução de custos e desperdícios.

Para fechar com chave de ouro apresentamos o trabalho de Diego Normandi Maciel Dutra e Cibele Haddad Taralli, da USP, com um importante uso do design para a inclusão. O trabalho intitulado “Para todos verem: recurso para integração e inclusão”, apresenta uma ferramenta fruto de uma pesquisa de doutorado que oportuniza a acessibilidade a conteúdos midiáticos disponíveis na Web por pessoas com deficiência. O resultado é uma ferramenta de alto valor social e de design.

A ampla variedade temática dos artigos selecionados é expressiva da também vasta atuação do design como campo científico e aplicado. Como defende Gui Bonsiepe (2012, p.19) “ao contrário de outras disciplinas



universitárias, o design [...] visa às práticas da vida cotidiana”. A ciência do design orienta-se em gerar conhecimentos científicos a partir e para a prática em projetos. Esperamos, assim, que as futuras páginas possam nutrir designers e pesquisadores para que continuem contribuindo para a pesquisa e o desenvolvimento no campo do design no Brasil.

Boa leitura!!!
Naiane Cristina Salvi
Amanda Queiroz Campos
Luiz Salomão Ribas Gomez - editor chefe
Toda a equipe e-Revista LOGO.