

DESIGN DE SUPERFÍCIE: UM RESGATE CULTURAL NA MODA EM ABORDAGEM EDITORIAL INTERATIVA

SURFACE DESIGN: A CULTURAL RESCUE IN FASHION THROUGH AN INTERACTIVE EDITORIAL APPROACH

Julia Cuelbas de Moraes

Graduanda em Design (FIB), Bauru, SP, Brasil; julia.cuelbas@gmail.com

Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro

Profa. Dra. em Arquitetura pela Unicamp - professora (FIB), Bauru, SP, Brasil; designcali@gmail.com

RESUMO

O design de superfície pode atuar como um caminho para resgatar tradições culturais e fortalecer a identidade da moda brasileira, valorizando narrativas visuais, tátteis 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.

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

ABSTRACT

Surface design can act to rescue cultural traditions and strengthen the identity of Brazilian fashion, valuing visual, tactile, and graphic narratives that express plurality and diversity. In this sense, the research combines bibliographic review and user survey, which supports the development of an interactive editorial proposal. From this basis comes the magazine Decode, developed based on Wheeler's (2012) methodology, which combines printing, textures, and interactive resources to create a sensorial and representative experience, connected to the identity roots and Brazil's diversity.

Keywords: Culture, Surface design, Fashion, Interactive Magazine.

1 INTRODUÇÃO

A relação entre moda e cultura é essencial compreender o conceito e a importância do design de superfície, já que as superfícies comunicam e envolvem, estimulam os sentidos e estabelecem relações conceituais. Nesse contexto, busca-se uma identidade emocional, usando do Design de superfície, para expressar valores culturais, transmitir mensagens visuais e tátteis.

Embora a relação entre design de superfície e moda tenha sido discutida ao longo da história, ainda persistem lacunas quanto à investigação de como seus atributos visuais e táteis podem promover identidades étnica. Além disso, a necessidade de abordagens que contemplam a interatividade e a inclusão reforça a importância de investigar como as superfícies podem integrar esses aspectos de forma mais eficaz na moda brasileira.

Então, questiona-se: Como os atributos visuais e táteis do design de superfície podem reforçar narrativas na moda brasileira? E como agregar valor à superfície interativa das revistas para comunicar da melhor forma o design de moda e sua riqueza em superfícies? Tendo como a hipótese a integração dos atributos visuais e táteis na promoção de experiências sensoriais.

Tem-se o objetivo de desenvolver uma revista interativa na área do design de moda, promovendo o fortalecimento da identidade visual e cultural, oferecendo uma experiência sensorial e imersiva ao leitor por meio de superfícies interativas. Em específico, analisar a forma dos elementos visuais das superfícies reconhecidos que despertam memória cultural; buscar novas propostas de interação e criar a interação dos elementos visuais da revista por meio de códigos QR e outros recursos visuais. O projeto se justifica na necessidade de explorar a relação entre recursos gráficos e as narrativas da moda, contribuindo em aspectos sociais e culturais.

A metodologia combina pesquisa bibliográfica, análise sincrônica e levantamento com usuários, utilizando questionários para captar percepções sobre design de superfície e referências culturais. O desenvolvimento do projeto segue as etapas propostas por Wheeler (2012), adaptadas ao campo editorial, incluindo mapeamento de stakeholders, briefing e definição de identidade visual. A partir desse processo, a revista interativa é estruturada com foco em interatividade e representatividade, explorando recursos gráficos, táteis e digitais como parte da construção conceitual e estética.

2 DESIGN EDITORIAL INTERATIVO

O design editorial vem passando por muitas mudanças, impulsionado pelos avanços tecnológicos, entre elas, o processo de leitura, assim como: os processos de produção, distribuição e consumo de conteúdos editoriais foram alterados, impactando diretamente as práticas de leitura. Logo, Gruszynski (2015) destaca que o design digital se consolida em diferentes camadas, da necessidade de novos conhecimentos técnicos ao redesenho profissional e acadêmico vinculado à produção editorial. As mudanças da leitura, associadas às novas tecnologias criaram demandas que buscam experiências imersivas, dinâmicas e personalizadas.

Cunha e Silva e Oliveira (2021) apontam que, devido as novas tecnologias e as novas necessidades dos usuários, o processo de construção editorial vem a se modificar para se adaptar a atualidade. As autoras destacam que o livro digital surgiu como consequência desse processo, abrindo possibilidades para potencializar a experiência dos leitores a partir da multimodalidade. Nesse sentido, o presente trabalho se insere diretamente nesse contexto de transformação e adaptação do design editorial, ao propor o desenvolvimento de uma revista física interativa que, por meio de superfícies tátteis e digitais, busca fortalecer a identidade da moda brasileira.

2.1 DESIGN DE SUPERFÍCIE NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Segundo Menezes e Silva (2023), a superfície configura-se como uma especialidade do design dedicada ao desenvolvimento de produtos, em que ela é concebida desde a sua estruturação até a definição, caracterizando o produto por meio de metodologias, técnicas gráficas e práticas vinculadas às artes visuais e ao design gráfico, assim, comprehende-se que a importância do design de superfícies como elemento comunicativo e expressivo na construção de narrativas visuais e culturais, é de suma importância no Design editorial

As autoras destacam que as superfícies são interfaces que estabelecem meios de interação entre o humano e o objeto, tanto de modo visual quanto tático, por meio de cores, formas e texturas, atribuindo características perceptivas expressivas que agregam valor ao produto e promovem experiências que transitam entre o concreto e o subjetivo. Segundo, Maciel et. al (2020) e Soares (2024) reforçam que o design de superfícies têxteis expressa significados que transcendem a estética, incorporando valores objetivos, como materiais e técnicas, e subjetivos, como memórias e experiências.

2.2 DESIGN DE MODA E SUAS SUPERFÍCIES

No design de moda, as superfícies não se limitam à forma têxtil e ao produto, elas carregam significados simbólicos e identitários fundamentais. Castro (2016) demonstra que, para empresas de moda, a identidade é decisiva na comunicação de seus objetivos. Seu estudo destaca a criação de um “sistema delineador” para fachadas corporativas, que articula elementos visuais, tátteis e simbólicos, evidenciando como as superfícies atuam como portadoras de significados, conexões emocionais e expressão de valores culturais.

Embora o estudo de Castro foque em fachadas de centros de moda como identidade arquitetônica, ele estabelece paralelos importantes para este projeto: ambos ressaltam como as superfícies podem ser estratégicamente pensadas para criar uma identidade visual que vá além do decorativo e dialogue diretamente com o público, exigindo estudo, planejamento e

compreensão das referências culturais. Castro et al. (2014) ainda relata que a identidade de marca se constrói por meio de um sistema que envolve diferentes dimensões como função, razão e emoção, e seus respectivos subgrupos, como produtos, propagandas e edifícios. Essa abordagem, embora aplicada às fachadas, evidencia como elementos (arquitetônicos ou gráficos) podem criar vínculos simbólicos e sensoriais com o público. Esse raciocínio serve como ponto de partida para este trabalho, que, embora não trate de fachadas, compartilha a mesma preocupação em criar superfícies capazes de traduzir valores culturais e fortalecer narrativas identitárias na moda.

3 DESENVOLVIMENTO

A pesquisa adota caráter indutivo e qualitativo, fundamentada em levantamento bibliográfico de natureza exploratória e descritiva, complementada por uma investigação com usuários, por meio de questionário, a fim de captar percepções do público-alvo em relação ao projeto editorial. Como metodologia de projeto, utiliza-se a proposta de Wheeler (2012), adaptada para o campo do design editorial, conforme Figura 1.

Figura 1 - Fluxograma do processo de desenvolvimento do projeto



Fonte: Própria autora

3.1.LEVANTAMENTO EXPLORATÓRIO

Inicialmente o estudo foi conduzido por um levantamento exploratório teórico, que consistiu em levantar e analisar referências bibliográficas de livros, artigos acadêmicos e relatórios de entidades da área, etapa que fundamentou a posterior coleta de dados empíricos.

Em seguida os dados foram coletados por meio de um questionário com foco na identificação de padrões e temas recorrentes e nas respostas abertas dos participantes, com o

objetivo de compreender as percepções dos usuários sobre os elementos étnicos aplicados ao design de superfície na moda. Os participantes foram compostos por pessoas com 18 anos ou mais, interessadas nas áreas de moda, cultura e design gráfico ou editorial. Com amostragem intencional e não probabilística, foi composto por aproximadamente 20 participantes, recrutados por convite pessoal e divulgação em redes sociais. Os voluntários foram convidados a preencher um questionário online com perguntas fechadas e abertas, destinadas à coleta de suas percepções sensoriais e estéticas acerca dos elementos de design.

3.2 ANÁLISE SINCRÔNICA

O desenvolvimento da análise sincrônica foi fundamentado nas orientações propostas por Pazmino (2015). O método foi aplicado de forma a organizar e interpretar informações simultâneas sobre o objeto de estudo, possibilitando a identificação de padrões e relações presentes no contexto. Essa abordagem permitiu compreender como os elementos visuais foram trabalhados, conforme a figura 2.

Figura 2 - Análise sincrônica

Análise sincrônica ou paramétrica				
Aplicação:	A análise do produto é realizada com base em coletivos de critérios qualitativos e quantitativos, por exemplo: Qualitativos: sensação emocional transmitida, modernidade, estilo, criatividade, relevância cultural, atratividade visual. Quantitativos: número de páginas, tipos de acabamento, dimensões físicas da revista, elementos interativos, tipo de papel, custo estimado.			
Nível de atuação:	Deve ser aplicada na fase de projeto, quando ainda é possível ajustar características do produto antes da produção final. Permite perceber quais atributos podem ser aprimorados, quais já se destacam e como o produto se posiciona frente aos concorrentes.			
Problema proposto:	Comparar produtos existentes com o produto desenvolvido, identificando pontos fortes, fracos, oportunidades de inovação e diferenciação.			
Produto	DecodE	Bravo	Serafina	Elle Brasil
Formato e dimensões (tamanho físico da revista)	Revista em formato A4	Aproximadamente. 23 x 30 cm	Aproximadamente 23 x 30 cm	25 x 34 cm
Número de páginas	40	70 a 150	50 a 80	150-200
Interatividade	Alta	Média	Média	Média
Estilo visual e paleta de cores	Paleta Pantone 2027	Estilo editorial crítico cores sóbrias	Estilo minimalista e sofisticado cores elegantes	Estilo fashion, vibrante e alinhado ao mercado internacional
Tipografia e legibilidade	Tipografia High Cruiser, ousada mas legível	Tipografia clássica, alta legibilidade	Tipografia elegante, minimalista	Tipografia moderna, legibilidade para consumo rápido
Conteúdo e abordagem cultural	Foco em resgate cultural brasileiro via design de superfície	Cultura crítica, artes, política e sociedade	Lifestyle e luxo, nacional e internacional	Moda, tendências, cultura pop
Originalidade e inovação editorial	Muito alta: combina editorial, interatividade e design de superfície	Alta, pelo conteúdo crítico e intelectual	Média, diferenciação pelo público-alvo de luxo	Média, segue padrões de revistas de moda internacionais
Custo estimado	Alto (produção especial, 1-2 unidades)	Médio-alto (revista premium, mas impressa em escala)	Alto (revista sofisticada de tiragem menor)	Médio (escala maior, distribuição em banca e digital)
Público-alvo	Estudantes, designers, profissionais e entusiastas de moda e cultura	Adultos de 25-45 anos, público intelectualizado	Adultos 30-50 anos, alta renda, consumidores de luxo	Jovens e adultos, majoritariamente mulheres interessadas em moda
Experiência sensorial proporcionada	Multissensorial: visual, tátil, conceitual	Visual e reflexiva (conteúdo crítico)	Visual (imagens de luxo)	Visual e aspiracional (moda, consumo, beleza)

Fonte: Própria autora

3.3 MAPEAMENTO DE STAKEHOLDERS

O mapeamento de stakeholders foi elaborado a partir da metodologia de Wheeler (2012), que recomenda identificar os grupos diretamente envolvidos e aqueles que, de forma indireta, exercem influência ou são impactados pelo projeto.

O mapeamento compreende stakeholders internos a faculdade e externos, incluem-se os profissionais de moda e de design gráfico/editorial, que contribuem como referências práticas e validam a pertinência da proposta no campo profissional.

3.4 BRIEFING

A partir do modelo de Negrão e Camargo (2008) estrutura-se o briefing, o qual mostra adequação ao campo editorial na organização de informações mercadológicas, técnicas, gráficas e econômicas. A escolha se justifica pela necessidade de alinhar o projeto editorial às demandas de mercado, culturais e comunicacionais, conforme Figura 3.

Figura 3 - Briefing

Seção	Conteúdo	
ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	Cenário atual	A moda brasileira carece de um espaço editorial que valorize o design de superfície como ferramenta de resgate cultural.
	Produto	Revista física interativa com foco em cultura e moda.
	Estratégias de marketing	Distribuição em ambientes acadêmicos, culturais e digitais, com ênfase no discurso de pluralidade e brasiliidade.
	Perfil do público	Estudantes de design, moda e comunicação; consumidores interessados em moda com identidade cultural.
	Concorrentes	Revistas de moda de circulação nacional (Elle, Vogue), que abordam moda de forma global, mas não com ênfase no design de superfície.
	Potenciais	Ampliar o debate cultural dentro da moda, com possibilidade de expansão para o meio digital interativo.
ASPECTOS TÉCNICOS	Características do produto	Revista impressa, em formato A4, com seções táticas gráficas interativas (pop-ups, amostras, códigos QR, etc).
	Proteção e durabilidade	Papel de gramatura elevada, tratamento adequado para suportar manuseio interativo.
	Logística	Distribuição controlada (eventos, universidades, pontos culturais).
	Impacto ecológico	Tiragem reduzida, possibilidade de versão digital complementar.
DESIGN ESTRUTURAL E GRÁFICO	Impressão	Couche ou digital, dependendo da tiragem.
	Marca	Identidade visual inspirada na pluralidade cultural brasileira.
	Apelo desejado	Contemporaneidade e resgate cultural, reforçando brasiliidade no design.
	Informações obrigatórias	Créditos, referências e marca/identidade visual.
ASPECTOS ECONÔMICOS	Tamanho e volume	Revista com cerca de 40 páginas.
	Orçamento	Limitado, voltado para impressão da piloto e materiais interativos.
	Preço de venda	Não aplicado à edição piloto; foco em distribuição estratégica.

Fonte: Própria autora

3.5 NAMING, TIPOGRAFIA E PALETA DE CORES

O nome “Decode”, foi inicialmente desenvolvido em um projeto coletivo na disciplina de Design Gráfico Editorial em 2024. No presente estudo, a escolha do título foi retomada e reinterpretada para alinhar-se aos objetivos da pesquisa. O termo refere-se ao ato de decodificar, refletindo sua proposta de ir além da superfície da moda, revelando dimensões sensoriais e identitárias. Assim, o título sintetiza o objetivo de transformar a leitura da moda brasileira em uma experiência de interpretação e análise.

A aplicação gráfica do título utiliza a tipografia “High Cruiser” com alongamento do primeiro “D” e do último “E” e redução do espaçamento entre os caracteres. Reforça conceitos de movimento, rapidez, fluidez e continuidade, dialogando com a modernidade e a dinâmica da moda, como na Figura 4.

Figura 4 – Aplicação DecodE



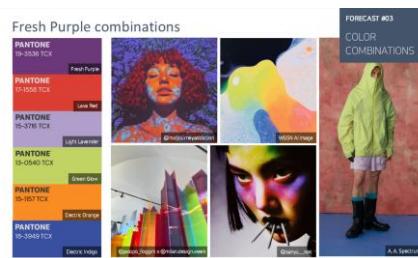
Fonte: Própria autora

A seleção estabelecida para tendências de cores foi a paleta de cores da Pantone 2027, pela tradução dos conceitos de energia, movimento e transformação. A escolha de cores trabalha a identidade visual para converter as superfícies da revista em recurso representativo da evolução da moda brasileira, como na Figura 5 A e 5 B.

Figura 5 – A) Paleta 2027 e B) Composições 26/27 Forecast



Fonte: Coloro WGSN



Fonte: HYNDSTUDIO

3.6 PAINÉIS DE BAXTER PARA CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE

3.6.1 PAINEL DE TEMA VISUAL

Segundo Baxter (2011), o uso de painéis serve como recurso visual para orientação de conceitos e referências, no estudo o painel de tema visual organiza essas referências que refletem o espírito do produto, de acordo com a Figura 6.

Figura 6 – Painel de tema visual



Fonte: Compilação da autora

3.6.2 PAINEL DE EXPRESSÃO DE PRODUTO

O painel de expressão do produto traduz a emoção por ele transmitida, refletindo a experiência do público-alvo, conforme Baxter (2011). A interatividade das páginas permite que o leitor experiencie a pluralidade da moda brasileira de forma tátil e visual, garantindo coerência no estilo proposto, como apontado na Figura 7.

Figura 7 – Painel de expressão do produto



Fonte: Compilação da autora

3.6.3 PAINEL DE ESTILO DE VIDA

O painel de estilo de vida representa os valores e interesses dos consumidores, orientando o desenvolvimento do produto. A revista estimula uma interação reflexiva e sensorial com suas superfícies, em diálogo com tradição e inovação (Baxter, 2011), conforme construído na Figura 8.

Figura 8 – Painel de estilo de vida



Fonte: Compilação da autora

3.7 CONSTRUÇÃO DE VISUAL E DIAGRAMAÇÃO

3.7.1 CAPA E CONTRACAPA

A capa e contracapa foram inspiradas na estética identitária dos desfiles da marca Dendêzeiro, que elevou a cultura baiana a um patamar internacional. A composição visual buscou traduzir essa energia, unindo elementos de cor, textura e ritmo, à força e à expressividade do Nordeste brasileiro. Já a contracapa funciona como fechamento simbólico, um respiro que reflete o propósito da revista de celebrar a diversidade, como a Figura 9.

Figura 9 – Capa e contracapa



Fonte: Própria autora

3.7.2 INTERATIVIDADES

A proposta de interatividade transforma a leitura em uma experiência sensorial participativa, rompendo com o formato convencional das publicações editoriais. Envolve o leitor para dialogar com o tema central do trabalho, integrando o conteúdo como estratégia de comunicação e significação. A adoção da página pop-up introduz o leitor a uma experiência tridimensional, estimulando a percepção visual e espacial das superfícies, promovendo imersão e reforçando a ideia de que a leitura não deve ser apenas informativa, mas com experiências, como nas Figuras 10 A, 10 B e 10C.

Figura 10

A) Prototipação de Pop-up B) Prototipação em perspectiva C) Papel vegetal sobreposto



Fonte: Própria autora

A inserção de amostras têxteis evoca sensações de textura, cor e memória, trazendo a materialidade da moda para o objeto editorial, comunicando experiências e expressões da moda. As páginas em papel vegetal simbolizam fluidez e instabilidade culturais. Luz, sombra e sobreposição criam a sensação de deformação e transformação, remetendo à pluralidade em constante movimento.

Houve a necessidade de inserir páginas com adesivos destacáveis que convidam à descoberta, revelando superfícies, oferecendo a oportunidade pedagógica para compreensão dos significados visuais, conforme figura 11.

Figura 11 – Adesivagem



Fonte: Própria autora

O uso de QR Code estabelece conexão entre o físico e o digital dentro da Decode, direcionando o leitor aos conteúdos que integram tradição e modernidade, refletindo coexistência de mídias na sociedade atual.

A laminação fosca da capa e contracapa se destaca no sentido de promover interatividade sensorial e reforçar a estética editorial, estimula a exploração tátil e a percepção da luz, agregando sofisticação e impacto visual.

Figura 12 – A) Código introdutório B) Código a conteúdo complementar



Fonte: Própria autora

3.8 ENSAIO FOTOGRÁFICO AUTORAL

Foi desenvolvido um ensaio fotográfico autoral com o objetivo de traduzir visualmente conceitos abordados na revista. As fotografias foram realizadas em ambiente de feira livre, com iluminação natural, explorando texturas, cores e contrastes típicos da cultura popular. A produção buscou representar a diversidade estética e simbólica do país de forma espontânea e sensorial, reforçando a conexão entre design de superfície, cotidiano e expressão cultural, como na Figura 13.

Figura 13 – A) Ensaio fotográfico brechó



B) Ensaio fotográfico externo



Fonte: Própria autora

3.9 SOFTWARES E ORÇAMENTOS

Os softwares foram: Adobe InDesign na diagramação editorial e integração de recursos interativos, Adobe Photoshop que possibilitou o tratamento das imagens do ensaio fotográfico autoral, ajustes de cores e composição visual, enquanto o Adobe Illustrator a criação de ilustrações, vetores, padrões de superfície e de forma complementar para testes de paleta cromática, composição de painéis e experimentações de layouts.

3.9.1 ORÇAMENTOS

Foi realizado um levantamento de custos para estimar o orçamento da produção de um protótipo, orçado com 10 folhas A3 (40 páginas) em papel cuchê 170g, capa em couchê 300g com laminação fosca, 2 folhas em papel vegetal 4x0 e uma A3 em adesivos vinil. A média

obtida variou entre R\$400,00 e R\$700,00 por unidade. Etapa essencial para definição de limitações técnicas, orientando decisões quanto à escolha de materiais e viabilidade do projeto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A etapa de levantamento de percepções teve papel essencial para orientar decisões estéticas e conceituais da revista, em um contexto em que os resultados indicaram que a maior parte dos respondentes já havia ouvido falar sobre design de superfície, mas sem o compreender de maneira aprofundada. Essa evidência revela uma lacuna comunicacional e reforça a relevância de iniciativas de caráter educativo que tornem o tema mais acessível.

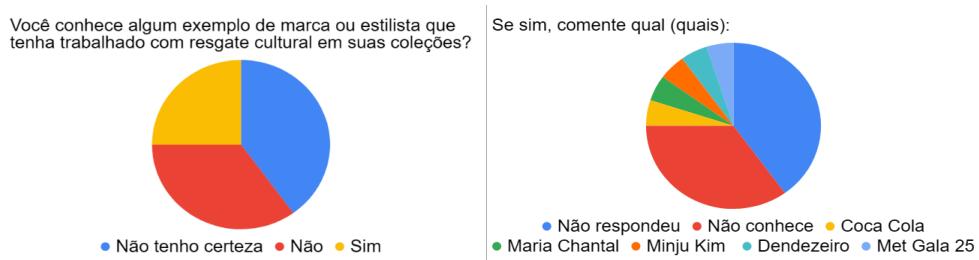
Os respondentes falaram sobre a importância do uso de elementos culturais em estampas e padronagens, 100% dos participantes classificaram essa prática como “importante” ou “muito importante”. Reconheceram que o design de superfície pode preservar e comunicar aspectos culturais, confirmando a pertinência do objeto de estudo e validando a hipótese central do trabalho. Observou-se que apenas uma pequena parcela dos entrevistados fora capaz de citar exemplos de marcas ou estilistas que trabalham com resgate cultural, o que evidencia carência na difusão de produções que promovam o diálogo entre moda e cultura.

Figura 15 – Gráfico importância



Fonte: Própria autora

Figura 16 – Gráfico exemplos



Fonte: Própria autora

Em síntese, os resultados demonstram que o público reconhece o potencial do design de superfície como meio de comunicação de valores culturais e que há uma demanda por projetos editoriais que traduzam essa relação de forma acessível e sensorial. O desenvolvimento da Decode, portanto, representa a materialização dessas percepções, transformando o conhecimento teórico e empírico em uma proposta gráfica e conceitual que reafirma a identidade da moda brasileira contemporânea.

5 CONCLUSÃO

O projeto comprovou a viabilidade de unir design de superfície e cultura em um produto editorial interativo, sem perder o rigor estético nem o propósito conceitual. A revista Decode sintetiza de forma clara como o design pode atuar na valorização da identidade brasileira, traduzindo visualmente elementos culturais de maneira acessível. Os objetivos foram atingidos, demonstrando que o design editorial pode ser ferramenta de educação estética e cultural.

As principais dificuldades envolveram o equilíbrio entre estética e funcionalidade, bem como as limitações de orçamento e impressão, que exigiram soluções criativas. Apesar disso, o resultado consolidou uma experiência sensorial e gráfica que reafirma a importância do design no meio cultural. Assim, o projeto não apenas cumpre sua função estética, mas também atua como ponte entre tradição e inovação, abrindo caminhos para futuras pesquisas e publicações interativas no campo do design editorial e da moda.

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; HARRIS, Ana Lúcia de Camargo Nogueira; LANDIM, Paula da Cruz. *Sistema de design em fachadas corporativas*: análise de grandes marcas. Campinas: UNICAMP, 2014. Disponível em:
<http://www.educacaografica.inf.br/artigos/sistema-de-design-em-fachadas-corporativas-analise-de-grandes-marcas>. Acesso em: 28 de maio de 2025.

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) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

CUNHA E SILVA, Cynthia Cristine; OLIVEIRA, Gabriela Araujo Ferraz. Experiência do usuário em livros digitais: um estudo da interatividade editorial. In: 14º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 5., 2022. *Anais [...]*. São Paulo: Blucher, 2022. p. 2165-2179. Disponível em:

<https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/experiencia-do-usurio-em-livros-digitais-um-estudo-da-interatividade-editorial-38011>. Acesso em: 29 de maio de 2025.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design editorial e publicação multiplataforma. *Intexto*, Porto Alegre, n. 34, p. 571–588, 2015. DOI: 10.19132/1807-8583201534.571-588. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58547>. Acesso em: 28 de maio de 2025.

MACIEL, Dulce Maria Holanda; NOVELLI, Daniela; BABINSKI JÚNIOR, Valdecir. Aspectos socioculturais no design de superfícies têxteis: um relato de experiência. *DAPesquisa*, Florianópolis, v. 15, p. 01–19, 2020. DOI: 10.5965/1808312915252020e0014. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/16231>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

MENEZES, Marizilda dos Santos; SILVA, Márcia Luiza França da. *Design de superfície: da teoria à práxis*. 1. ed. Bauru: Canal 6, 2023. 234 p. v. 1. ISBN 978-85-7917-617-3. DOI 10.52050/9788579176173. Disponível em: <https://canal6.com.br/livreacesso/livro/design-de-superficies-da-teoria-a-praxis/>. Acesso em: 28 de maio de 2025.

NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida Pereira de. *Design de embalagem: do marketing à produção*. 1. ed., São Paulo: Novatec, 2008.

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

SOARES, F. H. Diversidade, identidade e inovação na moda brasileira. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, Buenos Aires, n. 248, p. 95–107, set./nov. 2024. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10050658>. Acesso em: 12 de maio de 2025.

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