

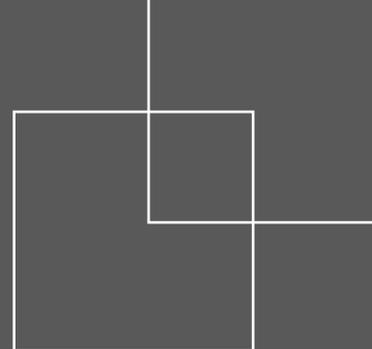
Hello researcher,

In the last editorial I was very succinct, wondering that soon the pandemic would pass and we would have more time to talk and exchange ideas. However, nothing has changed, in fact it only got worse, we have been at home in Brazil and around the world since March. We reached more than 25 million cases and more than 800 thousand deaths (officially) at the end of August, this is very sad. Certainly, this is the time to think, reflect and create new research ideas, which will allow us to make a better world. At least for me and for the team of the e-Journal LOGO it was like that.

This time I will go a little further in our editorial already programming a NEW NORMAL where our research will be more valued and subjects such as innovation, design, entrepreneurship and branding will, every day, become very important for the daily lives for people and companies, leading to Universities and us researchers to devote much more time to produce positive results for the new world that lies ahead of us. This edition of our magazine already shows this vision clearly.

In this new edition we have 6 articles of the highest quality, three of them with themes directly related to innovation and design as a strategy for improving marketing activities. From the article coming from Portugal by Professor Fernando Oliveira and his supervisor Susana Pereira who discuss methodologies for defining dissemination strategies and access to museum sites, through the UFAM article by researchers Bruno Santos and Claudete Ruschival who discuss a new innovation model from design management, as well as researcher Glaucia Ferro and Ana Leocádia Brum from Brazil Design Center demonstrate the importance of Design Thinking as a tool for strategic innovation and marketing planning.

A little more assumed of the innovation and design processes but without losing the perspective in the importance of design for the development of new businesses and products we have three articles

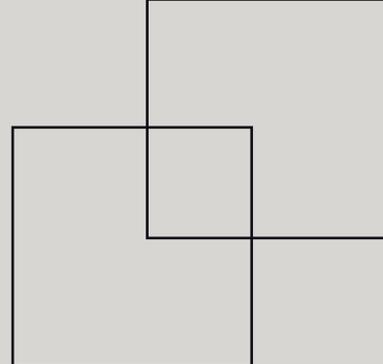


from the south of Brazil. The first from UFSC, where researchers Genilda Araújo and Lisandra Vergara present a new tool in Canvas format for visual validation of the value proposal from the user experience. Also focused on user experience, researchers Toneto, Rosa, Costa and Tarouco from Rio Grande do Sul evaluate how it influences the evaluation of innovative products. Finally, UEL has an article that presents guidelines for the development of brand positioning in the fashion industry written by researchers Seila Preto, Antônio Barizon and Rosane Martins.

Hoping that “what is rightfully ours¹”, a fair, human and healthy society appears after this pandemic, changing people’s minds and especially our government, we continue to do our part by strengthening science and making ourselves available to change the world!

Wakanda forever
The Editor

1 wakanda (quicongo) = what is rightfully ours



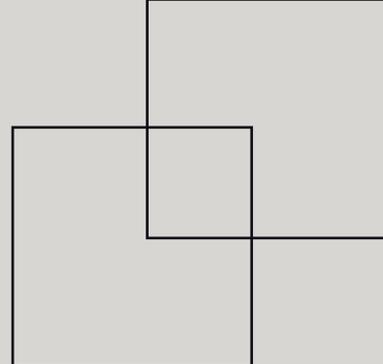
Olá pesquisador,

No editorial passado fui muito sucinto imaginando que logo a pandemia iria passar e teríamos mais tempo para conversarmos e trocarmos ideias. Porém, nada mudou, aliás só piorou, estamos desde março em casa no Brasil e no mundo todo. Chegamos a mais de 25 milhões de casos e mais de 800 mil mortos (oficialmente) neste final de agosto, isso é muito triste. Com certeza usamos esse tempo para pensar, refletir e formatar novas ideias de pesquisas, que possam fazer um mundo melhor. Pelo menos para mim e para o time da e-Revista LOGO foi assim.

Desta vez vou me alongar um pouco mais em nosso editorial já programando um NOVO NORMAL onde nossas pesquisas serão mais valorizadas e assuntos como inovação, design, empreendedorismo e branding farão, cada dia mais, muita importância para o cotidiano das pessoas e empresas, levando a Universidades e nós pesquisadores a dedicar muito mais tempo para produzir resultados positivos para o mundo novo que vem por aí. Este número de nossa revista já mostra essa visão claramente.

Temos, neste número com 6 artigos de altíssima qualidade, três deles com temas ligados diretamente a inovação e design como estratégia de melhoria de atividades mercadológicas. Desde o artigo vindo de Portugal do Professor Fernando Oliveira e sua orientanda Susana Pereira que discutem metodologias para definição de estratégias de divulgação e acesso a sites de museus, passando pelo artigo da UFAM dos pesquisadores Bruno Santos e Caludete Ruschival que discutem um novo modelo de inovação a partir da gestão do design, assim como as pesquisadora Glaucia Ferro e Ana Leocádia Brum do Brazil Design Center demonstram importância do Design Thinking como ferramenta para inovação estratégica e planejamento de marketing.

Um pouco mais afastado dos processos de inovação e design mas sem perder o viés na importância de design para o desenvolvimento de novos negócios e produtos temos três artigos do sul do Brasil. O



primeiro da UFSC onde as pesquisadoras Genilda Araújo e Lisandra Vergara apresentam uma nova ferramenta em formato Canvas para validação visual de proposta de valor a partir da experiência do usuário. Também focado em experiência do usuário os pesquisadores da Toneto, Rosa, Costa e Tarouco do Rio Grande do Sul avaliam como ela influencia na avaliação de produtos inovadores. Por último, da UEL vem um artigo que apresenta guidelines para desenvolvimento de posicionamento de marcas na indústria da moda escrito pelos pesquisadores Seila Preto, Antônio Barizon e Rosane Martins.

Torcendo muito para que “o que é nosso de direito¹”, uma sociedade justa, humana e saudável aconteça depois dessa pandemia, mudando a cabeça das pessoas e principalmente de nossos governantes, continuamos fazendo nossa parte fortalecendo a ciência e nos colocando a disposição para mudar o mundo!

Wakanda forever
O Editor

1 wakanda (quicongo) = o que é nosso de direito