



**Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)**

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena
Editora
Ano 2019

Vanessa Campana Vergani de Oliveira
(Organizadora)

A Evolução do Design Gráfico 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
E93	A evolução do design gráfico 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Campana Vergani de Oliveira. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A Evolução do Design Gráfico; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-572-3 DOI 10.22533/at.ed.723190309 1. Artes gráficas. 2. Desenho (Projetos). 3. Projeto gráfico (Tipografia). I. Oliveira, Vanessa Campana Vergani de. CDD 741.6
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A segunda edição do Ebook “A Evolução do Design Gráfico”, assim como o primeiro volume pretende fortalecer o Design, colaborando para a maior aventura exploratória da humanidade que somente começou: o conhecimento do cérebro como fonte de riquezas inesgotáveis.

Nestes 25 volumes as experiências são das mais distintas, passando pelas mais diversas áreas do design: quadrinhos, embalagens, sustentabilidade, mobiliário litúrgico, mobiliário itinerante e artefatos.

Um dos temas amplamente discutidos, é o ensino do Design, das mais diferentes formas: as vantagens e desvantagens do EAD, as matrizes curriculares, o material didático como forma de empatia, design valorizando os materiais naturais e o redesign.

Assim, o foco desse livro é mostrar a importância e a amplitude da discussão sobre o papel do design. Os textos aqui apresentados são de grande relevância para o meio acadêmico, são um convite à reflexão da importância do design no dia a dia, reúnem importantes pesquisas das mais diversas instituições de ensino superior do Brasil,

Convido você a aperfeiçoar seus conhecimentos e refletir com os temas aqui abordados.

Boa leitura!

Vanessa Campana Vergani de Oliveira

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A IMPORTÂNCIA DA AMBIENTAÇÃO VINTAGE PARA A SUSTENTABILIDADE	
Kátia Maria de Lima Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.7231903091	
CAPÍTULO 2	14
A METODOLOGIA ATIVA COMO AUXILIAR NO ENSINO DE DESIGN A DISTÂNCIA	
Larissa Siqueira Camargo	
Sabrina Giselle Levinton	
DOI 10.22533/at.ed.7231903092	
CAPÍTULO 3	23
A RETÓRICA DO DESIGN GRÁFICO EM APRESENTAÇÕES DIGITAIS DE POWERPOINT	
Guaracy Carlos da Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903093	
CAPÍTULO 4	35
A UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE PESQUISA DO USUÁRIO PARA A DEFINIÇÃO DE PERFIL DE ALUNOS DE DESIGN	
Tainá Cabral Benjamin	
Luna Victoria Pessoa da Silva	
Narle Silva Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903094	
CAPÍTULO 5	47
APRENDIZAGEM BASEADA EM PROJETOS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DA IMPLEMENTAÇÃO NO CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO VISUAL	
Agnacilda Silva Rocha	
Carolina Marielli Barreto	
Milton Koji Nakata	
DOI 10.22533/at.ed.7231903095	
CAPÍTULO 6	58
AS NARRATIVAS DO DESIGN DE S. – O NAVIO DE TESEU	
Christiane C. Almeida	
Vera Lucia dos S. Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.7231903096	
CAPÍTULO 7	73
CARRO-BIBLIOTECA: REDESIGN CENTRADO NO USUÁRIO DE BIBLIOTECA PÚBLICA ITINERANTE	
Andréa Franco Pereira	
Letícia Ribeiro de Martino	
Nathalia Carvalho de Lima	
Viviane Pereira Pinto Ferreira	
Gildete Santos Veloso	
DOI 10.22533/at.ed.7231903097	

CAPÍTULO 8	91
COMBINANDO FRAMEWORKS NO DESENVOLVIMENTO DE ARTEFATOS DIGITAIS: UM ESTUDO DE VIABILIDADE	
Guto Kawakami de Oliveira Sylker Teles da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.7231903098	
CAPÍTULO 9	103
COMUNIDADE QUILOMBOLA DE FELIPE: ESTUDOS EM PRODUCT-SERVICE SYSTEMS PARA INCENTIVAR A ECONOMIA LOCAL	
Nadja Maria Mourão Ivy Francielle Higino Martins Rosilene Conceição Maciel Ana Célia Carneiro Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7231903099	
CAPÍTULO 10	116
CONSUMO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS: PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A EMBALAGEM NATURA EKOS DE BURITI	
Priscila Westphal Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.72319030910	
CAPÍTULO 11	128
DESIGN COMO AGENTE PROPULSOR DA RELAÇÃO ENTRE CINEMA E SUAS REPRESENTAÇÕES	
Nicolas Tessari Luiza Grazziotin Selau Carla Farias Souza Gislaine Sacchet	
DOI 10.22533/at.ed.72319030911	
CAPÍTULO 12	144
DESIGN DE EXPERIÊNCIA AMBIENTAL HOSPITALAR – FOCO NO ATENDIMENTO À CRIANÇA	
Aline Garcia Pereira Laís Machado Lizandra Garcia Lupi Vergara	
DOI 10.22533/at.ed.72319030912	
CAPÍTULO 13	159
DESIGN E COMPLEXIDADE: APLICAÇÃO DE UM JOGO COLABORATIVO A FIM DE IDEAR SOLUÇÕES PARA OS PROBLEMAS DA MINERAÇÃO	
Thalita Barbalho Ana Carolina Lacerda Letícia Guimarães Rita de Castro Engler	
DOI 10.22533/at.ed.72319030913	

CAPÍTULO 14	174
DESIGN E SIMBOLOGIA NO PROJETO DE MOBILIÁRIO LITÚRGICO	
Marcelo dos Santos Forcato Anelise Guadagnin Dalberto Bruno Montanari Razza Paula da Cruz Landim	
DOI 10.22533/at.ed.72319030914	
CAPÍTULO 15	192
DESIGN EM TRANSFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DO PENSAMENTO E DA PRÁTICA	
Rafael Kochhann Sílvia Trein Heimfarth Dapper	
DOI 10.22533/at.ed.72319030915	
CAPÍTULO 16	207
EPISTEMOLOGIA DO DESIGN AFIRMATIVO	
Sandro Lopes dos Santos Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima	
DOI 10.22533/at.ed.72319030916	
CAPÍTULO 17	218
EXPERIÊNCIA MULTISSENSORIAL EM MUSEUS: DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS TÁTEIS E SONOROS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL	
Eduardo Cardoso Tânia Luisa Koltermann da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.72319030917	
CAPÍTULO 18	232
FORMA E INFORMAÇÃO: UM OLHAR DE DESIGN SOBRE OS ARTEFATOS INFORMACIONAIS DO SISTEMA DE ÔNIBUS DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Bruno Rodilha	
DOI 10.22533/at.ed.72319030918	
CAPÍTULO 19	249
LIVROS DIDÁTICOS E A IMPORTÂNCIA NO DISCURSO SOCIAL	
Gabriela Rangel Xavier	
DOI 10.22533/at.ed.72319030919	
CAPÍTULO 20	260
MATERIAL DIDÁTICO SOCIOEMOCIONAL PARA O ENSINO DAS CINCO EMOÇÕES BÁSICAS E DESENVOLVIMENTO DA EMPATIA	
Jéssica Souza De Almeida Maria do Carmo Gonçalves Curtis	
DOI 10.22533/at.ed.72319030920	
CAPÍTULO 21	275
MOBILE LEARNING – VILÃ OU ALIADA DOS ESTUDANTES? UM ESTUDOS DOS ASPECTOS METODOLÓGICOS DE USABILIDADE DE INTERFACES EM DISPOSITIVOS MÓVEIS	
Karolina Nunes Tolentino Costa Flávio Anthero Nunes Vianna dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.72319030921	

CAPÍTULO 22	287
PEDRA SÃO THOMÉ: VALORIZAÇÃO REGIONAL POR MEIO DA REVITALIZAÇÃO DA PAISAGEM E DA IDENTIDADE CULTURAL	
Laura de Souza Cota Carvalho Silva Pinto Andréa Franco Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.72319030922	
CAPÍTULO 23	306
PESQUISA-AÇÃO COMO RESPOSTA METODOLÓGICA AOS DESAFIOS DE DESIGN SOCIAL	
Maiara Gizeli Dallazen Camillo Irina Lopes Guedes Felipe Petik Pasqualotto Richard Perassi Luiz de Souza Giselle Schmidt Alves Díaz Merino	
DOI 10.22533/at.ed.72319030923	
CAPÍTULO 24	318
O PANORAMA DO DESIGN SUSTENTÁVEL NAS MATRIZES CURRICULARES DOS CURSOS DE DESIGN DA GRANDE VITÓRIA/ES E GRANDE BELO HORIZONTE/MG	
Michele Silva da Mata Caetano Aline Freitas da Silva Xavier Marcelina das Graças de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.72319030924	
CAPÍTULO 25	329
QUADRINHOS COMO MÉTODO DE DIVULGAÇÃO DA CULTURA POPULAR BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO NA ESCOLA ERC E F CENTRO SOCIAL AUXILIUM	
Marcele Pamplona Carneiro	
DOI 10.22533/at.ed.72319030925	
SOBRE A ORGANIZADORA	341
ÍNDICE REMISSIVO	342

PESQUISA-AÇÃO COMO RESPOSTA METODOLÓGICA AOS DESAFIOS DE DESIGN SOCIAL

Maiara Gizeli Dallazen Camillo

UFSC, Programa de Pós-graduação em Design,
Florianópolis, Santa Catarina

Irina Lopes Guedes

UFSC, Programa de Pós-graduação em Design,
Florianópolis, Santa Catarina

Felipe Petik Pasqualotto

UFSC, Programa de Pós-graduação em Design,
Florianópolis, Santa Catarina

Richard Perassi Luiz de Souza

UFSC, Programa de Pós-graduação em Design,
Florianópolis, Santa Catarina

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino

UFSC, Programa de Pós-graduação em Design,
Florianópolis, Santa Catarina

RESUMO: No contexto das pesquisas técnico-sociais em Design, são evidentes as limitações da tradicional concepção científica para promover a coparticipação comunitária. Através dos questionamentos sobre o papel das atividades de Design na cultura organizacional e comunitária contemporânea, a área foi desafiada a incorporar novos métodos. Esses novos métodos visam a identificação de problemas ou oportunidades de desenvolvimento local, que sejam também compatíveis com a ideia de sustentabilidade econômica e socioambiental. A partir de estudos bibliográficos, são apresentados neste

artigo os aspectos socialmente relevantes da Pesquisa-ação. A finalidade é destacar a coparticipação comunitária nos processos de coleta, sistematização e interpretação dos dados da realidade vivenciada e observada. O desenvolvimento da Pesquisa-ação é descrito de acordo com suas particularidades, aplicações e possíveis contribuições aos estudos e à prática em Design, considerando-se duas etapas: a primeira exploratória e a segunda aplicada. Além de serem destacadas as suas correlações com uma atuação social em Design.

PALAVRAS-CHAVE: Design. Metodologia Participativa e Responsabilidade Socioambiental.

ACTION-RESEARCH AS A METHODOLOGICAL RESPONSE TO THE CHALLENGES OF SOCIAL DESIGN

ABSTRACT: In the context of technical-social research in Design, the limitations of the traditional scientific conception to promote community participation are evident. Through the questioning about the role of Design activities in contemporary organizational and community culture, the area was challenged to incorporate new methods. These new methods aim at identifying problems or opportunities for local development that are also compatible with

the idea of economic and socio-environmental sustainability. Based on bibliographical studies, the socially relevant aspects of Action-Research are presented in this article. The purpose is to highlight community participation in the processes of collecting, systematizing and interpreting the reality and observed reality data. The development of Action-Research is described according to its particularities, applications and possible contributions to the studies and practice in Design, considering two stages: the first exploratory and the second applied. In addition to highlighting their correlations with a social performance in Design.

KEYWORDS: Design. Participatory Methodology and Social and Environmental Responsibility.

1 | INTRODUÇÃO

A origem da área de Design foi diretamente atrelada ao projeto de produtos destinados à fabricação mecanizada em escala. Isso ocorreu primeiramente no contexto histórico-cultural da Ciência Positiva e no processo de consolidação da Revolução Industrial. Atualmente, entretanto, a área de Design busca consolidar sua atuação direta na cultura organizacional, na sociedade em geral e, também, em comunidades específicas. Assim, consideram-se as possibilidades de atuar diretamente na dinâmica das organizações e na vida das pessoas, inclusive, desenvolvendo “produtos que respeitem o meio ambiente e o ser humano” (SOBRAL, 2002, p. 49).

Há uma ampla produção teórico-acadêmica sobre as aplicações de Design no contexto industrial, especialmente, incluindo a contínua incorporação de tecnologia para o desenvolvimento de produtos voltados ao consumo de mercado. Contudo, a produção teórica não apresentou o mesmo desenvolvimento no que diz respeito ao papel social de Design (MARGOLIN, 2004). Quando o desenhista industrial Vitor Papanek (1971) apontou os prejuízos sociais decorrentes de sua profissão, muitos foram os profissionais que responderam ao seu chamado e investiram no desenvolvimento de alternativas, visando a sustentabilidade econômica e a responsabilidade socioambiental dos projetos de Design. Mas, isso não resultou necessariamente em metodologias próprias para a solução dos problemas sociais.

Para Perassi, Neves e Cazon (2016), a expressão “Design Social” não designa uma habilitação ou uma especialidade em Design, porque caracteriza uma abordagem sociopolítica que oferece os diversos conhecimentos e os recursos da área aos interesses sociais e comunitários, que também sejam compatíveis com a sustentabilidade econômica e com a responsabilidade socioambiental. Assim, considerar os desafios sociais para a área de Design não requer, necessariamente, a negação dos recursos já existentes quanto às possibilidades tecnológicas desenvolvidas em função da indústria e da fabricação de artefatos. Mas, é necessário que os recursos sejam destinados ao desenvolvimento socioeconômico com responsabilidade socioambiental, porque esses também são valores distintivos de produtos, serviços, atuações e marcas (CAMARGO

et al, 2004).

De maneira diferente do desenvolvimento de produtos industriais em escala, a atuação em Design Social, entretanto, requer que os designers estejam envolvidos no contexto comunitário. Anteriormente, isso também foi considerado com relação às organizações sociais, porque a área de Gestão de Design foi prioritariamente desenvolvida para adequar os designers ao convívio empresarial ou institucional. Assim, de maneira integrada às organizações, os designers puderam propor soluções de Design especialmente adequadas ao contexto organizacional. De maneira semelhante, a abordagem de Design Social também requer a interação participativa dos designers nas comunidades.

Para a adequação dos designers ao contexto social comunitário podem ser utilizadas diferentes metodologias, práticas e recursos desenvolvidos em outras áreas do conhecimento como: Sociologia, Antropologia e Gestão. Inclusive, parte disso já foi devidamente adaptada para a atuação em Design Social, considerando-se que, cada vez mais, os designers atuam de maneira comunitária em um contexto cujo significado é único para cada uma das pessoas que o vivencia (FIALHO, 2005).

No processo de interação social comunitária, houve a “ampliação” das atribuições de Design. Portanto, além de seus projetos serem destinados às pessoas, também, tornou-se necessária a interação comunitária dos designers com as pessoas para a identificação de problemas ou oportunidades e o desenvolvimento de projetos adequados às situações específicas. Isso ampliou o campo de interesse e requereu outras abordagens, especialmente no que diz respeito à consideração dos valores e outros fatores humanos em projetos de Design.

A partir disso, não foi possível ignorar a necessidade de observação e interação social em busca de dados empíricos, para serem identificados e representados em conjunto com outros observadores, sendo esses os próprios usuários que devem participar e concordar com a representação que é feita de suas experiências e visão de mundo. Por decorrência, considera-se que os designers autodesignados para atuar em Design Social devem buscar ou desenvolver abordagens metodológicas eficientes para a coleta e a interpretação rigorosa dos dados relacionados ao contexto de desenvolvimento e aplicação de Design (FRAGOSO et al, 2011).

Ander-Egg (1978) assinalou as limitações do sistema de mensuração nos processos de conhecimento empírico. Por sua vez, Lakatos & Marconi (1993) também apontaram as limitações do conhecimento científico quantitativo. Neste estudo, entretanto, são especialmente consideradas as observações de Vygotsky (1994), sobre a importância da mediação dos instrumentos no aprendizado, evidenciando-se também os aspectos distintivos da abordagem fenomenológica propostos por Husserl (1989). Enfim, enfatiza-se a pesquisa qualitativa, considerando ainda que diferentes abordagens para resolução de problemas requerem estratégias metodológicas igualmente diversas. Portanto, a abordagem de Design Social pode ser amplamente beneficiada com a adoção de métodos qualitativos na fase exploratória, mesmo que

seja necessário recorrer à tradição quantitativa para o processo de aplicação. Trata-se, especialmente, de considerar o desenvolvimento da pesquisa-ação no contexto social comunitário.

2 | PESQUISA-AÇÃO: PARTICULARIDADES E APLICAÇÕES

Tendo sido primeiramente proposta pelo psicólogo alemão-estadunidense Kurt Lewin (1890-1947), a pesquisa-ação é comumente caracterizada como um processo de investigação e ação social comunitária. Isso se justifica pela necessidade de conhecimento e atuação em favor de grupos ou comunidades, os quais necessitam de apoio para o desenvolvimento local, considerando-se aspectos humanos, sociais, culturais, econômicos e financeiros. Em princípio, a interação dos pesquisadores nas comunidades e o caráter sociopolítico e humanitário de sua atuação foram vistos com desconfiança em comparação com o modelo científico, cuja positividade requeria o distanciamento e a isenção do pesquisador com relação ao seu objeto de estudo.

Atualmente, contudo, há diversos estudos já realizados para defender e creditar essa prática de pesquisa. Por exemplo, Thiollent (1985, p.17) afirma que a pesquisa-ação valoriza a “busca de compreensão e interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas”, ao invés de investir demasiadamente na quantificação dos resultados empíricos. Para Thiollent (1985), trata-se de um tipo de pesquisa empírica conjugada com ações conjuntas de pesquisadores e participantes da situação problema para encontrarem e aplicarem soluções eficientes na realidade. É a ação decorrente e vinculada ao processo de investigação que caracteriza a pesquisa-ação, sendo que essa deve envolver as pessoas que coletivamente e cotidianamente vivenciam as situações problema ou propiciam as oportunidades que foram identificadas e sobre as quais se pretende atuar de maneira eficiente.

A interação, a coparticipação ou a ação cooperativa dos pesquisadores junto com integrantes das comunidades, visando apenas obter e disseminar conhecimentos, é comumente denominada como “pesquisa participante”, não sendo diretamente vinculada a ações práticas e transformadoras da realidade. Portanto, a pesquisa participante busca conhecer a situação vigente, mas não requer necessariamente sua transformação (GIL, 2002). Por sua vez, a pesquisa-ação aplica o conhecimento na prática, reproduzindo a dinâmica da atuação humana que se propõe a observar, a interpretar e a agir sobre a realidade. Portanto, procura criar, trabalhar e aplicar conhecimentos no processo contínuo de atuação (GIL, 2002). Enfim, a pesquisa-ação é uma pesquisa participante, mas não são todas as pesquisas participantes que podem ser designadas como pesquisa-ação.

Antes da efetiva atuação dos designers, é necessária sua integração e a obtenção de conhecimentos sobre as comunidades. Assim, os designers devem atuar primeiramente como pesquisadores. Por isso, ao tratar da pesquisa-ação, Baldissera (2001) assinala a necessidade de se criar espaços de participação, como parte da

metodologia porque, antecipadamente, essa requer oportunidades para que seja efetivada a integração comunitária do pesquisador. Depois de integrado, esse também deve oferecer “às pessoas, os instrumentos e a capacitação necessária para saber como participar” (BALDISSERA, 2001 p. 10), sendo que a participação dos integrantes envolvidos não é uma questão de dever ou direito, mas uma continuidade natural de sua vivência comunitária.

Atualmente a pesquisa-ação é amplamente desenvolvida em diferentes áreas, visando objetivos variados para: Cidadania, Economia, Educação e Saúde, incluindo ações financiadas via Banco Mundial. Para Tripp (2005), na passagem da década de 1940 para 1950, a pesquisa-ação foi adotada em Administração, objetivando o desenvolvimento comunitário ou a mudança organizacional. Mas, também, foi utilizada em Educação. Na década de 1970, a pesquisa-ação assumiu um viés político, visando a mudança sociopolítica, por meio da conscientização e do empoderamento (*empowerment*) das pessoas integradas em comunidades. Assim, foi também aplicada no desenvolvimento da agricultura brasileira.

Entre outros, Tripp (2005), relaciona à pesquisa-ação autores como: Lewin (1946), Freire (1972; 1982) e Lippitt, Watson e Westley (1958), sendo que todos esses ressaltam os aspectos comunitários, colaborativos e integradores deste tipo de pesquisa. A partir da compreensão de teorias propostas por: Joe (1998), Linda e Karen (1999), Peter e Robinson (1984) e Thiollent (1997), os autores Holanda e Riccio (2001) afirmaram que a pesquisa-ação envolve grupos de estudiosos e profissionais, com o intuito de planejar, agir e avaliar os resultados das ações executadas, monitorando estudos, atividades e resultados.

Tudo isso é representado em uma estrutura espiral (Figura 1), que constitui uma metáfora gráfica da recorrência ou da continuidade das atividades, em busca dos resultados esperados. Entre as atividades, é incluído e realizado um “diagnóstico inicial”, buscando-se compreender a situação e identificar os problemas que podem ser resolvidos ou as oportunidades a serem aproveitadas. A partir disso, são planejadas as estratégias e as ações práticas, visando-se alcançar os objetivos previstos. Enfim, são também realizadas avaliações parciais, as quais permitem alterações nos rumos dos trabalhos e, por fim, há uma avaliação final, inclusive, considerando-se a possibilidade de revisão de todo o processo e a retomada crítica das atividades, desde o início, para seu aprimoramento em busca de melhorias.

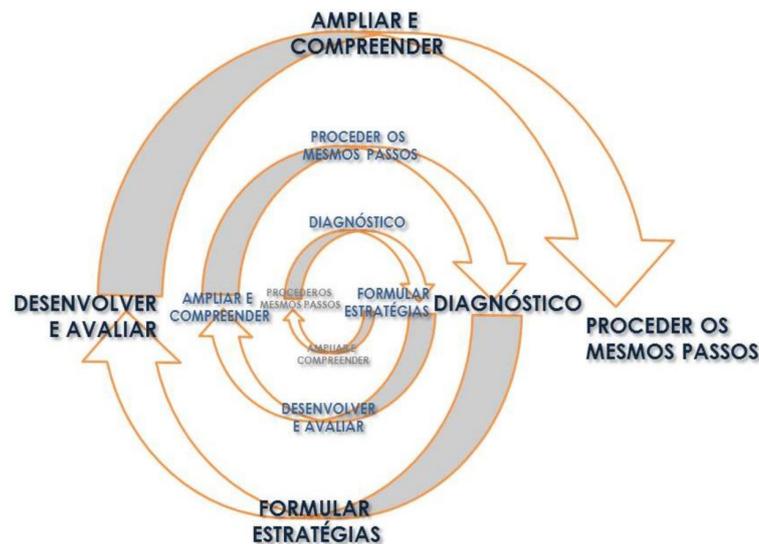


Figura 1 – Estrutura gráfica em espirais como metáfora da pesquisa-ação.

Fonte: Adaptado de Elliot (1997, p.17).

Holanda e Riccio (2001) informam sobre as críticas que recaem sobre certos aspectos da pesquisa-ação, alertando a respeito da recorrente carência de rigor científico. Muitas vezes, também é criticada a falta de efetividade, em decorrência de tentativas de solucionar os problemas de imediato. Mas, pelo em parte, os problemas costumam evoluir, passando por transformações antes que as soluções pesquisadas possam ser implementadas.

Em contrapartida, entretanto, Holanda e Riccio (2001) assinalam as ideias de Dickens e Watkins (1999), como autores que atenuaram as críticas à pesquisa-ação, considerando que essas dependem do juízo que se faz acerca das contribuições esperadas. Assim, consideraram que a pesquisa-ação pode contribuir de diversas maneiras para o conhecimento, diferenciando-se com relação aos outros tipos de pesquisa, especialmente, porque é priorizado o aprendizado através do processo, almejando-se sempre uma melhor compreensão do problema.

Com relação à área de Design, considera-se que a pesquisa-ação oferece recursos de contextualização e coparticipação aos designers, para que esses possam atuar diretamente em grupos sociais ou comunidades. Isso é especialmente requerido na abordagem sociopolítica de Design Social, retirando os designers da tradicional condição de projetistas industriais e indicando-os como agentes sociais, que atuam de maneira integrada nas comunidades. Assim, o desenvolvimento dos tradicionais projetos de Design, além de requerer a coparticipação comunitária, também, devem emergir de um metaprojeto de pesquisa-ação.

3 | DESIGN EM AÇÕES PARTICIPATIVAS

Em síntese, a interação entre a atuação em Design e a pesquisa-ação ocorre primeiramente a partir de uma “pesquisa exploratória”, para o reconhecimento do

contexto e a integração dos designers no grupo ou na comunidade de trabalho. Em seguida, juntamente com os integrantes do grupo ou da comunidade, são realizados os estudos da realidade e a identificação de problemas e oportunidades. Isso caracteriza o metaprojeto social ou comunitário. Em seguida, acontece também a coparticipação coletiva nas etapas de planejamento e projeção das ações de Design, caracterizando as etapas do projeto ou da “pesquisa aplicada”.

Para Tenório (1990), deve ser considerado o potencial do conhecimento já adquirido por quem convive cotidianamente na realidade na qual se pretende atuar. Isso justifica a integração consciente dos conhecimentos comunitários nos processos de pesquisa e projeção, porque a busca por soluções eficientes para o enfrentamento dos problemas ou aproveitamento das oportunidades não requer apenas os conhecimentos decorrentes do processo formal ou escolar de Educação. Sobre a relação entre os designers e os usuários, Paizan e Mellar (2011) afirmam a necessidade de cooperação para o atendimento das necessidades e o aproveitamento das oportunidades locais. Para isso, é necessário elaborar e adotar práticas específicas, de acordo com o objetivo de cada projeto em particular e, geralmente, essas práticas dependem da atuação participativa.

Sanders e Stappers (2008) assinalam que, na prática atual de Design, há a tendência da comunidade atendida ser considerada parceira, especialmente, nas fases iniciais do projeto, para a definição de requisitos, proposição de ideias e desenvolvimento do conceito. Assim, na abordagem participativa o usuário é parceiro ou participante ativo do projeto. Tal tendência é benéfica por “democratizar” a projeção em coparticipação com os usuários dos produtos ou dos serviços decorrentes de sua interação com os sistemas de produtos projetados. Com isso, busca-se responder de maneira mais fidedigna e eficiente aos interesses ou às aspirações dos usuários, por meio de decisões coletivas e descentralizadas.

Trata-se de investir no conceito de “inteligência coletiva”, como foi anteriormente citado por Sanoff (2007). Assim, estimula-se o trabalho em grupo com a somatória de suas perspectivas individuais em busca de resultados coletivos mais significativos. Isso requer a mudança de postura por parte dos envolvidos, que devem renegar o protagonismo individual e investir de maneira colaborativa na emergência da inteligência coletiva, acreditando que isso é mais que a simples soma das perspectivas individuais. Para Sanders e Stappers (2008), essa participação do usuário no desenvolvimento do projeto coletivo é reconhecida como “cocriação”, sendo beneficiada pelo compartilhamento criativo entre duas ou mais pessoas. De maneira semelhante, a pesquisa aplicada no desenvolvimento do projeto de Design é denominada de “codesign”.

Enfim, os tradicionais papéis destinados aos designers e aos usuários estão sendo revistos sob novos paradigmas. Isso também requer que os designers assumam funções de pesquisadores sociais, atuando diretamente com os grupos ou comunidades de usuários. Por se tratar de projetos e ações de Design, os designers

assumem os papéis de coordenadores da pesquisa e orientadores ou facilitadores da atuação coletiva. Mas, ressalta-se que a abordagem sociopolítica em Design Social prevê a pesquisa e o conhecimento de necessidades, preferências, desejos, crenças, origens e valores ideológicos ou éticos dos usuários (STAPPERS; SLEESWIJK VISSER, 2007).

A metodologia de pesquisa-ação, portanto, é aqui apresentada como uma resposta à necessidade de conhecimento da realidade humana e sociológica e ao interesse na coparticipação dos integrantes do grupo ou da comunidade estudada. Os objetivos das ações são relacionados às melhorias econômico-financeiras e socioambientais para toda a coletividade.

A aplicação de estratégias e ações típicas de Design nos processos de gestão de equipes ou da coletividade organizacional já foi anteriormente projetada e testada, caracterizando a prática de *Design Thinking* (BROWN, 2010). Portanto, essa prática também deve ser considerada como um recurso de Design a ser aplicado no contexto da pesquisa-ação, para desenvolver projetos coletivos e cocriativos. Para Brown (2010), além da sensibilidade dos designers, também, devem ser utilizados os princípios metodológicos de Design para se conhecer as necessidades das pessoas e, ainda, identificar e atender as demandas decorrentes de suas necessidades. Assim, investe-se em inovação centrada no usuário, ou seja, no grupo ou comunidade a ser atendida.

4 | A COPARTICIPAÇÃO EM DESIGN SOCIAL

A característica revolucionária da abordagem sociopolítica de Design Social é expressa na aplicação dos recursos de Ciência e Tecnologia, que são típicos da área de Design. Isso deve acontecer em favor de grupos sociais ou comunidades que não são comumente prestigiados no sistema capitalista. Tradicionalmente, o privilégio recai sobre as relações financeiras de produção e consumo, sendo destinado aos consumidores de alto poder aquisitivo, às indústrias e às empresas em geral. Por sua vez, costumam não ser privilegiadas as ações comunitárias ou implementadas pelo poder público, em áreas como Saúde e Educação, cujo caráter social se destina a atender ao direito coletivo à cidadania.

A abordagem sociopolítica em Design destina os diferentes recursos e ações das diversas habilitações e especialidades da área, para o incremento social das políticas públicas, apoiando também a atuação coparticipante em associações comunitárias, organizações não governamentais (ONGs) e outras iniciativas populares. Assim, consideram-se especialmente os projetos relacionados às melhorias nas ações de Saúde, Educação e outras, que também são relacionadas à plena conquista da cidadania nas comunidades, incluindo iniciativas para geração de trabalho e renda.

Há o especial interesse por ações relacionadas aos conceitos de comunidades criativas, grupos produtivos, capital social, economia solidária, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental, entre outros. Isso envolve tudo que pode ser

decorrente da própria iniciativa comunitária, mesmo que seja financiado com recursos destinados a projetos, seja pelo acesso a verbas públicas ou em decorrência dos recursos que as empresas destinam ao financiamento de ações socioambientais.

Considerando-se o potencial comunitário para o planejamento e o desenvolvimento de projetos e ações em benefício da coletividade, as estratégias e ações de *Design Thinking* são também consideradas eficientes no estabelecimento das bases comunitárias colaborativas. Isso é efetivado na mediação dos processos de conhecimento coletivo e aprendizagem, promovendo a consciência do direito coletivo à cidadania e permitindo a troca de saberes entre os integrantes da comunidade. Assim, são favorecidos a participação, a colaboração, o envolvimento e o comprometimento da comunidade, em função de seu próprio processo de transformação social.

É relativamente recente o despertar da consciência pública de que, em virtude de sua humanidade, todos os cidadãos têm o direito universal à cidadania. Os direitos, as responsabilidades e os deveres são atribuídos na participação do indivíduo no grupo familiar e na sociedade, seja como membro de nação, religião, classe social ou comunidade. Diante disso, Design Social qualifica uma abordagem sociopolítica cidadã, buscando entre as potencialidades de sua área do conhecimento solucionar problemas sociais e ambientais, reduzindo desigualdades e enfrentando a violência social e a poluição ambiental, entre outros problemas característicos do constante desordenamento político, econômico, social e cultural (CASTRO *et al.*, 2004).

A adoção da abordagem sociopolítica identificada como Design Social implica em diversas mudanças e adequações com relação à tradicional atuação dos designers. Em geral, os projetos de Design Social são relacionados com pequena escala de produção, mercado local, tecnologia adaptada ou adequada à situação comunitária, privilegiando a função prática, o baixo custo e a inclusão social. Tradicionalmente, porém, os projetos de Design Formal são relacionados com a produção em grande escala, visando o mercado global e privilegiando a alta tecnologia, o consumo exagerado, a função estético-simbólica e o preço mais elevado.

Enfim, considera-se que a abordagem sócio-política de Design Social busca desenvolver a coparticipação comunitária. Isso deve ocorrer no planejamento e na realização de ações eficientes de Design que, efetivamente, promovam avanços humanos coletivos, sejam esses econômicos, financeiros, sociais, ambientais ou educativos. Contudo, essas ações são prioritariamente destinadas aos grupos sociais ou às comunidades, locais ou político-culturais, que são prejudicados em sua cidadania, por indigência social, questões raciais, sexuais, culturais ou sociopolíticas.

5 | DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que demarca a diferença entre a pesquisa-ação e os outros tipos de pesquisa, incluindo os estudos aplicados técnico-científicos, é a concomitância entre pesquisa,

participação e ação comunitária, visando a resolução de problemas coletivos ou o aproveitamento das oportunidades que são identificadas no contexto da coletividade (THIOLLENT, 2008).

As críticas destinadas à pesquisa-ação, geralmente, são baseadas nos pressupostos científicos tradicionais, os quais assinalam a necessidade de distanciamento e isenção dos pesquisadores, com relação aos seus objetos de pesquisa. Sobre isso, há diferentes posicionamentos definindo os procedimentos na etapa exploratória da pesquisa-ação, que ocorre antes da etapa de aplicação das soluções, as quais são comumente desenvolvidas com metodologias próprias de Design. Assim, são diversos os posicionamentos adotados na etapa exploratória:

- Há o posicionamento mais livre, de base Fenomenológica, que é adotado por pesquisadores designers, em observações e ações diretas e interativas, seguindo a filosofia de Edmund Husserl (1859-1938) ou ainda atuando fenomenologicamente, mas de maneira mais metódica e sistemática (MOREIRA, 2004).
- Há também o posicionamento instrumental ou instrumentalista, que se utiliza de um método e instrumentos de pesquisa já validados, como um sistema de controle, com as finalidades de impor distanciamento e garantir certo grau de isenção por parte dos pesquisadores. Assim, os procedimentos e o modo de interpretação dos pesquisadores são previamente designados por esse instrumental de pesquisa.
- Há o posicionamento adotado a partir da tradição metodológica em Antropologia, utilizando-se do método etnográfico. Assim, os pesquisadores designers realizam pesquisas que são desenvolvidas e indicadas como Etnografia (WASSON, 2000).
- Há, ainda, o posicionamento que é privilegiado neste artigo, o qual resulta da adoção e da aplicação metodológica dos recursos de *Design Thinking* (BROWN, 2010), sendo isso justificado pela integração pré-existente entre a área de Design e a gestão de coletivos de pessoas.

Reforça-se, portanto, a indicação da pesquisa-ação, com recursos de *Design Thinking*, como processo integrador de teoria e prática, sendo especialmente adequado aos pesquisadores designers interessados na abordagem sociopolítica de Design Social. Isso inclui também ideias ou princípios de Design participativo e co-criação ou colaboração, envolvendo designers e usuários: (1) em benefício do desenvolvimento local de comunidades que ocupam um mesmo lugar geográfico ou (2) visando garantir o direito à cidadania para integrantes de comunidades simbólicas, cujos integrantes vivem em lugares do planeta, mas são representantes de minorias sociais em decorrência da situação de indigência social ou por características de, raça, gênero, sexualidade ou posição política, entre outras.

A consolidação da área de Design foi uma primeira decorrência da cultura industrial de bens de consumo que, inclusive, culminou na indústria cultural que atribui valor simbólico aos bens de consumo. Além disso, o progresso do desenho industrial foi também promotor de áreas como Marketing e Publicidade, entre outras. Todavia,

a atual crise econômica e socioambiental do capitalismo globalizado necessita de soluções revolucionárias e, também, de soluções pontuais, que melhorem de imediato a vida das pessoas em sua relação com a sociedade e com o ambiente.

Há, portanto, um chamado social para que a área de Design deixe de ser parte exclusiva do problema, passando também a contribuir no desenvolvimento e na implementação das soluções requeridas. Para Manzini (1994), a área de Design pode e deve contribuir no planejamento e na implementação de estilos de vida mais condizentes com a crítica realidade ambiental e com uma sociedade mais justa e igualitária. Enfim, para assumir a responsabilidade socioambiental e atuar na direção proposta, os designers vocacionados também podem e devem assumir a abordagem sociopolítica de Design Social, desenvolvendo projetos co-criativos de pesquisa-ação, especialmente, junto às comunidades e aos grupos sociais que carecem de pleno direito à cidadania.

REFERÊNCIAS

ANDER-EGG, Ezequiel. **Introdução às técnicas de investigação social: para trabalhadores sociais**. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.

BALDISSERA, Adelina. **Pesquisa-ação: uma metodologia do “conhecer” e do “agir”**. In: Sociedade em Debate. Pelotas, 7(2):5-25, agosto/2001. Disponível em: <<http://revistas.ucpel.tche.br/index.php/rsd/article/viewFile/570/510>> Acesso em: 16 jun. 2016.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma poderosa metodologia para decretar o fim das velhas ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CAMARGO, A.; CAPOBIANCO, J.; OLIVEIRA, J. **Meio ambiente Brasil: avanços e obstáculos pós-Rio-92**. 2 ed. São Paulo: Estação Liberdade; instituto Socioambiental; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

CASTRO, A. *et al.* **Design Social: uma ação e reflexão sobre a prática de ensino e a formação profissional**. In: 6º P&D Design, 2004.

FIALHO, A.; BRAVIANO, G.; SANTOS, N. **Métodos e técnicas em Ergonomia**. Florianópolis, SC: Editora dos Autores, 2005.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HUSSERL, E. **A ideia de Fenomenologia**. Lisboa: Edições 70, 1989.

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1993.

LINDA, D.; KAREN, W. **Action research: Rethinking Lewin Management Learning**. Thousand Oaks: 1999.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: EDUSP, 2005.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. **Um Modelo Social de Design: questões de prática e pesquisa**. In: Revista Design em Foco, vol. I, núm. 1, julho-dezembro, 2004, pp. 43-48 Universidade do Estado da

Bahia, Bahia, Brasil.

MOREIRA, D. A. (2004). **O Método Fenomenológico na Pesquisa**. Thomson Pioneira. Human organization, vol.59, nº4, 2000.

PAIZAN, D.; MELLAR, H. **Envolvendo os alunos no design de tecnologia educacional: aprendendo com o design participativo**. Estudos Linguísticos e Literários: saberes e expressões globais, Foz do Iguaçu, 2011.

PAPANEK, Victor. **Design For the Real World**. New York: Pantheon Books, 1971.

PERASSI, R.; NEVES, L.; CAZON, E. **A construção da marca social em Design solidário**. Florianópolis, SC: CCE/UFSC, 2016.

SANDERS, E., STAPPERS, P. **Co-creation and the new landscapes of Design**. *CoDesign International Journal of CoCreation in: Design and the Arts*, 4(1), 5-18, 2008.

SANOFF, H. **Special Issue on participatory Design**. In: *Design Studies*, v.28, n.3, maio 2007.

SOBRAL, S. Tendências do design. In: LEAL, J. **Um olhar sobre o design Brasileiro**. São Paulo: Objeto Brasil; Instituto Uniemp; Imprensa Oficial do Estado, 2002.

STAPPERS, P.; SLEESWIJK VISSERS, F. (2007). **Bringing participatory design techniques to industrial design engineers**. *Engineering and Product Design Education Conference*, NewCastle, 2007, 117-122.

TENORIO, F. **O mito da participação**. In: *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 3, maio/jul., 1990.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. São Paulo: Cortez, 1985.

TRIPP, David. **Pesquisa-ação: uma introdução metodológica**. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 31, n. 3, p.443-466, 2005. Set/dez. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2016.

VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente: o desenvolvimento de processos psicológicos superiores**. 5ª Edição, São Paulo, Martins Fontes, 1994.

WASSON, C. **Ethnography in the field of Design**. In: *Human Organization; Winter 2000; 59, 4; ProQuest*.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CAMPANA VERGANI DE OLIVEIRA Bacharel Desenho Industrial, habilitação em Projeto de Produto, pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo- SP. Especialista em Design de Interiores, pela Universidade Positivo. Das diferentes atividades desenvolvidas destaca-se a atuação como professora de ensino superior atuando em várias áreas de graduações; avaliadora de artigos e projetos; revisora de revistas científicas; membro de bancas examinadoras de trabalhos de conclusão de cursos de graduação. Atua na área de Design de Mobiliário, Arquitetura com ênfase em projetos de Interiores residenciais e comerciais. Foi Diretora do Departamento de Patrimônio, da Secretaria de Cultura e Turismo, da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, PR de 2011 a 2013. Atualmente é docente da Unicesumar, nos cursos de Arquitetura e Urbanismo e Engenharia de Produção e sócia do escritório Forma Arquitetura e Design.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessibilidade 228

Ambientação 1, 10

C

Cinema 128, 129, 138, 140, 142, 143

Consumo sustentável 9, 12

Cultura 22, 33, 34, 73, 127, 172, 218, 219, 227, 228, 247, 249, 251, 301, 317, 322, 323, 337, 339

D

Design de interior 1

Design thinking 266

Diretrizes 17, 36, 37, 46, 226

E

Emoções 268, 269

Empatia 43, 44, 107, 263, 272

Experiência do usuário 145, 147

H

História do design 191

I

Informação 23, 24, 25, 28, 33, 34, 82, 92, 97, 142, 161, 215, 284

Inovação social 191

L

Lendas brasileiras 327

M

Metodologia 19, 73, 90, 94, 155, 156, 165, 195, 228, 256, 266, 304, 314, 315, 318, 338

Mineração 302

Museu 216, 218, 221, 222, 223

P

Powerpoint 23, 24, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34

R

Racismo 208, 214, 215

Retórica 23, 24, 26, 31, 33

S

Scrum 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102

Significados simbólicos 85

Streaming 128, 129

Sustentabilidade 1, 7, 8, 9, 122, 196, 303, 318, 321, 322, 325

U

Usuário 73, 144

V

Vintage 1, 3, 8, 10, 13

W

Web-design 128, 129

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-572-3

