

EDITORIAL V.16 N.1

Prezados leitores,

É com grande satisfação que apresento a nova edição da **Revista Projética**, uma publicação científica dedicada ao campo do Design. A revista se empenha em divulgar trabalhos inéditos que abrangem uma variedade de temas essenciais, incluindo: Design: Conhecimento, Gestão e Tecnologia; Ergonomia e Usabilidade; Design de Moda; Design: Educação, Cultura e Sociedade; Design para Sustentabilidade; e Design Gráfico: Imagem e Mídia.

Nesta edição, tenho o prazer de compartilhar valiosas contribuições que enriquecem o campo dos estudos em Design. Com o objetivo de tornar o conhecimento e a pesquisa acessíveis a todos, oferecemos esta publicação de forma gratuita através de nossa plataforma digital.

Nesta edição, apresento os 12 artigos selecionados, distribuídos em quatro seções:

Design Gráfico: Imagem e Mídia: 7 artigos

Design de Moda: 3 artigos

Ergonomia e Usabilidade: 1 artigo

Design: Educação, Cultura e Sociedade: 1 artigo

A revista Projética se orgulha de ser um repositório significativo de conhecimento científico, contribuindo para a disseminação da produção acadêmica, a reflexão, a discussão crítica e a inovação no campo do design.

Convidamos todos a explorar esta edição e a participar ativamente da comunidade científica de design.

Abrindo a seção de Design Gráfico: Imagem e Mídia, apresentamos o primeiro artigo, "**RASTREAMENTO OCULAR PARA ANÁLISE E GESTÃO DE MARCAS: Uma**

Revisão Sistemática", escrito por Aline Gambin e Eugenio Andrés Díaz Merino. O estudo visa identificar e descrever como as tecnologias de rastreamento ocular podem auxiliar na análise de marcas, por meio de uma revisão sistemática da literatura composta por teses, dissertações e artigos publicados entre 2014 e 2024, que utilizaram o rastreamento ocular (RO) para analisar diferentes aspectos das marcas. Os resultados revelaram que o RO fornece dados relevantes sobre a relação entre atenção visual e identificação e lembrança das marcas, além de identificar respostas emocionais e comportamentais dos indivíduos.

O segundo artigo, **"A ATIVIDADE DE MODDING: DOS HACKS À INOVAÇÃO"**, escrito por Matheus Corrêa de Souza, Tiago Barros Pontes e Silva e Frederick M. C. Van Amstel, investiga a transformação da atividade de modding ao longo da história, evidenciando suas tensões com as atividades de game design e dos jogadores. A pesquisa é fundamentada na abordagem da Teoria Histórico-Cultural da Atividade, articulada com dados empíricos obtidos por meio de análise documental sobre pontos de interesse na história do modding. Os resultados indicam que é possível caracterizar o sistema da atividade de modding e demonstram que essa atividade afeta a indústria de jogos como um todo. O modding estabelece expectativas para jogos futuros, preserva jogos antigos, inova em gêneros e mecânicas, e fornece feedback aos designers na forma de soluções para demandas latentes em jogos já publicados.


O terceiro artigo desta seção, **"CONEXÕES ENTRE O DESIGN EDITORIAL E O LIVRO DE ARTISTA NA OBRA 'DE NOVO': A Meio Caminho entre o Design e as Artes"**, escrito por Elisa Bueno, Ana Carolina Zequin, Cassia Leticia Carrara Domiciano e Joedy Luciana Barros Marins Bamonte, objetiva discutir a relação entre o conceito de "livro de artista" e a prática do design gráfico e editorial no contexto contemporâneo, a partir do livro "De Novo", de autoria do designer brasileiro Gustavo Piqueira. Partindo dos conceitos tradicionais do livro e das variações e rupturas trazidas tanto pelo viés das artes quanto do design, são abordados e relacionados aspectos relativos à interdependência entre forma e conteúdo, processo produtivo e manipulação de estruturas tradicionais, visando à ressignificação.

O quarto artigo, **“IDENTIDADE VISUAL ESTRATÉGICA: O GNT e o Arquétipo do Cara Comum”**, desenvolvido por Daniel Cruz e Sheila Cordeiro Mota, explora o projeto de uma identidade visual que considera aspectos funcionais, simbólicos e estéticos, unificando conhecimentos de diversas áreas além do design. O artigo descreve como o design utiliza os arquétipos, um conceito originado na psicologia junguiana e adaptado para o marketing, tornando-se um elemento crucial no processo de concepção imagética da marca, impactando diretamente os profissionais de design.

O quinto artigo da seção, **“LINGUAGEM VISUAL E VERBAL NO LIVRO INFANTIL COM ILUSTRAÇÕES, LIVRO ILUSTRADO E LIVRO-IMAGEM”**, escrito por Rosane Fonseca de Freitas Martins e Bruna de Paula Leopize, aborda o papel do livro infantil no desenvolvimento cognitivo e emocional das crianças. Esses livros transmitem valores, ensinamentos éticos e identificação, podendo ser criados tanto para educação e aprendizado quanto para entretenimento e ampliação da visão de mundo. Considerando a complexidade de um livro literário, que não tem necessariamente a função de ensinar, o artigo analisa a relação texto-imagem em três livros, buscando obter dados sobre ambientação, caracterização dos personagens, perspectiva narrativa e temporalidade, com o objetivo de provocar reflexões sobre o design de livros infantis.

O sexto artigo, **“PESO COMPOSITIVO: A Inferência de Fatores Psicofisiológicos para a Percepção Visual no Design Gráfico”**, escrito por Fernanda Iervolino e Sofia Girardi, aborda o conceito de peso compositivo nas relações de equilíbrio, tensão e harmonia de uma composição. O estudo seleciona sete imagens de design que exemplificam o peso compositivo por meio de: cor, localização, tamanho, profundidade espacial, detalhes intrínsecos, isolamento e configuração. Os resultados mostram que os pesos aplicados contribuem significativamente para a percepção da informação, demonstrando que elementos das artes visuais são vantajosos para o design gráfico.

O sétimo e último artigo desta seção, **“O USO DE IMAGENS HDR PARA AMBIENTAR CENAS DE RENDERIZAÇÃO DE PRODUTOS EM SOFTWARE TRIDIMENSIONAIS”**, escrito por Walter Dutra da Silveira Neto, Célio Teodorico, Cláudio Brandão e



Rhaíssa Gehrke, analisa e demonstra a contribuição do uso de imagens de Alto Alcance Dinâmico (HDR) como um recurso essencial na ambientação de cenas em renderização digital de produtos, o qual permite renderizações com uma ampla gama de luminosidade e detalhes, proporcionando resultados visuais mais realistas e imersivos. Assim, podem simular ambientes naturais, como a luz do sol em diferentes horas do dia, ou ambientes internos com diversas fontes de iluminação. Dessa forma, é possível criar uma atmosfera envolvente ao redor do produto, tornando-o mais atrativo para o público-alvo.

O oitavo artigo, alocado na seção Design de Moda, intitulado **“DESIGN DA CAMISA MASCULINA: Análise Diacrônica e Sistemas de Construção sob a ótica da Vestibilidade”**, desenvolvido por Maria Eduarda Gomes de Castro Silva, Wanderlayne Fernandes do Amaral e Rosiane Pereira Alves, descreve as transformações tangíveis e intangíveis na configuração da camisa masculina e suas implicações na vestibilidade. O estudo verifica as mudanças na configuração da camisa ao longo da história, destacando a busca pelo conforto, refletida em estudos contemporâneos sobre métodos e ferramentas que contribuem para a avaliação de diferentes artefatos vestíveis. Considera-se tanto os aspectos ergonômicos quanto antropométricos na produção de camisas, ressaltando a importância de métodos de avaliação específicos para garantir um melhor ajuste e conforto aos usuários

O nono artigo, **“PROPOSTA DE FERRAMENTA PARA CODIFICAÇÃO E DECODIFICAÇÃO DE CARTELA DE CORES EM COLEÇÕES DE MODA”**, escrito por Ítalo José de Medeiros Dantas, Camila Assis Peres Silva, Nathalie Barros da Mota Silveira, Glauber Soares Júnior e Débora Pires Teixeira, apresenta uma proposta de ferramenta para a codificação e decodificação de cartelas de cores em coleções de moda, explorando a aplicação da semiótica no design. O objetivo é integrar princípios semióticos com práticas de design para criar e interpretar paletas que comuniquem mensagens específicas e reflitam a identidade contextual desejada. O estudo destaca a importância de uma abordagem sistemática para a criação e interpretação de produtos de moda, buscando formar designers mais conscientes e capacitados.

O décimo artigo, **“INOVAÇÃO, INFINIDADE E TRAPAÇA: Prospecções sobre o Uso de Inteligência Artificial no Processo Criativo do Design de Moda”**, escrito por Marcelo Curth, Ítalo José de Medeiros Dantas, Marta Rosecler Bez e Cristiano Max Pereira Pinheiro, discute o uso da inteligência artificial no processo criativo do design de moda. Durante o processo criativo, são empregadas diversas estratégias projetuais, como sínteses imagéticas, que auxiliam na codificação da coleção, de maneira a construir um produto alinhado com as necessidades de marca e mercado. A pesquisa se propõe a entender a visão dos designers de moda sobre a utilização de IA no processo criativo. Os resultados, embora não generalizáveis, demonstram que o setor em que o designer atua parece influenciar sua relação com a IA: designers industriais a veem como aliada, enquanto os autorais se preocupam com a sensibilidade e identidade do produto. As IAs facilitam a personalização rápida e atendem velozmente às demandas do fast fashion. No entanto, preocupações como propriedade intelectual e enviesamento algorítmico são evidenciadas.

O décimo primeiro artigo, situado na seção de Ergonomia e Usabilidade, intitulado **“PROPOSTA METODOLÓGICA PARA MEDIR EMOÇÕES EM CONTEXTOS DE EXPERIÊNCIA DE USO DE PRODUTOS DIGITAIS”**, escrito por Christiane Melcher, Claudia Renata Mont’Alvão Bastos Rodrigues e Vera Damazio, promovem uma reflexão sobre os métodos e técnicas existentes para a investigação das emoções e a satisfação no uso de produtos digitais. O artigo discute as variáveis que influenciam a qualidade dos resultados, destacando que a maioria dos métodos utiliza escalas pré-definidas, o que pode ser um fator limitante, pois a coleta das emoções vivenciadas perde a naturalidade.

O décimo segundo e último artigo desta edição, situado na seção Design: Educação, Cultura e Sociedade, intitulado **“PERCURSO CARTOGRÁFICO NA COMUNIDADE QUILOMBOLA GRILO: UMA ANÁLISE DA ATUAÇÃO TRANSVERSAL DO DESIGN”**, desenvolvido por Julia Teles da Silva, Alice Campos Silva e Nathalie Barros da Mota Silveira, investiga a atuação de uma designer e pesquisadora em uma comunidade tradicional, analisando a possibilidade da atuação transversal de uma designer

branca em uma comunidade quilombola. O trabalho propõe o mapeamento dos saberes e fazeres da Comunidade Quilombola Grilo por meio de ferramentas transversais do design, considerando seu caráter multidisciplinar. As etapas de pesquisa incluem uma fase etnográfica, com observação participativa e entrevistas semiestruturadas, além do design participativo aliado ao design sistêmico para promover diálogos e corresponder com os coautores, culminando na triangulação das informações.

Encerro este editorial com os sinceros agradecimentos a todos os autores, revisores e membros da equipe editorial que dedicam seu tempo e esforço à ciência em nosso país. Sua contribuição é fundamental para o crescimento e fortalecimento da Revista Projética da Universidade Estadual de Londrina.

Desejo a todos uma excelente leitura e momentos de reflexão enriquecedora.



Profa. Dra. Seila Cibeles Sitta Preto

Editora da seção de
Design Gráfico: Imagem e Mídia