

A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN SOCIAL PARA OS PROJETOS DE EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA "PAPEL SOCIAL" E "REVITALIZAÇÃO HISTÓRICO-CULTURAL
DO BAIRRO DA BARRA"

*The contribution of Social Design to the university extension
projects "Social Role" and "Historical-Cultural Revitalization of
Barra's District"*

*La Contribución Social de Diseño de Proyectos Sociales de
Extensión Universitaria "Papel Social" y "La Revitalización
Histórica-Cultural del Barrio de Barra"*

Mary Vonni Meurer de Lima¹

Francine Teixeira Pilotto

Raquel Eloísa Leitzke

Thiago Montanari

RESUMO

O artigo aqui exposto relata a experiência da participação do curso de Design Gráfico em dois projetos de extensão universitária na Universidade do Vale do Itajaí (Univali) sob a ótica do design social. Os projetos são coordenados pelo curso de Turismo e Hotelaria e desenvolvem ações de cunho social, sendo o projeto "Papel social" voltado a crianças carentes de escolas públicas para a conscientização ambiental, e o projeto de "Revitalização histórico-cultural do bairro da Barra" destinado à comunidade de pescadores e artesãos do tradicional bairro de Balneário Camboriú, no estado de Santa Catarina. Com este artigo pretende-se demonstrar a relevância do design social e sua viabilização por meio da extensão universitária.

Palavras-chave: design gráfico; design social; extensão universitária; turismo e hotelaria; meio ambiente.

ABSTRACT

This article reports the involvement of Graphic Design Degree Program in two extension projects at the University of the Itajaí Valey (Univali) from the Social Design's perspective. Intended to develop socially-relevant actions, the two projects are coordinated by the Tourism and Hotel Management Program. The Social Role project aims at fostering environmental awareness in disadvantaged public school children while the Historic-Cultural Revitalization of the Barra District project focuses on fishermen and craftsmen living in the traditional district in Balneário Camboriú, Santa Catarina state. The article contributes to the discussion on the relevance and feasibility of Social Design regarding the implementation of university extension projects.

Keywords: graphic design; social design; university extension; tourism and hostelry; environment.

¹ Mestre em Design e Expressão Gráfica pela Universidade Federal de Santa Catarina e professora do curso de Design Gráfico da Universidade do Vale do Itajaí. Rua Bruno Silva, 254 ap. 201 Balneário Camboriú, Santa Catarina, 88331-065, (47) 3264-9525, marymeurer@univali.br

RESUMEN

El artículo aquí expuesto relata una experiencia de participación en el curso de diseño gráfico en dos proyectos de extensión universitaria en la Universidad del "Vale do Itajai" (Univali) sobre la óptica del Diseño Social. Ambos proyectos son coordinados por el curso de Turismo y Hotelería y se desarrollan en un marco social junto a niños carenciados en las escuelas públicas a través de la concientización ambiental en el caso del proyecto "Papel Social" y la comunidad de pescadores y artesanos del tradicional "Barrio da Barra", "proyecto Revitalización histórica-Cultural del Bairro da Barra", del Balneario Camboriú del Estado de Santa Catarina. Con este artículo se quiere demostrar la importancia del Diseño Social y su visualización a través de la Extensión Universitaria.

Palabras clave: diseño gráfico; diseño social; extensión universitaria; turismo y hotelería; medio ambiente.

Introdução

A história do design gráfico é construída a partir de influências sociais, culturais e tecnológicas, o que coloca muitas vezes em questionamento a própria essência da profissão. Segundo Villas-Boas (1997, p. 10), "Design Gráfico é a atividade profissional e a conseqüente área de conhecimento cujo objetivo é a elaboração de projetos para reprodução por meio gráfico de peças expressamente comunicacionais". Para alguns, o designer é um artista, que deve privilegiar a criatividade acima de tudo. Outros veem o design como tecnologia, uma ciência exata. No entanto, em vários momentos da profissão foi questionada a atuação social do designer como indivíduo comprometido em dar soluções criativas e viáveis para os problemas da sociedade.

As questões sociais aparecem logo na base do surgimento da profissão. O design de forma geral teve início a partir das três grandes revoluções que aconteceram no final do século XVIII e no início do século XIX (SOUZA, 2000).

A Revolução Americana ocorrida em 1776, tendo no dia 4 de julho a declaração de independência dos Estados Unidos da América, resultou na ideia do indivíduo e sua liberdade, influenciando na Revolução Francesa anos depois.

Diversos acontecimentos entre maio de 1789 e novembro de 1799 mudaram a França política e socialmente, discutindo principalmente a autoridade do clero e da nobreza. Dessa

revolução nasceram os princípios universais de liberdade, igualdade e fraternidade (liberté, égalité, fraternité) o que deu origem à Declaração Universal dos Direitos Humanos.

A revolução de maior impacto sobre a história do design teve início por volta de 1800 na Inglaterra. Sua principal característica foi o surgimento de máquinas que viabilizavam a fabricação de produtos em larga escala. As consequências principais da Revolução Industrial são o capitalismo e o aumento das cidades.

A Revolução Industrial inglesa formou a economia do mundo no século XIX; a Revolução Francesa formulou seus conceitos políticos e ideológicos. A Inglaterra deu as ferrovias e as fábricas que romperam as estruturas econômicas tradicionais do mundo. A França transformou a sua revolução no centro da luta política mundial (SOUZA, 2000).

O resultado desse processo é o fato de que o indivíduo pode ter mais e melhor. Há um grande volume de produtos à disposição do consumidor e uma necessidade crescente das empresas de se comunicar com seu público. Além disso, são desenvolvidas máquinas que facilitam o processo de impressão, resultando em um grande volume de cartazes, panfletos, revistas, entre outras mídias impressas, na maioria das vezes com pouca qualidade estética e sem foco social, apenas comercial.

Diante de todo esse caos, surgem movimentos conduzidos pelos chamados “críticos românticos da produção”, preocupados em retomar a produção artesanal, com mais valor estético e social. Surge, então, na Inglaterra, na segunda metade do século XIX, o movimento Arts & Crafts (Artes e Ofícios), que se caracteriza pela valorização do artesanal e do processo artístico, opondo-se à desenfreada produção industrial que deixava de lado o rigor estético.

William Morris (1834-1896) foi a figura central do movimento, e em 1851 criou a Morris and Company, juntamente com outros “designers” da época. O objetivo era oferecer um trabalho diferenciado, sem o que ele chamava de “estética da máquina”. Morris buscava a valorização do artesão, igualando-o ao artista.

Parte dos ideais de Morris são resgatados no século XX por Walter Gropius (1883-1969), que funda, em 1919, a Staatliches Bauhaus - Casa Estatal de Construção na República de Weimar, na Alemanha, uma escola de design e arquitetura.

A escola, considerada um dos principais marcos na história do design, deu grande importância à questão social, principalmente no período em que Gropius esteve na direção. O arquiteto alemão declarava: “precisamos ser verdadeiros socialistas – precisamos fazer brilhar a maior virtude socialista: a fraternidade dos homens”.

Na Bauhaus, mestres e aprendizes trabalhavam juntos no desenvolvimento de produtos e material gráfico que fossem funcionais, esteticamente agradáveis e acessíveis à população. Na área da arquitetura foram desenvolvidos também projetos de moradias populares.

O programa de ensino da Bauhaus compunha-se de dois objetivos básicos: a síntese estética e a síntese social. O primeiro objetivo referia-se à integração de todos os gêneros artísticos e de todos os tipos de artesanato sob a supremacia da arquitetura. O segundo referia-se

à orientação da produção estética de acordo com as necessidades de uma faixa mais ampla da população, e não de uma camada social e economicamente privilegiada (FONTOURA, 2007).

A pedagogia e a estética desenvolvidas na Bauhaus serviram como base para a criação de diversas escolas de design por todo o mundo, principalmente após seu fechamento pelos nazistas, o que fez com que seus professores e alunos migrassem para diversos países. Infelizmente, a questão social foi esquecida, ainda na própria escola, com o afastamento de Gropius, em 1928.

Após a Segunda Guerra Mundial, a questão social mostra-se presente no design e na arquitetura por meio do chamado Estilo Internacional, pois, segundo Denis (apud KOPP, 2004), “sua ideologia se baseava na idéia de que a criação de formas universais reduziria a desigualdade e promoveria uma sociedade mais justa”. No entanto, esse estilo foi adotado pelas grandes corporações multinacionais com finalidades comerciais, para que suas marcas e produtos fossem aceitos em países de culturas diferentes.

Foi também no período pós-guerra que o design passou a ser mais discutido no Brasil, mais precisamente na década de 1960, com a criação da primeira Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) sob forte influência dos preceitos da Escola de Ulm (1951-1968) e, indiretamente, da própria Bauhaus, tendo, portanto, as questões sociais presentes.

Na atualidade, existe uma tentativa de resgatar a problemática social dentro do design, por diversas questões que serão abordadas no próximo capítulo deste artigo. Serão abordados também dois projetos de extensão universitária desenvolvidos pelo curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (Univali), onde o curso de Design Gráfico atua buscando desenvolver ações de cunho social com crianças carentes de escolas públicas e a comunidade de

pescadores e artesãos do tradicional bairro da Barra, em Balneário Camboriú, no estado de Santa Catarina.

Design Social

Para diferenciar a prática de design que até aproximadamente a década de 1970 tinha por objetivo apenas o “mercado, a corrida pela diferenciação dos produtos e a satisfação de necessidades materiais”, surgiu o termo Design Social (PAVAN, 2007, p. 24). Projetos sociais não visam à “busca incessante do lucro e do aumento da produtividade”, mas têm como principal foco de atuação a sociedade civil e parcerias que envolvem a comunidade, o governo e o setor privado. Os projetos sociais têm o objetivo de solucionar problemas sociais, focando justamente esses problemas, beneficiando “agrupamentos sociais e segmentos populacionais em situação de risco social” (MELO NETO, 2002, p. 130).

Sendo assim, Design Social é o design que vai além da satisfação das necessidades econômicas e mercadológicas, para beneficiar toda a sociedade.

Design Social é a materialização de uma idéia que propõe um processo de transformação na sociedade. Como princípio filosófico, procura desenvolver estratégias de comunicação (visuais inclusive, mas não exclusivamente) que permitam compactar um conceito e difundir conhecimento visando sempre uma transformação social (COMUNICARTE *apud* FORNASIER, 2005, p. 62).

Há autores que consideram aspectos sociais em suas definições de design: “em design, projeto é o meio em que o profissional, equacionando, de forma sistêmica, dados de natureza ergonômica, tecnológica, econômica,

social, cultural e estética, responde concreta e racionalmente às necessidades humanas” (NIEMEYER, 2000, p. 23). Ou ainda, autores que consideram o design uma mistura de diversos fatores, sendo ele “o equacionamento simultâneo de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura do homem” (BARROSO NETO *apud* NIEMEYER, 2000, p. 25).

Mas o Design Social propriamente dito é abordado pela primeira vez em *First Things First*, manifesto público do designer inglês Ken Garland, publicado em 1964, no qual eram levantadas questões a respeito da “missão do designer gráfico, da necessidade de questionamento da ordem vigente e o papel do designer como um formador de opinião com um discurso ativo na produção de contribuições significativas à sociedade” (MARTINS E COUTO *apud* PAVAN, 2007, p. 24).

Em 1972, Victor Papanek publica *Design for the real world*, livro no qual considera que o design tinha se voltado muito ao mercado, mas que poderia vir a se tornar “uma ferramenta para mudanças concretas na sociedade” (PAVAN, 2007, p. 24). O autor ainda argumenta que as potencialidades, razões e história do design são escondidas pelo glamour que o design alcançou, e “esse aspecto formal tende a relegar ao segundo plano o sentido de projetos para a melhora da qualidade de vida do homem” (FORNASIER, 2005, p. 60). O livro “lançou a proposta dos designers assumirem um papel social construtivo e intervencionista em oposição às forças consumistas”, e a reedição do livro, na década de 1980, “encontrou respaldo em uma nova geração de designers cada vez mais voltados para questões ambientais” (WHITELEY, 1998, p. 67).

No ano de 1993, Nigel Whiteley lança seu livro *Design for society* (MARTINS, 2007). E, em 1997, é importante destacar a iniciativa de Kenji Kuan, designer japonês que propôs, na

cidade de Toronto, “a criação daquilo que mais tarde se tornou a grande organização Design for the World, uma organização internacional, humanitária”, que reúne designers gráficos, de produtos e designers de interiores “para desenvolver projetos para atender populações em severas necessidades” como menciona Santos (2003).

Um dos primeiros países do norte da Europa a investir e praticar o Design Social foi a Finlândia, voltando-se para “as limitações da terceira idade, para a reintegração dos deficientes na sociedade e na busca de melhor qualidade e adequação dos produtos e equipamentos de uso médico-hospitalar” (MORAES, 1999, p. 89).

O Design Gráfico Social compreende, portanto, diversas formas de trabalhos gráficos, podendo ser remunerados ou não, que contenham uma “preocupação social/política/ambiental específica”, incluindo “toda reflexão que envolve o processo do fazer e do pensar design, em questões diretamente relacionadas à ética, ao meio ambiente, à política e à sociedade” (MIYASHIRO, 2007, p. 8). A prática do design deve cooperar para “o exercício da responsabilidade social sustentável, na busca de uma consciência coletiva, mediante a gestão de processos de transformação da sociedade” (FORNASIER, 2005, p. 62).

Projeto “Revitalização histórico-cultural do bairro da Barra”

Apresentação e objetivo do projeto

“Revitalização histórico-cultural do bairro da Barra” é um projeto de extensão universitária da Univali que visa a contribuir para o fortalecimento dos vínculos da população do bairro com seu território e propiciar uma me-

lhoria na sua qualidade de vida. O projeto teve início em 2005 e atualmente envolve os cursos de Turismo e Hotelaria, Gastronomia e Design Gráfico, sob a coordenação da Prof^a Mirian Teresinha Pinheiro. Em virtude de sua abrangência, alcança seus objetivos de forma processual e continuada por meio de diversas ações envolvendo o contato com a comunidade, a divulgação do projeto, o estabelecimento de parcerias e a realização de eventos. As ações atingem particularmente a população do bairro da Barra – o mais antigo de Balneário Camboriú – que tem aproximadamente 1600 habitantes, em sua maioria pescadores, artesãos e donas de casa.

O projeto tem como objetivo revitalizar o bairro da Barra, a partir da valorização do seu patrimônio histórico-cultural, resgatando a identidade da população. Também faz parte do projeto ressaltar a importância da atividade turística, estimulando a melhoria de serviços, produtos e hospitalidade local, procurando identificar e estimular novas alternativas de trabalho e renda para a comunidade do bairro da Barra e divulgar o bairro como destino turístico cultural, beneficiando, assim, o município como um todo, impulsionando o turismo cultural e estimulando a economia.

A contribuição do Design Gráfico para o projeto

A participação do curso de Design Gráfico no projeto de “Revitalização histórico-cultural do bairro da Barra” teve início em 2007, sendo a função do curso desenvolver peças gráficas tanto para a divulgação do projeto quanto para a conscientização da comunidade sobre a importância histórica e cultural do bairro.

As ações do curso de Design Gráfico consistem no registro de referências visuais do bairro por meio de fotografias, para a definição

de uma identidade visual a ser empregada nas peças gráficas criadas; na criação de personagens para a cartilha do projeto; e no contato com a comunidade para a identificação do que os moradores da Barra mais gostam no seu bairro.

Para que fosse possível essa identificação, foi criada a ação “Eu gosto da Barra”, lançada no evento “Univali na Barra”, realizado em outubro de 2007.



FIGURA 1 - CARTAZ E CONVITE

FONTE: Arquivo pessoal. Material gráfico para divulgação do evento “Univali na Barra”.

A ação consistiu na exposição de fotos locais (Praça do Pescador, igreja, rio, artesanato local e Casa da Cultura) para que os moradores pudessem escolher por votação a que melhor representasse o seu bairro. Como incentivo à

votação foram sorteados brindes, entre eles um porta-retratos com as fotos que representam o bairro da Barra e um adesivo “Eu gosto da Barra”.



FIGURA 2 - EU GOSTO DA BARRA

FONTE: Arquivo Pessoal. Marca criada para a ação Eu gosto da Barra, brindes que foram sorteados e fotos expostas para a votação.

Resultados alcançados

Com esta ação, foi possível constatar que a comunidade da Barra identifica-se mais com a Praça do Pescador. O resultado da votação irá contribuir para o desenvolvimento uma nova identidade visual para o projeto, com uma linguagem gráfica mais próxima das referências locais.

A realização deste trabalho também contribuiu para uma aproximação entre a universidade e os moradores, que, embora inicialmente tenham se mostrado tímidos, aos poucos envolveram-se na ação, pois sentiram-se motivados e valorizados pela oportunidade de opinar.

Projeto “Papel social”

Apresentação e objetivo do projeto

O projeto de extensão universitária “Papel social” tem como objetivo promover a cidadania, a solidariedade e o desenvolvimento social, executando ações de cunho preventivo e educativo com crianças e adolescentes por meio de oficinas de papel reciclado. O projeto teve início no ano de 2004, contando com os cursos de Direito, Enfermagem, Fonoaudiologia, Gestão de Lazer e Eventos, Nutrição e Turismo e Hotelaria, sob a coordenação da Prof^a Ana Tereza Tessari Vicente. Atualmente, fazem parte do projeto apenas os cursos de Turismo e Hotelaria e o de Design Gráfico, que iniciou sua participação em 2006.

A cada ano são selecionados grupos de professores, adolescentes e crianças de escolas públicas de Balneário Camboriú para participar de oficinas de papel reciclado que acontecem na

estrutura cedida pela Univali. Nos últimos dois anos o projeto tem-se concentrado em adolescentes e crianças, particularmente, com o objetivo de desenvolver a consciência ambiental e a cidadania, além de proporcionar o aprendizado da reciclagem artesanal de papéis, o que poderá, futuramente, ser uma atividade profissional para essas crianças.

Além das atividades descritas, no último semestre foram implementadas também aulas de informática, teatro e passeios ecológicos, proporcionando às crianças uma formação mais completa. Todas as atividades são conduzidas pelos alunos bolsistas do curso de Turismo e Hotelaria sob a orientação da professora Ana Tereza e com o apoio da equipe do curso de Design Gráfico.

A proposta do projeto para o próximo ano é dar continuidade a essas atividades e iniciar também uma campanha de conscientização ambiental em todo o campus de Balneário Camboriú por meio de cartazes e cartilhas sobre reciclagem.

A contribuição do Design Gráfico para o projeto

O curso de Design Gráfico foi convidado a participar do projeto com o objetivo inicial de aperfeiçoar a qualidade estética e funcional dos produtos desenvolvidos na oficina, como embalagens e cartões, e propor novas aplicações para o papel reciclado. Além disso, a equipe de design, na época composta por dois alunos bolsistas e a professora orientadora, identificou também a necessidade de reformular a identidade visual do projeto, deixando-a mais coerente com a proposta social, já que a marca em uso tinha um aspecto muito industrial. Na figura 3 pode ser observada a nova marca criada para o projeto.



FIGURA 3 - MARCA PAPEL SOCIAL

FONTE: Arquivo Pessoal. Nova marca busca relação entre o homem e o meio ambiente.

Além da identidade visual, a equipe iniciou uma pesquisa de mercado, bibliográfica e técnica sobre papel artesanal, embalagens, encadernação e outros produtos. Foram feitos diversos estudos a fim desenvolver produtos diferenciados, inovadores e ao mesmo de fácil produção, considerando as limitações dos aprendizes das oficinas.

Ao final do primeiro ano também foram incorporadas às oficinas aulas de pintura com referências sobre história da arte. Como resultado foram produzidos cartões de Natal, ilustrados

pelos crianças e tendo como inspiração artistas plásticos como Cândido Portinari, Tarsila do Amaral e Van Gogh.

Em 2007, as atividades do curso de Design Gráfico voltaram-se para a criação da papelaria (papel de carta, cartões de agradecimento, avisos) na qual constam todos os dados necessários que referenciam o projeto (Figura 4). Todo o material é impresso em papel artesanal feito nas oficinas, observando sempre as características do material e o seu melhor aproveitamento.



FIGURA 4 - PAPELARIA DO PROJETO PAPEL SOCIAL

FONTE: Arquivo Pessoal. Papel timbrado e cartão de agradecimento para os colaboradores.

Também foi criado um site para dar suporte às aulas de informática, no qual as crianças podem se divertir e ao mesmo tempo aprender, com jogos educativos e links para sites, ambos voltados para a temática da reciclagem e do meio ambiente.

Em uma ação conjunta com o curso de Gastronomia, foi realizado, em dezembro de 2007, um jantar beneficente com apresentação do teatro criado e produzido pelo projeto. Coube à equipe de design desenvolver o material gráfico (convite e cardápio) e auxiliar na criação do figurino, elaborando emblemas para as fantasias de “super-heróis da reciclagem” que foram usadas pelas crianças. Nessa etapa colaborou voluntariamente a aluna de Design Gráfico Lívia Maria Vergopolan, responsável pela criação de personagens que futuramente também serão usados nas histórias em quadrinhos que deverão ilustrar a cartilha sobre reciclagem, próxima ação do projeto.

Resultados alcançados

O projeto tem atingido bons resultados, pois cada vez mais as crianças selecionadas têm mostrado interesse em participar do projeto. No entanto, percebeu-se que a pesquisa para o desenvolvimento de novas atividades precisa ser constante, uma vez que o público tem-se mostrado bastante exigente e ávido por novidades.

Um dos maiores desafios tem sido equilibrar as atividades mais descontraídas, preferidas pelas crianças, com as atividades mais educativas, que são efetivamente o objetivo do projeto.

Conclusão

É importante que o designer dedique-se cada vez mais a encontrar soluções viáveis do ponto de vista técnico, econômico e ambiental, a fim de promover o bem-estar social. Os projetos de extensão universitária, em particular os apresentados neste artigo, têm-se mostrado como uma oportunidade para exercer essa função social do design, possibilitando aos alunos uma experiência enriquecedora.

No caso específico dos alunos de Design Gráfico, houve um ganho considerável no que se refere à possibilidade de ter seus projetos colocados em prática, passando por etapas de desenvolvimento, aprovação, viabilização financeira e implantação. Por serem projetos com pouca verba e destinados a um público diferenciado, os alunos encontraram o desafio de criar peças com baixo custo de produção e para atender um público com características culturais e econômicas diferentes do que eles costumam visar em seus projetos acadêmicos.

Também foi de grande valia para a equipe de Design a possibilidade de acompanhar as reações do público a sua produção, já que na maioria das ações foi possível obter um retorno sobre a aceitação do material desenvolvido, muitas vezes presenciando a interação das pessoas com as peças desenvolvidas.

Conclui-se, portanto, a viabilidade de unir o design social a extensão universitária com possibilidade de aprendizagem e aperfeiçoamento para ambas as partes, além de benefícios para toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

- DROSTE, Magdalena. *Bauhaus: 1919 - 1933*. Taschen.
- FONTOURA, Antônio Martiniano Fontoura. *Bauhaus*. In: Rede Design Brasil, Paraná. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/portal/artigos/exibir.jhtml?idArtigo=70>>. Acesso em: 09/11/2008.
- FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. *Modelo organizacional de autogestão para projetos sociais: uma ação de design*. Florianópolis, 2005. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/16035.pdf>>. Acesso em: 06/02/2008.
- HOLLIS, Richard. *Design gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- KOPP, Rudnei. *Design gráfico cambiante*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.
- MARTINS, Bianca; COUTO, Rita. *Fundamentos, propostas e perspectivas para o design comprometido com questões sociais*. In: P&D DESIGN, 7, 2006, Paraná. Disponível em: <<http://www.design.ufpr.br/ped2006/artigos/Design%20social.rar>>. Acesso em: 06/02/2008.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MIYASHIRO, Rafael Tadashi. *Com design, além do design: o design gráfico com preocupações sociais*. Curitiba, 2007. Disponível em: <<http://www.design.ufpr.br/ped2006/home.htm>>. Acesso em: 06/02/2008.
- MORAES, Dijon de. *Limites do design*. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1999.
- NIEMEYER, Lucy. *Design no Brasil: origens e instalação*. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- PAVAN, Larissa Elena de Bittencourt. *Design no planejamento da comunicação institucional para projetos sociais*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. In: SEMINÁRIO DESIGN E SOCIEDADE: novas práticas, materiais e modelos, 2003, São Paulo. Disponível em: <<http://www.cidade.usp.br/arquivo/artigos/index0503.php>>. Acesso em: 06/02/2008.
- SOUZA, Pedro L. P. *Notas para uma história do design*. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- VILLAS-BOAS, André. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. Rio de Janeiro: 2A, 1997.
- WHITELEY, Nigel. O designer valorizado. *Revista Arcos*, v. 1, n. único, outubro 1998. Disponível em: <http://www.esdi.uerj.br/arcos/p_arcos_1.shtml#a4>. Acesso em: 06/02/2008.

Texto recebido em 13 de fevereiro de 2008.

Texto aprovado em 30 de março de 2009.