

## “VALE INCLUSIVO” – UMA PROPOSTA DE LOGOMARCA PARA EMBALAGENS ALIMENTÍCIAS, COM FOCO SUSTENTÁVEL E INCLUSIVO, DESTINADA À REPRESENTAÇÃO DO VALE DO PARAÍBA

### **Autores**

Adriano José Sorbille de Souza<sup>1</sup>  
Guilherme Henrique Fernandes Barbosa<sup>2</sup>  
Marcílio Farias da Silva Filho<sup>3</sup>  
Natália Ramos de Souza<sup>4</sup>

### **Resumo**

Esse trabalho aborda a interligação entre a sustentabilidade e a inclusão, analisando o contexto cultural regional e as estratégias do *Design*, buscando promover a conscientização ambiental e social da comunidade por meio de uma logomarca a ser utilizada em embalagens de alimentos produzidos na região. O embasamento teórico do estudo ocorreu por meio de revisão literária e o *Design Thinking* foi a principal ferramenta orientadora na criação da logomarca, o qual possibilitou uma abordagem de cada fase do desenvolvimento: o entendimento do cenário (empatia), a especificação dos problemas encontrados (definição), as soluções pensadas (ideação), a formalização da solução considerada mais viável (prototipação) e a avaliação, na prática, da implementação (validação). O resultado foi a criação da logomarca “Vale Inclusivo”, cujo os elementos captam as características culturais do Vale do Paraíba e sua aplicação está vinculada à princípios de sustentabilidade e inclusão social. A implementação dessa logomarca tem como propósito, além de colaborar com o cenário industrial, evidenciar as características culturais da região do Vale do Paraíba e destacar a importância das práticas responsáveis direcionadas à comunidade. Foram consideradas como possíveis contribuições desse estudo, além da conscientização e promoção dos aspectos sustentáveis e inclusivos, o estímulo à economia local e o fortalecimento da identidade regional. Como resultado, conclui-se que a aplicação do metodologia do design thinking associado às ferramentas de mapa de empatia, *storyboard*, *brainstorm* e esboços contribuíram para a prototipação do projeto logomarca “Vale Inclusivo”.

**Palavras-chave:** Cultura. *Design Thinking*. Inclusão Social. Sustentabilidade. Vale do Paraíba.

“VALUE INCLUSIVE” – A LOGO PROPOSAL FOR FOOD PACKAGING, WITH A SUSTAINABLE AND INCLUSIVE FOCUS, DESIGNED TO REPRESENT THE PARAÍBA VALLEY

### **Abstract**

*This work addresses the interconnection between sustainability and inclusion, analyzing the regional cultural context and Design strategies, seeking to promote environmental and social awareness in the community through a logo to be used on food packaging produced in the region. The theoretical basis of the study occurred through literary review and Design Thinking was the main guiding tool in the creation of the logo, which enabled an approach to each phase of development: understanding the scenario (empathy), specifying the problems encountered*

<sup>1</sup> Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-PUC-SP e docente no Programa de Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI no Centro Universitário Teresa D’Ávila-UNIFATEA. E-mail: adriano.sorbille@gmail.com

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI no Centro Universitário Teresa D’Ávila-UNIFATEA. E-mail: ghfbarbosa00@gmail.com

<sup>3</sup> Mestrando no Programa de Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI no Centro Universitário Teresa D’Ávila-UNIFATEA. E-mail: marcilio.fariasfilho@gmail.com

<sup>4</sup> Mestrado Profissional em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI no Centro Universitário Teresa D’Ávila-UNIFATEA. E-mail: nataliaramos.souza@gmail.com

*(definition), the solutions designed (ideation), the formalization of the solution considered most viable (prototyping) and the evaluation, in practice, of the implementation (validation). The result was the creation of the “Vale Inclusivo” logo, whose elements capture the cultural characteristics of Vale do Paraíba and its application is linked to the principles of sustainability and social inclusion. The purpose of implementing this logo, in addition to collaborating with the industrial scenario, is to highlight the cultural characteristics of the Vale do Paraíba region and highlight the importance of responsible practices aimed at the community. The contributions of this study were considered, in addition to raising awareness and promoting sustainable and inclusive aspects, to stimulate the local economy and strengthen regional identity. As a result, it is concluded that the application of the design thinking methodology associated with the empathy map, storyboard, brainstorm and sketching tools contributed to the prototyping of the “Valley Inclusive” logo project.*

**Keywords:** *Culture; Design Thinking. Social inclusion. Sustainability. Paraíba Valley.*

## INTRODUÇÃO

Na sociedade deste século XXI, o debate sobre a questão da sustentabilidade e da inclusão se tornaram fundamentais. Em um contexto sociocultural demarcado pela transformação tecnológica, a busca por ações que contribuam com o equilíbrio ambiental e com o convívio social de forma empática, dentro da diversidade, ganharam destaque por seu impacto direto na qualidade de vida e na construção de uma sociedade mais justa e equitativa.

Em um contexto de sustentabilidade, muitos aspectos relevantes surgem como, por exemplo, as mudanças climáticas, a escassez de recursos, a perda da biodiversidade, a desigualdade social, economias ainda não sustentáveis e todas as reponsabilidades globais que envolvem a consciência e ética de cada ser humano. Em resumo, a sustentabilidade é crucial para garantir que as gerações atuais e futuras tenham um planeta habitável, com recursos suficientes para prosperar.

Já no aspecto da inclusão social, muito se fala sobre a justiça e equidade, ou seja, assegurar a todos o direito às oportunidades e acesso a recursos, independentemente de sua origem étnica, gênero, orientação sexual, deficiências físicas ou cognitivas e status socioeconômico. Nessa temática, evidencia-se uma cidadania ativa na qual as relevâncias são para a promoção da diversidade, do enriquecimento cultural, bem como da saúde e bem-estar. Assim, a inclusão social não somente reconhece a dignidade de cada indivíduo como também promove a força e a resiliência de comunicades e nações.

Um dos pontos em comum entre a sustentabilidade e a inclusão social é que ambas abordam questões sociais e econômicas no intuito em moldar um futuro mais resiliente e equitativo para a humanidade. Entretanto, a conscientização sobre os aspectos da

responsabilidade ambiental e social, muitas vezes, apenas são vivenciadas em uma experiência quando há casos na empresa, indústria em que o indivíduo trabalha ou na família, ou seja, para alguns, que não vivenciam essas temáticas em suas rotinas pessoais ou profissionais, a conscientização se torna um pouco mais distante.

Dessa forma, a partir do cenário construído acima, apresentam-se neste trabalho seções que possibilitam contextualizar aspectos relacionados a essas temáticas. O resultado desse estudo foi a criação da logomarca “Vale Inclusivo” que capta as características culturais do Vale do Paraíba, incorporando os princípios de sustentabilidade e inclusão social. Foram consideradas como possíveis contribuições desse estudo, além da conscientização e promoção dos aspectos sustentáveis e inclusivos, o estímulo à economia local e o fortalecimento da identidade regional.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Revisão e literatura**

Para o desenvolvimento dessa pesquisa, realizou-se uma breve revisão sobre os conceitos relacionados aos temas do *Design Thinking* e do *Design Universal*, além de explorar e apresentar, de forma sintetizada, aspectos que contextualizam a inclusão social, a acessibilidade e as características principais da região do Vale do Paraíba. E, para fundamentar esse tema, utilizou-se de pesquisa literária, na qual se mencionam autores como, por exemplo, MACE (1998), BROWN (2010), AKABANE et. al (2020), LEE et. al. (2021).

### **2.2 O Design**

O *Design* é um processo de criação com foco na resolução de problemas, de forma organizada e sistemática, embora suas vertentes proporcionem criatividade, empatia e flexibilidade. Esse equilíbrio entre pensar nas necessidades do usuário e sistematizar uma solução para o problema encontrado pode ser realizado por meio de várias ferramentas do *Design* como, por exemplo, pelo *Design Thinking*.

Segundo Best (p. 12, 2012),

O *Design* é um processo de resolução de problemas centrado nas pessoas. Em sua forma verbal, o termo design tem o sentido de planejar, desenhar, criar, conceber. É um processo, uma prática e um modo de pensar. Como substantivo, possui forma e função: é o resultado do processo de *Design*.

Por se tratar de um processo, o *Design* pode ser aplicado e utilizado por diversas áreas

como, por exemplo, na saúde, no ambiente corporativo, na indústria, na engenharia, entre outras e sempre envolvendo a combinação de elementos visuais, ergonômicos, funcionais e conceituais para criar algo que seja atraente, eficiente e significativo para as pessoas.

Além disso, “o *design* preocupa-se com a forma pela qual as coisas são percebidas e sentidas e com o modo como funcionam e operam” (BEST, p. 40, 2012). Por isso, ele se torna flexível de forma a atender todos os aspectos do problema em questão para buscar a solução que mais se adequa ao usuário.

### 2.2.1 Ferramentas

Existem várias abordagens, métodos e ferramentas que são utilizados para solução de problemas, inovação e criação de produtos ou serviços centrados no usuário. O *Design Thinking* (DT) é uma abordagem sistemática.

Não se trata de uma proposta apenas centrada no ser humano; ela é profundamente humana pela própria natureza. O *Design Thinking* se baseia na capacidade de ser intuitivo, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional, nos expressar em mídia além de palavras ou símbolos (BROWN, 2010, p.4).

Dessa forma, pode-se dizer que o DT é uma abordagem que auxilia na compreensão dos problemas, de forma organizada, por fases, e que tem como objetivo resolver uma problemática ou otimizar um processo ou serviço, considerando as necessidades do usuário, sem deixar de lado o aspecto prático e funcional. É o equilíbrio entre o que se pode propor por meio de *Design* e a expectativa do usuário. Na Figura 1 estão representadas as cinco etapas do DT.



Embora cada etapa do DT represente uma descoberta e tenha seus próprios objetivos, uma se interliga à outra, pois o DT ocorre em um processo – desde a descoberta, a compreensão e o diagnóstico da situação inicial até suas projeções, análises, refinamento e desenvolvimento de uma ideia concreta (artefato) – que deve ser validada ao final para saber se realmente foi efetiva a solução.

Na primeira etapa, “empatia”, o objetivo é conhecer e compreender o contexto da situação e dos seus usuários; na segunda etapa, “definição”, tem início a organização desse contexto, ou seja, devem ser formalizados os pensamentos da primeira fase, descrita a situação, caracterizadas as necessidades dos usuários e delimitados os problemas encontrados; na terceira etapa, “ideação”, são pensadas as soluções para o problema (delimitado) – essa “geração de ideias” é muito inspiradora para o processo criativo – tão relacionado ao *Design*; na quarta etapa, “prototipação”, colocam-se as ideias em prática e formaliza-se a solução, que pode ser uma inovação, criação ou otimização de um produto/serviço; na última etapa, “validação”, coloca-se à prova o que foi desenvolvido no intuito em saber se realmente a solução proposta atende às necessidades do usuário e se é eficiente e eficaz.

A partir destas características, o *design thinking* ganha duas funções: 1. Expandir o conceito de *design* para solucionar os desafios enfrentados pelas empresas e pela humanidade; 2. Permitir que todo indivíduo encontre as melhores respostas para os problemas que enfrenta no dia a dia (BALDISSERA, 2021).

Portanto, no DT, assim como em outras abordagens do *Design*, apresentam-se características próprias, entretanto, alguns pontos são comuns: a empatia com o usuário, a geração de ideias criativas e o desenvolvimento de soluções centradas no usuário.

Vale ressaltar, também, que diversas vertentes surgem no *Design* afim de alinhar os propósitos e se constituírem de forma mais específica para contribuir com a resolução dos problemas. Existem, por exemplo, as vertentes do *Design* Universal, Inclusivo, Sustentável, Inovador, cada qual com suas ferramentas e princípios focados no contexto em que estão inseridas.

### **2.3 Design Universal e Inclusivo**

O *Design* Universal (DU) e o *Design* Inclusivo (DI) são abordagens essenciais para criar produtos, serviços e ambientes que sejam acessíveis e inclusivos para pessoas com diferentes habilidades, necessidades e características. Essas abordagens visam garantir a igualdade de oportunidades, também chamada de equidade<sup>5</sup>, permitindo que todos possam participar plenamente da sociedade, independentemente de suas capacidades físicas, sensoriais ou cognitivas.

---

<sup>5</sup> Consideração em relação ao direito de cada um independentemente da lei positiva, levando em conta o que se considera justo; 2. Integridade quanto ao proceder, opinar, julgar; equanimidade, igualdade, imparcialidade, justiça, retidão. 3. Disposição para reconhecer imparcialmente o direito de cada um (Dicionário Michaelis).



O termo "*Design Universal*" (DU) foi apresentado pelo arquiteto norte-americano Ronald Mace, em 1985, com o objetivo de criar produtos e ambientes que sejam acessíveis ao maior número possível de pessoas por meio de um projeto de *design* adequado. Em 1998, Ronald Mace colaborou com especialistas de diversas áreas, incluindo *design*, arquitetura e engenharia da Universidade do Estado da Carolina do Norte, nos Estados Unidos, para desenvolver o livro intitulado "The Design Universal File". (GOMES; QUARESMA, 2018)

Assim, o DU, também conhecido como *Design para Todos*, tem como objetivo principal projetar soluções que possam ser utilizadas pelo maior número possível de pessoas, sem a necessidade de adaptações posteriores. O foco dessa abordagem é antecipar e considerar as necessidades diversificadas dos usuários desde o início do processo de *design*, incorporando recursos flexíveis e adaptáveis.

Existem, no DU, 7 princípios que o caracterizam, representados na Figura 2.

**Figura 2 - Sete princípios do *Design Universal***



Fonte: CTA, 2019.

Os 7 princípios do DU são: igualdade, flexibilidade de uso, uso simples e intuitivo, percepção e informação, tolerância ao erro, pouco esforço físico e tamanho e espaço. (GOMES; QUARESMA, 2018). Esses princípios visam garantir que todas as pessoas possam utilizar e se beneficiar igualmente do produto, serviços ou ambiente projetado pelo *design*.

Já o DI, propõe reconhecer que uma única solução não atenderá a todas as necessidades. Ele busca criar produtos e serviços que possam ser personalizados e adaptados para atender às necessidades específicas de cada usuário e, por meio de seus princípios, também explora conceitos de equidade na projeção de produtos e/ou serviços, fundamentados no lema “projetar para todos”.

O conceito de *design* inclusivo (DI) se apropria da abordagem do DU e de seus conceitos para compor sua própria visão sobre o desenvolvimento no projeto de *design*. A abordagem do DI busca elaborar um processo de planejamento sistemático e, sobretudo, de fácil aplicação (LEE et. al., 2021., p. 26).

Importante ressaltar que tanto no DU quanto no DI, o princípio básico não está centrado em “incluir” e sim em “não excluir” e isso torna o processo ainda mais complexo. Segundo os conceitos dessas abordagens, quando pensamos em incluir, sistematicamente estamos excluindo algo que não foi pensado nessa inclusão. Enquanto, ao pensarmos em não excluir, todas as necessidades a serem supridas, independente do foco da inclusão, ficam conceituadas na projeção – seja de um ambiente, produto e/ou serviço.

Essas abordagens valorizam a diversidade humana, buscam eliminar barreiras e incentivam a criação de soluções que atendam às necessidades específicas das pessoas, construindo um ambiente mais igualitário, proporcionando a todos os indivíduos uma experiência enriquecedora, independentemente de suas habilidades ou características individuais.

## **2.4 Design Sustentável**

A sustentabilidade é um conceito aplicado à diversas áreas como, por exemplo, na saúde, na educação, na administração, na engenharia, entre outras. Em cada área, a sustentabilidade será aplicada com determinado foco, mas, em comum a todas, o conceito apresenta a preocupação com as gerações futuras, ou seja, desenvolver produtos, serviços e/ou criar ambientes que sejam sustentáveis, o que significa agir de forma consciente no presente para que as gerações futuras não sejam comprometidas econômica ou ambientalmente.

O *Design* abarca essa abordagem sustentável, intitulado-se “*Design* Sustentável” (DS), no qual seus princípios também envolvem a preocupação com as gerações futuras, especialmente ao projetar produtos, serviços ou promover ambientes sustentáveis por meio do *design*. Esse conceito visa diminuir o impacto ambiental durante todo o ciclo de vida de um produto ou serviço, resultando na redução de gastos com matérias-primas, energia e lixo. (MANZINI; VEZZOLI, 2005).

Segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Organizações das Nações Unidas (ONU), “Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, garantindo a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações”. Em outras palavras, pode-se dizer que é “o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro”. Por isso, ações de conscientização

ambiental, econômica e social são tão importantes para a sustentabilidade.

A sustentabilidade é mais frequentemente definida como atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas necessidades. Podemos pensar em três pilares principais: social, econômico e ambiental, que são informalmente referidos como pessoas, planeta e lucros (AKABANE et. al., 2020, p. 128).

Atualmente, muitas empresas e fábricas têm investido em suas questões de responsabilidade socioambiental, o que pode significar que os aspectos ligados à desperdícios, poluição, conservação do meio ambiente, preocupação com o futuro das embalagens e produtos, são temas vivos e que ganham o apoio da tecnologia.

O *design* tem funções que vão além do projeto, ele embute significado, valores e conceitos ao produto. O *design* sustentável pode ser um elemento sensibilizador para as necessidades ambientais, para as consequências que o modelo consumista tem causado para a natureza e um gatilho para a mudança de comportamento. Portanto, podemos entender que a sustentabilidade no *design* não pode ser apenas um rótulo, deve ser um modelo de educação ambiental para a sociedade, uma forma de preservar o meio ambiente e uma ferramenta para colaborar com a recuperação da natureza (FERRAZ, p. 17, 2017).

Considerando a complexidade dessa abordagem, faz-se importante ressaltar que o termo “sustentabilidade” vai além do cuidado com o meio ambiente, deve ser tratado como conceito cultural e transformador para as melhorias futuras do planeta e de seus habitantes.

## 2.5 Design Inovador

A inovação possui “[...] o significado atrelado à concepção de novas ideias, criatividade, implementação de melhorias ou ainda uma ruptura com práticas anteriores para implantação de mudanças” (DÓRIA et al., 2017 p. 291). A inovação pode ocorrer de quatro formas, sendo: de produto; de processo; de marketing e organizacional, conforme ilustra o Quadro 1 a seguir.

**Quadro 1 - Exemplos de inovação**

Tipos de inovação	Definição
Inovação de produto	Uma inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, <i>softwares</i> incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.
Inovação de processo	Uma inovação de processo é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou <i>softwares</i> .
Inovação de Marketing	Uma inovação de <i>marketing</i> é a implementação de um novo método de <i>marketing</i> com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.
Organizacional	Uma inovação organizacional é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.

Fonte: Adaptado do Manual de Oslo (2005, pp. 57-61).



Na década de 1970, Dieter Rams ficou fascinado pelos objetos que o cercavam, o que o levou a se dedicar ao *Design* de Produto. Esse interesse intenso o impulsionou a desenvolver uma abordagem mais sistemática para o *design*, enfocando principalmente na funcionalidade dos produtos. Tudo começou quando Rams se questionou: “*Is my design good design?*?”. A partir dessa indagação, ele elaborou 10 Princípios do Bom *Design*, que serão explorados nas Figuras 3 e 4 a seguir.

**Figura 3 - Princípios de Rams (de 1 a 5)**

Fonte: Elaborado a partir de Rams.



Fonte: elaborado a partir de Rams.

**Figura 4 - Princípios de Rams (de 6 a 10)**



Fonte: elaborado a partir de Rams.

A implementação dos 10 princípios de Dieter Rams nos processos de construção de produtos pode potencializar a experiência do usuário, proporcionando um produto que atenda às necessidades do cotidiano, eliminando o excesso e concentrando-se no essencial, ou seja, na funcionalidade. Nesse sentido, ao pensar em produtos inclusivos, como a proposta do presente estudo, explorar a aplicação dos princípios listados acima pode contribuir para a criação de produtos que sejam mais acessíveis para usuários com deficiência.

## 2.6 A região do Vale do Paraíba

O Vale do Paraíba, também chamado de região metropolitana Vale do Paraíba, está situado entre a Serra da Mantiqueira, ao norte, e a Serra do Mar, ao sul, e é composta por mais de 30 municípios, conforme apresenta a Figura 5.

**Figura 5** – Região do Vale do Paraíba e Litoral Norte



Fonte: EMTU, 2020.

Segundo o EMTU (2020), com uma população aproximada de 2,3 milhões de habitantes, 5,5% do total do Estado, a Nova Região Metropolitana está dividida em cinco áreas:

1. Caçapava, Igaratá, Jacareí, Jambuí, Monteiro Lobato, Paraibuna, Santa Branca e São

José dos Campos.

2. Campos do Jordão, Lagoinha, Natividade da Serra, Pindamonhangaba, Redenção da Serra, Santo Antônio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, São Luiz do Paraitinga, Taubaté e Tremembé.
3. Aparecida, Cachoeira Paulista, Canas, Cunha, Guaratinguetá, Lorena, Piquete, Potim e Roseira.
4. Arapeí, Areias, Bananal, Cruzeiro, Lavrinhas, Queluz, São José do Barreiro e Silveiras.
5. Caraguatatuba, Ilhabela, São Sebastião e Ubatuba.

Por apresentar essa composição de municípios em diferentes estados e localidades, a região do Vale do Paraíba tem uma economia diversificada, com destaque para a indústria, agricultura e serviços. É conhecida, também, por abrigar importantes indústrias, principalmente nas áreas de tecnologia, automobilística e aeroespacial. A cidade de São José dos Campos, por exemplo, é conhecida como o "Vale do Silício brasileiro", devido à presença de várias empresas de alta tecnologia e instituições de pesquisa.

Além do setor industrial, a região também é produtora de alimentos, destacando-se na produção de frutas, legumes, aves, ovos e leite. Há também uma forte presença de atividades agropecuárias, especialmente na criação de gado de corte e leiteiro.

O Vale do Paraíba tem uma rica história, com diversas cidades históricas e patrimônios culturais. Destacam-se cidades como São José dos Campos, Taubaté, Guaratinguetá e Lorena, que possuem belas construções coloniais e são berço de importantes eventos históricos do Brasil. Além disso, a região é conhecida por sua exuberante natureza, com belas paisagens, cachoeiras, trilhas ecológicas e parques naturais.

A Serra da Mantiqueira oferece opções de turismo de aventura, como trilhas, escaladas e esportes radicais. Alguns dos principais pontos turísticos e aspectos culturais e gastronômicos serão apresentados nos capítulos posteriores.

### **2.6.1 Pontos turísticos**

O Vale do Paraíba oferece uma variedade de pontos turísticos:

- Museu do Folclore de São José dos Campos: Um museu dedicado à preservação e exibição de manifestações culturais e folclóricas brasileiras, localizado em São José dos Campos.
- Basílica de Nossa Senhora Aparecida: O maior santuário mariano do Brasil e um dos maiores do mundo, localizado na cidade de Aparecida.

- Parque Nacional da Serra da Bocaina: Um parque nacional que abrange áreas dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, oferecendo trilhas, cachoeiras e belas paisagens.
- Centro Histórico de Paraty: Uma charmosa cidade histórica no estado do Rio de Janeiro, famosa por suas ruas de pedra, casarões coloniais e festivais culturais.
- Museu Histórico Nacional do Exército: Localizado na cidade de Resende, esse museu exibe uma coleção de artefatos e informações relacionadas à história militar brasileira.
- Museu de Arte Sacra de Taubaté: Um museu dedicado à arte sacra, com uma coleção de peças religiosas, pinturas e esculturas, localizado em Taubaté.
- Parque do Itaim: Um parque natural localizado em Taubaté, com trilhas, cachoeiras e uma rica fauna e flora.
- Museu Monteiro Lobato: Localizado em Taubaté, esse museu é dedicado ao famoso escritor brasileiro Monteiro Lobato, autor das histórias do "Sítio do Picapau Amarelo".
- Parque da Cidade: Um grande parque localizado em São José dos Campos, com áreas verdes, trilhas, lagos e espaços para atividades esportivas.
- Centro Cultural Clemente Gomes: Localizado em Jacareí, esse centro cultural abriga exposições, apresentações teatrais e musicais, além de contar com um acervo histórico da região.

Esses são apenas alguns exemplos dos pontos turísticos que podem ser encontrados no Vale do Paraíba. A região oferece uma variedade de atrações culturais, históricas e naturais para os visitantes explorarem. Além disso, geograficamente, o Vale é composto de muitas cachoeiras, trilhas, e outros entretenimentos que apresentam o ecoturismo, com grande diversidade de áreas naturais preservadas, como parques, cachoeiras, trilhas e reservas ecológicas, nas quais é possível contemplar e explorar a fauna e a flora da região, conforme alguns exemplos a seguir.

- Cachoeira dos Amores (São José dos Campos): Localizada no distrito de São Francisco Xavier, a Cachoeira dos Amores é uma das atrações mais visitadas do Vale do Paraíba. Possui uma queda d'água encantadora e é cercada por uma bela paisagem.
- Cachoeira do Roncador (Pindamonhangaba): Situada na área rural de Pindamonhangaba, a Cachoeira do Roncador é uma opção para os aventureiros. Possui uma queda d'água imponente e é cercada por vegetação exuberante.
- Cachoeira dos Pretos (Joanópolis): Embora fique na divisa com o estado de Minas Gerais, a Cachoeira dos Pretos é um destino popular para os moradores do Vale do Paraíba. Com uma altura de cerca de 154 metros, é uma das maiores cachoeiras do



estado de São Paulo.

- Cachoeira do Lageado (Santo Antônio do Pinhal): Localizada em Santo Antônio do Pinhal, a Cachoeira do Lageado é uma bela queda d'água que forma uma piscina natural, ideal para um mergulho refrescante.
- Cachoeira do Bananal (São Luiz do Paraitinga): Situada no município de São Luiz do Paraitinga, a Cachoeira do Bananal oferece uma paisagem exuberante e uma queda d'água que forma uma piscina natural convidativa.
- Cachoeira Grande (Ubatuba): Embora Ubatuba não esteja estritamente localizada no Vale do Paraíba, é uma cidade litorânea próxima e que abriga belas cachoeiras. A Cachoeira Grande é uma das mais famosas, com uma queda d'água impressionante em meio à Mata Atlântica.

Muitos destes locais possuem acesso gratuito e/ou fornecem guias para acompanhamento das trilhas, o que torna o Vale ainda mais atrativo. Além da localização geográfica, uma vez que o Vale do Paraíba está situado entre a Serra da Mantiqueira e a Serra do Mar, proporcionando uma paisagem deslumbrante com montanhas, vales e uma rica diversidade de flora e fauna, a proximidade com a cidade de São Paulo e o litoral norte do estado de São Paulo é um ponto positivo que pode atrair pessoas que desejam explorar diferentes áreas.

Os patrimônios históricos e culturais também são outro ponto forte do Vale, pois a região abriga diversas cidades históricas, como São José dos Campos, Taubaté, Guaratinguetá e Lorena, que preservam a arquitetura colonial e possuem um rico patrimônio cultural. Há museus, igrejas antigas, casarões e eventos culturais que contam a história e a tradição da região.

### **2.6.2 Cultura e Gastronomia**

Acontecem, por todo o ano e em diversos municípios do Vale do Paraíba, eventos culturais, gastronômicos e festivais, pois a região apresenta uma agenda cultural movimentada, com festivais de música, teatro, dança e artes visuais. Além disso, celebrações religiosas como a Festa de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida, atraem milhares de fiéis e turistas.

Do ponto de vista cultural, a região é um caldeirão de influências históricas, artísticas e religiosas, que se refletem em sua arquitetura, tradições, eventos e nas manifestações culturais locais como, por exemplo, as próprias cidades históricas, o folclore, a literatura e seus escritores, e os festivais musicais.

A Figura 6 demonstra uma celebração folclórica regional, na qual faz parte das histórias

tradicionais da região o personagem saci-pererê, realizada na cidade de São José dos Campos.

**Figura 6** – Celebração do folclore regional



Fonte: Portal G1 (2022).

Essa típica celebração folclórica é representada anualmente como um festival, no qual bandas se apresentam e há a interação do público e de turistas que aproveitam o festival para conhecer pratos e músicas típicas da região. A Figura 7 apresenta uma celebração chamada Congada, uma tradição religiosa da região do Vale do Paraíba.

**Figura 7** – Apresentação da Congada



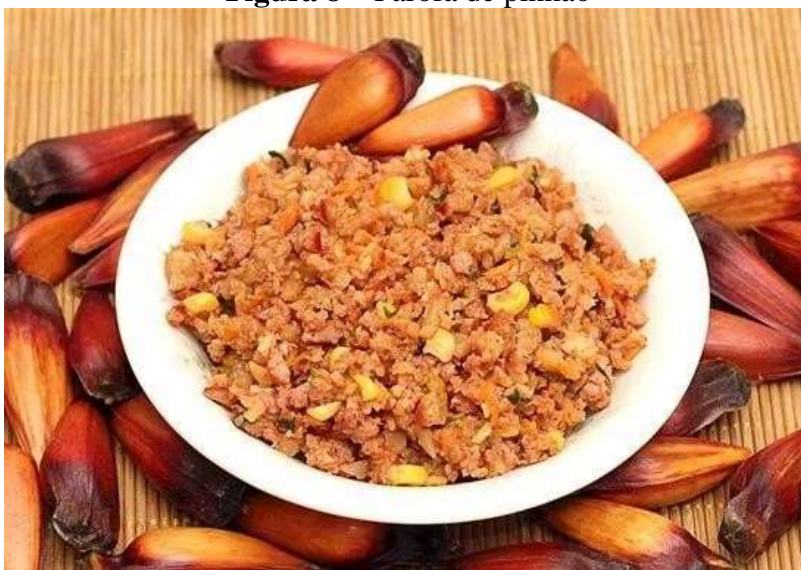
Fonte: Portal G1 (2022).

A Congada é celebrada em datas religiosas específicas e em muitos municípios da região está relacionada a um santo. Nesta Figura 5, a Congada ocorre na cidade de Atibaia. Do ponto de vista gastronômico, o Vale do Paraíba possui aspectos ricos e diversificados, que refletem as influências culturais da região como, por exemplo:

- **Culinária Caipira:** A região é conhecida por sua culinária caipira, que valoriza ingredientes simples e receitas tradicionais. Pratos como o frango com quiabo, o tutu de feijão, a canjiquinha e a paçoca de carne são exemplos da comida caipira que você pode encontrar no Vale do Paraíba.
- **Doces e Quitutes:** O Vale do Paraíba é famoso por seus doces e quitutes deliciosos. O doce de leite em suas diferentes variações, como a rapadura e a ambrosia, é muito apreciado na região. Outros quitutes tradicionais incluem a broa de milho, o pé de moleque, a bananinha e o bolo de fubá.
- **Café:** O Vale do Paraíba tem uma tradição histórica na produção de café. A região abrigou fazendas cafeeiras no passado, e a bebida é um dos símbolos da cultura local. Muitos cafés e empórios oferecem uma experiência de degustação de café, onde é possível saborear diferentes blends e aprender sobre o processo de produção.
- **Comida de Boteco:** Assim como em muitas regiões do Brasil, os botecos são populares no Vale do Paraíba. Os petiscos de boteco, como a mandioca frita, a linguiça, os pastéis e as porções de carne são apreciados acompanhados de uma cerveja gelada ou uma cachaça.
- **Peixes e Frutos do Mar:** Devido à sua proximidade com o litoral, o Vale do Paraíba também oferece uma variedade de pratos à base de peixes e frutos do mar.

As Figuras 8 e 9 apresentam pratos típicos da região, oferecidos nos municípios de Cunha e Caraguatatuba, respectivamente, em seus festivais do pinhão e do mexilhão.

**Figura 8** – Farofa de pinhão



Fonte: RURAL (2019).

**Figura 9** – Marisco lambe-lambe





Fonte: CARAGUÁ (2022).

Destaca-se, também, além dos festivais gastronômicos, alguns alimentos que são característicos do Vale do Paraíba e sempre estão presentes, de diversas formas, no dia a dia do valeparaibano, que é o caso do café. O café é apresentado nesta região como uma iguaria e comercializado de diversas formas, considerando o tipo de grão, plantio e condições climáticas de cada município.

### **3 METODOLOGIA**

Apresenta-se neste capítulo como ocorreu o desenvolvimento da pesquisa: Existem três etapas principais no processo: identificação da oportunidade do projeto, especificação e desenvolvimento do conceito. Na primeira fase, será conduzida uma pesquisa exploratória e bibliográfica para identificar as necessidades e oportunidades relacionadas a inclusão e sustentabilidade que represente a região do Vale do Paraíba. Na segunda etapa, ocorrerá a especificação do projeto, que engloba a definição dos requisitos técnicos, estéticos e funcionais do produto, bem como a análise das restrições e oportunidades de *design*. Por fim, na terceira etapa, será realizado o projeto conceitual, envolvendo a criação de uma solução inicial para o produto.

Além da abordagem de *design*, será empregada a metodologia científica para conduzir pesquisas exploratórias, bibliográficas, descritivas e qualitativas. A pesquisa exploratória visa identificar as principais necessidades e desafios enfrentados por pessoas com deficiência. A pesquisa descritiva será empregada para coletar dados quantitativos sobre as necessidades e características dessas pessoas, que serão utilizados na especificação do projeto. A pesquisa qualitativa será conduzida para obter informações subjetivas sobre as necessidades, desafios e



expectativas dos usuários, sendo consideradas no desenvolvimento do projeto conceitual.

Ao integrar a metodologia de *design* com a metodologia científica, a expectativa é que esse trabalho contribua para promover o *design* inclusivo, proporcionando uma solução eficaz e atraente para pessoas com deficiência.

### 3.1 Organização

A pesquisa consistiu em analisar as principais características do Vale do Paraíba e desenvolver um protótipo que representasse essa região. Inicialmente, foi organizada em 03 momentos:

- 1º momento: Início da pesquisa sobre as características do Vale do Paraíba e aspectos relacionados à sustentabilidade e inclusão social, na região;
- 2º momento: Refinação das principais ideias;
- 3º momento: Utilização do *Design Thinking* para organização das ideias em etapas, até que se chegasse ao protótipo final.

Em um primeiro momento, por meio do *brainstorm*<sup>6</sup>, foram projetadas ideias que representassem e colaborasse para a melhoria do Vale do Paraíba. Algumas ideias lançadas inicialmente foram a instalação de postos de energia elétrica nas vias que interligam os municípios que compõem a região do Vale do Paraíba; revitalização das estações de trem dos municípios que compõem a região do Vale do Paraíba; exposição de fotos, em formato itinerante, dos principais pontos turísticos da região do Vale do Paraíba; formação específica para guias turísticos quanto às práticas pedagógicas inclusivas para atendimento de deficientes visuais; atualização e adaptabilidade dos acessos nos pontos turísticos da região do Vale do Paraíba para deficientes visuais, para promover o turismo inclusivo; e comércio de produtos regionais (artesanais e gastronômicos) para divulgação da região do Vale do Paraíba, com embalagens sustentáveis e inclusivas.

O protótipo foi desenvolvido com base na integração das ideias apresentadas, que se resumiu em interligar questões culturais, de sustentabilidade e inovação, relacionadas à região do Vale do Paraíba.

### 3.2 Objetivo geral e específicos

Esse estudo tem como objetivo geral divulgar as principais características do Vale do

---

<sup>6</sup> Brainstorming ou “tempestade de ideias” é uma técnica para explorar o potencial de ideias de um grupo de maneira criativa e com baixo risco de atitudes inibidoras (LIMA, p. 01, 2011)

Paraíba a níveis nacional e internacional, por meio da logomarca “Vale Inclusivo”, destinada à embalagens sustentáveis e inclusivas de produtos alimentícios da região. E, quanto aos objetivos específicos, almeja-se: (1) Destacar os aspectos geográficos, culturais e gastronômicos do Vale do Paraíba; (2) Incentivar o turismo na região; (3) Promover a conscientização dos aspectos de sustentabilidade e de inclusão social; e, (4) Fortalecer a economia local.

### 3.3 Aplicabilidade do DT

A pesquisa consistiu em analisar as principais características do Vale do Paraíba e desenvolver um protótipo que representasse essa região. Para o norteamento, utilizou-se da metodologia revisão literária e da abordagem *Design Thinking* (DT), aplicando-as ao desenvolvimento do protótipo, considerando – especialmente - os aspectos cultural, gastronômico e de acessibilidade da região. Para detalhar o desenvolvimento do trabalho por meio do processo do DT, apresenta-se o Quadro 2, com as etapas do DT relacionadas ao desenvolvimento do protótipo e às ferramentas utilizadas em cada etapa.

**Quadro 2 – Fases do DT e o desenvolvimento do protótipo**

Etapa do DT	Aplicação na atividade	Sugestão de ferramenta/método
<b>Empatia</b>	Observar os cenários geográfico, cultural, ambiental, gastronômico, comercial, industrial, entre outros, da região do Vale do Paraíba e a interação de seus habitantes sobre esses contextos.	<u>Pesquisa e observação</u> : levantamento de dados e informações do IBGE para compreensão geográfica e cultural do Vale; e observação das vias (digitais ou não) pelas quais a região é divulgada para análise de como isso ocorre em relação à interação do público.
<b>Definição</b>	Definido que há uma necessidade em produzir embalagens sustentáveis que possam ajudar na divulgação da região do Vale do Paraíba e que seja inclusiva, inicialmente, para os deficientes visuais.	<u>Crítérios norteadores</u> - diretrizes que devem ser específicas do problema encontrado e lembradas durante o desenvolvimento do protótipo, mantendo o foco e a organização das tarefas da equipe.
<b>Ideação</b>	Para solucionar o problema encontrado (embalagem que não supre a necessidade de um deficiente visual), sugeriu-se a criação de uma marca de embalagens sustentáveis e inclusivas para atender a todos.	<u>Brainstorming e cardápio de ideias</u> – processo criativo para produção de ideias e refinamento da criação principal, sintetizando as principais características para uma solução que seja pensada para o usuário.
<b>Prototipação</b>	Criação da logomarca “Vale Inclusivo” para embalagem sustentável e inclusiva de produtos alimentícios da região. Análise de proporção, produto, material, investimentos e comercialização.	<u>Storyboard</u> – representação visual de uma história em que o contexto representa o problema encontrado e a solução viabilizada, por meio de quadros estáticos.
<b>Validação</b>	Disponibilizar a embalagem, em sua 1ª versão, para pó de café: – apresentando o café como produto gastronômico do Vale, em embalagem sustentável, com estampa interativa (QR CODE) e inclusiva (braile), na inauguração da revitalização da estação de trem do município de Lorena-SP.	<u>Produto Viável Mínimo</u> : Uma versão simplificada de um produto, serviço ou funcionalidade que busca validar a proposta de valor no mercado.

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Destaca-se no procedimento do DT a etapa de prototipação, na qual foi elaborado um Storyboard para expor a situação do problema e como ele pode ser solucionado por meio do *Design*, apresentado na Figura 10.

**Figura 10** – Storyboard Vale Inclusivo



Fonte: CANVA (2023).

O objetivo principal do Storyboard foi representar, de forma simples e direta, uma experiência do cotidiano que pode ser vivenciada por um deficiente visual que, ao sentir o cheiro do café, interessa-se pelo produto e resolve adquiri-lo. O destaque fica por conta de que ao adquirir o produto, o mesmo possui embalagem inclusiva, o que conforta o cliente e o faz se sentir acolhido, uma vez que o produto também o inclui – por meio do braile. O mesmo ocorre aos deficientes auditivos, que poderão contemplar legenda escrita ao acessar o QRCode que virá impresso junto à logomarca. Essa proposta de que a logomarca venha sempre acompanhada de um QRCode, possibilita a interação de diversos públicos, considerando a diversidade dos conteúdos, linguagens simples e de fácil entendimento, além de recursos visuais e sonoros. O link redirecionará para uma curiosidade da região, seja cultural, geográfica ou gastronômica, divulgando pontos turísticos, alimentos e bebidas tradicionais da região e aspectos da cultura como música, prosa e poesia. Espera-se que ao se identificar com o produto, o cliente crie um vínculo de compra e recomendação. Para que seja inclusiva, as informações de acesso virão também em braile, possibilitando ao público deficiente visual também participar dessa interação, além das informações, no link, também constarem de legenda sonora e – para

deficientes auditivos – a legenda escrita.

### 3.3.1 Especificações do artefato - Embalagem

Em uma melhoria deste trabalho, pretende-se aprofundar algumas questões como, por exemplo, formato da embalagem, composição do material, cores e como será a produção e comercialização, bem como explorar as características que tornam a embalagem sustentável e inclusiva.

A princípio, acredita-se que uma embalagem de pó de café inclusiva deve ser projetada levando em consideração as necessidades e os desafios enfrentados por pessoas com diferentes habilidades e condições físicas. No caso específico deste trabalho, pesquisou-se conceitos com foco na deficiência visual. Assim, algo importante e fundamental a constar na embalagem são os rótulos em Braille, pois a inclusão de informações em Braille no rótulo da embalagem permite que pessoas com deficiência visual identifiquem o conteúdo e outras informações relevantes – como, por exemplo, curiosidades acerca da região do Vale do Paraíba.

Entretanto, existem muitas questões que precisam ser exploradas para que a embalagem seja, de fato, inclusiva, como:

- Fácil abertura: A embalagem deve ser projetada para permitir uma abertura fácil e acessível. Isso pode incluir a incorporação de abas de fácil aderência, zíperes de fácil manuseio ou mesmo uma tampa de rosca que pode ser facilmente girada;
- Texturas táteis: A embalagem pode incluir texturas táteis ou relevos que ajudem as pessoas com deficiência visual a identificar a embalagem e diferenciá-la de outras embalagens. Por exemplo, pode haver uma textura em relevo que represente uma xícara de café;
- Contraste de cores: É importante garantir que haja um bom contraste entre as cores da embalagem, o rótulo e as informações escritas. Isso ajuda pessoas com deficiência visual ou daltonismo a identificar e ler as informações com mais facilidade.
- Tamanho e formato adequados: A embalagem deve ter um tamanho e formato que permitam um manuseio fácil para pessoas com diferentes tamanhos de mãos, incluindo aquelas com habilidades motoras limitadas. Pode ser útil ter uma forma ergonômica que se adapte confortavelmente à mão.
- Instruções claras e acessíveis: As instruções de uso na embalagem devem ser claras, simples e de fácil compreensão. Elas podem ser apresentadas em texto legível e em formatos de fácil leitura, como fontes grandes e de alto contraste.



- Informações em formatos alternativos: Além do Braille, fornecer informações adicionais em formatos alternativos, como áudio ou QR codes que levam a instruções de uso em vídeo, pode ajudar pessoas com deficiência visual a entender melhor como abrir a embalagem e preparar o café.
- Acessibilidade em armazenamento: A embalagem deve ser projetada para ser facilmente armazenada. Ela pode ter um formato que permita o empilhamento seguro e eficiente, ocupando menos espaço na prateleira.

### 3.3.2 Especificações do artefato - Logomarca

A Figura 11 apresenta a logomarca “Vale Inclusivo” junto ao slogan “Embalagens sustentáveis e inclusivas do Vale do Paraíba”.

**Figura 11** – Logomarca



Fonte: CANVA (2023).

A logomarca "Vale Inclusivo" foi projetada para transmitir uma sensação de simplicidade e harmonia relacionada à região do Vale do Paraíba. A escolha da cor terra cota para a casa sugere uma conexão com a terra e uma abordagem acolhedora. A montanha verde escuro representa a natureza exuberante da região, enquanto os ramos verdes adicionam um toque de vitalidade e crescimento. Em conjunto, esses elementos visuais sugerem uma abordagem inclusiva e sustentável, enraizada na simplicidade e na natureza.

Outro aspecto importante da logomarca, além das cores, são os seus elementos visuais, impressos também em braile, que destacam os seguintes aspectos:

- Casa Sustentável: Destaca a ideia de uma casa sustentável, incorporando elementos

ecológicos, da natureza, para simbolizar o compromisso com práticas de apoio e conscientização ao meio ambiente.

- Ramos de Inclusão: Representando os ramos verdes como símbolos de inclusão, sugerindo a diversidade de pessoas na comunidade. Cada ramo pode simbolizar diferentes grupos ou indivíduos unidos.
- Compromisso com a Sustentabilidade e a Inclusão: Reforçada pelo slogan da logomarca.

## CONCLUSÕES

A concepção da logomarca representa o ponto de partida inicial para o desenvolvimento de protótipos e a implementação em produtos regionais. Itens como café, leite, iguarias típicas locais, como doces, e bebidas tradicionais da região serão empregados na elaboração de embalagens e materiais publicitários. Espera-se com a comercialização da embalagem com a logomarca “Vale Inclusive”, que os produtos regionais possam ser divulgados, bem como as características do Vale, por meio de informações relevantes e curiosidades da região, em QRCode, na embalagem, e que seu material possa colaborar com dois aspectos relevantes à sociedade atual: a sustentabilidade e a inclusão.

Assim, de acordo com o conceito da marca, as embalagens podem desempenhar um papel importante na redução do impacto ambiental e na promoção da diversidade e inclusão social, pois ao adotar esses conceitos, ganha destaque a preocupação com as questões sociais e ambientais e há um reconhecimento sobre a diversidade e a inclusão, que pode gerar identificação e empatia entre os usuários. A princípio, pensou-se em deficientes visuais e o como essa embalagem pode ser inclusiva para esse público. Entretanto, sabe-se que a verdade inclusão está em não excluir nenhum público, portanto, outras formas de melhorias e adaptações da embalagem devem ser estudadas para que todos os públicos (deficientes ou não, independentes de quaisquer diferenças/classes sociais) possam se sentir acolhidos ao adquirir o produto.

Sobre a identidade regional, destaca-se a representatividade do Vale do Paraíba nas embalagens, o que pode ajudar a promover os valores e a cultura locais, além de fortalecer a identidade regional, atrair consumidores que valorizam produtos locais e apoiar a economia local.

Contudo, em um planejamento empreendedor, faz-se importante considerar a viabilidade e a eficácia da logomarca dessas embalagens sustentáveis, bem como a aceitação

do mercado e dos consumidores.

## REFERÊNCIAS

AKABANE, Getúlio K.; POZO, Hamilton. **Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade - Histórico, Conceitos E Aplicações**: Editora Saraiva, 2020. E-book. ISBN 9788536532646.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão de design**: Grupo A, 2012.

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

CANVA. **Modelos de Storyboard**. Disponível em:  
<<https://www.canva.com/templates/?query=storybook>>. Acesso em: 17 jun. 2023.

CTA. Centro Tecnológico de Acessibilidade. **Desenho Universal aplicado à Acessibilidade**, 2019. Instituto Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em:  
<<https://cta.ifrs.edu.br/desenho-universal-aplicado-a-web-com-foco-na-acessibilidade/>>. Acesso em: 16 jun. 2023.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum** Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas, 1988.

DESIGN MUSEUM. **What is Good Design?** A Quick Look at Dieter Rams' Ten Principles. Disponível em: <https://designmuseum.org/discover-design/all-stories/what-is-good-design-a-quick-look-at-dieter-rams-ten-principles>. Acesso em: 16 jun. 2023.

DÓRIA, Adriana Sodré et al. **Inovação no setor público: uma instituição pública de ensino sob a ótica dos servidores e colaboradores**. 2017.

Ferraz, Iara Lima. **Design Sustentável**, 2017, 184 p. Londrina-PR: Editora e Distribuidora Educacional S.A

G1. Vale do Paraíba e Região. **Dia do Folclore**: conheça tradicionais histórias no Vale do Paraíba, 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2022/08/22/dia-do-folclore-conheca-tradicionais-historias-no-vale-do-paraiba.ghtml>>. Acesso em: 16 jun. 2023.

GOMES, Danila; QUARESMA, Manuela. **Introdução ao Design Inclusivo**. Curitiba: ed. Apris LTDA, 2018.

LEE, Y.; CASSIM, J. **How the inclusive design process enables social inclusion**. Disponível em: . Acesso em: 10 nov. 2010.

LIMA, Heuber Gustavo Frazao. **Brainstorming**. Disponível em: <<http://heuberlima.files.wordpress.com/2011/08/senai-requisitos-aula3-brainstorming.pdf>>.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. Tradução de Astrid de Carvalho. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

OCDE; FINEP. Manual de Oslo: **diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3 ed., 2005. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf> Acesso em: 15 jun. 2023.

SYMPLA, Curso Online: **Design Thinking**, 2022. Disponível em <https://www.sympla.com.br/evento/design-thinking-na-pratica/752264>. Acesso em: 05 mai. 2023.

UX Collective. **Dieter Rams and Ten Principles for Good Design**. Disponível em: <https://uxdesign.cc/dieter-rams-and-ten-principles-for-good-design-61cc32bcd6e6>. Acesso em: 16 jun. 2023.