

Prezados Leitores, saudações acadêmicas.

Com extrema alegria podemos dizer que conquistamos a sintonia temporal! Foi difícil sim, mas com apoio de todos vencemos cinco anos em cinco meses e ante de pensarmos em relax, temos que nos esforçar e contamos com cada um de vós, geniais leitores – e autores e avaliadores – para mantermos a base conquistada. A meta agora é fecharmos 2020 com uma edição especial. Vamos tentar: como dizem #tamosjuntos.

Antes de passarmos para novos desafios, compete olhar o âmago da atual edição que contempla autores de seis estados diferentes do Brasil, registrando o esforço em ampliar a visibilidade da **Revista dos Mestrados Profissionais (RMP)** no nosso meio e na maior gama de instituições e programas acadêmicos e profissionais.

Neste primeiro número do volume 9, o primeiro artigo remete à bela Porto Alegre e a seu *Pop Center* buscando compreender a experiência de compras de seus clientes. O *survey* levado a cabo identifica dez pontos de contato na experiência de consumo no âmbito do contato com o cliente em distintos momentos da jornada de consumo propiciando a proposição de ações estratégicas.

Seguindo ainda a linha vital do Marketing, o segundo artigo analisa a partir do escopo da Internet e de sua mediação comportamental e das influências, no aspecto do marketing viral. A investida se materializa via um estudo quantitativo-descritivo e ressalta a preponderância do *smartphone* e o empoderamento do consumidor tipificado como jovem.

Mudando o foco funcional, o terceiro artigo da edição nos remete à área de estratégia e à perspectiva, cada vez mais presente, da colaboração, mesmo entre concorrentes se necessário, fazendo surgir o conceito de coopetição. Ato contínuo, o exemplifica de forma consistente em uma cooperativa de compras da indústria da construção civil no Ceará, evidenciando competição e colaboração no mesmo fórum de atuação.

É nessa linha de pensamento que o quarto artigo da edição, situando já no aspecto da pandemia de 2020, busca entender e explicar a prática de *coworking* como forma adequada de trabalho em ambientes de varejo. O *Coffe Shop* pesquisado é duplamente utilizado como ponto de lazer e para reuniões de trabalho, e nele aponta-se para as dificuldades futuras em termos de teletrabalho e *home office* no chamado novo normal.

A seguir na edição, trafega-se para uma problemática assustadora que conforme anúncio da organização mundial da saúde é de veras comum e devastadora na sociedade industrial: o suicídio. Esta tragédia que também deve ser prevenida nas organizações é estudada na UFPE, mostrando a introdução de um protocolo de prevenção ao fato se propondo a auxiliar na formulação de política pública para minorar tal sequela social.

Por fim, o artigo que conclui a edição evoca relação possível no ato de profissionalismo na docência olhando pelo prisma da bifurcação entre ciência e religião, mediante um estudo de caso. Assim, examina-se como este relacionamento pode aparecer na atividade pedagógica por meio de um diálogo ético, tolerante e construtivo entre os polos supostamente opostos, mas não irreconciliáveis.

Deleitem-se leitores!