

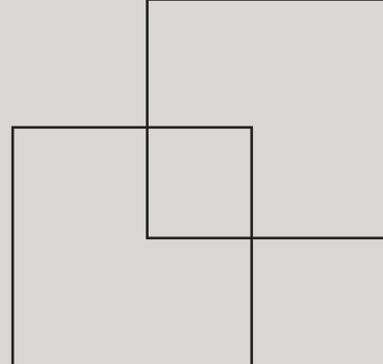
Hello researcher,

The LOGO e-Journal, in this first edition of 2021, reaches its 10th volume. There are 22 issues and 146 articles published. We kept our purpose firm, despite the many obstacles, of making a difference and always the best. In this edition, we bring good news. The LOGO e-Journal has never received as many submissions as we have received in recent months. This volume of submissions makes us immensely grateful and happy for our work's perpetuation and for the confidence we receive in each deposit of authors concerned with disseminating their research. However, we lack arms. In the constant urge to do our best, we chose to again keep our feet on the ground and hold the number of articles published in this issue. Thus, we know that we are delivering the selection of the best articles, as we have always done.

In this short issue, we present articles by great researchers. We opened the issue with the PhD. Nelson Pinheiro Gomez, from the University of Lisbon, who presents us with his semiotic look from the communication of brands, analyzing the expressions and meanings involved in campaigns that help us to understand their narratives. Then, PhD Clarissa Martins Alves Lopes and Daniel Gonçalves Lopes, both from FVG, present an applied study on capturing and interpreting trends from an anthropological approach, making a symbiosis with the design area. From the Universidade do Estado de Santa Catarina, the authors Sibebe Seibel and Nicole Brot Prados discuss the concepts and impacts of marketing from the perspective of 'No Brand' brands. Moreover, to close this issue, we bring an analysis of the teaching materials developed and used by the VAMOS program, observing them from the perspective of usability, legibility and ergonomics, as well as their contents and interpretation.

We wish you all an excellent reading!

The e-Journal LOGO Team



Olá pesquisador,

A e-Revista LOGO, nesta primeira edição de 2021, chega ao seu volume 10. São 22 números, e 146 artigos publicados. Mantivemos firme, apesar dos muitos percalços, o nosso propósito de fazer a diferença e sempre o melhor. Nesta edição, trazemos boas notícias. A e-Revista LOGO nunca recebeu tantas submissões como temos recebido nos últimos meses. Este volume nos deixa imensamente gratos e felizes pela perpetuação dos nossos trabalhos e pela confiança que recebemos a cada depósito de autores preocupados em disseminar suas pesquisas. Mas, nos faltam braços. Na ânsia constante de fazer o melhor, optamos por novamente, manter o pé no chão e segurar a quantidade de artigos publicados neste número. Assim, sabemos que estamos entregando a seleção dos melhores artigos, como sempre fizemos.

Neste número enxuto, apresentamos artigos de grandes pesquisadores. Abrimos o número com o PhD. Nelson Pinheiro Gomez, da Universidade de Lisboa, que nos presenteia com seu olhar semiótico a partir da comunicação de marcas, analisando as expressões e os significados envolvidos em campanhas que auxiliam na compreensão de suas narrativas. Em seguida, PhD Clarissa Martins Alves Lopes e PhD Daniel Gonçalves Lopes, ambos da FVG, apresentam um estudo aplicado sobre a captação e interpretação de tendências a partir de uma abordagem antropológica, fazendo uma simbiose com área de design. Da Universidade do Estado de Santa Catarina, as autoras Sibebe Seibel e Nicole Brot Prados discutem sobre os conceitos e os impactos do marketing sob a perspectiva de marcas No Brand. E para encerrar este número, trazemos uma análise sobre os materiais didáticos desenvolvidos e utilizados pelo programa VAMOS, observando-os sob a ótica de usabilidade, legibilidade e ergonomia, bem como, seus conteúdos e interpretação.

Desejamos a todos uma excelente leitura!

Time e-Revista LOGO