

ENTRE A ESTÉTICA E A SUSTENTABILIDADE O PAPEL DO VIDRO NO DESIGN DE EMBALAGENS

Beatriz Maria Bertachini Volpe¹; Gustavo Gabriel de Souza Rodrigues²; Jamilly Rochelly Severino Ferreira³; Julia Benichiel Bilancieri⁴; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro⁵

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - beatrizmbv2004@gmail.com

²Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - gustavorodrigues1602@gmail.com

³Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - jamillyrochelly146@gmail.com

⁴Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - jubenichel@gmail.com

⁵Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: vidro; design sustentável; economia circular; reciclagem; consumo consciente; educação do consumidor.

Introdução

O presente artigo analisa o papel estratégico do vidro na transição para sistemas produtivos e de consumo sustentáveis. Nas últimas décadas, o avanço das discussões sobre os impactos ambientais decorrentes do descarte inadequado e do consumo intensivo tem impulsionado a busca por soluções ambientalmente responsáveis. Nesse contexto, o vidro se consolida como um material de elevada relevância, por ser 100% reciclável e passível de reutilização ilimitada sem perda de propriedades físicas ou estéticas, integrando ciência, design e responsabilidade socioambiental (Gomes, 2022). O estudo tem como propósito investigar de que maneira o design pode potencializar o emprego do vidro, articulando estética, funcionalidade e consciência ecológica.

Objetivos: Analisar o potencial do vidro no design de embalagens enquanto alternativa sustentável. Busca-se compreender seu ciclo de vida e seus impactos econômicos, ambientais e culturais, propondo estratégias que integrem inovação, educação ambiental e cooperação entre os setores produtivos. Além disso, pretende-se investigar o papel do design como instrumento de engajamento do consumidor, estimulando práticas de reuso, descarte responsável e adesão aos princípios da economia circular.

Relevância do Estudo: O vidro representa um ponto de convergência entre tradição e inovação. Por suas propriedades, durabilidade, segurança e valor estético, ele se mantém relevante em um cenário de busca por sustentabilidade (Ribeiro, 2024). Entretanto, desafios logísticos, custos energéticos e falta de conscientização ainda limitam seu potencial. O estudo por oferecer uma reflexão sobre o papel do design e da educação ambiental na superação dessas barreiras, apontando para soluções colaborativas que tornem o uso do vidro mais competitivo e acessível. Assim, a pesquisa contribui para o debate sobre responsabilidade compartilhada entre indústria, governo e consumidor (Silva; Moura, 2023).

Materiais e Métodos: A pesquisa tem abordagem qualitativa e natureza exploratória, com base em uma revisão bibliográfica que reúne estudos nacionais e internacionais sobre o ciclo de vida do vidro, seus processos de reciclagem e seus efeitos ambientais. Foram analisados artigos científicos, relatórios institucionais e exemplos de empresas que aplicam práticas sustentáveis, como Heineken, Natura, Absolut Vodka e O-I Glass. A metodologia inclui uma análise crítica sobre as vantagens e desafios do uso do vidro, além de examinar a efetividade de ações educativas e sistemas de logística reversa voltados à economia circular (Oliveira; Lima, 2021).

Resultados e Discussões: A pesquisa trouxe resultados que indicam que o vidro é um dos materiais mais sustentáveis quando inserido em um ciclo eficiente de reuso e reciclagem.

Suas propriedades — como inércia química, impermeabilidade, valor estético e reciclabilidade infinita — o tornam altamente vantajoso, desde que acompanhado por estratégias de design que otimizem peso, resistência e funcionalidade. Contudo, desafios persistem: o alto custo energético da produção primária, o peso logístico e a falta de infraestrutura para coleta seletiva limitam sua sustentabilidade. O estudo evidencia que a educação do consumidor é essencial para o sucesso desse ciclo. Campanhas visuais, rotulagem informativa e incentivos como *cashback* e programas de devolução aumentam o engajamento social. A logística reversa, se articulada com políticas públicas e parcerias empresariais, mostra-se crucial para viabilizar a reciclagem em larga escala. Empresas de destaque demonstram que a inovação tecnológica e a comunicação estratégica são determinantes para essa transformação (Costa; Almeida, 2022; O-I Glass, 2023).

Conclusão

O estudo conclui que a plena viabilidade do vidro como alternativa sustentável depende da articulação de uma rede de ações interdependentes, envolvendo design estratégico, educação ambiental, inovação tecnológica e parcerias institucionais. Ao repensar as formas de produção, consumo e descarte, o design de embalagens em vidro consolida-se como um vetor essencial para a construção de um sistema produtivo mais consciente, circular e ambientalmente responsável.

Referências

COSTA, M. H.; ALMEIDA, T. R. Reciclagem e inovação no design de embalagens sustentáveis: o papel do vidro na economia circular. **Revista Brasileira de Design Sustentável**, v. 9, n. 2, p. 45–59, 2022.

GOMES, R. L. O vidro e a sustentabilidade: desafios e oportunidades na indústria de embalagens. **Revista de Materiais e Design Ambiental**, v. 11, n. 1, p. 32–44, 2022.

OLIVEIRA, J. P.; LIMA, D. A. Logística reversa e reaproveitamento do vidro: uma análise do ciclo de vida do material. **Cadernos de Engenharia Ambiental**, v. 18, n. 3, p. 77–92, 2021.

O-I GLASS. Relatório de Sustentabilidade 2023. São Paulo: Owens-Illinois Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.o-i.com.br/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

RIBEIRO, L. C. Design e sustentabilidade: inovação e tradição no uso do vidro. **Revista Estudos em Design e Materiais**, v. 12, n. 1, p. 101–118, 2024.

SILVA, P. R.; MOURA, C. F. Educação ambiental e consumo responsável: desafios da sustentabilidade na cadeia do vidro. **Revista Brasileira de Educação Ambiental**, v. 18, n. 4, p. 58–70, 2023.

Referências

SEMIÓTICA EM CARTAZES DE FILMES: COMO A LINGUAGEM VISUAL IMPACTA A PERCEPÇÃO DO PÚBLICO

Ariel Vitor Oliveira Pisani Sipoli¹; Ana Lya Moya Ferrari².

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – pisanarielvitor@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB ana.ferrari@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Linguagem visual, Cartazes, Cinema, Semiótica, Design Gráfico.

Introdução: A semiótica é o estudo dos signos, compreendidos como elementos capazes de comunicar, significar ou representar algo. Analisa os processos de produção e interpretação de significados em diferentes sistemas de linguagem, como os visuais, verbais e sonoros. É essencial para compreender como o ser humano atribui significados aos sinais, símbolos e práticas culturais do cotidiano. Uma das características da linguagem do design é o Hibridismo, presente em todos os produtos e serviços, por resultarem da junção de composições e elementos. A hibridização se manifesta em três dimensões: Forma (Sintática), referente à aparência e estrutura; Significado (Semântica), ao que o produto representa; e Função (Pragmática), ao seu uso e atendimento das necessidades do usuário. O cinema, nascido no século XIX, trouxe movimento e significação às imagens, ampliando as possibilidades de representação das vivências humanas. Segundo Tanaka (2020), sua divulgação começou com cartazes criados por Henri Brispot, que ilustravam o público a caminho das exhibições. Cardoso (2008) aponta que o crescimento urbano e industrial do século XIX impulsionou sistemas de divulgação visual, que evoluíram até a era dos serviços de streaming, mantendo a relevância dos cartazes. Estes funcionam como estímulos cujo significado se expande com o uso, influenciando sua atratividade e eficácia como ferramenta de marketing. Ribeiro (2010) define o símbolo como uma representação capaz de evocar a ideia de um objeto, sem reproduzi-lo fielmente. Balloussier (2023) destaca que o cartaz é uma releitura do filme, nem sempre fiel à obra, por estar sujeito às imposições mercadológicas. Caldas (2009) afirma que o designer deve criar composições visuais claras e reconhecíveis, selecionando signos conforme o perfil sociocultural do público e seus valores. No cinema, o cartaz comunica o conteúdo da obra, desperta interesse e contribui para os objetivos comerciais. Ainda há carência de estudos que relacionem a análise semiótica a soluções visuais contemporâneas adaptáveis a diferentes mídias. Nesse contexto, a linguagem híbrida do design (Paula, 2012) serve como ferramenta para identificar códigos e estruturas visuais convertidos em diretrizes projetuais que otimizam a conexão emocional e o consumo do público. Assim, este estudo busca responder de que maneira a análise semiótica de pôsteres clássicos de horror, focada em Forma, Significado e Função, pode orientar projetos visuais adaptáveis e atrativos para novas gerações.

Objetivos: Este estudo visa investigar os cartazes de cinema, considerando seus elementos visuais e as cores predominantes, a fim de compreender de que maneira esses aspectos influenciam a percepção e interpretação do público e fornecer bases teóricas para aplicação em projetos visuais. Pesquisar a influência da semiótica em projetos visuais de cartazes e no cinema; Avaliar a percepção do público com relação aos elementos gráficos presentes em cartazes cinematográficos; Compreender a relação desses elementos e estabelecer diretrizes práticas para nortear o desenvolvimento de peças gráficas; Desenvolver, com base nas diretrizes estabelecidas, uma série de cartazes de cinema que apliquem os conceitos teóricos levantados com um viés mercadológico de adequação ao público.

Relevância do Estudo: Este estudo investiga a linguagem visual dos cartazes de filmes de terror e seu impacto na percepção do público. O problema de pesquisa envolve as diferentes

interpretações que cores ou símbolos podem gerar, alterando a percepção da obra. O objetivo é analisar elementos de cartazes clássicos e desenvolver um estudo semiótico. A metodologia é exploratória, com abordagem qualiquantitativa, usando questionário com perguntas fechadas para explorar percepções de espectadores. Espera-se que os resultados contribuam para compreender melhor a indústria cinematográfica e o design de cartazes.

Materiais e métodos: Para o Estudo Exploratório Teórico, foram selecionadas fontes sobre Semiótica, cartazes de filmes, Design Gráfico, Linguagem Visual, Cinema e Marketing, visando aprofundar o conhecimento sobre criação de cartazes e aprimorar sua mensagem. O desenvolvimento começou com a definição do questionário e escolha dos cartazes, considerando gênero e cores predominantes. A análise de dados incluiu mensuração, tabulação, cálculo de médias e perguntas fechadas. Aplicou-se a metodologia de Paula (2012), analisando Hibridismo Sintático, Semântico e Pragmático. Referências de cartazes em destaque no mercado ajudaram a definir a identidade do projeto.

Resultados e discussões: Com base na pesquisa e análise, foram desenvolvidos seis pôsteres de terror: *Nosferatu* (1922), *Psicose* (1960), *Os olhos sem rosto* (1960), *À meia-noite levarei sua alma* (1964), *O massacre da serra elétrica* (1974) e *Hellraiser* (1987). Todos mantiveram a mesma identidade visual e foram divididos em dois grupos: violência explícita e conceito obscuro. Nos primeiros, usaram-se cinza escuro, amarelo, azul e vermelho; nos segundos, cinza escuro, branco e vermelho. As cores foram escolhidas conforme o questionário, que indicou que amarelo e azul despertam curiosidade, enquanto vermelho e preto geram tensão. Cada cartaz teve versões vertical (mobile) e horizontal (desktop).

Conclusão: O estudo possibilitou compreender quais cores e elementos visuais influenciam a percepção do público ao primeiro contato com um cartaz no cinema ou em serviços de streaming. A partir das diretrizes do questionário e da análise semiótica, foram criados seis cartazes de filmes clássicos de terror para atrair uma nova audiência, aplicando as cores e elementos mais citados. A principal dificuldade foi a falta de imagens em alta resolução dos filmes antigos, solucionada com o uso de ilustrações que mantiveram o intuito inicial e o hibridismo no design.

Referências –

- BALLOUSSIER, LARA ROTENBERG. EM CARTAZ: Como o Design Gráfico é Utilizado na Divulgação de Obras Cinematográficas. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.
- PAULA, Frederico Braida Rodrigues de. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. 2012. 297 f. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes & Design, Rio de Janeiro, 2012.
- TANAKA, Diego Koiti. Tecnologias imersivas na comunicação e na produção de filmes para o cinema. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.
- CALDAS, Sônia Regina de Araújo. Gabriela Baiana de Todas as Cores: as imagens das capas e suas influências culturais. Salvador-BA:EDUFBA, 2009.
- RIBEIRO, Emílio Soares. Um estudo sobre o símbolo, com base na semiótica de Peirce. *Estudos Semióticos*, v. 6, n. 1, p. 46–53, 2010.

LIVRO INFANTIL SOBRE TDAH: UMA JORNADA DO DESIGN GRÁFICO E EMPATIA

Ana Caroline de Jesus Pereira¹; Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini².

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – alialyki02@gmail.com

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – suamantini@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: TDAH, Crianças, Livro infantil, Design gráfico, Design inclusivo, Empatia Ilustração infantil

Introdução: O Transtorno do Déficit de Atenção e Hiperatividade (TDAH) é amplamente considerado, segundo educadores e especialistas, um fator preocupante no cotidiano escolar, afetando cerca de 3% a 5% das crianças, sendo caracterizado por sintomas de desatenção, impulsividade e hiperatividade. Trata-se de um transtorno neurobiológico de origem genética, manifestando-se na infância e, frequentemente, acompanhando o indivíduo ao longo da vida. Embora não haja cura definitiva, observa-se uma tendência à atenuação dos sintomas com o passar dos anos, sobretudo quando há acompanhamento especializado e uso de medicação. Conforme Seno (2010), “a compreensão adequada do TDAH é fundamental para o desenvolvimento pleno das potencialidades das crianças”

Objetivos: A literatura infantil, quando aplicada de modo estratégico e sensível, torna-se instrumento chave para o fortalecimento da autoestima de crianças com TDAH, além de estimular o diagnóstico precoce deste transtorno. O projeto de livro infantil fundamenta-se em pesquisas que apontam a literatura como caminho de socialização e empatia entre crianças neurotípicas e neurodivergentes. Como reforça Condur et al. (2018), “formar repertórios afetivos e sociais depende de vivências literárias que abordem de modo empático as diferenças, estimulando assim o respeito mútuo”. Dessa forma, justifica-se a escolha do formato ilustrado e narrativo como metodologia central do projeto.

Relevância do Estudo: O desenvolvimento do livro infantil destaca a urgência de capacitar pais e crianças para reconhecer, acolher e respeitar as diferenças trazidas pelo TDAH. A proposta de criar personagens e tramas que evidenciem diversos modos de aprender e conviver está alinhada às diretrizes de Educação Especial contemporâneas, que enfatizam a importância da diferenciação e empatia nos ambientes educativos. O artigo de *Open-access* (2022) ressalta que reconhecer a neurodiversidade significa garantir equidade de oportunidades e fortalecer a convivência saudável.

Materiais e métodos: A produção seguiu etapas clássicas do design gráfico inclusivo: 1) revisão bibliográfica sobre TDAH, design para crianças e neurodiversidade, 2) planejamento narrativo e visual dos personagens, fundamentado nas premissas da semiótica e comunicação visual infantil, 3) execução gráfica com uso de softwares digitais, aplicação de paleta cromática e tipografia de fácil leitura responsiva às necessidades psicológicas do público-alvo, justificando assim cada escolha visual. O artigo de Francisco & Cardoso (2022) explica que “um design de personagens bem construído ativa empatia, facilita a comunicação e potencializa o entendimento das mensagens essenciais da narrativa”. O vocabulário simples e acessível e a tipografia adequada seguem recomendações para formação de leitores de imagens e palavras propostas por Nunes et al. (2014).

Resultados e discussões: No livro, o personagem Robô representa uma criança com TDAH. Ele é curioso, alegre e cheio de energia, mas às vezes se distrai e tem dificuldade para terminar suas tarefas. A protagonista, Min, uma loba-guará extrovertida e curiosa, aprende com o amigo que cada pessoa tem seu próprio ritmo e jeito de agir. Mesmo quando há

irritações ou mal-entendidos, o afeto e a amizade permanecem, mostrando às crianças que o amor não se perde diante das diferenças. A história também aborda a Disforia Sensível à Rejeição (DSR) uma característica comum em pessoas com TDAH, que causa reações intensas a críticas ou rejeições. Essa abordagem ajuda as crianças a reconhecer emoções e compreender melhor os sentimentos dos outros.

Conclusão: A obra reafirma a importância de reconhecer e valorizar as diferenças, estimulando tanto adultos quanto crianças a se tornarem agentes de acolhimento e inclusão. O entretenimento, aliado ao embasamento científico, possibilita melhor compreensão sobre TDAH, ajudando a construir uma geração mais respeitosa e empática conforme reforçado por Condur et al. (2018) e Seno (2010).

Referências

Condur, Marise Teles Santos; Santos, Ana Cristina da Silva. A contribuição da literatura infantil no desenvolvimento da criança: um estudo de caso no Projeto Literatura da Biblioteca do SESC DOCA. RICI R.Ibero-amer. Ci. Inf., Brasília, v. 11, n. 2, p. 410-430, 2018.

Nunes, Myllena Rodrigues; Gomes, Priscila Silva; Grande, Universidade Federal de Campina. A importância das ilustrações na literatura infantil e a necessidade de formação de leitores de imagens. 2014. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br>. Acesso em: 15 out. 2025.

Francisco, Thiago Garone; Cardoso, Priscilla Maria. Design de personagens e representação gráfica: uma construção semiótica. 2022. Disponível em: <https://ladij.ufes.br>. Acesso em: 15 out. 2025.

Open-access. A inclusão de alunos com TDAH: um decênio das diretrizes de Educação Especial em Santa Catarina, um modelo de beneficência? 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br>. Acesso em: 20 out. 2025.

Seno, Marlia Piazzzi. Transtorno do déficit de atenção e hiperatividade (TDAH): o que os educadores sabem? Secretaria Municipal da Educação de Marília. 2010.

ENTOUR – ACESSIBILIDADE DIGITAL EM VIAGENS

Giulia Melazi Resende¹; Gabriele Oliveira da Silva²; João Victor Gomes dos Santos³; Guilherme da Silva Bertolaccini⁴;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – giuliamelazir@hotmail.com;

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – gabriele.silva@alunos.fibbauru.br;

³Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – joao.santos@fibbauru.br;

⁴Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – guilhermebertolaccini@gmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: aplicativo, viagem, usabilidade, acessibilidade, user experience.

Introdução: O projeto trata-se de um aplicativo para facilitar o planejamento e a organização de viagens para brasileiros, com foco extra na acessibilidade digital, priorizando a experiência do usuário, ou seja, mergulhar na jornada que ele percorre ao utilizar o produto e entender de onde surgem dúvidas e frustrações, a fim de melhorar pontos críticos e derrubar qualquer barreira, além disso a autora também afirma que a interface necessita ser clara, esteticamente atraente e, acima de tudo, fácil de usar (Castro, 2023) para indivíduos com qualquer tipo de deficiência, visto que há uma dificuldade dessas pessoas para conseguir escolher seus próprios roteiros, datas e destinos com autonomia e sem a necessidade de instalar um grupo de aplicativos diversos ou navegar por sites de línguas estrangeiras a fim de planejar uma viagem por mais curta que seja, e muitas vezes recorrer a uma agência demonstra-se financeiramente inalcançável ou simplesmente não agrada indivíduos que preferem seguir um roteiro específico.

Objetivos: Desenvolver um aplicativo, a fim de suprir a demanda de inclusão e acessibilidade dentre aplicativos de viagem incompletos ou pouco intuitivos, além de entregar uma interface agradável aos usuários.

Relevância do Estudo: Desde o período pós-pandemia houve um aumento de 13% nos perfis de consumo em viagens, somente entre os jovens (Riconnect, 2025), em um país onde mais de 8% de sua população representa pessoas com alguma deficiência física (GOV.BR, 2023) e 1,2% representa pessoas com diagnóstico de Autismo a partir dos 2 anos (Canal Autismo, 2025), sabendo que a independência, seja ela financeira, física ou de idiomas, é um fator indispensável para o planejamento de viagens, esses dados comprovam que essas pessoas pode acabar comprometidas injustamente, por questões fora de seu controle.

Materiais e métodos: Foram feitas pesquisas mercadológicas, tanto em sites diversos quanto na Play Store, explorando múltiplos aplicativos que envolvem o tema de viagens (seja planejamento das mesmas ou outras coisas relacionadas como reserva de hotéis, aquisição de passagens e etc.), na intenção de notar diversas funções úteis existentes, além da falta de ferramentas importantes para a maior acessibilidade e autonomia dos usuários. Em seguida realizaram-se pesquisas de público-alvo, através da elaboração de um questionário com uma abordagem quali-quantitativa, investigando com qual frequência os participantes viajam, quais os métodos de planejamento mais utilizados, os aplicativos de sua preferência e motivos para isso, bem como entender quais as maiores dificuldades e prioridades de cada um na hora de organizar uma nova viagem.

Resultados e discussões: Foi produzido um protótipo do aplicativo através da plataforma do Figma, onde foram criadas 11 telas, sendo elas: Cadastro, Login, Início, Resultados de pesquisa, Descrição detalhada, Avaliação, Carregamento, Avaliação enviada, Configurações,

Calendário e Checklist. A partir destas telas é possível compreender os principais objetivos do aplicativo *Entour*, deixando visível as funções de controle por voz tanto na caixinha de pesquisa quanto para controle geral do aplicativo, além do leitor de imagens e textos presente na tela de Descrição Detalhada. No desenvolvimento da identidade visual, o símbolo escolhido foi desenhado à mão e digitalizado através do *Adobe Illustrator* de forma que represente um avião passando por dentro de uma nuvem (remetendo à ideia de viagem), dentro da paleta de cores foram selecionados tons vibrantes, sendo eles o Roxo Ardósia, Laranja Avermelhado Escuro e o Amarelo Esverdeado, criando um contraste entre eles tanto com o fundo branco quanto com preto e cinzas escuros para elaborar o “Modo Escuro”, já para a tipografia, a fonte *DM Sans* foi designada como primária e a *Cactus Classical Serif* como secundária a fim de melhor diferenciar os textos.

Conclusão: Apesar de alcançar uma interface que prioriza a experiência do usuário e entregar uma boa autonomia ao cliente através das 6 ferramentas acessíveis incorporadas, existiram dificuldades encontradas dentro do site *Figma*, usado para elaboração do protótipo, visto que a maioria das funções fundamentais para construir um protótipo 100% funcional são barradas em sua versão grátis, tornando-se importante utilizar outro serviço, pagar a versão premium ou trabalhar junto de uma equipe em futuros modelos do projeto.

Referências:

DURSO, T. **Viagens da Geração Z: Como planejar a aventura dos sonhos sem apertar o bolso**. São Paulo: Riconnect, 2025.

HENRY, S. L. **WCAG 2 Overview**. Massachusetts: World Wide Web Consortium (W3C), 2025.

J. C. **Brasil tem 18,6 milhões de pessoas com deficiência, indica pesquisa divulgada pelo IBGE e MDHC**. Goiás: GOV.BR, 2023.

PAIVA, J. F. **Brasil conhece, pela 1ª vez, seu número oficial de diagnóstico de autismo: 1 em 38, segundo IBGE**. São Paulo: Canal Autismo, 2025.

SEYFFERT, P. **UX e UI Design: entenda de uma vez por todas o que são e as principais diferenças**. Rio Grande do Sul: SoftDesign, 2023.

VAKAHARA, C. **Acessibilidade digital: Inclusão de pessoas com deficiência visual e/ou auditiva no ambiente digital: Análise do Grupo Mulheres do Brasil**. São Paulo: ECA-USP, 2021.

CASE SOCIAL - COLETOR DE PILHAS

Ana Beatriz Basilio Vallim¹; Beatriz Moura²; Bruno Garcia³; Emily Ferreira⁴, Giovanna Tavares⁵, Laryssa Camargo⁶ e Letícia Bernardino⁷; ⁸Jose Eduardo Zago e ⁹Dra. Susy Ribeiro Amantini.

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – ana.vallim@alunos.fibbauru.br;

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - beatriz.castro@alunos.fibbauru.br;

³Aluno de Design - Faculdades Integradas de Bauru - FIB - bruno.silva@alunos.fibbauru.br;

⁴Aluna de Design - Faculdades Integradas de Bauru - FIB - emilly.ferreira@alunos.fib.br;

⁵Aluna de Design - Faculdades Integradas de Bauru - FIB - giovanna.tavares@alunos.fibbauru.br;

⁶Aluna de Design -Faculdades Integradas de Bauru - FIB - laryssa.silva@alunos.fibbauru.br;

⁷ Aluna de Design - Faculdades Integradas de Bauru - FIB - leticia.bcampos@alunos.fibbauru.br;

⁸Professor do curso de Design– Faculdades Integradas de Bauru – FIB - jose.zago@fibbauru.br;

⁹Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - suamantini@gmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: sustentabilidade; design social; descarte consciente; conscientização ambiental; inovação.

Introdução: O descarte incorreto de pilhas e baterias causa sérios danos ao meio ambiente devido à liberação de substâncias tóxicas que contaminam o solo e a água. Mesmo com pontos de coleta disponíveis, muitas pessoas desconhecem sua localização ou importância, o que compromete a adesão a práticas sustentáveis. No ambiente universitário, esse problema se intensifica, já que as faculdades reúnem muitas pessoas e têm grande potencial educativo. O estudo propõe o uso do design social para desenvolver estratégias de conscientização e incentivar o uso adequado dos coletores de pilhas e baterias, transformando o conhecimento em atitudes sustentáveis por meio de ações comunicativas e educativas.

Objetivos: Promover a conscientização e a prática do descarte correto de pilhas e baterias na faculdade, por meio de metodologias de design thinking e fundesign, transformando conhecimento em ações sustentáveis e engajando toda a comunidade acadêmica.

Relevância do Estudo: O estudo é relevante por abordar uma questão social e ambiental urgente de promover o descarte correto de pilhas e baterias e por destacar o papel das instituições de ensino na promoção da educação para a sustentabilidade. Utilizando métodos de design centrado no ser humano, busca compreender as motivações e barreiras dos usuários, criando soluções mais eficazes e engajadoras. Além de reduzir impactos ambientais, o projeto contribui para o desenvolvimento de uma consciência coletiva mais responsável, fortalecendo o design como uma ferramenta de transformação social e ambiental dentro do meio acadêmico.

Materiais e métodos: O artigo apresenta característica indutiva, qualitativa com busca bibliográfica randômica por meio de artigos, livros com intenção de conscientizar a prática do descarte correto de pilhas e baterias na faculdade.

Resultados e discussões: As análises realizadas revelaram que o principal desafio para o uso correto dos coletores de pilhas e baterias é a falta de informação sobre sua localização e função. A implementação de materiais educativos visuais e ações interativas dentro da faculdade mostrou-se eficaz para despertar o interesse e engajar a comunidade acadêmica. O uso de personas (representando estudantes, professores e colaboradores) possibilitou adaptar a comunicação de acordo com o perfil do público, tornando as estratégias mais assertivas. Os resultados evidenciam que o design social, quando aplicado de forma

consciente, é capaz de aproximar as pessoas de causas ambientais e incentivar mudanças concretas de comportamento.

Conclusão: O estudo demonstrou que o design social é uma ferramenta eficiente para promover a conscientização ambiental e práticas sustentáveis no ambiente universitário. Através de metodologias participativas, foi possível compreender o comportamento dos usuários e reforçar o papel da faculdade como agente de transformação ambiental. Conclui-se que a continuidade de ações educativas, associada a uma comunicação visual empática e acessível, pode ampliar o uso dos coletores e reduzir significativamente os impactos ambientais causados pelo descarte inadequado de pilhas e baterias.

Referências –

PLATCHECK, E. R. **Design Industrial: Metodologia de Eco Design para Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis.** São Paulo: Ed. Atlas, 2012.

AMATO NETO, J. A **Era do Ecobusiness:** criando negócios sustentáveis. [Livro Eletrônico] Barueri: Manole, 2015.

VAN DER LINDEN, Júlio Carlos de Souza. Conceito de conforto. **Revista Tecnologia e Tendências**, Novo Hamburgo: Centro Universitário Feevale, 2003. [s.p.].

ALMEIDA, Marcelo Vianna Lacerda de. Design social: definição constituída no complexo social. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN**, 13., 2018, Joinville. *Anais [...]*. Joinville: [s.n.], 2018.
CARDOSO, R. *Design Para Um Mundo Complexo.* São Paulo: Cosac Naify, 2012.

PRANCHETA DE ATENDIMENTO REMOTO PARA PROJETISTAS

¹Victor Vicente Fernandes, ²Guilherme da Silva Bertolaccini.

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB victor.fernandes@alunos.fibbauru.br;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
guilherme.bertolaccini@fibbauru.br.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Sketchbook, Prática Projetual, Criatividade, Produto, Representação.

Introdução: O desenvolvimento de soluções tecnológicas para problemas atuais estão cada vez mais frequentes e vem sendo constantemente atualizados. Essa tendência também é observada nas áreas de criação como design, arquitetura, e demais áreas projetuais, onde a competitividade e o desenvolvimento de diferenciais no mercado de trabalho são cada vez mais colocados a prova.

Objetivos:

Desenvolver um projeto de produto com soluções tecnológicas e de desenho convencional voltado para o atendimento de profissionais projetistas à clientes externos.

Objetivos específicos:

- Desenvolver um modelo de afixação de blocos desenvolvidos para utilização no sketch book;
- Projetar um sistema de encaixe para dispositivos eletrônicos sensíveis ao toque para digitalização em tempo real da criação do projeto;
- Efetuar um involucro de transporte que facilite a utilização do mesmo e disponibilizando comodidade e praticidade.

Relevância do Estudo: Muitas áreas da construção civil e arquitetura já fazem utilização de algumas tecnologias de realidade aumentada e inteligências artificiais para o auxílio na construção e desenvolvimento de construções tecnológicas e cada vez mais inteligentes, porém a utilização de métodos tradicionais ainda se vê necessária.

Há certas limitações contextuais na interação entre as ferramentas digitais, necessitando de uma melhora na fluidez cognitiva e visual em estágios iniciais da concepção de um projeto arquitetônico, onde a utilização de meios tradicionais pode agregar valor nas necessidades do meio digital, o mesmo, propõe justamente a combinação de ambas as tecnologias que possibilitem uma simulação de sketches e interação multimodal, com o intuito de reduzir a divergência entre a transição do papel para o digital desde as etapas iniciais como o croqui até modelagens em 3D (Wills, 2014).

Em publicação da revista Arqtextos, 100% das empresas pesquisadas se dispunham da utilização de RA na construção de projetos, e cerca de 62,5% enfatizaram a utilização de realidade aumentada em conjunto com a BIM (Building Information Modeling) potencializando a interatividade e comunicação durante os projetos, trazendo uma maior riqueza de detalhes nas obras (Medeiros, 2022). Embora a utilização de novas tecnologias na área de desenvolvimento de projetos tenha sido amplamente explorada, faltam investigações que abordem a necessidade de tecnologias que facilitem o entendimento e atendimento de leigos ao assunto.

Materiais e métodos: Utilizando materiais voltados para a área principalmente de arquitetura e design o embasamento teórico foi feito por meio de uma pesquisa exploratória em bases de buscas acadêmicas (Google acadêmico) e teses e artigos, enfatizando principalmente a

importância da utilização de meios tecnológicos na prototipação e criação de projetos mais elaborados, levando em consideração também estudos que mostram a importância da utilização do analógico no período de criação, levando em conta a adaptação de alguns profissionais ser melhor trabalhada em materiais analógicos, este projeto visa buscar uma melhor transição e uso simultâneo de ambas as tecnologias, tanto digitais quanto análogas. O desenvolvimento prático do projeto se dá no aprimoramento de um Sketch book anteriormente levando em consideração a existência de um projeto anterior, e analisando necessidades de mercado, a adaptação do mesmo para a atualidade vem de forma a tornar mais prático e simples, o desenvolvimento do sketch book terá o dimensionamento de aproximadamente 41.5cm x 29cm visando não ocupar muito espaço, sendo em sua área interna presente um bloco removível e passível de troca após o fim da utilização das folhas disponíveis obtendo um reaproveitamento da estrutura total, no outro lado se encontrará presente um espaço para acoplamento de um tablet que poderá ser utilizado em conjunto com o bloco de papel para a criação de projetos, possuindo espaços reservados para a acomodação de materiais auxiliares tanto na área interna quanto externa.

Resultados e discussões: como resultado final se obteve um produto ao qual se assemelha à uma case para tablet, com a funcionalidade analógica do papel podendo ser utilizada para a digitalização de sketch's para posteriores desenvolvimentos de projetos.

Conclusão: O projeto tem uma funcionalidade simples e utilização variável de acordo com a necessidade de utilização, podendo ser um produto versátil para vários tipos de profissionais, podendo ser utilizados por arquitetos, designers, designers de interiores entre outros profissionais que necessitam de prototipações e desenvolvimento de projetos fora dos ambientes de escritório, sendo um produto versátil e prático por não apresentar grande volume de materiais dispersos.

Referências

HLADKYI, Daniela Zavisas. **Desenho em observação:** o ensino de desenho nos cursos de arquitetura da FAUP e do IAU. São Carlos, 2017.

WILLS, José Ernesto Bueno. **Uso de tecnologias digitais nas etapas iniciais de projeto arquitetônico.** 2014. 120 f. Porto Alegre, 2014.

DUARTE, Rodrigo. **À mão livre:** croquis na era pós-digital. 231 f. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Arquitetura, Programa de Pós-Graduação em Arquitetura, Porto Alegre, 2020.

MEDEIROS, Diego Pereira; FIGUEIRA, Amanda de Moraes Alves; VASCONCELOS, Bianca M. Realidade aumentada: Benefícios e desafios na construção civil. **Uma revisão sistemática. Arqtextos**, São Paulo, ano 23, n. 270.07, Vitruvius, nov. 2022. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/23.270/8654> . Acesso em: 23 mar. 2025.

CANESTRINO, Giuseppe. Analogue-digital dialectics in architectural design. Towards renewed hypotheses of method. **AGATHÓN – International Journal of Architecture, Art and Design**, v. 10, n. 5, 2021. DOI: 10.19229/2464-9309/1052021.

HISTÓRIA EM QUADRINHO PARA COLORIMETRIA: OBJETO INSTRUCIONAL PARA ESTUDANTES DE DESIGN E COMUNICAÇÃO

Beatriz Moço Del Rei¹; Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini²;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – beatriz.delreo@gmail.com;

²Professora Orientadora do curso Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
susy.amantini@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Colorimetria, Ensino, Design Instrucional, Histórias em Quadrinhos, Metodologia Ativa

Introdução: O ensino superior, especialmente em Design, enfrenta desafios na transmissão de conceitos complexos como a colorimetria, que exige o domínio de teoria, ciência e prática. A limitação das aulas expositivas tem levado à busca por metodologias ativas. Nesse cenário, as Histórias em Quadrinhos (HQs) surgem como um recurso pedagógico eficaz, pois integram texto e imagem sequencialmente (McCloud, 1995), tornando a aprendizagem mais dinâmica, envolvente e acessível (Vergueiro & Ramos, 2009). Considerando a essencialidade da colorimetria na formação em Design e a necessidade de contextualizar o conteúdo à realidade do aluno (Freire, 1996), este trabalho propõe a criação de uma HQ para mediar esses conhecimentos.

Objetivos: Desenvolver uma história em quadrinhos (HQ) didática como material instrucional complementar para o ensino de colorimetria no ensino superior, proporcionando uma aprendizagem mais visual, acessível e engajadora para estudantes de Design e Comunicação.

Relevância do Estudo: Este estudo é relevante por propor um recurso didático inovador para o ensino de colorimetria, utilizando histórias em quadrinhos (HQs) como apoio ao aprendizado no ensino superior. A proposta contribui para tornar o conteúdo mais acessível, visual e atrativo, favorecendo a compreensão de conceitos complexos e ampliando o engajamento dos estudantes de Design e Comunicação.

Materiais e métodos: O desenvolvimento do material seguiu as quatro fases da metodologia Double Diamond: Descobrir (revisão bibliográfica sobre colorimetria e narrativas visuais na educação para identificar desafios de aprendizagem), Definir (seleção e estruturação dos conteúdos essenciais e definição da abordagem pedagógica e linguagem), Desenvolver (criação do roteiro e do design visual, utilizando personagens e contexto acadêmico) e Entregar (finalização do recurso visual e colorido de 44 páginas em formato A5, cobrindo temas como círculo cromático, harmonia, contraste e sistemas de cor RGB, CMYK e Lab).

Resultados e discussões: A construção de uma História em Quadrinhos (HQ) demonstrou o grande potencial desse formato narrativo como recurso didático para o ensino da colorimetria. Ao converter conceitos teóricos em situações visuais e diálogos, a HQ conseguiu tornar o conteúdo mais acessível e diretamente conectado à vivência dos estudantes, facilitando a compreensão de temas complexos que, em uma abordagem puramente teórica, tendem a gerar dificuldades. Os retornos informais de estudantes e leitores confirmaram que o material é atrativo e de fácil leitura, reforçando a ideia de que a apresentação visual do conteúdo é capaz de estimular a curiosidade e o engajamento. Contudo, apesar desses resultados iniciais promissores, o texto ressalta que ainda não foi realizada uma avaliação formal do material em um contexto acadêmico, sendo a aplicação sistemática em turmas de Design uma etapa futura planejada.

Conclusão: A criação de uma história em quadrinhos (HQ) como recurso didático para o ensino de colorimetria no ensino superior revelou-se uma estratégia promissora. Ao integrar texto e imagem, a HQ tornou o conteúdo mais acessível, dinâmico e envolvente, facilitando a compreensão dos conceitos essenciais pelos estudantes. O material tem grande potencial para complementar aulas teóricas e apoiar o professor. Como próximos passos, planeja-se aplicar e avaliar formalmente a eficácia da HQ em sala de aula e, posteriormente, desenvolver novas edições com atividades, consolidando o uso da linguagem visual como ferramenta instrucional no Design.

Referências

SOUZA, Carolina; SANTOS, Rodrigo. Colorimetria aplicada ao design gráfico. **Revista Brasileira de Design**, v. 13, n. 2, p. 110–122, 2018.

VERGUEIRO, Waldomiro; RAMOS, Paulo. **Leitura dos quadrinhos: interfaces com a educação**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

MCCLLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books, 1995.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

CASE PARA DESCARTE DE PILHAS

Caio Roberto de Souza Rodrigues¹; João Marcelo Gomes Furtado²; Joaquim Henrique Xavier³; Henrique Shiodi Sakai⁴; Matheus Vasques Mauricio Justo⁵; Vinicius Rafael Moraes Santos⁶; Suzy Ribeiro Amantini⁷; José Eduardo Zago⁸

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - caioroberto1969@gmail.com,

²Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - joaomarcelofnt@gmail.com,

³Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - xvr.designer@gmail.com,

⁴Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - sakaihenrique1@gmail.com,

⁵Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - matheus.ana.justo@gmail.com,

⁶Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru - FIB - contatovine9@gmail.com,

⁷Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - susy.amantini@fibbauru.br

⁸Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - jose.zago@fibbauru.br

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Design, Pilha, Fun design, Sustentabilidade, Impacto ambiental, Inovação, Design social.

Introdução: O descarte inadequado de pilhas é um problema ambiental e social que exige atenção e conscientização. Quando jogadas no lixo comum, essas pequenas fontes de energia liberam metais pesados que contaminam o solo, a água e colocam em risco a saúde da população, provocando impactos que podem se estender por muitos anos. A falta de informação e de pontos de coleta apropriados agrava ainda mais essa situação, tornando o problema um desafio coletivo. O manejo incorreto de pilhas e baterias causa sérios danos ao meio ambiente e à saúde humana, pois estes dispositivos contêm substâncias tóxicas como mercúrio, cádmio e chumbo. Esses metais, ao se infiltrarem no solo e na água, comprometem ecossistemas inteiros, afetando toda a cadeia alimentar e prejudicando a biodiversidade. Além disso, a exposição prolongada a essas substâncias pode causar problemas neurológicos, renais e respiratórios, especialmente em trabalhadores e comunidades que vivem próximas a locais de descarte inadequado. Por isso, é fundamental incentivar o descarte consciente e o uso de pontos de coleta específicos para reduzir os impactos ambientais e proteger a saúde pública.

Objetivos: O objetivo do projeto é desenvolver um totem de coleta de pilhas com aplicação dos princípios de Fundesign, que promova o descarte adequado de pilhas usadas, proporcione educação visual acerca dos impactos ambientais decorrentes do descarte incorreto, ofereça um sistema prático de separação para quatro tipos distintos de pilhas e seja sustentável, sendo confeccionado com materiais simples, como madeira e papelão ou papel kraft.

Relevância do Estudo: O estudo para a criação de um totem para o descarte de pilhas é de grande relevância, especialmente no contexto atual de crescente preocupação ambiental. Pilhas e baterias, quando descartadas de maneira inadequada, representam um grave risco para o meio ambiente, pois contêm substâncias tóxicas, como mercúrio e cádmio, que podem contaminar solo e água. O desenvolvimento de um totem eficiente e acessível para o descarte dessas pilhas facilita o encaminhamento correto dos resíduos, contribuindo para a redução da poluição e promovendo a sustentabilidade. Além disso, esse tipo de iniciativa fortalece a conscientização ambiental da população, estimulando a prática de hábitos mais responsáveis em relação ao consumo e descarte de materiais.

Materiais e métodos: foi utilizada a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo para a coleta de informações, e o método utilizado para a elaboração do projeto é o duplo diamante

Resultados e discussões: A aplicação do Design Thinking, aliada aos princípios da economia criativa e à integração entre diferentes disciplinas, é fundamental para o desenvolvimento de uma solução eficaz e inovadora, pois, como destaca Brown (2009), o Design Thinking promove uma abordagem centrada no ser humano que estimula a experimentação e a colaboração como caminhos para a inovação. O Design Thinking possibilita compreender profundamente as necessidades dos usuários, promovendo empatia e colaboração no processo de criação. Já a economia criativa estimula o uso de ideias sustentáveis e originais, transformando desafios ambientais em oportunidades de inovação social, uma vez que, segundo Liedtka (2017), o Design Thinking favorece a criação de soluções que equilibram valor social, ambiental e econômico por meio da empatia e da experimentação. A união de diferentes áreas do conhecimento como design, engenharia, comunicação e meio ambiente enriquece o projeto, permitindo a construção de uma solução prática, educativa e ambientalmente responsável, que não apenas facilita o descarte adequado, mas também desperta a conscientização ecológica dentro da comunidade universitária.

Conclusão: Com base nessa mentalidade integradora e inovadora, é possível alcançar resultados significativos que vão além da simples criação de um ponto de descarte de pilhas, promovendo uma verdadeira transformação cultural dentro da comunidade acadêmica. A aplicação do Design Thinking, da economia criativa e da colaboração interdisciplinar favorece o desenvolvimento de soluções sustentáveis, participativas e de alto impacto social, que estimulam a conscientização ambiental e o engajamento coletivo. Além disso, essa abordagem abre espaço para que outros pesquisadores e estudantes deem continuidade ao projeto, aprimorando e expandindo suas ideias por meio de novas investigações, tecnologias e metodologias, garantindo que a iniciativa evolua continuamente e gere benefícios duradouros para a sociedade e o meio ambiente.

Referências –

LIEDTKA, Jeanne; OGILVIE, Tim. **Design Thinking for the Greater Good: Innovation in the Social Sector**. New York: Columbia University Press, 2017.

BROWN, Tim. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation**. New York: HarperCollins, 2009

ALIGLERI, Lilian; LOPES, Camila Santos Doubek; RODRIGUES, Caio Victor Lourenço; SAMPAIO, Cláudio Pereira de. **Social innovation in waste management in residential buildings**. *Journal on Innovation and Sustainability* RISUS, 2023.

SOUSA, Cyntia Santos Malaguti de; SOUZA, Caio Dutra Profirio de. **Design guidelines for business-to-consumer reusable packaging**. A circular economy approach, 2021.

VIDRO: DA ESTÉTICA À SUSTENTABILIDADE

Luiz Felipe Gori¹; Maria Fernanda Azevedo Ramos²; Sofia Freitas Tiritan de Souza³; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro⁴

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – luiz.fgori@hotmail.com

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - nanda.az.ramos@gmail.com

³ Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - sofiafsouzasouza@gmail.com

⁴Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: vidro; design sustentável; economia circular; reciclagem; consumo consciente; educação do consumidor.

Introdução: O estudo discute como o design pode se tornar um agente educativo e transformador na sociedade. Com o consumo desenfreado, o designer assume o papel de mediador entre ciência, indústria e público, traduzindo informações sobre sustentabilidade em experiências visuais acessíveis e envolventes. O vidro, surge como material de circularidade, por ser 100% reciclável e sem perda de qualidade (Gomes, 2022). O trabalho investiga o potencial educativo do Design aplicado ao uso do vidro, destacando a importância de estratégias comunicacionais que sensibilizem o consumidor quanto à reciclagem, ao reuso e à responsabilidade compartilhada no ciclo de vida dos produtos. Como desdobramento da pesquisa, propõe-se a criação de um folder educativo que sintetiza os resultados do estudo, pra disseminar o conhecimento sobre o material, suas vantagens sustentáveis, didática e atrativa.

Objetivos: Analisar o papel educativo do Design no processo de conscientização ambiental. Especificamente, demonstrar como o Design pode atuar como instrumento pedagógico na formação de consumidores conscientes; investigar estratégias visuais e comunicacionais eficazes para reciclagem e reuso do vidro; desenvolver um folder educativo sobre propriedades, benefícios e práticas de sustentabilidade, fortalecendo a integração da educação ambiental ao design gráfico.

Relevância do Estudo: A pesquisa destaca o Design como ferramenta de alfabetização ecológica, unindo estética, ética e informação. Numa narrativa sustentável, o trabalho busca sensibilizar o público sobre os impactos do consumo e do descarte inadequado, propondo uma comunicação visual que estimule a responsabilidade ambiental. O estudo é relevante por propor uma abordagem educacional prática, a criação de um material gráfico, que amplia o alcance da mensagem científica e conecta o público às ações sustentáveis cotidianas, pois ao integrar a educação ambiental aos processos de criação e consumo, o Design une o conhecimento técnico ao engajamento social. Assim, o vidro deixa de ser um material e passa a representar consciência e compromisso coletivo com o planeta.

Materiais e Métodos: A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória, desenvolvida a partir de revisão bibliográfica e análise crítica de artigos científicos, relatórios técnicos e estudos de caso nacionais e internacionais sobre o ciclo de vida do vidro, sua reciclagem e seu papel na economia circular. Foram referenciados Soares (2017), Gomes (2022) e Ribeiro (2024), além de práticas empresariais de destaque (Heineken, Natura, Absolut Vodka e O-I Glass, 2025) em que o Design é vetor de conscientização ambiental. Como produto aplicado, resultará em um folder educativo, concebido com base nos princípios do design informativo e sustentável. O folder apresenta o ciclo do vidro, orientações de descarte correto e estímulos visuais ao reuso criativo, usando cores, ícones e linguagem acessível e emocional.

Resultados e Discussões: O vidro é um material sustentável, porém sua eficiência ambiental depende do consumidor. O design, como função educativa, pode traduzir o discurso ecológico

em ação cotidiana. Embalagens informativas, campanhas visuais e materiais didáticos ampliam o entendimento sobre o ciclo do vidro e fortalecem a adesão à economia circular. A educação ambiental visual é uma das ferramentas eficazes no engajamento social. O folder pode transformar conhecimento técnico em linguagem acessível, incentivando práticas de consumo responsável, valorando o vidro como material durável, belo e renovável, reforçando a ideia de que o design deve ser um agente ativo na cultura de sustentabilidade.

Conclusão: O futuro do design está na intersecção entre estética e consciência ambiental. O vidro como material permanente, o estudo evidencia que a sustentabilidade, inovações tecnológicas e transformações culturais impulsionadas por educação e comunicação são eficazes. O folder educativo desenvolvido a partir desta pesquisa simboliza essa união entre teoria e prática: ele funciona como ferramenta de disseminação do conhecimento e estímulo à ação ambiental. Mais do que informar, ele educa, sensibiliza e convida o público a participar de um ciclo de consumo mais responsável. Assim, o design se consolida não apenas como campo criativo, mas como agente de mudança social, capaz de transformar a forma como percebemos, utilizamos e preservamos os materiais que moldam o mundo.

Referências

GOMES, N. et al. **Recycled Glass Bottles for Craft-Beer Packaging: How to Make Them Sustainable?** An Environmental Impact Assessment from the Combined Accounting of Cullet Content and Transport Distance. **Sustainability**, Basel, v. 14, n. 2, p. 23, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2079-9276/14/2/23>.

HEINEKEN. **O-I joins Heineken for glass recycling pilot program in Brazil**. Disponível em: <https://www.o-i.com/news/oi-joins-heineken-for-glass-recycling-pilot-program-in-brazil/>

NATURA. **Sustentabilidade na Natura**. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade>

PEGADA NEUTRA. **Logística Reversa de Embalagens de Vidro** | Blog Pegada Neutra. Disponível em: <https://pegadaneutra.com.br/blog/posts/logistica-reversa-embalagens-vidro>

RIBEIRO, B. de A. **Logística reversa e reciclagem do vidro no Brasil: estudo de caso e análise pelo método PRISMA de revisão sistemática**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/18525>.

SABATINI, F. et al. **LCA of Glass Versus PET Mineral Water Bottles: An Italian Case Study**. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENERGY, ENVIRONMENT AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT, 2., 2021. **Anais...** [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/353281644_LCA_of_Glass_Versus_PET_Mineral_Water_Bottles_An_Italian_Case_Study

SIBIC. **Sustentabilidade na vidraçaria: impactos e melhores práticas**. Disponível em: <https://sibic.com.br/sustentabilidade-na-vidracaria-impactos-e-melhores-praticas/>

SOARES, T. F. **Reciclagem do vidro para embalagens de alimentos e bebidas como etapa do Sistema de Gestão Ambiental**. 2017. 32 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Engenharia Química) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/23773/1/ReciclagemVidroEmbalagens.pdf>.

O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA EDUCATIVA SOBRE O POLIETILENO EM UM FOLDER

Lorene Bueno dos Santos¹; Maria Júlia Maranhão Maldonado²; Rhicielly Zagato Ballarin³; Sofia Capossi Leonel dos Santos⁴, Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro⁵

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lorene.santos@alunos.fibbauru.br ;

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – maria.maldonado@alunos.fibbauru.br ;

³Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – rhicielly.ballarin@alunos.fibbauru.br ;

⁴Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – sofia.santos@alunos.fibbauru.br ;

⁵Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com .

Grupo de trabalho: DESIGN.

Palavras-chave: Polietileno, biopolietileno, embalagem biodegradável, sustentabilidade, reciclagem, meio ambiente.

Introdução: O design gráfico exerce papel fundamental na comunicação e na transmissão de informações de forma clara, atrativa e acessível. Se aplicado em materiais educativos, como folders, pode ser uma ferramenta para promover a conscientização social e ambiental. Nesse contexto, o uso do design gráfico como meio educativo sobre o polietileno, busca informar sobre suas características e impactos ambientais, e pode despertar uma reflexão crítica na população acerca do consumo e descarte responsável. Por meio da educação visual, o folder transforma dados técnicos em conteúdo compreensível e envolvente, estimulando a mudança de atitudes e contribuindo para a construção de uma sociedade mais consciente e sustentável.

Objetivos: Desenvolver um folder educativo a fim de trazer conscientização e educação em relação ao polietileno, aplicação no meio de embalagens e seu processo de reciclagem, garantindo o reuso e forma de descarte.

Relevância do Estudo: é conscientizar ambientalmente sobre o uso do polietileno, pois apesar de sua ampla aplicação e versatilidade, ele representa um desafio significativo em relação ao uso, descarte e reciclagem, contribuindo como agente poluente ao meio ambiente. Criar um folder educativo aliado à comunicação visual tem o poder de traduzir informações técnicas em mensagens acessíveis, despertando o interesse e a reflexão. Assim, o estudo busca informar sobre o processo de reciclagem e reuso do polietileno, e promover uma educação ambiental visual, estimulando atitudes mais sustentáveis e responsáveis.

Materiais e métodos: Esta pesquisa é indutiva, exploratória, desenvolvida por meio de uma revisão bibliográfica e documental, com foco na análise de fontes científicas, relatórios técnicos e materiais institucionais sobre a importância da conscientização ambiental e no conhecimento do público.

Resultados e discussões: O design gráfico tem se mostrado uma boa ferramenta de comunicação e educação, especialmente quando associado a temas de interesse ambiental e social. Dessa forma, fez-se um estudo sobre os princípios do Design para melhor trabalhar a informação. No Design é possível traduzir conteúdos técnicos em informações acessíveis e atrativas, estimulando a reflexão e a mudança de comportamento. Nesse contexto, um folder educativo voltado à conscientização sobre o polietileno, material amplamente utilizado em embalagens, representa uma estratégia eficiente para promover a educação ambiental e incentivar práticas sustentáveis de consumo, descarte e reciclagem.

O polietileno (PE) é um polímero derivado do petróleo, muito usado no mercado de embalagens, porém é descartado de forma errada. Dessa forma, para reduzir o impacto no meio ambiente foi desenvolvido o biopolietileno (Bio-PE), produzido a partir de fontes renováveis, como o etanol da cana-de-açúcar (Bezerra, 2018). Embora o Bio-PE possua propriedades semelhantes ao polietileno convencional, sua origem renovável reduz a

dependência de recursos fósseis e contribui para um ciclo de produção mais sustentável (Pereira, 2018). Porém, para sua efetividade ambiental depende da educação e conscientização da população quanto às práticas de reuso e descarte adequado (Gonzaga De Araújo; Araújo, 2020). Segundo Lopes (2017), o ecodesign gráfico pode integrar preocupações ambientais à prática do design, tornando a comunicação visual uma aliada na conscientização ecológica. Assim, peças gráficas como folders educativos assumem função social, ao transmitir informações de forma clara, facilitando o entendimento sobre questões ambientais complexas. A produção de materiais gráficos educativos tem se mostrado eficiente na formação de consciência ambiental, como demonstram experiências pedagógicas em folders utilizado como recurso didático para reforçar o aprendizado e estimular a responsabilidade ambiental (Produção De Folders Educativos, 2022). O folder é um meio de comunicação visual que combina texto e imagem de forma sintética e impactante, transformando conteúdos científicos em mensagens visualmente envolventes, promovendo educação visual e conscientização ambiental de forma integrada. No contexto ambiental, ele pode funcionar como instrumento de mobilização social, informando temas como reciclagem, reaproveitamento de embalagens e alternativas sustentáveis (Pinheiro; Fidelis, 2021).

Conclusão: A elaboração de um folder educativo sobre o polietileno e suas alternativas, como o biopolietileno, é relevante tanto do ponto de vista ambiental quanto educacional. Através do design gráfico, é possível criar materiais que não apenas informem, mas também inspirem mudanças de atitude, tornando a educação ambiental mais acessível e eficaz. Dessa forma, o design gráfico se consolida como uma ferramenta estratégica para a construção de uma sociedade mais consciente, crítica e sustentável.

Referências:

BEZERRA, E. B. **Blendas de biopolietileno/policaprolactona com diferentes agentes compatibilizantes**. 2018. Tese (Doutorado em Engenharia de Materiais) – Universidade Federal de Campina Grande.

GONZAGA DE ARAÚJO, J. P. B.; ARAÚJO, E. M. Biocompósitos de biopolietileno/resíduo de café compatibilizados com polietileno enxertado com anidrido maleico. **Anais do Congresso de Iniciação Científica**, UFCG, 2020.

LOPES, C. S. D. *Ecodesign gráfico: teoria e prática*. **Revista Geografia (Londrina)**, v. 26, n. 3, p. 94-108, 2017.

PEREIRA, M. B. **Estudos de degradação de filmes de polietileno**. Universidade Estadual Paulista (UNESP), 2018.

PINHEIRO, I. R.; FIDELIS, A. S. Educação Ambiental: um relato de experiência. **Revista da Curricularização da Extensão**, Brusque: UNIFEBE, 2021.

PRODUÇÃO DE FOLDERS EDUCATIVOS COMO ESTRATÉGIA DE ENSINO EM AULAS DE BIOLOGIA. *Revista Ilustração*, 2022.

LAYOUT DOS JOGOS DIGITAIS MAIS JOGADOS A PARTIR DOS ANOS 2000

João Pedro Zentil Riehl¹; Guilherme da Silva Bertolaccini².

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – joapzr@gmail.com;

²Professor de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB guilherme.bertolaccini@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Jogos digitais, interface digital, usabilidade, layout e design.

Introdução: O design gráfico dos jogos digitais representa uma parte importante da arte, avanço tecnológico e comunicação, os quais evoluem pelos avanços tecnológicos e práticas culturais. Smuts (2005) aponta que "a estrutura artística de um jogo digital consiste em um algoritmo interpretado por um conjunto de elementos estéticos". Os jogos atuais estão voltados para o avanço estético, Pinto aponta (2018, p.22) "Os jogos digitais combinam elementos do cinema narrativo, da música e dos esportes, sendo uma forma de expressão que busca incorporar elementos cinematográficos, mais especificamente elementos encontrados em séries de jogos como GTA e Fallout." A identidade visual nos jogos digitais vai além da estética, ela também comunica a ambientação e a atmosfera criadas. De acordo com Pinto (2018), a estética visual dos jogos é um reflexo das transformações culturais e tecnológicas de cada época, sendo parte essencial da linguagem do jogo. O autor mostra que o design tem vínculo com o cinema, a pintura e outras artes visuais. Complementando essa visão, TEIXEIRA et al. (2007) mostram que o primeiro critério a ser avaliado é a estética, mas também se enquadrar nas leis do design, mesmos critérios que são utilizados para montar jornais, anúncios, etc. O desenvolvimento do artbook se baseia em uma análise de elementos visuais dos layouts em jogos digitais. Segundo Schell (2014, p. 120), "desenhar jogos não é apenas criar experiências divertidas, mas entender a forma como os jogadores interagem com o mundo do jogo. Um jogo bem projetado é um sistema de escolhas significativas". Complementando, "as lentes são maneiras de ver as coisas. Elas nos ajudam a focar em diferentes aspectos do design e a entender como diferentes elementos interagem para criar uma experiência de jogo" (Schell, 2014, p. 130). Dessa forma, o passo a passo adotado para a criação do artbook envolve a seleção criteriosa de exemplos visuais, a classificação dos elementos gráficos dos períodos.

Relevância do Estudo: Considerando a relevância do layout dos jogos especificamente para a própria indústria de jogos eletrônicos, o presente estudo é justificado pela falta de materiais que sirvam como guia para designers, historiadores e profissionais da indústria de jogos, no que diz respeito aos elementos gráficos e visuais dos jogos, tanto em seu layout, quanto em seus materiais de divulgação e identidades das marcas, como logotipos e cartazes utilizados para a idealização dos materiais de divulgação. A análise crítica desses elementos e sintetizando todo esse conhecimento em um artbook visa servir, além de documento histórico, como de referência visual e guia para elaboração de novos estilos para a indústria de jogos.

Materiais e métodos: A metodologia desse projeto envolve uma análise qualitativa e exploratória focada na evolução dos layouts de jogos digitais, com o intuito de desenvolver um artbook que documente e evidencie as transformações visuais ocorridas desde os anos 2000 até 2024. Inicialmente, foi realizada uma seleção criteriosa de jogos digitais representativos de cada período quinquenal, os dados foram reunidos através do site www.metacritic.com. Foram selecionados 10 jogos por período, sendo dois jogos por ano, o mais bem avaliado pelos críticos e o mais bem avaliado pelos jogadores, todos esses dados foram analisados pelo site Metacritic. A partir desses jogos, foram coletados exemplos visuais dos elementos gráficos presentes nos layouts, como interfaces, menus, capas, logotipos e materiais de dentro do jogo.

Resultados e discussões: 2000–2004: Período de transição entre o clássico e o moderno, marcado pela consolidação do 3D e de identidades visuais mais fortes. Jogos como Half-Life 2 e Metroid Prime elevaram o realismo e a atmosfera cinematográfica. As cores vibrantes e metálicas, além das tipografias mistas entre o medieval e o moderno, refletiam o amadurecimento estético dos games.

2005–2009: O realismo se tornou prioridade. Títulos como Resident Evil 4, God of War II e Uncharted 2 trouxeram experiências cinematográficas, enquanto Super Mario Galaxy e Twilight Princess mantiveram o lúdico. As identidades visuais exploraram contrastes entre o épico e o urbano, e as logos mesclaram elementos simbólicos de franquias marcantes.

2010–2014: Os jogos atingiram maturidade artística e emocional. The Last of Us, Skyrim e GTA V combinaram narrativa, design e imersão, enquanto The Walking Dead destacou o minimalismo expressivo. O equilíbrio entre realismo e fantasia marcou o período, com identidades visuais que uniam emoção e força estética.

2015–2019: A fusão entre arte e tecnologia atingiu o auge. The Witcher 3, God of War e Breath of the Wild definiram novos padrões visuais, enquanto Stardew Valley mostrou a força do estilo retrô. O contraste entre o realismo detalhado e o design artesanal simbolizou a versatilidade estética da geração.

2020–2024: O design de jogos se consolidou como expressão artística completa. The Last of Us Part II, Elden Ring e It Takes Two uniram técnica e emoção, equilibrando realismo e fantasia. As composições exploraram gradientes, brilho e tipografias modernas, refletindo o refinamento visual e simbólico da nova geração.

Conclusão: O projeto destaca a importância do design nos jogos digitais e tem como objetivo reunir elementos visuais de diferentes títulos em um único artbook, suprimindo a falta de materiais que mostrem a evolução estética dos games. Foram selecionados os jogos mais bem avaliados entre 2000 e 2024, divididos por períodos de cinco anos. A partir dessa análise, foram criados moodboards, patterns e logos que representam as tendências gráficas de cada época. O resultado final foi um artbook que apresenta uma linha do tempo visual sobre a transformação do design nos videogames, unindo pesquisa, criação e expressão artística em um único produto.

Referências:

SMUTS, Aaron. **Are video games art?** Contemporary Aesthetics, n. 3, 2005. Acesso em: 29 maio 2025.

PINTO, André Luiz. **O design de jogos digitais como forma de expressão: diálogos com o mundo das artes.** 2018. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design Gráfico) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018. Disponível em: <https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/13788>. Acesso em: 29 maio 2025.

TEIXEIRA, Carlos. DALDON, Karen. BUEDE, Omar. SILVEIRA, Milene. **Avaliando a Usabilidade de um Jogo através de sua Jogabilidade, Interface e Mecânica.** 2007. 214 f. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Faculdade de Informática, Brasil 2007. Acesso em: 19 de agosto de 2025.

SHELL, Jesse. **The Art of Game Design: A Book of Lenses.** CRC Press, 2008. Acesso em: 19 de agosto de 2025.

REFX, www.metacritic.com, data de acesso 23 de agosto de 2025

DIVERSÃO E INCLUSÃO: DESENVOLVIMENTO DE UM BOARD GAME PARA INCLUSÃO DE JOGADORES COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Bianca Laylla Marques dos Santos¹; Samara Henrique Carvalho²; Bianca Caseiro Antonelli³; José Eduardo Zago⁴

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – bl.marques@outlook.com;

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – samaracarvalho0408@gmail.com;

³Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – biancacantonelli@gmail.com;

⁴Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – zagomail@hotmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design inclusivo; deficiência visual; board game; card game; jogo analógico.

Introdução: Atualmente, os jogos são uma das mídias mais populares. Segundo levantamento feito pela Pesquisa Game Brasil (PGB) em 2022, aproximadamente 74,5% dos brasileiros jogam jogos eletrônicos, representando um aumento considerável de 2,5% em relação a 2021 (GLOBO ESPORTE, 2022). Em comparação aos jogos analógicos, a Pesquisa Game Brasil de 2019 constatou que 28% da população brasileira joga jogos de tabuleiros (board games), enquanto 34%, jogos de cartas (card games). Ademais, em termos mercadológicos, o segmento de jogos de tabuleiro vem apresentando um crescimento significativo. Conforme a Associação Brasileira de Fabricantes de Brinquedos (Abrinq), houve um aumento de 7,5% no faturamento do setor em 2019, movimentando cerca de R\$665 milhões (FORBES BRASIL, 2019). Com o decorrer dos anos, houve mudanças em como a sociedade enxergava as pessoas pertencentes às classes vulnerabilizadas, trazendo em debates temas antes pouco abordados, como a inclusão de pessoas com algum tipo de deficiência, incluindo pessoas com algum grau de deficiência visual (PcDV). De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE, foi apontado que 18,8% da população brasileira (cerca de 35 milhões de pessoas) têm algum tipo de deficiência visual (SÃO PAULO, 2016). Diante disso, A Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146/2015) garante a igualdade de direitos e a inclusão social das pessoas com deficiência, promovendo a acessibilidade em meios físicos e digitais e determinando que produções audiovisuais ofereçam recursos acessíveis, como legendas, audiodescrição e intérprete de Libras (BRASIL, 2015).

Objetivos: O projeto teve como objetivo desenvolver um board game inclusivo que proporcionasse uma experiência de lazer acessível a jovens e adultos, com e sem deficiência visual. Foram realizadas pesquisas quantitativas e qualitativas sobre o mercado de jogos e o público com deficiência visual, além de estudos sobre o uso do Braille e relevos. Também foram definidos métodos para integrar elementos de card game, cultura da Grécia Antiga como base temática, selecionados materiais adequados, e, por fim, desenvolvido o protótipo do jogo.

Relevância do Estudo: Apesar dos avanços nos jogos inclusivos, ainda existem lacunas de acessibilidade, o que reforça a necessidade de um board game que integre pessoas com e sem deficiência visual, promovendo igualdade e motivação entre todos os jogadores.

Materiais e métodos: O projeto utilizou a metodologia MDA (Mecânica, Dinâmica e Estética), proposta por LeBlanc, Hunicke e Zubek (2001), a fim de orientar o desenvolvimento do game design e analisar o jogo sob as perspectivas do desenvolvedor e do usuário, garantindo uma abordagem adequada à experiência desejada. Na etapa Mecânica, foram realizadas a análise de similares, a elaboração do moodboard e a definição das propriedades do jogo, buscando compreender as referências e estabelecer regras e objetivos adequados ao público-alvo. A

etapa Dinâmica focou nos aspectos de acessibilidade, considerando o uso do Braille, relevos e estímulos sensoriais para garantir igualdade na interação entre os jogadores. Por fim, na etapa Estética, foram desenvolvidos o pattern, as ilustrações, a diagramação, a identidade visual e a embalagem, unindo elementos visuais e táteis que reforçam a imersão e a inclusão no jogo.

Resultados e discussões: Para garantir uma experiência inclusiva e imersiva, o jogo foi desenvolvido com vendas nos olhos, a fim de equalizar a percepção tátil entre os jogadores. O sistema Braille foi aplicado na embalagem e no manual, com relevos no tabuleiro, nas cartas e na própria caixa, o que facilitou a identificação tátil dos elementos. Essa abordagem esteve de acordo com o uso do Braille, conforme a Reforma Ortográfica da Língua Portuguesa vigente (IBC, 2022). A adição de QR Codes com comandos auditivos e frascos com fragrâncias em gel ampliou ainda mais a acessibilidade e a imersão lúdica.

Conclusão: O projeto demonstrou que é possível unir diversão, inclusão e design por meio de um board game acessível, promovendo a interação entre pessoas com e sem deficiência visual por meio de recursos táteis e sensoriais.

Referências

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. **Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 7 jul. 2015. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 7 abr. 2025.

FORBES BRASIL. **Mercado de jogos de tabuleiro ganha espaço no Brasil. 12 jul. 2019.** Disponível em: <https://forbes.com.br/colunas/2019/07/mercado-de-jogos-de-tabuleiro-ganha-espaco-no-brasil/>. Acesso em: 16 mar. 2025.

GLOBO ESPORTE. **Pesquisa Game Brasil 2022: público de games aumentou para 74,5%. 18 abr. 2022.** Disponível em: <https://ge.globo.com/esports/noticia/2022/04/18/pesquisa-games-brasil-2022-publico-de-games-aumentou-para-745percent.ghtml>. Acesso em: 16 mar. 2025.

IBC – INSTITUTO BENJAMIN CONSTANT. **O sistema Braille. 2022.** Disponível em: <https://www.gov.br/ibc/pt-br/pesquisa-e-tecnologia/materiais-especializados-1/livros-em-braille-1/o-sistema-braille>. Acesso em: 25 maio 2025.

SÃO PAULO (Município). **Censo 2010 – Cartilha: Pessoas com Deficiência.** São Paulo: Câmara Municipal de São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/wp-content/uploads/2016/11/cartilha-censo-2010-pessoas-com-deficiencia-reduzido.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2025.

A IMPORTÂNCIA DO SOUND DESIGN NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DE MARCAS

Vitor Ribeiro Silva¹; Ana Lya Moya Ferrari²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – vitorribeiro280514@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – ana.ferrari@fibbauru.br.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: sound design; identidade de marcas; branding auditivo; design de serviço

Introdução: A experiência do cliente é influenciada por multifatores que afetam a percepção da marca. Nesse sentido, a identidade representa grande parte do impacto nessa relação, principalmente no reconhecimento da marca. Essa relação é desenvolvida através de sentidos que podem ser explorados para complementar a experiência, como o olfato com marcas que se utilizam de fragrâncias específicas e o sonoro com a criação de um imaginário auditivo associativo. Nos tempos atuais, a comunicação das marcas não se limita mais apenas às identidades visuais. O sound design tem se consolidado como um elemento essencial na construção da identidade de marcas, influenciando a maneira como os consumidores percebem e interagem com os produtos e serviços. Estudos mostram que elementos sonoros impactam significativamente a forma como marcas são reconhecidas, lembradas e emocionalmente associadas a valores (Moreira, Fortes & Santiago, 2017). O *sound design*, nesse contexto, não se limita à produção de trilhas ou efeitos, mas assume o papel de condutor estratégico de significados e sensações (Susini, Houix & Misdariis, 2014). Além disso, como discute Truax (1984), o som participa de uma ecologia comunicacional onde o ouvinte também é consumidor. Quando planejado com intenção, o som atua como uma extensão da linguagem visual e verbal da marca, enriquecendo a experiência do usuário de maneira eficaz (Mas *et al.*, 2020; Graakjær & Bonde, 2018).

Objetivos: Apresentar os benefícios na otimização da experiência do usuário e aumentar o reconhecimento da marca projetando uma identidade sonora para a identidade visual. Utilizar a aplicação do *sound design* de forma estratégica para reforçar o reconhecimento da marca.

Relevância do Estudo: A importância do sound design no branding é evidente, mas, como indicam Graakjær e Bonde (2018), ainda existe uma carência de estudos que explorem sua aplicação de maneira estruturada e estratégica, principalmente no desenvolvimento e avaliação de identidades sonoras não musicais. A indústria fonográfica e a publicidade já reconhecem o poder do som na construção de narrativas e engajamento emocional, mas o design sonoro ainda é subestimado como elemento essencial na identidade de marcas. Este estudo foi pautado na necessidade de proporcionar um complemento na experiência de clientes da marca de acessórios artesanais, acrescentando ao rebranding e desenvolvendo uma alternativa baseada no processo e nas ferramentas do design de serviço para a proposta de solução.

Materiais e métodos: O processo de desenvolvimento da identidade sonora foi iniciado a partir de um briefing estruturado com a cliente, cujo objetivo principal era compreender as necessidades da marca diante de um processo de rebranding. Durante a análise, conduzida sob a perspectiva do design de serviço, foi identificado um ponto crítico: a ausência de qualquer elemento sonoro na comunicação da marca. Essa lacuna foi interpretada como uma oportunidade estratégica para a criação de uma identidade auditiva que reforçasse a proposta de valor da empresa. Para fundamentar essa decisão, foi elaborado um questionário de pesquisa com foco no reconhecimento de logotipos sonoros populares. A análise dos dados revelou insights relevantes como o fato da marca Netflix ser amplamente reconhecida, em

contraste com a Prime Video, apesar de ambas pertencerem ao mesmo setor de *streaming*. Essa diferença evidenciou como o uso consistente e estratégico de um *sound mark* pode aumentar o impacto do reconhecimento da marca.

Resultados e discussões: Pôde ser analisado como a aplicação dos conceitos de design de serviço foram cruciais na estruturação metodológica e nas relações de contato entre produtor e cliente. O processo de produção foi detalhado e reiterado baseado nas necessidades da cliente, reforçando como a prototipação e *feedbacks* são essenciais para uma entrega completa e coesa. O processo de produção sonora foi realizado inteiramente em ambiente digital, utilizando o FL Studio como DAW por sua flexibilidade e ferramentas variadas, como VSTs, samples e efeitos. O projeto resultou em três produtos principais para a identidade sonora da marca: um *sound mark* (logotipo sonoro) curto, uma faixa animada para campanhas enérgicas e uma faixa cadenciada para narrativas emocionais. A produção musical empregou majoritariamente instrumentos virtuais (pianos, sintetizadores, baixo e bateria) e efeitos de espacialidade como reverberação e delay. O áudio final passou por equalização, compressão, saturação, mixagem e masterização, sendo entregue no padrão da indústria audiovisual digital (48kHz e 24 bits) para garantir ampla compatibilidade.

Conclusão: O projeto contemplou uma variedade de perspectivas a respeito não apenas do *sound design e branding*, mas também como a organização e direcionamento dentro dos conceitos do design de serviço permitiu uma execução sólida e harmônica entre o que foi planejado e alcançado.

Referências

GRAAKJÆR, Nicolai; BONDE, Anders. Non-musical sound branding – a conceptualization and research overview. **European Journal of Marketing**, v. 52, n. 7/8, p. 1505–1525, 2018.

MAS, Lluís; BOLLS, Paul; RODERO, Emma; BARREDA-ÁNGELES, Miguel; CHURCHILL, Ashley. The impact of the sonic logo's acoustic features on orienting responses, emotions and brand personality transmission. **Journal of Product & Brand Management**, v. 30, n. 5, p. 2–12, 2020.

MOREIRA, António C.; FORTES, Nuno; SANTIAGO, Ramiro. Influence of sensory stimuli on brand experience, brand equity and purchase intention. **Journal of Business Economics and Management**, v. 18, n. 1, p. 68–81, 2017.

SUSINI, Patrick; HOUIX, Olivier; MISDARIIS, Nicolas. Sound design: an applied, experimental framework to study the perception of everyday sounds. **The New Soundtrack**, v. 4, n. 2, p. 103-121, 2014.

TRUAX, Barry. Acoustic Communication. **Ablex Publishing Corporation**, 1984. Cap. 10: The Listener as Consumer.

DIVERSIDADE E REPRESENTATIVIDADE NOS JOGOS DIGITAIS

Gabriel Henrique Ferreira de Lima¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – gabrielhflima03@gmail.com

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Diversidade; Representatividade; Jogos Digitais; Design; Cultura.

Introdução: Os jogos digitais, como artefatos culturais e comunicacionais, exercem papel fundamental na formação de identidades, valores e representações sociais. Ao refletirem e influenciarem comportamentos, podem tanto reforçar estereótipos quanto abrir espaço para narrativas plurais. Segundo Silva e Lucas (2023), os jogos atuam como mediadores culturais, impactando diretamente a construção de sentidos e valores compartilhados.

A diversidade e a representatividade são essenciais para compreender o impacto sociocultural dos jogos, especialmente diante da predominância de personagens masculinos, brancos e heteronormativos (Shaw, 2014).

Objetivos: O trabalho tem como objetivo analisar a importância da diversidade e representatividade nos jogos digitais, observando seus aspectos estéticos, narrativos e socioculturais e desenvolver um livro educativo de objetivo educacional no qual trata a diversidade e a representatividade em seus diversos sentidos e o quão são importantes para o mundo dos jogos e que possam servir para o público interessado na área e para educadores.

Relevância do Estudo: A pesquisa é relevante por abordar um tema emergente que articula design, comunicação e sociedade. A discussão sobre diversidade torna-se central para a construção de produtos mais inclusivos (Taylor, 2022). De acordo com Darvishinia e Goodson (2024), a ausência de pluralidade nas narrativas e mecânicas de jogos contribui para a manutenção de estereótipos e desigualdades, enquanto a inclusão amplia o alcance social dos games.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada possui caráter qualitativo e exploratório, baseada em revisão bibliográfica e análise crítica de três jogos digitais: *GTA San Andreas*, *Cyberpunk 2077* e *Street Fighter*. A escolha desses títulos se deve à sua relevância cultural e à forma como abordam questões de diversidade (Dyer-Witthford; De Peuter, 2009). O estudo utilizou o modelo MDA (Hunicke; LeBlanc; Zubek, 2004) e os estudos de recepção (Jenkins, 2006), buscando compreender tanto as estruturas internas do design quanto a interpretação dos jogadores. Além da análise dos jogos, desenvolveu-se o **projeto editorial do livro**, fundamentado nos princípios do design gráfico e da Gestalt (Khamis et al., 2023; Lupton, 2010).

Resultados e discussões: A análise evidenciou que, embora alguns jogos apresentem avanços em termos de inclusão, ainda há forte predominância de representações estereotipadas. Em *GTA San Andreas*, a presença de um protagonista negro é ofuscada pela associação com a criminalidade (Sicart, 2008); em *Cyberpunk 2077*, a diversidade de gênero é tratada superficialmente, sem impacto narrativo real (Gray, 2014); e em *Street Fighter*, a variedade cultural é reduzida a caricaturas visuais (Leonard, 2003). Esses resultados foram traduzidos graficamente no livro, que apresenta comparativos visuais entre representações excludentes e inclusivas. O material final busca estimular o pensamento crítico e a valorização de identidades plurais no campo do design e dos jogos digitais.

Conclusão: O design, enquanto campo comunicacional, tem potencial para romper padrões excludentes e propor narrativas que celebrem identidades diversas. O livro produzido como produto final consolida essa proposta, unindo pesquisa teórica e prática projetual em um material didático que visa sensibilizar profissionais e estudantes sobre a importância da representatividade no design de jogos. Como afirma Hunicke, LeBlanc e Zubek (2004), as escolhas de design moldam diretamente a experiência estética e, portanto, o modo como enxergamos o outro dentro das mídias digitais.

Referências:

DARVISHINIA, Nooshin; GOODSON, Todd. **Diversity, Representation, and Accessibility Concerns in Game Development**. 2024.

GRAY, Kishonna. **Race, Gender, and Deviance in Xbox Live**. New York: Routledge, 2014.

HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. In: **Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI**, 2004.

LUPTON, Ellen. **Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors & Students**. 2. ed. Nova York: Princeton Architectural Press, 2010.

SHAW, Adrienne. **Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2014

ARTBOOK ILUSTRADO: A VALORIZAÇÃO DA CULTURA ADINKRA NO DESENVOLVIMENTO DE UMA LINHA DE SKINS COMO FERRAMENTA DE REPRESENTATIVIDADE NEGRA EM LEAGUE OF LEGENDS.

Brenda Tayane Peres Bermudes¹; Bianca Caseiro Antonelli²

¹Aluna Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brenDATAYANEperes@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
biancacantonelli@gmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Representatividade negra; design de personagens; jogos digitais; Adinkra; League of Legends.

Introdução: A representatividade de diferentes grupos sociais nos jogos digitais permanece limitada, especialmente no que se refere a personagens negros. Apesar da diversidade cultural da sociedade, a indústria de games historicamente privilegia protagonistas brancos, enquanto personagens negros frequentemente assumem papéis secundários ou estereotipados, reduzindo a identificação de jogadores negros com as narrativas oferecidas (BURGESS et al., 2011; GRAY, 2020). Estudos apontam que a ausência de diversidade nos games influencia a percepção de pertencimento e engajamento dos jogadores negros, reforçando desigualdades culturais e sociais no ambiente digital (CABRAL; SILVA, 2022). League of Legends, um dos maiores títulos do gênero MOBA, possui mais de 170 campeões jogáveis, mas poucos apresentam traços que permitam sua identificação como negros, evidenciando a carência de diversidade estética e narrativa. Além disso, a inclusão de elementos culturais autênticos, como símbolos africanos, tem potencial para enriquecer a narrativa e a estética do jogo, promovendo representatividade cultural de forma significativa (MENDES; OLIVEIRA, 2021). Para isso, o projeto propõe a criação de um artbook ilustrado, publicação que reúne conteúdos visuais detalhados, como concept arts, esboços e estudos de personagens, permitindo ao público compreender o processo criativo e o universo do jogo de forma aprofundada (BIDUN, 2019).

Objetivos: O objetivo deste estudo é desenvolver um artbook ilustrado que proponha uma linha de skins para campeões negros de League of Legends, incorporando símbolos e elementos culturais Adinkra de forma autêntica.

Relevância do Estudo: Este projeto apresenta relevância social e acadêmica ao abordar a lacuna de representatividade negra em jogos digitais, oferecendo uma proposta visual e narrativa que valoriza culturas africanas autênticas. Por meio do artbook, pretende-se sensibilizar designers de jogos, ilustradores e público em geral sobre a importância de criar personagens negros complexos e culturalmente fundamentados. Ademais, o estudo contribui para a reflexão sobre o papel do design como ferramenta de transformação social, promovendo diversidade e inclusão no universo dos games.

Materiais e métodos: O estudo possui caráter qualitativo e exploratório, baseado em pesquisa bibliográfica, análise de referências visuais e culturais, e desenvolvimento projetual. A metodologia adotada seguiu o modelo de Beane (2012), estruturando o processo em Pré-Produção, Produção e Pós-Produção.

Na etapa de Pré-Produção, foi realizado a análise de artbooks similares, seleção de campeões, definição do tema e construção de moodboards com paletas de cores, vestimentas, cenários e padronagens inspiradas nos símbolos Adinkra. Na etapa de Produção foi realizado o desenvolvimento das artes, incluindo silhuetas, esboços, linearts, testes de cor e renderizações para personagens e cenários.

Na etapa de Pós-Produção foram realizados os ajustes finais, aplicação de padronagens nos layouts e diagramação do artbook em formato 21cm x 15cm, com grids adaptados para narrativa e visualização de ilustrações, além da escolha de tipografias legíveis e inspiradas na cultura africana. As ferramentas digitais utilizadas incluíram Adobe Illustrator (símbolos e padronagens), IbisPaintX e Photoshop (ilustrações) e InDesign (diagramação).

Resultados e discussões: A integração de símbolos Adinkra nos campeões selecionados criou uma linha de skins que não apenas respeita a autenticidade cultural, mas também oferece significado filosófico e moral às personagens. O artbook serve como registro visual e referência para designers, ilustradores e jogadores, reforçando que a diversidade pode ser incorporada de forma criativa e harmoniosa sem comprometer a coerência estética do jogo. Ademais, o artbook introduz a história do Festival Adinkra, um ritual ancestral de Runeterra em que os deuses ancestrais despertam os símbolos Adinkra e os oferecem àqueles cujo espírito reflete sua essência. Cada campeão foi designado com um símbolo específico, criando uma mini lore que contextualiza a skin dentro do universo do jogo.

Conclusão: O projeto confirma que é possível ampliar a representatividade negra em jogos digitais de maneira significativa e respeitosa por meio de um artbook ilustrado que incorpora símbolos Adinkra. Além de contribuir para a valorização da cultura africana, o trabalho reforça o papel do design como ferramenta de inclusão e transformação social. O artbook não apenas apresenta novas skins para campeões de League of Legends, mas também propõe um modelo de referência para futuras produções, demonstrando que a diversidade cultural pode ser integrada de forma criativa, estética e significativa, promovendo maior engajamento e identificação dos jogadores negros com o universo dos games.

Referências

BIDUN, A. Art book in the theoretical dimension and practice system of the editor. **Scientific Notes of the Institute of Journalism**, n. 1(74), p. 78–94, 2019. DOI: 10.17721/2522-1272.2019.74.8. Disponível em: <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2019.74.8>. Acesso em: 21 out. 2025.

BURGESS, M. C. R. et al. Playing with prejudice: the prevalence and consequences of racial stereotypes in video games. **Media Psychology**, v. 14, n. 3, p. 289–311, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1080/15213269.2011.596467>

CABRAL, L. R.; SILVA, T. B. P. Representatividade em jogos digitais: uma revisão sistemática. **Anais Estendidos do Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital (SBGames)**, 2022. Disponível em: https://sol.sbc.org.br/index.php/sbgames_estendido/article/view/23636. Acesso em: 21 out. 2025.

GRAY, K. L. **Intersectional tech: black users in digital gaming**. Baton Rouge: LSU Press, 2020.

MENDES, T.; OLIVEIRA, R. Representatividade racial nos videogames: desafios e avanços na indústria dos jogos digitais. **Revista Brasileira de Estudos Midiáticos**, v. 18, n. 2, p. 45–68, 2021.

SUSTENTABILIDADE E O POLIPROPILENO: SOLUÇÕES DA INDÚSTRIA PARA A ECONOMIA CIRCULAR

Pedro Ribeiro Monteiro¹; Felipe Bresser Dias²; Guilherme Dantas dos Santos³

¹Pedro Ribeiro Monteiro – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – pedro.monteiro@alunos.fibbauru.br

²Felipe Bresser Dias – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – felipe.dias@alunos.fibbauru.br

³Guilherme Dantas dos Santos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – guilherm.dantas@alunos.fibbauru.br

Jacqueline Castro – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – jacqueline.castro@fibbauru.br

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Polipropileno, Sustentabilidade, Economia Circular, Reciclagem Química, Plástico Renovável

Introdução: O crescente volume de resíduos plásticos impõe um desafio ambiental urgente, exigindo inovação das empresas de embalagens. Este artigo foca no polipropileno (PP), um polímero amplamente usado, para analisar as estratégias de mitigação de impacto no meio ambiente. Embora o PP apresenta vantagens como durabilidade e leveza, sua reciclagem enfrenta obstáculos críticos, como a falta de infraestrutura de triagem, contaminação e a degradação do material. A pesquisa busca compreender e disseminar práticas eficazes para a economia circular no setor de embalagens, sendo a fase de estudo essencial para o produto final do projeto.

Objetivos: Analisar as estratégias adotadas pelas empresas de polímeros para resolver a quantidade de lixo, investigando as vantagens inerentes ao PP reciclável e os obstáculos remanescentes para uma gestão de resíduos sustentável. Como projeto de extensão, desenvolver um folder educativo sobre o PP nas embalagens, suas possibilidades sustentáveis e o descarte correto, direcionado à conscientização e educação do público da comunidade FIB.

Relevância do Estudo: A pesquisa tem relevância no sentido de documentar o estado da arte das soluções de circularidade do PP, desde a inovação em matéria-prima até o tratamento de resíduos complexos. Além de alinhar o desenvolvimento econômico à preservação ambiental, o estudo fornece o conteúdo técnico e estratégico necessário para a produção de uma peça de comunicação gráfica (o folder), estabelecendo uma ponte entre o conhecimento acadêmico e a educação prática do consumidor, um objetivo central para a área de Design.

Materiais e métodos: A metodologia empregada é a pesquisa bibliográfica e descritiva, baseada na análise de artigos científicos, relatórios de sustentabilidade e press releases de empresas líderes no setor petroquímico e de embalagens. Foram analisados estudos de caso de empresas como Braskem, SABIC, Borealis e Plasútil, focando na identificação de tecnologias avançadas (Reciclagem Química, Upcycling, Triagem Digital) e nas normas setoriais (APR). A coleta de dados foi essencialmente qualitativa, estruturada para catalogar e discutir a diversidade de iniciativas que sustentam a transição para a economia circular.

Resultados e discussões: O setor de embalagens demonstra um avanço ativo em três frentes de circularidade: 1) Inovação na Matéria-Prima: com o desenvolvimento de PP de base renovável (Ex: l'm Green™ da Braskem) e circular certificado (Trucircle™ da SABIC). 2) Otimização da Reciclagem: por meio de tecnologias avançadas de triagem (HolyGrail) e reciclagem química (Borcycle™ da Borealis e Cat-HTR da ReNew ELP), capazes de recuperar polímeros de fluxos de resíduos mistos. 3) Melhoria Operacional e Reuso: com práticas de "zero resíduo" e uso de energia 100% renovável em empresas como a Plasútil. A

discussão ressalta, contudo, que a sustentabilidade duradoura depende da escalabilidade dessas tecnologias e da integração das iniciativas privadas com políticas públicas eficientes, superando o atual desafio de representarem uma pequena fatia da produção total.

Conclusão: As evidências confirmam que a solução para o desafio do resíduo de PP é multifacetada. A transformação para a economia circular dependerá da escalabilidade dessas tecnologias, o que significa movê-las de projetos-piloto para a produção em massa. Além disso, dependerá da transparência no uso de certificações e da integração das iniciativas privadas com políticas públicas eficientes de gestão de resíduos e logística reversa. Tais fatores, em conjunto, garantirão um ciclo de vida sustentável e de baixo carbono para o PP. O conhecimento aprofundado adquirido neste artigo será aplicado na criação de um folder educativo conciso e visualmente impactante, promovendo a conscientização do consumidor, que é o elo final da cadeia de sustentabilidade.

Referências

APR (PLASTICS RECYCLING ASSOCIATION). **Design for Recyclability:** Guia e Reconhecimento de Novas Resinas de PP. Disponível em: <https://plasticsrecycling.org/about-apr/>. Acesso em: 04 out. 2025.

BOREALIS. **Compromissos de Sustentabilidade 2030: Borneables™, Borcycle™ e HolyGrail.** Disponível em: <https://www.borealisgroup.com/circular-economy/borcycle>. Acesso em: 04 out. 2025.

BRASKEM. **Estratégias de Circularidade: I'm Green™, Reciclagem Química (Nexus) e Projetos REMADE.** Disponível em: <https://www.braskem.com.br/imgreen/home-pt>. Acesso em: 04 out. 2025.

EXXONMOBIL. **Achieve Advanced PP6302E1: Polipropileno Espumado para Otimização de Embalagens.** Disponível em: <https://packagingeurope.com/exxonmobil-reveals-new-foamable-polypropylene/2096.article>. Acesso em: 04 out. 2025.

LYONDELLBASELL. **Expansão de Operações de Reciclagem Química e Mecânica na Europa.** Disponível em: <https://plasticosemrevista.com.br/reciclagem-quimica-lyondellbasell-confirma-projeto-de-escala-industrial/>. Acesso em: 04 out. 2025.

POLIETILENO UTILIZADO DE FORMA CONSCIENTE NA CADEIA DE EMBALAGENS

Beatriz Rodrigues de Souza¹; Camily Fagundes Ramos²; Carolina Abreu³; Livia Tozi Silveira⁴; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro⁵ Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – beatriz.souza01@alunos.fibbauru.br ²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – camily.ramos@alunos.fibbauru.br ; ³Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carolina.abreu@alunos.fibbauru.br ; ⁴Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – livia.silveira@alunons.fibbauru.br ; ⁵Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com .

Grupo de trabalho: DESIGN.

Palavras-chave: Polietileno, biopolietileno, biodegradável, sustentabilidade, reciclagem, meio ambiente, decomposição, embalagem.

Introdução: O Polietileno Verde é um biopolímero produzido a partir de fontes renováveis, como o etanol da cana-de-açúcar, e apresenta as mesmas propriedades do polietileno convencional (BRASKEM, [s.d.]). Sua principal vantagem ambiental é a capacidade de capturar CO₂ durante sua produção, contribuindo para a redução dos gases de efeito estufa (BRASKEM, [s.d.]; AZOM, [s.d.]). Apesar de não ser biodegradável, ele pode ser reciclado mecanicamente, embora enfrente desafios como degradação de propriedades e contaminação dos resíduos ao longo dos ciclos de reprocessamento (Interplast, [s.d.]; Arandanet, [s.d.]). Diversas empresas já adotam o material como alternativa sustentável na fabricação de produtos entre elas a Lessonia, a Tetra Pak (Brazil Beauty News, 2014; Agência Canalenergia, 2017; BRASKEM, [s.d.]).

Objetivos: estudar o Biopolietileno no mercado voltado para a produção de embalagens.

Relevância do Estudo: A pesquisa aborda uma alternativa sustentável aos plásticos convencionais, destacando o Polietileno Verde como uma solução viável para a redução das emissões de gases de efeito estufa sem comprometer as propriedades técnicas do material (Braskem, [S.D.]; Oliveira; Silva, 2020). Além disso, ela discute os desafios e possibilidades da reciclagem mecânica desse biopolímero, tema essencial diante do crescente volume de resíduos plásticos no mundo (Arandanet, [S.D.]; Souza; Lima, 2021). Ao apresentar iniciativas de empresas que já utilizam o Polietileno Verde, o texto também reforça a importância da inovação e da responsabilidade ambiental na indústria, contribuindo para o avanço de práticas mais sustentáveis na cadeia produtiva (Brazil Beauty News, 2014; Agência Canalenergia, 2017).

Materiais e métodos: Esta pesquisa foi desenvolvida por meio de uma revisão bibliográfica e documental. Foram utilizados artigos, publicações de empresas do setor petroquímico e ambiental, documentos de dados como *Scielo*, *Science Direct* e *Google Scholar*. A seleção priorizou temas como biopolímeros, sustentabilidade na indústria de plásticos, reciclagem mecânica e mitigação de impactos ambientais. Foram analisados estudos de caso de empresas que adotaram o Polietileno Verde em seus processos produtivos, com o objetivo de compreender os benefícios, limitações e aplicações práticas desse material.

Resultados e discussões: O Polietileno Verde é um polímero produzido a partir de fontes renováveis, como o etanol da cana-de-açúcar de acordo com a (BRASKEM, [s.d.]). Ele possui propriedades físicas, mecânicas e recicláveis equivalentes às do polietileno convencional, o que facilita sua aplicação industrial sem a necessidade de ajustes nos processos produtivos (Azom, [S.D.]; Beaga Embalagem, [s.d.]). Durante sua fabricação são capturados cerca de 2,15 kg de CO₂ por quilo de plástico produzido, contribuindo para a redução das emissões de

gases de efeito estufa (BRASKEM, [s.d.]). Porém, ele ainda emite certa quantidade de gases poluentes. (Ministério Público do Estado de Mato Grosso, [s.d.]).

Algumas empresas adotaram o Biopolietileno como a Lessonia, no setor de cosméticos, substituiu o polietileno convencional por matérias-primas renováveis (Brazil Beauty News, 2014). A Braskem, maior produtora de resinas termoplásticas das Américas, lidera a produção mundial de biopolímeros com seu Polietileno Verde certificado pelo selo "I'm green™" (BRASKEM, [s.d.]). No Brasil, a Tetra Pak foi pioneira no uso de PEAD verde em tampas desde 2011 e, a partir de 2014, passou a utilizar PEBD verde nas camadas protetoras de todas as embalagens produzidas no país, atingindo cerca de 13 bilhões de unidades compostas por 82% de materiais renováveis (BRASKEM, [s.d.]).

Conclusão: O Polietileno Verde pode ser uma alternativa promissora aos plásticos convencionais, pois é positivo na redução da emissão de gases de efeito estufa, sua reciclabilidade permite integrá-lo aos processos de reciclagem mecânica, mesmo com limitações relacionadas à perda de propriedades e à contaminação do material. A adoção pelas empresas mostra o potencial do Biopolietileno como fator importante na economia circular. Para maximizar seus benefícios, é essencial investir em tecnologias de reciclagem mais eficientes, em políticas que incentivem o uso de matérias-primas renováveis.

Referências

ARANDANET. **Biopolímero tem reciclabilidade comprovada.** [s.l.]: Arandanet, [s.d.]. Disponível em: <https://www.arandanet.com.br/revista/pi/noticia/4635-Biopolimero-tem-reciclabilidade-comprovada.html>

AZOM: **Polietileno de base biológica: uma solução sustentável para resíduos plásticos.** AZoM, [s.d.]. Disponível em: <https://www.azom.com/article.aspx?ArticleID=23836>

BEAGA EMBALAGEM. **Embalagens polietileno.** Beaga Embalagem, [s.d.]. Disponível em: <https://beagaembalagem.com.br/blog/embalagens-polietileno/>

BRASKEM. **I'm green bio-based.** Braskem. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/imgreen/home-pt>

Brazil Beauty News. **Lessonia lança alternativa às esferas de polietileno usadas em cosméticos.** Brazil Beauty News, 28 out. 2014. Disponível em: <https://www.brazilbeautynews.com/lessonia-lanca-alternativa-as-esferas-de%2C365>

INTERPLAST. **Soluções sustentáveis para fim de vida dos biopolímeros da resina X.** [s.l.]: InterPlast, [s.d.]. Disponível em: <https://www.interplast.pt/Artigos/597296-Solucoes-sustentaveis-para-fim-vida-dos-biopolimeros-da-reciclagem-a-biodegradabilidade.html>

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MATO GROSSO (MPMT). **Bioplásticos — biodegradáveis e oxi-degradáveis: a solução para os microplásticos?** [s.l.]: MPMT, [s.d.]. Disponível em: <https://www.mpmt.mp.br/portaacao/news/732/103445/bioplásticos-biodegradáveis-e-oxidegradáveis-a-solução-para-a-poluicao-plastica-sera/261>

CONTROLE DE EFEMERIDADE NA MODA: O DESGASTE CONSCIENTE COMO ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Pedro Henrique Bambozzi¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²;

¹Aluno de design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – bambozzi2004@yahoo.com.br

²Professora do curso de design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Sustentabilidade, descarte, efemeridade, moda, estamparia.

Introdução: A indústria da moda contemporânea tem incentivado padrões de consumo insustentáveis, promovendo um ciclo acelerado de compra e descarte. Segundo Puente (2022), o Brasil descarta anualmente mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis, o que representa cerca de 5% de todo o lixo gerado no país. Esse cenário está associado às rápidas mudanças nas tendências e à baixa durabilidade das peças (Mateus, 2024). O modelo *fast fashion*, baseado em produção em massa de itens de baixa qualidade, tem gerado impactos ambientais severos. Conforme Bailey, Basu e Sharma (2022), a indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, responsável por 8% das emissões globais de carbono e por 20% de toda a água residual. O estudo investiga os hábitos de consumo e descarte de vestuário, analisando a percepção de durabilidade e valor simbólico das peças. Foram exploradas técnicas de estamparia e materiais que possibilitam o desgaste controlado e a revelação de camadas gráficas ocultas. Com base em Casotti e Torres (2011), o projeto desenvolveu protótipos de camisetas com dupla estampa e realizou testes de aceitação junto ao público, propondo o desgaste como estratégia de prolongamento do ciclo de vida e de reflexão crítica sobre o consumo efêmero na moda.

Objetivos: Produzir uma capsula de moda com peças de roupas contemporâneas que analisem e desafiem a percepção de “vida útil” de peças de vestuário atuais, analisando a relação de efemeridade da sua cultura de descarte frequente, e como isto afeta a sustentabilidade e relação para com a indústria da moda.

Relevância do Estudo: O presente estudo está centrado na resposta da seguinte pergunta: De que forma é possível desencorajar o descarte prematuro de roupas e oferecer aos consumidores uma proposta que incentive o consumo sustentável, sem ignorar as qualidades estéticas presentes em peças semelhantes no restante do mercado? Acredita-se que a aplicação de estratégias de design baseadas no desgaste consciente — como estampas sobrepostas que revelam camadas ocultas com o uso — pode promover uma nova percepção estética e simbólica das roupas, estimulando o apego emocional, prolongando o tempo de uso e desencorajando o descarte precoce, contribuindo assim para práticas mais sustentáveis na moda.

Materiais e métodos: O estudo investiga os hábitos de consumo e descarte de vestuário, analisando a percepção de durabilidade e valor simbólico das peças. Foram exploradas técnicas de estamparia e materiais que possibilitam o desgaste controlado e a revelação de camadas gráficas ocultas. A metodologia adotada envolveu etapas de análise, voltadas à pesquisa de mercado e estudo de materiais sustentáveis, e de síntese, dedicadas à definição do conceito estético e funcional das peças, a partir da integração das informações obtidas. Com base em Casotti e Torres (2011), o projeto desenvolveu protótipos de camisetas com dupla estampa e realizou questionários de aceitação ao público, propondo o desgaste como estratégia de prolongamento do ciclo de vida e de reflexão crítica sobre o consumo efêmero na moda.

Resultados e discussões: Após o processo aplicado de prototipação com a produção de modelos representativos da função esperada, o projeto tem proposta em desenvolvimento, pois existem limitações tecnológicas para a implementação de duas camadas de estampas que se sofrem abrasão do tempo, a fim de revelar uma camada inferior previamente oculta. Com as representações desenvolvidas a partir de impressões por transferência, sobre camisetas já estampadas por DTG e DTF, os modelos foram lavados para simular o processo de desgaste para servirem como efeitos propostos para as peças idealizadas.

Conclusão: Com a finalização e análise dos modelos e protótipos, é possível identificar que o problema na indústria da moda contemporânea, assim como o descarte dos tecidos atualmente. E por meio da preposição do projeto, alcançou-se parcialmente os objetivos e por meio do apelo comercial plausível e justificado pelo comportamento de consumo moderno, buscando incitar o processo de slow fashion e incitar o maior tempo de uso de cada peça de roupa. Assim, fez-se a escolha de desenvolver estampas em múltiplas camadas. Percebendo que existe certas limitações na implementação do desgaste específico das estampas, porém diagnosticou-se que essa característica de reuso da peça, ou uso prolongado vem crescendo. Uma das peças está em composição e apresenta uma estampa superior e uma estampa inferior que aparece conforme abrasão da superior; existindo dessa forma, ainda possíveis melhorias na execução da fabricação de uma peça funcional da maneira planejada.

Referências

BAILEY, Kerrice; BASU, Aman; SHARMA, Sapna. *The Environmental Impacts of Fast Fashion on Water Quality: A Systematic Review*. Water, York University, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/w14071073> Acesso em: 16 ago. 2025.

BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos*. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

CASOTTI, Lílian Gonring; TORRES, Vanessa Melo. *Moda sustentável e consumidores Osklen*. Faculdades Integradas de São Pedro, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/expocom/EX24-0622-1.pdf> Acesso em: 16 ago. 2025.

MATEUS, Maria Octávia Gonçalves. *Desperdício têxtil – O consumo e descarte de vestuário*. Universidade do Minho, 2024. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/94717> Acesso em: 16 ago. 2025.

PUENTE, Beatriz. *Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano*. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/> Acesso em: 16 ago. 2025.

GO LAZER: DESIGN DE INTERFACE DE APLICATIVO PARA LOCAÇÃO DE IMÓVEIS

Carlos Daniel de Araujo Souza¹; Lucas dos Santos Camillo²; Suzy Nazaré Silva Ribeiro Amantini³;
João Victor Gomes dos Santos⁴

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carlos.daniel1702@outlook.com;

² Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lucassantoscamillo123@gmail.com;

³Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – design@fibbauru.br;

⁴Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – joaogomesx@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: UX/UI; Design; Identidade Visual; Aplicativo; Locação.

Introdução: A Lei nº 8.245/1991, conhecida como Lei do Inquilinato, define a locação por temporada como aquela destinada à residência temporária do locatário, para fins como lazer, realização de cursos, tratamentos de saúde ou outras necessidades, com prazo máximo de 90 dias, independentemente de o imóvel estar mobiliado. Nos últimos anos, o mercado de locação por temporada no Brasil tem apresentado crescimento expressivo. De acordo com um estudo realizado pela Stays.net, empresa do Grupo Decolar, a demanda por esse tipo de locação aumentou 43% no primeiro trimestre de 2024, em comparação com o mesmo período de 2023. Tal expansão pode ser atribuída a fatores como a digitalização dos serviços e a crescente preferência dos consumidores por alternativas às hospedagens tradicionais. A digitalização dos serviços teve como principal catalisador a pandemia de Covid-19 e suas restrições sanitárias, que impulsionaram a adoção de ferramentas digitais em setores como educação, comércio, entretenimento e empreendedorismo (Caetano, 2021). Nesse cenário, a aplicação dos princípios de UX (User Experience) e UI (User Interface) Design, aliada à construção de uma identidade visual coesa, torna-se essencial para o desenvolvimento de plataformas digitais voltadas à locação de imóveis para curtas temporadas. Norman (2013) ressalta a importância do design centrado no usuário, destacando a necessidade de interfaces intuitivas, eficientes e acessíveis como elementos fundamentais para proporcionar uma experiência satisfatória.

Objetivos: Desenvolver um aplicativo que facilite e proporcione maior segurança aos processos de locação, aplicando uma identidade visual coesa e princípios de UX e UI Design em seu desenvolvimento.

Relevância do Estudo: Considerando a crescente demanda do setor imobiliário para locações por temporada e os avanços tecnológicos atuais, o estudo é relevante para compreender como uma identidade visual bem planejada e os princípios de UX e UI Design podem impactar a usabilidade, a eficiência e a experiência do usuário em plataformas digitais de locação por temporada, preenchendo lacunas ainda existentes no setor imobiliário.

Materiais e métodos: A pesquisa deste projeto utilizou uma abordagem exploratória e qualitativa, fundamentada em materiais bibliográficos diversos, como normas, livros, artigos e conteúdos especializados. O desenvolvimento foi orientado pela metodologia do Duplo Diamante, que estrutura o processo em etapas de divergência e convergência para aprimorar a solução proposta.

Resultados e discussões: A metodologia do Duplo Diamante mostrou-se eficaz no desenvolvimento do aplicativo GO LAZER, resultando em um protótipo de alta fidelidade com interface alinhada aos princípios de UX e UI Design e uma identidade visual coerente. As principais dificuldades identificadas, como excesso de telas e informações dispersas, foram

superadas por meio da simplificação do fluxo de navegação e melhor organização visual. A aplicação dos princípios de usabilidade de Jakob Nielsen (1994) garantiu uma interface intuitiva e acessível, enquanto a construção da persona e da jornada do usuário orientou decisões alinhadas às necessidades reais do público. O protótipo, criado no Figma, inclui funcionalidades como filtros, avaliações, calendário, pagamento integrado e chat, destacando o GO LAZER como uma solução inovadora para locação de chácaras e edículas.

Conclusão: Por fim, considera-se que o projeto atingiu seus objetivos ao desenvolver uma solução digital inovadora. Como continuidade, recomenda-se a realização de testes de usabilidade com usuários reais. Dessa forma, o GO LAZER consolida-se como um produto digital promissor e uma contribuição significativa para o campo do Design, demonstrando o impacto positivo da aplicação dos princípios de UX e UI e identidade visual no contexto da locação por temporada.

Referências

BRASIL. Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. **Diário Oficial da União:** seção 1, Brasília, DF, 21 out. 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm. Acesso em: 15 mar. 2025.

CAETANO, Gustavo. O atual cenário da transformação digital. **MIT Technology Review Brasil**, 5 out. 2021. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/o-atual-cenario-da-transformacao-digital/>. Acesso em: 24 maio 2025.

DIÁRIO DO TURISMO. Demanda por aluguéis por temporada cresce 43% no Brasil. **Diário do Turismo**, 15 fev. 2024. Disponível em: https://diariodoturismo.com.br/demanda-por-alugueis-por-temporada-cresce-43-no-brasil/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 15 mar. 2025.

NIELSEN, Jakob. **Usability Engineering**. San Diego: Academic Press, 1994

NORMAN, Don. **The design of everyday things**. Revised and expanded edition. New York: Basic Books, 2013.

O IMPACTO DA ESTÉTICA Y2K E DA CULTURA DIGITAL NO DESIGN DE EMBALAGENS

¹Ana Laura Bannwart Cândido, ²Ana Lya Moya Ferrari

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB analaurabannwart@gmail.com

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB analya_mf@hotmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Y2K, tendência, perfume, design de embalagem, branding.

Introdução: A moda, design e cultura pop frequentemente resgatam estilos antigos, reinterpretando-os em ciclos. Tendências, como aponta Erner (2015), são gostos coletivos que se espalham, impulsionados por desejos e ações, e se caracterizam por sua rapidez e mutabilidade. Marcas que identificam e incorporam tendências emergentes podem criar estratégias de design e marketing mais eficazes.

Recentemente, a estética Y2K, que reinterpreta os anos 2000, voltou com força nas plataformas digitais, despertando nostalgia entre as gerações Millennial e Z. Cardoso (2013) ressalta que os artefatos têm o poder de evocar lembranças e experiências, e que a nostalgia e o design retrô são estratégias eficazes para criar conexões emocionais e impulsionar o consumo entre públicos que valorizam referências do passado, reforçando a importância do branding ligado à tendências.

No setor de perfumes, a embalagem desempenha papel essencial, pois, segundo Mestriner (2002), o design comunica o que não é visível, traduzindo a história, os valores e as emoções que aproximam o produto do consumidor, sendo necessário o envolvimento da embalagem inteiramente na estética.

Objetivos: O objetivo deste estudo é incorporar a estética Y2K no branding e no design de embalagens de perfumes, desde a concepção da identidade visual até o desenvolvimento do produto, utilizando a análise de tendências como diferencial mercadológico estratégico.

Relevância do Estudo: Compreender a influência das tendências é essencial para desenvolver estratégias de comunicação que reforcem a identidade da marca e aproximem o consumidor. Nesse contexto, esse estudo busca analisar como as estéticas emergentes influenciam o branding, aplicando a estética Y2K de maneira que a estética pode ser incorporada como uma estratégia de mercado para criação de conexão com seu público-alvo.

Materiais e métodos: Para a execução do projeto adotou-se como referência metodológica as técnicas propostas por Gui Bonsiepe (1984). A metodologia de Bonsiepe estrutura-se em cinco macro etapas: problematização; análise (subdividida em sete tipos distintos de análises); definição do problema (organizada em três fases); anteprojeto ou geração de alternativas (subdividida em sete métodos); e o projeto final (HOFSTETTER, 2019).

Resultados e discussões: A etapa de problematização envolveu pesquisa bibliográfica e exploratória com potenciais usuários. Um questionário online, com 40 respostas via WhatsApp e Instagram, avaliou a relação dos participantes com a estética Y2K e os anos 2000. Os resultados mostraram que a Geração Z é o público mais receptivo (65% dos respondentes), com 73,1% conhecendo o estilo e 50% se identificando. As respostas qualitativas citaram brilhos, materiais metalizados, cores vibrantes e memórias tecnológicas. Concluiu-se que a Geração Z é o público-alvo ideal, reforçando a necessidade de reinterpretar elementos dos anos 2000 no design atual. Essa análise orientou a criação de painéis visuais e de uma persona feminina curiosa, independente e excêntrica, base para as decisões de projeto.

Com base em um moodboard visual e dados coletados, a pesquisa de tendências da Geração Z guiou a criação de um perfume em formato de chaveiro. O frasco, inspirado em um tamagotchi em forma de coração, evoca a era digital e nostálgica dos anos 2000. Sua embalagem primária é composta por dois materiais metalizados, com uma tampa de rosca para maior segurança ao ser pendurado em bolsas. A embalagem secundária (caixa) complementa essa estética com elementos gráficos da época, priorizando ergonomia, sustentabilidade e apelo visual, além de conter as informações obrigatórias do produto. O nome do produto foi definido como Tiny Vibe, demonstrando uma “pequena vibe” dentro de um frasco, com um nome fácil e divertido. Por fim, um protótipo físico do frasco e da embalagem foi produzido por meio de impressão 3D feita com resina, e modelagem manual, utilizando cores típicas da estética Y2K, como roxo, azul e efeitos metalizados. Esta etapa foi fundamental para validar a ergonomia, proporção, interação tátil e impacto visual do produto. Além disso, um detalhe transparente de resina epóxi foi adicionado ao centro do produto para criar um efeito que remete à transparência da embalagem, característica também destacada pela estética.

Conclusão: Com base na investigação empreendida, que alinhou a análise de tendências com o branding emocional, alcançou-se o objetivo de incorporar a estética Y2K no design de embalagens de perfumes. O estudo demonstrou, portanto, que a reinterpretação de um estilo retrô pode funcionar como um diferencial mercadológico estratégico, unindo tendências atuais com elementos do passado. A aplicação da metodologia de Bonsiepe (1984) permitiu a transposição desses insights para um produto tangível: um perfume-chaveiro, cujo design do frasco, inspirado no Tamagotchi, e o uso de materiais metalizados e cores vibrantes, sintetizam a essência da estética Y2K. Em suma, este trabalho não apenas validou a estética emergente como um poderoso vetor para o desenvolvimento de produtos, mas também concretizou uma solução de embalagem que comunica os valores e a história da tendência, reforçando a identidade da marca e estabelecendo um vínculo autêntico com seu público-alvo através da nostalgia digital.

Referências –

- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. Cosac Naify. São Paulo, 2013, p. 77.
- BONSIEPE, Gui e outros. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1984.
- HOFSTETTER, Jandreh. **Metodologia projetual de Gui Bonsiepe**. 4ED, 9 de Abril, 2019. Disponível em: <https://4ed.com.br/metodologia-projetual-de-gui-bonsiepe/>. Acesso em: 14 de Agosto, 2025.
- ERNER, Guillaume. **Sociología de Las Tendencias**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2015.
- MESTRINER, Fabio. **Design de Embalagem: curso básico**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002. p. 4.

MESA TESEU: DESIGN MODULAR PARA A LONGEVIDADE E SUSTENTABILIDADE NO MOBILIÁRIO DE HOME OFFICE

Pedro Henrique Carrara Caetano¹; Fabio Alexandre Moizes²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –

pedrohenriquecarraracaetano@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - fabioamoizes@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Modularidade, Sustentabilidade, Home Office, Design de Móveis, Ergonomia.

Introdução: A crescente demanda por ambientes de trabalho em *home office* evidenciou a necessidade de mobiliário que integre conforto, funcionalidade e flexibilidade. Paralelamente, a pauta da sustentabilidade exige soluções que prolonguem a vida útil dos produtos. O design modular surge como estratégia-chave para a longevidade, permitindo reparos, alteração de layout, implementação de funções e atualizações. Esta abordagem alinha-se diretamente ao design sustentável (MANZINI; VEZZOLI, 2002), embora soluções que integrem modularidade, sustentabilidade e ergonomia de forma sistêmica ainda sejam escassas.

Objetivos: O objetivo geral é projetar uma mesa modular e sustentável para o *ambiente de home office*, utilizando madeira como material principal. Busca-se desenvolver um sistema de encaixe e deslize que permita a substituição de peças *danificadas ou obsoletas* e a *reconfiguração funcional* (troca de posição dos módulos), atendendo às necessidades *dinâmicas* de organização do usuário em seu espaço de trabalho e reduzindo o impacto ambiental *através da extensão do ciclo de vida do mobiliário e da minimização do descarte*. A questão da substituição também inclui a estrutura da mesa (*como pernas ou suportes*), para que o projeto aborde uma modularidade completa.

Relevância do Estudo: A pesquisa justifica-se pela necessidade de desenvolver mobiliários adaptativos, compactos e de vida útil prolongada. A relevância está em propor a modularidade como ferramenta central para a sustentabilidade, alinhando-se a conceitos de Design Emocional (NORMAN, 2004), que esclarece a existência de uma afinidade entre usuário e produto quando o produto é adaptativo e personalizável, e Design para a Longevidade, que combate à obsolescência (BAKKER et al., 2019).

Materiais e métodos: A metodologia fundamenta-se na abordagem do Metaprojeto (MORAES, 2010). A fase de Análise incluiu Estudo de Similares e Requisitos de Projeto. A fase de Síntese focou na geração de soluções via Matriz Morfológica. Ferramentas como Persona (PAZMIÑO, 2015) guiaram as definições ergonômicas, visando adaptar o sistema às limitações humanas (IIDA, 2005). As decisões de sustentabilidade foram norteadas pelas diretrizes de *Life Cycle Design* (MANZINI; VEZZOLI, 2002).

Resultados e discussões: A aplicação da Matriz Morfológica resultou na seleção de uma solução com modularidade integral, que possibilita tanto a inserção de módulos externos, quanto a troca individual da estrutura (pernas da mesa). O resultado é o conceito "Mesa Teseu", nome que alude ao Paradoxo de Teseu, refletindo a essência de um mobiliário projetado para durar. O sistema permite reparos, trocas de módulos e reconfigurações, posicionando a sustentabilidade como vantagem competitiva (MANZINI; VEZZOLI, 2002) e alinhando-se a uma economia que busca reduzir o descarte (MORAES, 2010).

Essa flexibilidade modular, entretanto, não se restringe apenas à extensão da vida útil pelo reparo, mas impacta diretamente a interface ergonômica do usuário com o produto. No contexto dinâmico do *home office*, essa adaptabilidade é crucial, permitindo que o mobiliário se ajuste às flutuações de uso e às distintas demandas antropométricas, uma vez que "[o]s objetivos práticos da ergonomia são a segurança, satisfação e o bem-estar dos trabalhadores no seu relacionamento com sistemas produtivos" (IIDA, 1990, p. 2).

Conclusão: O projeto atingiu seu objetivo ao desenvolver um sistema de mobiliário que responde diretamente ao problema da obsolescência e da falta de flexibilidade no *home office*. A "Mesa Teseu" valida a modularidade integral como uma estratégia eficaz para a sustentabilidade, permitindo que o produto evolua com o usuário através do reparo e da reconfiguração. Ao focar na longevidade e na relação afetiva que a personalização proporciona, o conceito demonstra que é possível unir funcionalidade, ergonomia e consciência ambiental. A pesquisa contribui, assim, com uma solução de design prática que promove o bem-estar do usuário e oferece uma alternativa concreta à cultura do descarte.

Referências –

BAKKER, Conny; DEN HOLLANDER, Marcel C.; VAN HINTE, Ed. **Products That Last: Product design for circular business models**. Amsterdam: BIS Publishers, 2019.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção**. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **Desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP, 2002.

MORAES, Dijon de. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

NORMAN, Donald. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Blucher, 2015.

GABRIEL E OLLIE: O DESIGN EMOCIONAL NA CONSTRUÇÃO DE UM LIVRO INFANTIL SOBRE PERDA E ACEITAÇÃO

Maria Vitória Franco de Azevedo¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – maria.vfazevedo@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design emocional; literatura infantil; aceitação; projeto editorial; educação emocional.

Introdução: O projeto “Gabriel e Ollie” propõe o desenvolvimento de um livro infantil ilustrado que aborda a perda e o processo de aceitação de forma sensível e educativa, destinado a crianças de até oito anos. A obra busca auxiliar o público infantil na compreensão das emoções associadas à ausência, utilizando a narrativa e a ilustração como mediadores do aprendizado emocional. De acordo com Norman (2008), o design emocional tem o poder de criar vínculos afetivos entre o usuário e o produto, sendo essencial quando o público-alvo é composto por crianças em fase de desenvolvimento cognitivo e afetivo. Além disso, a literatura infantil, segundo Abramovich (2001), desempenha papel fundamental na formação emocional, ampliando o repertório simbólico e expressivo da criança. Assim, o livro propõe unir aspectos estéticos, narrativos e educativos para promover uma experiência sensível e significativa.

Objetivos: Projetar um livro infantil que auxilie na compreensão de sentimentos como perda e saudade, contribuindo para o desenvolvimento emocional das crianças. Entre os objetivos específicos, destacam-se: Explorar o Design Emocional como ferramenta de empatia; aplicar princípios de Design Editorial e visual adequados à faixa etária proposta; desenvolver uma narrativa acessível que trate de temas complexos de forma lúdica e acolhedora; incentivar o diálogo entre crianças e responsáveis sobre as emoções abordadas.

Relevância do Estudo: O tema é relevante por se tratar de uma questão frequentemente negligenciada na infância: a forma como as crianças elaboram sentimentos de perda e mudança. Trabalhar essas emoções de maneira visual e narrativa contribui para a alfabetização emocional, conceito discutido por Goleman (2012) como fundamental para a formação de indivíduos mais empáticos e resilientes. Do ponto de vista do design, o projeto reafirma o papel social do designer como mediador entre estética e significado, criando produtos que não apenas comunicam, mas também educam e transformam. A pesquisa contribui para os estudos sobre a interface entre Design e Psicologia Infantil, reforçando a importância de projetos com propósito humanizado (Heller; Vienne, 2003).

Materiais e métodos: O projeto é de caráter indutivo, pesquisa exploratória por meio de referências bibliográficas em livros, teses e artigos da área de pesquisa. A metodologia de Design utilizada tem preocupação sobre os princípios do Design Gráfico, assim como a preocupação com o Design centrado no usuário, com foco no público infantil, buscou-se a metodologia de (Bonsiepe, 2015), o qual trabalha o universo infantil com Pesquisa de livros que abordam temas emocionais infantis; análise de similares, com ênfase em obras como “O Pequeno Príncipe” e “O Coração e a Garrafa”; definição do conceito visual, fundamentado em cores suaves e traços expressivos que representem conforto e empatia; desenvolvimento de storyboard e protótipos.

Resultados e discussões: O desenvolvimento do livro resultou em uma narrativa visual e textual que traduz de maneira simbólica o processo de aceitação da perda. Cada etapa do projeto da pesquisa à prototipagem revelou a importância do Design como fator de mediação

das emoções. O enredo foi construído a partir da rotina do personagem Gabriel, que vivencia o vínculo afetivo com o ursinho e, posteriormente, sua ausência. Essa estrutura narrativa busca representar o percurso emocional da perda até a aceitação, reforçando o papel das emoções básicas no amadurecimento infantil.

O uso das cores foi planejado para acompanhar a jornada emocional: tons frios e azulados nos momentos de tristeza e tons quentes e suaves nos de reconciliação e calma. A tipografia apresenta traços arredondados e legibilidade acessível, reforçando a sensação de proximidade e segurança. As ilustrações seguem uma estética minimalista e expressiva, priorizando gestos e olhares, aspectos fundamentais para a leitura emocional das crianças (Coelho, 2000). O material é para ser acolhedor e sensível, capaz de despertar reflexão e empatia reforçando a relevância do design emocional na literatura infantil, conforme defendido por Norman (2008), e do papel social do designer enquanto comunicador de significados (Bonsiepe, 2015).

O impacto do projeto em relação a estética visual e a narrativa, quando integradas, podem favorecer o desenvolvimento emocional e a consciência afetiva nas crianças. O livro cumpre seu propósito educativo, e contribui para a discussão de como o Design pode trabalhar o processo de humanização e a experiência de leitura, transformando o livro em uma ferramenta de acolhimento emocional.

Conclusão: O projeto evidencia o papel do Design como agente transformador, capaz de unir estética, função e emoção. O livro cumpre sua proposta educativa ao oferecer uma narrativa acessível e visualmente acolhedora sobre a perda, fortalecendo o vínculo entre Design e Educação Emocional. Conclui-se que o Design Editorial pode ser uma ferramenta essencial na promoção de empatia e sensibilidade desde o universo infantil ao universo adulto, estimulando a formação de leitores mais conscientes de si e do outro.

Referências –

- ABRAMOVICH, F. **Literatura infantil:** gostosuras e bobices. 5. ed. São Paulo: Scipione, 2001.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade.** São Paulo: Blucher, 2015.
- COELHO, N. N. **A literatura infantil:** teoria, análise, didática. São Paulo: Moderna, 2000.
- GOLEMAN, D. **Inteligência emocional:** a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- HELLER, S.; VIENNE, V. **Citizen Designer:** Perspectives on Design Responsibility. New York: Allworth Press, 2003.
- NORMAN, D. A. **Design emocional:** porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

DESIGN DE ESTAMPAS PARA CÃES: A PERCEPÇÃO DAS CORES NO MUNDO CANINO

Ana Luiza Feitosa Martins Betim¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro².

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – analubetim@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Cores; Estampas; Cães; Design de Superfície; Programação Visual.

Introdução: O design tem se mostrado essencial na criação de soluções que unem funcionalidade e identidade no mercado pet, o qual cresce de forma significativa no Brasil. Os cães possuem visão dicromática, percebendo majoritariamente tons de azul e amarelo, o que impacta diretamente na forma como interagem com objetos e ambientes. Este estudo aborda a aplicação desse conhecimento na criação de estampas para camas pet que dialoguem com a percepção visual canina, contribuindo para o conforto e o bem-estar animal.

Objetivos: Desenvolver estampas de camas pet adaptadas à visão dos cães, com base em estudos sobre sua percepção de cores e comportamento sensorial, aplicando princípios do design de superfície e métodos projetuais centrados no usuário.

Relevância do Estudo: A pesquisa propõe um olhar inovador sobre o design de produtos voltados a animais, considerando-os usuários diretos. Ao unir ciência e design, o projeto reforça a importância do design empático e funcional, ampliando o papel da área na promoção do bem-estar animal e abrindo espaço para inovação no setor pet brasileiro.

Materiais e métodos: O projeto seguiu uma abordagem quali-quantitativa e experimental por dados bibliográficos, apoiada com a metodologia de Design do Funil de Baxter (2000), composta por quatro fases principais: exploração, geração de alternativas, desenvolvimento e avaliação. Essa estrutura permitiu um processo projetual centrado no usuário — neste caso, o cão — com base em princípios de design de superfície e percepção visual canina. Na fase de exploração, foram conduzidas pesquisas bibliográficas e científicas sobre comportamento e visão dos cães, além de uma análise de similares de produtos disponíveis no mercado pet. Também foi aplicado um questionário on-line com tutores de cães, buscando compreender preferências estéticas, hábitos de consumo e percepção sobre o conforto visual e emocional dos animais, verificados em (ABINPET, 2023). Durante a geração de alternativas, foram criados conceitos visuais e esboços de estampas com base nas informações coletadas. A paleta cromática foi definida priorizando os tons perceptíveis pelos cães (azul e amarelo), de acordo com Neitz et. al (1989) para evitar tonalidades indistintas como vermelho e verde. As composições gráficas foram estruturadas a partir de módulos repetitivos (*rappports*) conforme estudos de (Rubim, 2013). Tudo respeitando os princípios do Design, da Gestalt e da harmonia visual, como em (Castro, 2016). Na etapa de desenvolvimento, os conceitos foram digitalizados e refinados nos softwares Adobe Illustrator, CorelDRAW e Photoshop, permitindo ajustes de contraste, equilíbrio e ritmo visual. As estampas foram aplicadas digitalmente em protótipos simulados de camas pet, a fim de testar a legibilidade visual sob filtros que simulam a visão dicromática canina. Por fim, na fase de avaliação, as propostas foram comparadas quanto à coerência estética, funcionalidade e conforto visual. As três estampas finais foram selecionadas para produção piloto, com impressão em sublimação em tecido de microfibra e confecção artesanal das camas, integrando estética e usabilidade para o tutor e bem-estar para o cão.

Resultados e discussões: As estampas finais apresentaram predominância de tons de azul e amarelo, perceptíveis aos cães, gerando composições equilibradas e confortáveis visualmente. A simulação por filtros de visão dicromática confirmou a clareza e o contraste funcional das estampas. As camas prototipadas mostraram-se esteticamente atrativas para os tutores e adequadas ao estímulo visual dos cães, validando a abordagem projetual centrada no usuário não humano.

Conclusão: O projeto demonstra que o design de superfície, aliado ao conhecimento científico sobre a percepção visual canina, pode atuar como ferramenta estratégica para o bem-estar animal. As estampas desenvolvidas mostraram-se viáveis e funcionais, contribuindo para a criação de produtos mais empáticos e sensoriais. O estudo reforça o papel do design como agente integrador entre ciência, estética e comportamento animal.

Referências:

ABINPET; Instituto Pet Brasil. **Dados do setor pet 2023**. São Paulo: ABINPET/IPB, 2023.

BAXTER, M. **Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blücher, 2000.

CASTRO, J. A. G. F. de. **Sistema delinear em design de superfície para significado e identidade arquitetônica corporativa**. 2016. Tese (Doutorado em Arquitetura, Tecnologia e Cidade) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

RUBIM, R. **Desenhando a superfície**. 3. ed. São Paulo: ROSARI, 2013.

NEITZ, J.; GEIST, T.; JACOBS, G. H. **Color vision in the dog**. Visual Neuroscience, v. 3, n. 2, p. 119–125, 1989.

O DESCARTE SUSTENTÁVEL DE PILHAS NO IMAGINÁRIO POPULAR

Isabelli Papachristodoulou Voskelis¹; Poliana Muro Costa²; Amanda Honório Nunes³; Maria Eduarda Moreira⁴; Maria Eduarda Leal Dutra⁵; Ana Elisa Somenci Silva⁶; Fábio Augusto Pires Saraiva⁷; Suzy Ribeiro Amantini⁸; José Eduardo Zago⁹.

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – isabelli.voskelis@alunos.fibbauru.br;

²Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB poliana.costa@alunos.fibbauru.br;

³Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB amanda.nunes@alunos.fibbauru.br;

⁴Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB maria.moreira@alunos.fibbauru.br;

⁵Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB maria.dutra@alunos.fibbauru.br;

⁶Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB ana.somenci@alunos.fibbauru.br;

⁷Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB fabio.saraiva@alunos.fibbauru.br;

⁸Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB susy.amantini@fibbauru.br;

⁹Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB jose.zago@fibbauru.br.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design sustentável; fun design; descarte de pilhas; reciclagem; conscientização ambiental.

Introdução: O descarte inadequado de pilhas e baterias configura-se como um dos principais desafios ambientais da atualidade, devido à presença de metais pesados que contaminam solo e lençóis freáticos, onde a falta de conscientização da população e a escassez de pontos de coleta contribuem para a perpetuação desse problema. Nesse contexto, o design atua como agente de transformação social, promovendo a sensibilização ambiental utilizando de soluções criativas e acessíveis. O presente tem como objetivo investigar a importância da conscientização sobre o descarte correto de pilhas e baterias aplicando do fun design como ferramenta para tornar esse tema mais democrático, atrativo e participativo para a sociedade.

Objetivos: O trabalho a seguir tem como foco principal promover a conscientização ambiental acerca do descarte correto de pilhas e baterias, utilizando dos princípios do *fun design* como estratégia de comunicação e engajamento social. Busca-se compreender como o design, aliado à ludicidade e à criatividade, pode tornar o tema mais acessível, democrático e atrativo para diferentes públicos.

Relevância do Estudo: O presente propõe uma abordagem inovadora no **âmbito social**, transformando o descarte de pilhas em uma prática coletiva, acessível e prazerosa, utilizando elementos de nostalgia, com experiências sensoriais e tecnologias digitais que estimulam mudanças de comportamento e promovem a responsabilidade ambiental da população. Ao integrar design, sustentabilidade e educação ambiental, este trabalho contribui para a inovação social, ao oferecer soluções replicáveis e adaptáveis que fortalecem a conscientização ecológica de maneira ampla, inclusiva e duradoura.

Materiais e métodos: O presente estudo foi desenvolvido com base em uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando métodos de pesquisa em design voltados à compreensão do comportamento do usuário e à criação de soluções sustentáveis. Inicialmente, realizou-se uma **pesquisa de campo**, com objetivo de identificar o nível de conscientização da população sobre o descarte de pilhas e baterias. Foram entrevistadas **10 pessoas** entre 18 e 40 anos, a fim de compreender suas percepções, hábitos e dificuldades relacionadas ao descarte desses resíduos. A partir dos dados coletados, foram elaborados **protótipos físicos e digitais** de um produto vertente do *fun design*, que estimula o descarte correto de pilhas de forma interativa e acessível. O processo de desenvolvimento seguiu as etapas do **método Double Diamond**, amplamente utilizado no campo do design. Tal método divide o processo em quatro fases: **descobrir, definir, desenvolver e entregar**, permitindo explorar o problema e identificar oportunidades de melhoria, gerando ideias criativas e materializando soluções.

Resultados e discussões: A pesquisa de campo feita com 10 participantes revelou um grande desconhecimento sobre o descarte correto de pilhas, já que apenas quatro sabiam onde descartá-las e seis nunca receberam informações claras sobre o tema. A falta de acesso a pontos de coleta reforça a necessidade de campanhas educativas e locais adequados. Com isso, o estudo propôs o uso do *fun design* para tornar o descarte uma experiência atrativa, por meio de um ponto de coleta inspirado em máquinas de bolinhas, que despertam nostalgia e engajamento. Também foi sugerido um aplicativo que registra descartes e oferece recompensas, unindo design, tecnologia e consumo consciente para promover a educação ambiental e fortalecer práticas sustentáveis com impacto social positivo.

Conclusão: O estudo destaca a importância da conscientização ambiental para o descarte adequado de pilhas e baterias, apontando a falta de conhecimento por parte da população sobre locais de coleta e a necessidade de ações educativas atrativas. O uso do *fun design* como estratégia se mostra eficaz para tornar o descarte um processo lúdico e emocionalmente envolvente, por meio de pontos de coleta inspirados nas máquinas de bolinhas, estimulando a participação espontânea. Além disso, a integração com um aplicativo que recompensa o descarte correto amplia o alcance da iniciativa, unindo tecnologia, consumo consciente e sustentabilidade. Desse modo, o design é visto como elemento central na mudança de comportamentos e na mediação entre conhecimento e prática cotidiana.

Referências:

FARIA, Danila Aparecida Oliveira; OLIVEIRA, André Luiz. Considerações sobre o descarte e reciclagem de pilhas e baterias no Brasil. **Revista Interface Tecnológica**, Taquaritinga, SP, v. 16, n. 2, p. 312-324, dez. 2019. DOI:10.31510/infa.v16i2.667.

RIZZATTI, Ivanise Maria; BESSA, Isnara Oliveira; PESSOA, Régia Chacon. Descarte correto de pilhas e baterias: proposta de educação ambiental para Escola Estadual Maria das Dores Brasil, Boa Vista, Roraima. **Ambiente: Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 81-90, 2013. DOI:10.24979/213.

BRUM, Zélio Rumpel; SILVEIRA, Djalma Dias da. Educação ambiental no uso e descarte de pilhas e baterias. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**, v. 19, n. 3, p. 222-238, set./dez. 2015.

SILVEIRA, Leonardo Ramos da; SANTOS, Gustavo Vieira; CLEMENTINO, Pedro Lucas de Souza. Percepção do uso e descarte de pilhas e baterias. **Revista Científica ANAP Brasil**, São Paulo, v. 17, n. 42, 2024. DOI:10.17271/19843240174220244966.

DIAS, Fabiana Lima. **Educação ambiental: conscientização sobre o uso e descarte de pilhas e baterias**. Monografia (Especialização) - Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.

ATLAS.EXE: DESIGN EDITORIAL HÍBRIDO PARA JOVENS NA CULTURA DA CONVERGÊNCIA

Fernanda Camila de Oliveira Silva¹; Ana Lya Moya Ferrari²;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – fernanda.camila@alunos.fibbauru.br;

²Orientadora de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – ana.ferrari@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: design editorial; juventude; convergência midiática; materialidade; zines

Introdução: O design editorial passa por transformações diante do domínio das mídias digitais. Segundo Jenkins (2006), a cultura da convergência redefine o modo como as pessoas consomem e compartilham conteúdo, unindo experiências físicas e digitais. Nesse cenário, o projeto Atlas.exe propõe uma revista híbrida que busca reconectar o público jovem à experiência sensorial do impresso, sem se distanciar das linguagens contemporâneas das redes sociais. Conforme Gruszynski (2015), o design editorial multiplataforma amplia o campo de atuação das publicações, permitindo novas formas de interação e experimentação visual. Como observa Mattos (2012), a permanência das revistas depende de sua capacidade de se reinventar frente às mudanças tecnológicas e culturais, o que reforça a importância de explorar novas formas de convergência entre o físico e o digital.

Objetivos: O projeto tem como objetivo desenvolver uma revista impressa integrada ao meio digital, voltada para o público jovem, especialmente das gerações Z e Alpha. Entre os objetivos específicos estão: compreender os novos hábitos de consumo cultural e midiático; propor soluções gráficas que combinem estética física e recursos digitais; e criar um produto editorial que una interatividade, materialidade e engajamento visual.

Relevância do Estudo: De acordo com Koffermann e Aguaded (2023), as redes sociais exercem forte influência na formação cultural dos adolescentes, moldando seus hábitos de consumo e expressão. Assim, torna-se necessário repensar como o design editorial pode dialogar com essas linguagens, sem abrir mão do valor simbólico e afetivo do impresso. A Atlas.exe contribui para esse debate ao propor um formato híbrido que une a espontaneidade da cultura digital com a autenticidade da publicação física, valorizando o impresso como meio de criação e descoberta.

Materiais e métodos: A pesquisa possui caráter exploratório e experimental, fundamentada nos estudos de Jenkins (2006), Gruszynski (2015), Magalhães (2020) e outros autores que discutem design, juventude e convergência midiática. O processo envolveu análise de revistas independentes e zines, além do desenvolvimento do projeto gráfico da revista Atlas.exe, criado nos softwares Adobe Photoshop e Adobe InDesign. A integração digital acontece por meio de perfis no Instagram e TikTok, que ampliam a experiência do leitor e incentivam a interação.

Resultados e discussões: A primeira edição da Atlas.exe tem como tema as subculturas jovens e a cultura urbana, combinando elementos visuais da rua com a linguagem digital. Inspirada nos fanzines analisados por Magalhães (2020), a revista explora colagens, texturas e interferências gráficas que reforçam o conceito híbrido. Segundo Mattos (2012), revistas permanecem relevantes quando se adaptam às transformações culturais e tecnológicas, princípio que orienta a proposta da Atlas.exe, unindo tradição e inovação.

Conclusão: O projeto demonstra que o design editorial pode se reinventar ao integrar o impresso e o digital como partes complementares de uma mesma experiência. A Atlas.exe propõe um novo espaço de diálogo entre mídia, arte e juventude, estimulando a criatividade e a participação. Assim, reafirma o papel do designer como mediador cultural capaz de aproximar linguagens e gerações por meio da convergência entre formatos e plataformas.

Referências –

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design editorial e publicação multiplataforma**. Intexto, Porto Alegre, n. 34, p. 571–588, set./dez. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

KOFFERMANN, Marcia; AGUADED, Ignacio. **A influência das redes sociais sobre os adolescentes: ciberconsumo e educação crítica**. 2023.

MAGALHÃES, Henrique. **O rebuliço apaixonante dos fanzines**. 5. ed. Série Quiosque, 27. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2020.

MATTOS, Sérgio. **Por que as revistas surgem e desaparecem?** Observatório da Imprensa, Edição 690, 17 abr. 2012.

NOSTALGIA E INOVAÇÃO: REALIDADE AUMENTADA COMO EXPERIÊNCIA DE IMERSÃO EM PRODUTOS IMPRESSOS

Marcia Padilha dos Santos¹; Suzy Nazaré Silva Ribeiro Amantini²;

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –

marcia.padilha.santos@alunos.fibbauru.br;

²Coordenadora de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – susy.amantini@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Realidade Aumentada, Realidade Virtual, Mídias Impressas, Experiência do Usuário, Inovação, Y2K

Introdução: A Realidade Aumentada (AR) tem se destacado como uma ferramenta capaz de transformar a interação entre o físico e o digital. Conforme Azuma (1997), a AR sobrepõe elementos virtuais ao ambiente real, criando experiências únicas e imersivas. Aplicada ao design editorial, essa tecnologia possibilita novas formas de leitura e engajamento, tornando a revista um meio dinâmico e participativo. O projeto v.ibe propõe uma revista impressa interativa que utiliza AR para revitalizar o formato tradicional, unindo o toque tátil do impresso às experiências digitais. De acordo com Krug (2006), o design deve ser simples e intuitivo, favorecendo a navegação do usuário, enquanto Norman (2013) reforça que o bom design alia estética e funcionalidade, proporcionando experiências significativas. Inspirada na estética Y2K, a proposta explora a nostalgia dos anos 2000 como elemento afetivo e visual, aproximando passado e presente por meio da tecnologia. Segundo Silva e Oliveira (2023), a inserção de recursos interativos no design editorial cria novas camadas de comunicação entre o leitor e o conteúdo. Nesse sentido, o projeto reflete o que McGonigal (2011) descreve como o potencial das mídias digitais em gerar envolvimento emocional, tornando a leitura uma experiência criativa e imersiva.

Objetivos: O projeto tem como objetivo desenvolver uma revista impressa interativa que utiliza realidade aumentada para conectar o meio físico ao digital, explorando novas formas de leitura e engajamento no design editorial.

Relevância do Estudo: O projeto v.ibe propõe a integração entre o impresso e o digital, demonstrando o potencial da realidade aumentada como ferramenta de inovação no design editorial. Em um contexto em que as mídias tradicionais buscam se reinventar, o estudo mostra que é possível renovar a experiência de leitura por meio da tecnologia, sem perder o valor estético e afetivo do formato físico. A relevância está em contribuir para o debate sobre novas práticas de interação, oferecendo uma alternativa criativa e acessível que valoriza o impresso, amplia o engajamento do público e estimula o uso de soluções digitais no design gráfico contemporâneo.

Materiais e métodos: O desenvolvimento do projeto foi baseado no Design Thinking, seguindo as etapas de entender, explorar e materializar. Foram utilizadas as ferramentas Adobe Photoshop, Figma e InDesign para criação e diagramação, e a plataforma Mattercraft para o desenvolvimento da experiência de realidade aumentada. Durante o processo, foram realizados estudos de layout, definição de paleta de cores, escolha tipográfica e criação de elementos visuais que mantivessem coerência com a estética Y2K. O protótipo final foi impresso em formato A4, com QR Codes e marcadores AR integrados às páginas, possibilitando a interação digital com o conteúdo.

Resultados e discussões: O resultado do projeto foi uma revista experimental que une design gráfico, nostalgia e inovação tecnológica. A aplicação da realidade aumentada possibilitou uma leitura imersiva e interativa, na qual o leitor pode visualizar elementos 3D e acessar conteúdos digitais a partir do impresso. O uso do Mattercraft mostrou-se eficiente e acessível para a criação de interações. A estética Y2K reforçou a proposta conceitual, aproximando o público por meio da memória afetiva e da linguagem visual dos anos 2000. O projeto comprovou que o uso de tecnologias emergentes pode revitalizar a mídia impressa e gerar novas formas de engajamento sensorial e emocional com o design editorial.

Conclusão: O projeto v.ibe evidenciou que a realidade aumentada é uma ferramenta eficaz para ampliar a relevância das mídias impressas, unindo tradição e inovação. A integração entre estética Y2K, interatividade e tecnologia criou uma experiência de leitura dinâmica e significativa. A revista demonstra que o design editorial pode se reinventar, transformando o papel em um meio de interação e descoberta. Assim, o estudo reafirma o papel do designer como agente de conexão entre o físico e o digital, e mostra que a inovação no impresso é possível quando guiada por propósito, criatividade e experimentação.

Referências –

AZUMA, R. T. A survey of augmented reality. **Presence: Teleoperators and Virtual Environments**, v. 6, n. 4, p. 355–385, 1997.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web**. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

MCGONIGAL, J. **A realidade em jogo: por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo**. Tradução de Ryta Vinagre. São Paulo: BestSeller, 2011.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

SILVA, J. A.; OLIVEIRA, M. R. Conexões entre design, arte e realidade aumentada. **Cadernos do PPGD**, v. 10, n. 2, p. 45–60, 2023. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/cadernoppgd/article/view/17085>. Acesso em: 30 maio 2025

MOCHILAS DE ENTREGADORES DE REFEIÇÃO: ANÁLISE ERGONÔMICA E PROPOSTA DE NOVO DESIGN

Noemy Alves Marinho de Siqueira¹; Ana Lya Moya Ferrari²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – nohsiqueira@gmail.com;

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB ana.ferrari@fibbauru.br

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Bag; Design de produto; Entregadores: Delivery

Introdução: A ascensão da "gig economy" e a crescente demanda por serviços de entrega de comida, intensificada durante a pandemia de Covid-19, consolidaram uma parcela significativa de trabalhadores: os entregadores de aplicativos (Woodcock; Graham, 2020). Esses profissionais, que trabalham frequentemente em jornadas extensas (Abílio; Almeida; Amorim, *et al.*, 2020), utilizam as bags térmicas como ferramenta essencial. Embora vitais para manter a qualidade dos alimentos, muitos modelos atuais de bags apresentam limitações ergonômicas que, combinadas ao peso e às longas horas de trabalho, causam desconforto e dores musculares. Estudos como os de Itiro Iida (2005) destacam que a sustentação da coluna sob peso excessivo e por longos períodos sobrecarrega ligamentos e articulações então, diante da falta de soluções ergonômicas no mercado para um setor que movimenta bilhões e emprega mais de 385 mil entregadores no Brasil, o design desses equipamentos demanda otimização (Fundacentro, 2024).

Objetivos: O objetivo deste projeto é desenvolver uma nova proposta de bag térmica que considere os principais problemas ergonômicos e de saúde enfrentados pelos entregadores, visando responder à questão: Como tornar o design das mochilas dos entregadores mais adequado aos requisitos ergonômicos?

Relevância do Estudo: A relevância deste estudo reside em sua contribuição direta para o bem-estar e a saúde ocupacional de milhares de entregadores. Ao propor uma solução de design que respeite os princípios de saúde, segurança e satisfação do usuário, conforme definido pela ergonomia, o projeto busca mitigar a sobrecarga na coluna e o risco de lesões decorrentes do uso de mochilas inadequadas. A melhoria ergonômica da bag impacta não apenas a qualidade de vida dos trabalhadores, mas também a eficiência das entregas e o desempenho financeiro do setor de delivery como um todo.

Materiais e métodos: A metodologia do projeto seguiu as etapas propostas por Bernd Löbach (2001): Análise do Problema e Coleta de Informações: Foi realizada uma pesquisa exploratória sobre o problema com base em textos acadêmicos, jornalísticos e pesquisas governamentais; Pesquisa com o usuário; Análises de mochilas de uso prolongado (montanhismo e escolares) para levantar diretrizes preliminares. Análise comparativa das bags atuais no mercado, observando deficiências e atributos (funcionalidade, estrutura, interação humano-produto e ambiente). Geração de Alternativas: Produção de esboços exploratórios de novas bags, alinhados aos requisitos de ergonomia e distribuição de peso. Avaliação das Alternativas: Construção de *mockups* e protótipos de baixa e média fidelidade, com foco na seleção da melhor solução que otimize a distribuição de peso e a ergonomia, sem comprometer a capacidade térmica. Realização da Solução do Problema: Revisão detalhada da alternativa escolhida, culminando na elaboração de pranchas de desenho técnico para a apresentação final da proposta

Resultados e discussões: A pesquisa com 11 entregadores revelou que 18,2% relataram desconforto e 45,5% algum incômodo durante o trabalho. Os aspectos mais valorizados foram

o acolchoamento das alças (63,6%) e o uso de tecido respirável (50%). No entanto, a barrigueira foi rejeitada por comprometer a agilidade nas entregas. Isso evidencia o desafio de conciliar ergonomia com praticidade. A análise de cinco bags do mercado confirmou a necessidade de melhorias em acolchoamento, apoio nas costas e qualidade do material, alinhando-se às demandas apontadas pelos usuários. Após o período de análise foi feito protótipos de baixa fidelidades para que fosse construído, diferente das bags atuais, um apoio que segue de forma anatômica o formato da coluna. Neste processo percebeu-se a necessidade de um design simples, orgânico e já conhecido e para isso foi utilizado como inspiração um encosto de uma cadeira de escritório.

Conclusão: Os resultados do estudo evidenciam que uma inovação ergonômica nas bags utilizadas por entregadores, as quais atualmente contribuem para o desgaste ocupacional, é possível e necessário para a saúde destes trabalhadores. A proposta incorporou elementos ergonômicos comprovados, como acolchoamento eficiente das alças e apoio para parte superior das costas e inferior, na região. Foi priorizado a praticidade e agilidade no processo de uso, conforme solicitado pelos usuários.

Referências

ABÍLIO, L. C, et al. Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a COVID-19. **Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano**, v. 3, n. 74, p. 1–21, 2020.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: Projeto e produção**. 2ª Edição. – São Paulo: Blucher, 2005

LIBERATO, Leo Vinícius Maia et al. **Fatores para uso de mochilas ou baús na entrega de refeições por motociclistas**. São Paulo: Fundacentro, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/fundacentro/pt-br/centrais-de-conteudo/pesquisa-intervencao/baus-na-entrega-de-alimentos-por-motociclistas>. Acesso em: 13 mar. 2025.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. Tradução de Sergio Luiz Villas Boas. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

WOODCOCK, Jamie; GRAHAM, Mark. **The Gig Economy: A Critical Introduction**. Cambridge: Polity Press, 2020. Disponível em: <http://acdc2007.free.fr/woodcock2020.pdf>. Acesso em: 20 out. 2025.

DESENVOLVIMENTO DE JOGOS DE CARTAS ACESSÍVEIS: DESAFIOS E SOLUÇÕES PARA JOGADORES COM DEFICIÊNCIA VISUAL

João Luiz Xavier de Queiroz Alvares¹; Bianca Caseiro Antonelli²

¹Aluno do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – joao.lxqalvares@gmail.com

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – biancacantonelli@gmail

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: acessibilidade; jogos de cartas; deficiência visual; design inclusivo; textura.

Introdução: A acessibilidade é um direito fundamental amplamente debatido em diversas áreas, inclusive no entretenimento. No Brasil, cerca de 45 milhões de pessoas possuem algum tipo de deficiência, enfrentando barreiras em atividades recreativas (ANDRADE; COSTA; WERNECK, 2021). Os board games, ou jogos de tabuleiro, são atividades lúdicas que envolvem regras, interação entre jogadores e desafios estratégicos. Mais do que simples entretenimento, eles têm sido reconhecidos por seus benefícios educacionais, sociais e terapêuticos. Esses jogos promovem habilidades como comunicação, tomada de decisão, empatia e resolução de conflitos (Crabb & Heron, 2023). Nos jogos de cartas, a ausência de recursos adaptados restringe a participação de pessoas com deficiência visual. O design inclusivo surge como alternativa ao unir funcionalidade, usabilidade e empatia para promover autonomia e inclusão (SOUSA *et al.*, 2023; SANTOS *et al.*, 2023).

Objetivos: O trabalho tem como objetivo desenvolver um jogo de cartas acessível para pessoas com deficiência visual, integrando design inclusivo e tecnologias assistivas. O projeto propõe o uso de recursos táteis, sonoros, leitura digital e inscrições em Braille, avaliando sua usabilidade com jogadores cegos e com baixa visão. Busca-se promover inclusão social e ampliar o acesso ao entretenimento, evidenciando o design como ferramenta de democratização do lazer.

Relevância do Estudo: A pesquisa é relevante por contribuir para o campo do design inclusivo e ampliar as oportunidades de lazer para pessoas com deficiência visual. Enquanto a indústria de jogos cresce, poucos títulos oferecem recursos de acessibilidade adequados. O projeto busca preencher essa lacuna, demonstrando que o design pode ser instrumento de inclusão social. Além de democratizar o acesso a jogos, a proposta reforça a importância de metodologias que integrem o público-alvo no processo de criação, aproximando teoria, prática e impacto social.

Materiais e métodos: O projeto aplicou a metodologia MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics) de LeBlanc, Hunicke e Zubek (2001) para estruturar o desenvolvimento do jogo, que consiste nas etapas: Mecânica, Dinâmica e Estética. Na etapa de Definição das Mecânicas, foi realizado a criação das cartas, dos ataques, dos atributos e das regras básicas do jogo, considerando a interação entre os elementos e a acessibilidade para todos os jogadores, incluindo deficientes visuais. Na etapa de Análise das Dinâmicas, observou-se e foi realizada a simulação das interações entre as cartas, identificação de estratégias possíveis, equilíbrio de poder entre os decks e ajustes necessários para garantir fluidez e diversidade nas partidas. Já na etapa de Avaliação das Estéticas, verificou-se a experiência do jogador em termos de emoção, desafio, satisfação e engajamento, buscando proporcionar uma experiência lúdica consistente com os objetivos do jogo.

Resultados e discussões: Foi desenvolvido um card game para dois jogadores, em que a mecânica principal consiste em acumular o maior número de cartas. As cartas do jogo foram desenvolvidas com texturas em relevo, Braille e QR Code, além de um dado 3D tátil. A análise

de jogos como **Pokémon TCG**, **Magic: The Gathering** e **King of Tokyo** ajudou a definir mecânicas acessíveis e equilibradas. O projeto mostrou ser possível unir jogabilidade e inclusão, permitindo que jogadores com deficiência visual jogassem com autonomia. As texturas, o Braille e o áudio interativo garantiram identificação e independência durante a partida.

Conclusão: O projeto reafirma o papel do design como agente transformador e inclusivo. O jogo desenvolvido contribui para ampliar a acessibilidade em produtos de lazer, demonstrando que soluções criativas podem eliminar barreiras físicas e sensoriais. Espera-se que este estudo incentive novas pesquisas e aplicações práticas em design inclusivo, promovendo igualdade de acesso e participação para todos os públicos.

Referências –

ANDRADE, Luiz Henrique F. B. de; COSTA, Rosa Maria E. M. da; WERNECK, Vera Maria B. Acessibilidade em jogos: um mapeamento sistemático. In: **SIMPÓSIO BRASILEIRO DE GAMES E ENTRETENIMENTO DIGITAL (SBGAMES)**, 20., 2021, Gramado – RS. Anais [...]. São Paulo: SBC, 2021.

ANDRADE, M. R.; NAKA, P. Y. **Design Inclusivo:** Independência a deficientes visuais. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2014.

CRABB, Daniel; HERON, Michael J. Communication challenges in social board games. **Entertainment Computing**, [S.l.], v. 44, p. 100489, 2023. DOI:

SANTOS, V. D. O. et al. Design inclusivo centrado no usuário: instrumento de caráter pedagógico como material didático para deficientes visuais. In: **CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DA INFORMAÇÃO**, 11.; CONGRESSO NACIONAL DE INOVAÇÃO E GESTÃO DO DESIGN, 11., 2023, Caruaru. Anais [...]. Caruaru: Sociedade Brasileira de Design da Informação, 2023. p. 2036–2043.

SOUSA, J. O. et al. Design Inclusivo: Recursos assistivos para um modelo de camisa social para pessoa com deficiência visual. **Revista de Estudos em Design**, v. 7, n. 3, p. 01–24, 2023. DOI: 10.5965/25944630732023e3880.

OS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DA FALTA DE PONTOS DE COLETA DE PILHAS E BATERIAS

Amanda Irehna Alvarenga Di Giacomo¹; Anderson Rafael Gusson²; Igor Teixeira Batista³; José Victor Souza⁴, Júlia Pieroni Melga⁵; Laura Orrú Tiengo⁶, Letícia Eduarda Botelho da Silva⁷; Susy Amantini⁸, José Eduardo Zago⁹

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – amandairehna1@gmail.com;

²Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – andersongusson25@gmail.com;

³Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – igor.teixeira.batista@gmail.com;

⁴Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – josevictor.souza@gmail.com;

⁵Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – juliapieronimelga@gmail.com;

⁶Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lauraorrutiengo@gmail.com;

⁷Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – botelholeticia75@gmail.com;

⁸Professora Coordenadora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – suamantini@gmail.com.

⁹Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – zagomail@hotmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Pilhas, baterias, descarte, meio ambiente, sustentabilidade, design social

Introdução: Pilhas e baterias são fontes de energia portáteis que eventualmente se esgotam conforme o uso. O descarte incorreto de lixo eletrônico aumentou em 49% de 2010 a 2019 em 13 países da América Latina, e se trata de uma ação extremamente prejudicial ao meio ambiente como um todo, contaminando nossos recursos naturais e conseqüentemente causando danos à saúde da população.

Objetivos: Criação de um case de descarte de pilhas e baterias, que seja prático e prazeroso para o usuário através do Fun Design. A proposta envolve uma parceria com uma empresa que se responsabilize pelo recolhimento e reciclagem do lixo eletrônico coletado, além de conscientizar o usuário sobre os impactos negativos do descarte incorreto e a importância desse projeto em diminuir os danos ao meio ambiente.

Relevância do Estudo: Segundo Souza (2015), pilhas e baterias em funcionamento não oferecem riscos, uma vez que o perigo está contido no interior delas. Entretanto, quando descartadas, a cápsula que as envolve está propensa a estourar, amassar e vaziar substâncias tóxicas como mercúrio, chumbo e cádmio. Pilhas e baterias levam séculos para se decompor, e estima-se que cada unidade contamine uma área de um metro quadrado. Além do ambiente local, a dissolução de metais pesados em aterros sanitários inadequados pode contaminar lençóis freáticos (ROA, 2009).

Materiais e métodos: A metodologia criativa utilizada no projeto foi o Duplo-Diamante, alinhado a uma abordagem de Design Thinking para integrar o olhar empático e humanizado às pesquisas e estudos de caso.

Resultados e discussões: De acordo com uma pesquisa da Organização das Nações Unidas (ONU), 97% do lixo eletrônico é descartado de forma incorreta ou não regulamentada. Ainda de acordo com a pesquisa, somente o Brasil descartou mais de 2 milhões de toneladas e é o quinto maior produtor mundial de lixo eletrônico. Desse modo, o projeto de criação de um case de descarte de pilhas e baterias tem como objetivo tornar a reciclagem simples e prática, a fim de incentivar os usuários a realizarem o descarte correto, contribuindo para a preservação do meio ambiente. A proposta se trata de um ponto de coleta atrativo e acessível, que promove a conscientização social sobre os riscos do descarte inadequado, estimula hábitos sustentáveis e atende os regulamentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos

(PNRS), fortalecendo a responsabilidade compartilhada entre cidadãos, empresas e instituições públicas. Consequentemente, o projeto contribui para a redução dos impactos ambientais, a valorização da responsabilidade social e para a construção de uma cultura de sustentabilidade.

Conclusão: O descarte incorreto de pilhas e baterias pode ocasionar multas por crime ambiental, desse modo, as empresas produtoras e importadoras, os comerciantes e consumidores são responsáveis pelo descarte adequado do lixo eletrônico, conforme estabelece a PNRS. Apesar disso, o descarte inadequado predomina no país inteiro. Isso se deve à escassez de pontos de coleta, que resulta na falta de incentivo, praticidade e informação disponível. Logo, para a aplicação da norma estabelecida é necessário o envolvimento de projetos de Design Social, que estudam os usuários a fundo para compreender suas necessidades, dificuldades e perspectivas, propondo uma solução viável para a responsabilidade socioambiental dos cidadãos brasileiros.

Referências –

NÚCLEO DO CONHECIMENTO. **Poluição química**. Disponível em:

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/meio-ambiente/poluicao-quimica>. Acesso em: 16 ago. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS (IBAMA). **Pilhas e baterias**. Disponível em: <https://www.gov.br/ibama/pt-br/assuntos/emissoes-e-residuos/residuos/pilhas-e-baterias>. Acesso em: 16 ago. 2025.

ECOASSIST. **Descarte de pilhas e baterias**. Disponível em:

<https://ecoassist.com.br/descarte-pilhas-baterias-2>. Acesso em: 30 ago. 2025.

RECICLA SAMPA. **Tudo o que você precisa saber sobre reciclagem de pilhas**.

Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/artigo/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-reciclagem-de-pilhas>. Acesso em: 21 set. 2025.

JORNAL DA USP. **Descarte irregular de lixo eletrônico cresceu 49% na última década na América Latina**. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/descarte-irregular-de-lixo-eletronico-cresceu-49-na-ultima-decada-na-america-latina>. Acesso em: 23 out. 2025.

DESIGN COUNCIL. **A study of the design process – The Double Diamond**, 2005.

Disponível em:

<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond>. Acesso em: 23 out. 2025

DESIGN DE UM SERVIÇO DIGITAL PARA PMES: CRIAÇÃO DE PLATAFORMA DE INTEGRAÇÃO ENTRE NEGÓCIOS, CLIENTES E FORNECEDORES

Daniel Ferraz Panucci¹; João Victor Gomes dos Santos²

¹Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – danielpanucci2009@gmail.com;

²Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – joaogomesx@gmail.com.

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Design de Serviços; Pequenos e Médios Negócios; Interface e Experiência do Usuário (UI e UX); Plataformas Digitais.

Introdução: O setor de serviços representa mais de 70% do Produto Interno Bruto brasileiro e emprega cerca de 14,2 milhões de pessoas, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022). Diante dessa relevância, o design de serviços emerge como uma abordagem estratégica para aprimorar a qualidade e a eficiência das interações entre prestadores e usuários. De acordo com Morelli (2021), o design de serviços organiza e estrutura atividades para garantir experiências mais úteis e eficazes. Mager (2009) destaca que essa prática busca equilibrar os interesses de clientes e fornecedores, promovendo valor e eficiência nas relações. Ferramentas como o Service Blueprint (Shostack, 1982) e o Double Diamond (Design Council, 2005) permitem compreender e estruturar fluxos de serviço de forma integrada, otimizando processos e experiências. No entanto, sua aplicação em pequenas e médias empresas (PMEs) ainda é limitada, especialmente no que se refere à digitalização e à integração entre diferentes agentes do serviço.

Objetivos: O objetivo deste estudo foi desenvolver um modelo digital acessível que integrasse pequenos e médios negócios, seus clientes e fornecedores, promovendo eficiência operacional e melhor experiência do usuário. Para isso, buscou-se compreender as necessidades e desafios enfrentados por empreendedores, mapear fluxos de interação e projetar uma solução digital que organizasse os pontos de contato entre os agentes do serviço. O projeto também teve como meta aplicar metodologias de design de serviços e design de interfaces para criar uma plataforma centrada no usuário, sustentável e replicável em diferentes contextos de negócio.

Relevância do Estudo: A pesquisa contribui para o fortalecimento das PMEs brasileiras, que enfrentam barreiras estruturais, tecnológicas e financeiras que dificultam sua competitividade. A digitalização surge como oportunidade de crescimento e diferenciação, mas ainda carece de modelos acessíveis e adequados à realidade desses empreendedores. Nesse contexto, o design de serviços mostrou-se fundamental para estruturar fluxos operacionais, melhorar a comunicação entre agentes e ampliar o alcance digital das empresas. O estudo também evidenciou o papel estratégico do design na transformação digital, contribuindo para a integração de negócios locais e a valorização de soluções centradas no usuário.

Materiais e métodos: Na pesquisa, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre design de serviços, experiência do usuário e digitalização de PMEs, com base em autores como Shostack (1982), Mager (2009) e Morelli (2021). O desenvolvimento do produto baseou-se na metodologia Elements of User Experience (Garrett, 2011) e no modelo Double Diamond (Design Council, 2005), articulando etapas de estratégia, escopo, estrutura e interface. Foram utilizadas ferramentas como Figma e FigJam para a prototipagem e validação de fluxos, e aplicadas as metodologias Service Blueprint e Customer Journey Mapping para mapear as interações entre os agentes do serviço e orientar melhorias.

Resultados e discussões: Os resultados indicaram que a aplicação do design de serviços viabilizou a concepção de uma plataforma digital integrada e acessível, capaz de aprimorar as interações entre PMEs, clientes e fornecedores. O protótipo, direcionado ao cliente final, apresentou estrutura organizada em módulos: pedidos, busca de produtos, notificações, comunicação e perfil. As telas contemplaram histórico e acompanhamento detalhado de pedidos, chat com o restaurante, além de preferências de comunicação e suporte. Observou-se também que o uso das ferramentas de mapeamento de jornada e blueprint possibilitou compreender melhor as necessidades operacionais e otimizar a experiência digital de cada agente envolvido.

Conclusão: Concluiu-se que o design de serviços, aliado ao design de interfaces, constituiu uma base sólida para o desenvolvimento de soluções digitais voltadas às PMEs. O modelo proposto demonstrou potencial para aumentar a eficiência operacional, integrar agentes de serviço e fortalecer a presença digital dos negócios. Ao propor uma plataforma centrada no usuário e de fácil implementação, o estudo evidenciou o papel do design como ferramenta estratégica de inovação e transformação social, contribuindo para um ecossistema mais conectado e sustentável.

Referências:

DESIGN COUNCIL. **Framework for innovation (Double Diamond)**. [2005?]. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>. Acesso em: 22 out. 2025.

GARRETT, J. J. **The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond**. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders, 2011.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Anual de Serviços 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023.

MAGER, B. **Service Design as an Emerging Field**. In: Miettinen, S.; Koivisto, M. *Designing Services with Innovative Methods*. Helsinki: University of Art and Design, 2009.

MORELLI, N. **Designing for services**. Gower Publishing, 2021.

SHOSTACK, G. L. **How to design a service**. *European Journal of Marketing*, v. 16, n. 1, p. 49–63, 1982.

UM CAMINHO SENSORIAL E CRIATIVO PARA INCLUSÃO: LIVRO APRESENTANDO OS ANIMAIS PARA CRIANÇAS COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA

Larissa Simões do Valle¹; Bianca Caseiro Antonelli²

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru - @lsimoesdovalle@gmail.com

²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – biancacantonelli@gmail.com

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: TEA, Livro Infantil, Inclusão Social, Ilustração, Livro Interativo

Introdução: A crescente demanda por materiais pedagógicos acessíveis e adaptados para o público infantil neurodivergente evidencia a importância de recursos que promovam o aprendizado inclusivo. Pesquisas demonstram que o uso de materiais multissensoriais, como livros interativos, favorece o desenvolvimento da comunicação, da autonomia e das habilidades socioemocionais em crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA) (BEZERRA; RIBEIRO; BERTOLINI, 2018; LIMA; CASTRO, 2019). A abordagem multissensorial, que envolve visão, audição, tato e movimento, facilita a aprendizagem e amplia a retenção de informações (SOUSA, 2011). Temple Grandin (2006) reforça que estímulos visuais e táteis são essenciais ao desenvolvimento cognitivo e comunicativo de crianças com TEA. De forma semelhante, Bissoto (2005) destaca que recursos multissensoriais aumentam o engajamento, o foco e a motivação nas atividades educacionais

Objetivos: O objetivo deste projeto consiste em desenvolver um livro interativo sensorial voltado para crianças com TEA, de 6 a 8 anos, que estimule a percepção visual e tátil, promovendo a inclusão por meio da interação lúdica e criativa.

Relevância do Estudo: O trabalho contribui para a inclusão de crianças com TEA no ambiente educacional e artístico, unindo design, sensorialidade e aprendizado de forma inovadora. Como destaca a plataforma Diversa (2018), o ensino voltado a alunos com autismo exige uma nova forma de olhar para o aprendizado, considerando modos de compreensão singulares e não convencionais.

Materiais e métodos: A metodologia adotada baseou-se no sistema proposto por Wheeler (2012), estruturado em cinco fases, adaptadas para o contexto do projeto editorial: Pesquisa, Estratégia, Design da Identidade, Pontos de Contato e Gestão de Ativos. Divididos da seguinte forma: Na pesquisa colocou-se a definição do tema e análise de Similares. Na Estratégia o Moodboard e o conteúdo do livro. No Design da Identidade, as Ilustrações e toda identidade visual do livro. Nos pontos de contato foi adicionado os materiais promocionais e na Gestão de Ativos as ideias futuras.

Resultados e discussões: O desenvolvimento do livro permitiu explorar formas criativas de estímulo visual e tátil voltadas para o público infantil com TEA, reforçando a importância do design inclusivo.

Conclusão: O projeto ampliou a compreensão sobre o papel do design como instrumento de inclusão. A criação do livro interativo sensorial proporcionou uma experiência lúdica, acessível e envolvente, promovendo o aprendizado por meio da exploração visual e tátil. O processo evidenciou o potencial do design como ferramenta pedagógica e social, contribuindo para o desenvolvimento infantil e para a valorização da diversidade. Como desdobramento futuro, propõe-se a criação de uma série de livros interativos com a mesma identidade visual, voltada

também para outras condições, como TDAH, deficiência auditiva e visual, mantendo a coerência estética e sensorial do projeto.

Cada animal foi planejado para representar um habitat e estimular diferentes sentidos. O macaco aparece na floresta, com cores vibrantes e frutas; a cobra, na mata, apresenta tons terrosos e texturas; a lontra vive no rio, em uma paleta de azuis e verdes suaves; a baleia simboliza o oceano profundo, com cores frias e movimentos amplos; e o polvo completa o fundo do mar, com formas dinâmicas e cores contrastantes.

Referências –

BEZERRA, E.; RIBEIRO, A. A.; BERTOLINI, S. M. M. G. Livros interativos como recurso educacional para crianças com Transtorno do Espectro Autista. **Revista Educação Especial**, v. 31, n. 60, p. 627-642, 2018.

SOUSA, D. A. **Como o cérebro aprende**. Porto Alegre: Artmed, 2011.

GRANDIN, T. **Pensando em Imagens**: e outras informações sobre autismo. São Paulo: Gente, 2006.

BISSOTO, S. M. C. Recursos didáticos e multissensoriais no processo ensino-aprendizagem. **Revista Educação Especial**, UFSM, n. 26, p. 243–254, 2005.

WHEELER, A. **Design da Identidade da Marca: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2012

DIVERSA. **Ensinar alunos com autismo: estratégias e práticas inclusivas**. São Paulo: Instituto Rodrigo Mendes, 2018. Disponível em: <https://diversa.org.br>.

URDUMME - MOBILIÁRIO SUSTENTÁVEL DE RESÍDUOS TÊXTEIS

Beatriz Freitas¹; Bruno de Souza Rodrigues²; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro³;
Fabio Alexandre Moizés⁴

¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – beatriz.freitas@alunos.fibbauru.br;

²Aluno de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –
bruno.souza.rodrigues@alunos.fibbauru.br;

³Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – designcali@gmail.com;;

⁴Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – fabio.moizes@fibbauru.br;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: Resíduos Têxteis, Sustentabilidade, Mobiliário, Impactos da moda.

Introdução: O descarte em excesso de tecidos, agravado pelo modelo *Fast Fashion*, representa um problema ambiental de contaminação do solo, da água e dos oceanos. A falta de um destino adequado para as toneladas de resíduos têxteis gerados anualmente demanda a busca por soluções criativas e sustentáveis que minimizem o impacto negativo dessa prática. Diante da crescente preocupação com os impactos ambientais gerados pela indústria têxtil no Brasil e pelo descarte inadequado de resíduos, busca-se o desenvolvimento de um móvel sustentável utilizando resíduos têxteis de jeans combinados com cola/resina ecológica vegetal e biodegradável.

Objetivos: Desenvolver uma mesa de centro sustentável, a partir da reutilização de resíduos têxteis combinados com uma cola/resina ecológica, como uma proposta inovadora, ambientalmente responsável e alinhada aos princípios de redução do impacto ambiental gerado pela indústria têxtil, em alinhamento com as diretrizes do *Life Cycle Design* (Manzini; Vezzoli, 2011) e com os conceitos de aplicação e conscientização da sustentabilidade atrelados ao mundo da moda *Fast Fashion* (Fletcher; Grose, 2012).

Relevância do Estudo: Verifica-se a necessidade de encontrar soluções sustentáveis e inovadoras para o problema do descarte excessivo de tecidos, contribuindo para a redução do impacto ambiental da indústria têxtil. A proposta de transformar resíduos têxteis em mobiliário dialoga com o crescente interesse por produtos sustentáveis e extensão da vida útil dos produtos, propondo alternativas para combater o consumo exagerado de roupas, e posteriormente o descarte sem consciência. O presente estudo explora o potencial de reaproveitamento desses resíduos por meio de sua trituração e combinação com colas/resinas biodegradáveis e vegetais.

Materiais e métodos: A metodologia Metaprojeto foi escolhida e aplicada ao projeto com objetivo de indagar o estudo e produção de um produto que atinja todas as expectativas de aspectos produtivos, aspectos ergonômicos, aspectos mercadológicos, sistema de produto/design e sustentabilidade (Moraes, 2010). Na fase de desenvolvimento do projeto, foram aplicadas ferramentas para abranger o estudo como *Briefing*, *Checklist* e *Moodboard* (Pazmino, 2015) e estudos ergonômicos de mercado seguindo as diretriz de ergonomia de produto, agradabilidade e usabilidade (Iida e Buarque, 2016).

Resultados e discussões: Foram conduzidos dois testes experimentais com o objetivo de avaliar a eficiência de diferentes adesivos naturais na composição do material compósito. O primeiro ensaio consistiu na preparação de uma cola à base de caseína, obtida pela mistura de 250 ml de leite desnatado, 100 ml de vinagre e uma colher de chá de bicarbonato de sódio. Após a reação química de coagulação, o material resultante foi submetido a um período de decantação de 16 a 22 horas. Em seguida, realizou-se a secagem em sol pleno por 24 horas. Nesse processo, foram confeccionadas duas amostras: a primeira foi submetida à prensagem,

enquanto a segunda foi apenas disposta sobre a superfície para secagem natural. O segundo ensaio utilizou cola à base de gelatina, preparada a partir da dissolução de um pacote de gelatina incolor em 200 ml de água quente. Assim como no teste anterior, o material foi deixado em secagem por 24 horas em sol pleno. Posteriormente, ambos os compósitos foram submetidos a testes de resistência à umidade. As amostras permaneceram expostas por 47 dias consecutivos em um ambiente com alta umidade relativa. Durante todo o período experimental, as peças não foram deslocadas de sua posição original, garantindo a uniformidade das condições de exposição. Os resultados demonstraram que os compósitos resistiram adequadamente às condições ambientais, sem apresentar crescimento de fungos ou mofo, alterações de odor, mudanças de coloração ou deformações estruturais. No entanto, observou-se um ligeiro amolecimento nas amostras correspondentes aos corpos de teste 1 e 2, enquanto o corpo de teste 3 manteve sua resistência física inalterada, e no teste 4 apresentou o melhor desempenho geral frente às condições avaliadas. O terceiro ensaio foi produzido com o resíduo jeans triturado em máquina e misturado na proporção de 1:1 (120g de tecido + 120g de resina) com resina de mamona. Durante o período de 10/09 a 18/10, foi exposto a umidade e não notou-se alterações em sua integridade física. Alguns testes como atrito e exposição ao sol direto foram feitos em períodos reduzidos e ainda sim sem alterações em sua integridade.

Conclusão: Conforme exposto, o objetivo foi alcançado por meio de estudo, pesquisa e elaboração de um material compósito sustentável que minimize os danos causados ao descarte têxtil, e que posteriormente foi utilizado para realização e produção de um mobiliário de centro com usabilidade residencial e comercial. Mediante pesquisa bibliográfica exploratória e testes realizados com diversos materiais para base da junção do *denim*, obteve-se resultados satisfatórios com a utilização da resina de poliuretano a base de óleo de mamona em um percentual de um para um, obtendo um material com alta durabilidade, características biodegradáveis e resistente a água.

Referências –

Manzini, Ezio; Vezzoli, Carlos. **Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. EDUSP, 2011.

Fletcher, Kate; Grose, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: Design para mudança**. SENAC São Paulo, 2012.

Moraes, Dijon De. **Metaprojeto - O design do design**. Blucher, 2010.

Pazmino, Ana Veronica. **Como se cria - 40 métodos para design de produtos**. Blucher, 2015.

Iida, Itiro; Buarque, Lia. **Ergonomia - Projeto e Produção**. Blucher. 2016, 3ª Edição revista.

DO REBRANDING AO INSPIRATIONAL BOOK: CRIANDO UMA NOVA IDENTIDADE PARA A MARCA

Bruna Chique Mouta¹; Gabriel Henrique Moretto²;

João Victor Gomes dos Santos³; Susy Nazaré Silva Ribeiro Amantini⁴

¹Aluna de Design– Faculdades Integradas de Bauru – FIB brunaschenk54@gmail.com

²Aluno de Design– Faculdades Integradas de Bauru – FIB morettogabriel163@gmail.com

³Professor do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB joaogomesx@gmail.com

⁴Professora do curso de Design– Faculdades Integradas de Bauru – FIB design@fibbauru.br

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: rebranding; identidade visual; microempresas; manual interativo; revista.

Introdução: No contexto atual, a identidade visual é essencial para conectar marcas ao público e refletir seus valores, podendo necessitar de atualização com o tempo. A Accenture (2022) aponta que 64% dos consumidores compram de marcas alinhadas a seus valores, reforçando a importância dessa coerência. Para Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), o marketing moderno exige autenticidade e consistência entre discurso e identidade visual. No setor da moda, Silva e Andrade (2021) destacam o branding como ferramenta de diferenciação e conexão com o público, embora faltem estudos sobre sua aplicação prática em materiais acessíveis. Johnson (2016) defende que marcas menores também devem adotar estratégias visuais bem estruturadas, com manuais de identidade adaptáveis. Assim, o rebranding se mostra um meio de renovar a essência e o posicionamento de marcas, especialmente as de pequeno porte. Este estudo, portanto, investiga como o rebranding pode fortalecer a identidade e promover conexões mais eficazes por meio de manuais interativos e acessíveis.

Objetivos: Investigar como o rebranding pode contribuir para fortalecer a identidade visual e o posicionamento de pequenas marcas; desenvolver uma nova identidade para a BRUART que traduza sua essência artesanal e mística; e criar um *Inspirational Book* como manual interativo para apresentação da nova marca.

Relevância do Estudo: No cenário atual, marcado pela forte presença digital e pela competitividade, as micro e pequenas empresas (MPEs) enfrentam desafios para manter consistência visual e relevância. Embora representem 99% dos empreendimentos formais e 30% do PIB nacional (SEBRAE, 2023), muitas ainda têm dificuldade em acessar estratégias eficazes de comunicação e branding. Essa carência limita sua competitividade e enfraquece a conexão emocional com o público. Nesse contexto, o rebranding surge como ferramenta estratégica para reposicionar marcas, reforçar valores e criar vínculos autênticos com consumidores. O estudo evidencia o papel do design como agente de transformação e valorização do trabalho autoral no mercado criativo contemporâneo.

Materiais e métodos: A pesquisa teve abordagem quali-quantitativa, com a aplicação de um questionário online para compreender o público da marca. A partir dos dados coletados, foram elaboradas análises de mercado e público-alvo, moodboards e estudos de linguagem visual. O redesign foi desenvolvido com base em métodos de design estratégico, utilizando ferramentas como o Adobe Illustrator para a criação da nova identidade e o Calaméo para hospedagem de um *Inspirational book* interativo.

Resultados e discussões: O rebranding da BRUART resultou em uma identidade visual que une o místico e o urbano, com um logotipo em lettering orgânico, paleta de cores vibrantes e elementos gráficos inspirados no grafite e na simbologia esotérica. Essa reformulação fortaleceu a expressão autoral da marca e sua conexão com o público. O *Inspirational Book*

foi criado como um manual interativo, reunindo identidade, valores e aplicações visuais de forma dinâmica e acessível, consolidando o reposicionamento da marca no mercado artesanal e digital.



Conclusão: Conclui-se que o rebranding da Bruart demonstrou o potencial do design estratégico como ferramenta de transformação e reposicionamento de pequenas marcas. A partir da reformulação da identidade visual, foi possível traduzir de maneira autêntica a essência artesanal e mística da marca, promovendo maior coerência estética e simbólica em sua comunicação. O processo, embasado em pesquisa de público e análise de mercado, reforçou a importância de decisões projetuais fundamentadas em dados e sensibilidade criativa.

O desenvolvimento do Inspirational Book consolidou-se como um recurso acessível e interativo, que amplia o entendimento e a aplicação da nova identidade visual. Assim, o estudo evidencia que o rebranding, aliado ao design como prática estratégica, pode fortalecer o posicionamento, valorizar o trabalho autoral e ampliar o alcance de micro e pequenas empresas em um cenário competitivo e digital.

Referências

JOHNSON, Richard. **Branding: design e estratégia**. São Paulo: Novatec, 2016.

SOUSA, Danilo Oliveira de. **ALGAZUL Moda-praia: criação de identidade visual e gestão de marca**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

SANTOS, R. T.; FREITAS, D. M. Portfólios digitais e autonomia no ensino superior: uma análise crítica. **Revista Brasileira de Educação Aberta e a Distância**, v. 20, n. 3, p. 15–30, 2021.

DESIGN DE SUPERFÍCIE E RESGATE CULTURAL NA MODA: UMA ABORDAGEM EDITORIAL INTERATIVA

Julia Cuelbas de Moraes¹; Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes Castro²
¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – julia.cuelbas@gmail.com;
²Professora do curso de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
jacqueline.castro@fibbauru.br

Grupo de trabalho: Design

Palavras-chave: Cultura, Design de superfície, Moda, Revista interativa

Introdução: O design de superfície pode atuar como um caminho para resgatar tradições culturais e fortalecer a identidade da moda brasileira, valorizando narrativas visuais, táteis e gráficas que expressam pluralidade e diversidade. Nesse sentido, a pesquisa combina revisão bibliográfica e levantamento com usuários, que subsidiam o desenvolvimento de uma proposta editorial interativa. A partir desse embasamento surge a revista Decode, desenvolvida com base na metodologia de Wheeler (2012), que combina impressão, texturas e recursos interativos para criar uma experiência sensorial e representativa, conectada às raízes identitárias e à diversidade do Brasil.

Objetivos: O estudo buscou desenvolver uma revista interativa em design de moda que fortaleça a identidade cultural brasileira por meio de experiências sensoriais e superfícies interativas. Visando responder as questões: como os atributos do design de superfície podem reforçar narrativas na moda brasileira? E como agregar valor à superfície interativa das revistas para comunicar o design de moda e sua riqueza em superfícies?

Relevância do Estudo: Apesar do potencial do uso do design de superfície como ferramenta de expressão cultural na moda, o tema ainda é pouco explorado de maneira didática, o que limita o acesso do público a referências de marcas e iniciativas que conectem moda e cultura. A Decode surge nesse contexto como proposta editorial inovadora, utilizando recursos gráficos e sensoriais para aproximar o leitor do universo do design de superfície, fortalecendo sua função educativa e cultural.

Materiais e métodos: A pesquisa utilizou abordagem qualitativa de caráter exploratório e descritivo, fundamentada em levantamento bibliográfico e aplicação de questionário digital com 20 participantes. O método de desenvolvimento projetual foi baseado na adaptação da metodologia de Wheeler (2012), aplicada ao design editorial, contemplando as etapas de briefing, naming, definição identitária, prototipação e testes sensoriais. Foram empregados softwares da Adobe (InDesign, Photoshop e Illustrator), além de recursos experimentais de prototipagem manual, como adesivos, acetato e pop-up. O orçamento de produção foi estimado com base em cotações reais, considerando materiais gráficos de alta qualidade e acabamentos interativos, garantindo viabilidade técnica e econômica do protótipo editorial.

Resultados e discussões: A análise das percepções dos participantes revelou que, embora haja familiaridade com o conceito de design de superfície, e reconhecimento sobre sua capacidade de resgate cultural, poucos conseguem identificar exemplos concretos no mercado. Esse achado evidencia lacunas comunicacionais e reforça a necessidade de projetos que traduzam a teoria em experiências práticas. O desenvolvimento da Decode demonstrou como elementos interativos podem tornar o aprendizado mais acessível ao mesmo tempo em que gera engajamento com o público.

Conclusão: O projeto comprovou a viabilidade de integrar moda, cultura e design editorial em um produto interativo capaz de promover consciência estética e valorização identitária. A Decode demonstrou que o design de superfície pode ir além do aspecto ornamental, assumindo papel narrativo e educativo. O estudo alcançou seus objetivos ao consolidar uma proposta editorial inovadora, que estimula a reflexão sobre a moda brasileira como expressão cultural e não apenas como produto de consumo. A pesquisa evidencia que o design editorial, quando alinhado aos princípios da cultura material, tem potencial para fortalecer a percepção de identidade nacional e abrir caminhos para novas práticas projetuais voltadas à difusão cultural.

Referências

BAXTER, M. **Projeto de Produto:** guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2011.

CASTRO, Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de. **Sistema Delineador em Design de Superfície para Significação e Identidade Arquitetônica Corporativa.** Tese (Doutorado em Arquitetura, Tecnologia e Cidade) – UNICAMP, Campinas: 2016.

CUNHA E SILVA, Cynthia Cristine; OLIVEIRA, Gabriela Araujo Ferraz. Experiência do usuário em livros digitais: um estudo da interatividade editorial. **Revista Comunicação & Inovação**, v. 23, n. 47, p. 84–98, 2021. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/experincia-do-usurio-em-livros-digitais-um-estudo-da-interatividade-editorial-38011>. Acesso em: 29 de maio de 2025.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se Cria:** 40 Métodos para Design de Produtos. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2015.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marca. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

VOLUNTEER: FERRAMENTA PARA GESTÃO DE EQUIPES DE TRABALHO VOLUNTÁRIO

Luysah Bruno Lima Moreira da Rocha¹; Prof. Dr. João Victor Gomes dos Santos²;
¹Aluna de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB luysahrocha@gmail.com;
²Professor de Design – Faculdades Integradas de Bauru – FIB joaogomesx@gmail.com;

Grupo de trabalho: DESIGN

Palavras-chave: UX/UI Design; Design de serviços; Gestão de projetos; Usabilidade; Aplicativo

Introdução: Os projetos são fundamentais para promover mudanças e transformar ideias em ações concretas, seja em organizações, empresas ou até mesmo por iniciativa individual. De acordo com pesquisadores da área, um projeto pode ser definido como “um empreendimento com objetivos bem definidos, atividades planejadas e as responsabilidades de execução organizadas” (Charnet, 2020). Portanto, entende-se que a clareza e o gerenciamento em um projeto são essenciais para garantir o desenvolvimento e sucesso do mesmo.

A tecnologia já vem auxiliando o homem em diversos aspectos da vida, e, após a pandemia, ela se firmou como grande aliada para muitos gestores e empreendedores operarem seus projetos de forma mais madura e ágil (Pina, Costa, 2023). Considerando que os meios que uma organização utiliza para gerenciar seus projetos exercem grande influência no desenvolvimento dos mesmos (PMI, 2013), ao utilizarmos da tecnologia para nos auxiliar, é importante pensar em como esses aplicativos/sites são estruturados para que sirvam ao propósito que possuem.

Objetivos: O presente estudo tem como objetivo propor uma alternativa de gestão de projetos a partir de uma interface digital para organizações do terceiro setor.

Relevância do Estudo: Considerando a importância da gestão em um contexto projetual e tendo em vista o auxílio que a tecnologia pode nos dar, o presente estudo se justifica ao pesquisar sobre e propor uma alternativa de gestão de projetos a partir de uma interface digital, visando auxiliar empresas e organizações do terceiro setor em seus projetos para que sejam feitos com maior eficiência e objetividade, e, tendo assim, sucesso em suas execuções.

Materiais e métodos: Este projeto uniu duas metodologias, a dos 5 planos de Garret e a Double Diamond, resultando em quatro grandes etapas principais: Descobrir: Plano de Estratégia; Definir: Plano de Escopo; Desenvolver: Plano de Estrutura e Esqueleto e Entregar: Plano de Superfície. Ao longo do projeto, as duas abordagens garantiram um desenvolvimento iterativo, centrado no usuário e guiado por dados concretos e feedbacks reais

Resultados e discussões: Para o desenvolvimento dessa pesquisa, foi necessário um estudo exploratório teórico no qual foram abordadas teorias sobre o Design de Serviços, sobre o UX/UI Design e sobre a categorização do termo Terceiro Setor. A partir disso, foi realizado uma pesquisa exploratória, realizada por uma abordagem qualitativa, com a intenção de investigar as percepções e experiências de integrantes do terceiro setor, tendo como amostra o Rotaract Club de Bauru-Norte, um grupo de trabalho voluntário e, com ele, espera-se encontrar semelhanças, de organização e necessidades, com outros grupos de trabalho voluntário. Com os resultados, criou-se três personas para representarem os três grupos de usuários da interface: voluntários, gestores de equipes de trabalho voluntário e membros da comunidade. Além das personas, fez-se um mapa de jornada do usuário para analisar os pontos de contato que o usuário viria a ter com o aplicativo e possíveis barreiras na

experiência do usuário. Nessa etapa, foi feito também uma análise de similares para procurar estabelecer os objetivos do produto, com aplicativos que possuem propostas similares e que são utilizados para organização de processos em equipe. Foram analisados três aplicativos desse ramo: Notion, Trello e Smartsheet. Após a análise das respostas da pesquisa, o escopo do aplicativo foi definido com base nas principais dores dos voluntários: falta de organização, excesso de informações e dificuldade em conciliar atividades do clube com trabalho ou estudos. A partir das 16 respostas coletadas, identificou-se a necessidade de centralizar a comunicação e estruturar as tarefas de forma clara. Após a definição do escopo, foi feito a realização de um Sitemap seguindo os sistemas da Arquitetura de Informação: sistema de organização, navegação, rotulagem e busca, para representar visualmente toda a organização dos recursos do aplicativo e os Wireframes, a materialização do sitemap em uma estrutura mais tangível, lidando com aspectos mais específicos: o design de interface, navegação e da informação. A pesquisa se materializou em um protótipo final de alta fidelidade realizado na plataforma Figma.

Conclusão: A partir dos estudos em gestão, design de experiência do usuário, de interface, design de serviços e a partir da pesquisa realizada com um grupo de trabalho voluntário, concluiu-se que o uso de interfaces digitais é uma solução eficaz para otimizar a gestão de projetos no terceiro setor, promovendo organização, clareza e maior eficiência nas ações desenvolvidas.

Referências –

CHARNET, Emerson. et al. Terceiro setor: estudo do gerenciamento de projetos em uma cidade do interior do estado de São Paulo. **Revista Profanações**, ano 7, n. esp. 2, p. 126, nov. 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/346570451_TERCEIRO_SETOR_ESTUDO_DO_GERENCIAMENTO_DE_PROJETOS_EM_UMA_CIDADE_DO_INTERIOR_DO_ESTADO_DE_SAO_PAULO_NON-PROFIT_ORGANIZATIONS_STUDY_OF_PROJECT_MANAGEMENT_IN_THE_INTERIOR_OF_SAO_PAULO_STATE. Acesso em: 27 mar, 2025.

PINA, Alberto; COSTA, Vítor. A Importância do Gerenciamento de Projetos com a Crescente do Marketing Digital. **Gestão e Gerenciamento**, [S.l.], v. 19, n. 19, jan. 2023. ISSN 2447-1291. Disponível em: <<https://nppg.org.br/revistas/gestaoegerenciamento/article/view/913>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos** (Guia PMBOK). 5. ed. Pennsylvania: Project Management Institute, 2013.