



HORTAS COMUNITÁRIAS DE CAXIAS DO SUL: OPORTUNIDADE DE RESSIGNIFICAÇÃO PELO DESIGN GRÁFICO

Maria Luisa da Rocha de Rezende^a, Gislaine Sacchet^b, Gabriel Bergmann Borges Vieira^c

^aGraduanda em Design; Faculdade da Serra Gaúcha (FSG); maria.rrezende@gmail.com

^bMestre em Comunicação e Semiótica; PUC-SP; gislaine.sacchet@fsg.br

^cMestre em Design; UNISINOS; gabriel.vieira@fsg.br

Informações de Submissão

Autor Correspondente Maria Luisa da Rocha de Rezende, endereço: Rua Dr. Montaury, 1355 - Caxias do Sul - RS - CEP: 95020-190

Palavras-chave:

Design Social. Hortas Comunitárias. Design Gráfico Ambiental. Identidade Visual.

Resumo

O design social é uma prática voltada às necessidades sociais onde há interesse na melhoria da qualidade de vida e inclusão social, abordando causas ambientais. O design gráfico, articula imagens, textos, em diversos suportes e situações, sendo elemento essencial de promoção de causas, inclusive sociais. Este projeto teve como objetivo ressignificar o ambiente do Projeto Social Hortas Comunitárias de Caxias do Sul por meio do design gráfico bem como identificar propostas de melhoria em design para o bem estar dos beneficiados e promoção do projeto para a população. O método abordado trata-se de uma pesquisa exploratória, com levantamentos bibliográficos, documentais, fotográficos e de observação. O processo de design ocorreu por meio da aplicação de ferramentas propostas por Bonsiepe (1989), Lupton (2013), Wheeler (2012) e Peón (2009). Como resultado, o desenvolvimento de um sistema de identidade visual pode definir um novo olhar, tanto interno das equipes de trabalho como externo dos visitantes sobre o projeto, valorizando os envolvidos. Em relação ao ambiente, a elaboração de uma ressignificação pela proposta do design gráfico ambiental possibilita um sentimento de pertencimento e de reconhecimento pelo seu espaço de trabalho e produção.

1 INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas na sociedade pós-moderna e industrial proporcionaram a área do design uma nova vertente que se difere da lógica voltada à produção (KRUCKEN, 2009). O design social, atividade com início em 1972, é a prática voltada às pessoas e suas necessidades sociais buscando a ação onde há interesse para a melhoria da qualidade de vida e inclusão social, podendo também abordar causas ambientais (MARGOLIN e MARGOLIN, 2004 e PAZMINO, 2007). O mesmo é caracterizado por ser socialmente benéfico e

economicamente viável através de métodos direcionados, práticos, de pequena escala e baixo custo (PAPANÉK, 1995 e FORNASIER, MARTINS e MERINO, 2012).

Design gráfico, por sua vez, é a natureza de projetos de linguagem visual com articulação de imagens, textos, em diversos suportes e situações, apresentando três funções básicas: identificar, informar e promover e, neste contexto, mostra-se como um elemento essencial de promoção de causas, inclusive sociais (ADG, 2012; HOLLIS, 2000).

A vulnerabilidade social está cada vez mais presente no mundo e, segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2014), uma forma de minimizar as ações deste problema é a prática de serviços sociais básicos e políticas de proteção social. O objetivo da proposta é ressignificar o ambiente do Projeto Social Hortas Comunitárias de Caxias do Sul por meio do Design Gráfico. Visando compreender o projeto no cenário municipal, o presente artigo tem como objetivos específicos verificar o contexto das Hortas Comunitárias na cidade de Caxias do Sul e propor soluções de melhorias por meio do Design Gráfico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Design Social

Com o discurso de que o designer é um contribuidor social, surge em 1972, por meio de Victor Papanek, um novo conceito de design desvinculado do mercado e voltado às pessoas e necessidades sociais (PAPANÉK, 1995 e MARGOLIN e MARGOLIN, 2004). A nova prática propõe a concepção de produtos que se relacionem na sociedade atendendo suas necessidades culturais, sociais, ambientais e econômicas (PAZMINO, 2007). As duas grandes características de um design social são que o mesmo deve ser socialmente benéfico e economicamente viável, sempre priorizando a essência social de contribuição às pessoas menos favorecidas que carecem de necessidades básicas (PAZMINO, 2007 e FORNASIER, MARTINS e MERINO, 2012).

Atualmente, o design social é uma opção de investimento para empresas que buscam a simpatia e credibilidade social, alcançando uma imagem positiva. Em um contexto ativo, são cinco os tipos de ação de design social, sendo elas de inserção social, manipulação pela imagem, repercussão social não intencional, projetos sociais intencionais e projetos voltados ao meio ambiente (FORNASIER, MARTINS e MERINO, 2012):

Para a realização de um projeto de design social, diretrizes de concepção diferem do modo formal, onde as preocupações são mais abrangentes:

Quadro 01: Design social x Design formal

DESIGN SOCIAL	DESIGN FORMAL
Pequena escala de produção	Grande escala de produção
Mercado: Local	Mercado: Local e Global
Tecnologia adequada	Alta tecnologia
Orientado a população de baixa renda, excluídos, idosos e deficientes	Orientado ao mercado
Maximiza a função prática	Maximiza a função simbólica
Baixo custo	Custo médio e alto
Inclusão social	Satisfazer necessidades emocionais

Fonte: Adaptado pela autora de PAZMINO (2007, p. 4)

2.2 Design Gráfico

Na dificuldade de significar o termo design, Heskett (2008, p. 9) o classifica como “uma das características básicas do que significa ser humano e um elemento determinante da qualidade de vida das pessoas”. Design, com origem do latim “designare”, caracteriza-se como a ciência da determinação por meio da diferenciação progressiva de “forma geral e abstrata” (BÜRDEK, 2006, p. 13). Tendo uma de suas linhas de formação gráfica, segundo Associação dos Designers Gráficos (ADG, 2012), design gráfico é a natureza de projetos de linguagem visual com articulação de imagens, textos, em diversos suportes e situações.

O teórico Hollis (2000) aborda como as três funções básicas das produções gráficas: identificar, informar e promover algo. Essas três premissas são aparentes e fundamentais nos diversos campos de atuação da área, sendo eles divididos em: identidade corporativa (identidade visual), publicações institucionais, embalagem, material promocional, design ambiental, design editorial e mídia eletrônica, como traz a ADG Brasil (2003).

a) Identidade Visual

Identidade visual, identidade corporativa, ou simplesmente identidade da marca é a representação visual tangível do contexto e essência de uma marca intangível proporcionando a identificação da mesma (ADG BRASIL, 2003, WHEELER, 2012, PEÓN, 2009). Peón (2009) pontua que ela é um dos principais fatores que transmitem a imagem da marca, ou

seja, a percepção da instituição pelo seu cliente/consumidor/beneficiado, que abrange outros quesitos como tipo de produto, atendimento e serviços.

A identidade visual pode vir apresentada em um sistema, programa ou manual, onde são normatizados os conceitos de aparência e sentido abrangendo a concepção, logotipo, cor, tipografia, grafismos e aplicações da marca. Isso proporciona a identificação da mesma tendo em vista a necessidade de diferenciação das demais através das aplicações nos diversos meios de propagação e pontos de contato (PEÓN, 2009, ADG BRASIL, 2003 e WHEELER, 2012) sendo eles (figura 1):



Figura 01: Pontos de contato da marca
Fonte: Wheeler (2012, p. 13)

A identidade visual de uma marca torna-se efetiva quando a linguagem apresentada nos diferentes materiais é congruente e orientada para o alcance dos objetivos de cada ponto de contato da marca, tanto em itens impressos, em meio eletrônico ou aplicados ao espaço – como o design gráfico ambiental.

b) Design gráfico ambiental

Como citado por Hollis (2000), uma das três funções do design gráfico é a transmissão de informações, feita através da linguagem, imagem ou símbolos podendo ser realizada por

diversos pontos de contato, como os ambientes construídos (SCHERER, 2014). Mediante tal fato e com a inter-relação iniciada no século XX das disciplinas interferentes no espaço, ocorreu posteriormente a fusão da arquitetura e design originando o design gráfico ambiental. Neste contexto, a arquitetura atuou com a concepção do espaço e o design como articulador da informação visando a interação do ser humano com o ambiente (SCHERER, 2014).

O design gráfico ambiental, ou *environmental graphic design* em inglês, é organizado em três grandes esferas, sendo elas: i) sinalização ou *wayfinding*, ii) interpretação e iii) *placemaking* (CALORI, 2007). A sinalização, ou *wayfinding* é muito ligada a orientação e direcionamento do indivíduo no espaço. Considerada responsável pela transmissão de informações de forma dinâmica a fim de solucionar problemas de mobilidade, podendo essas organizarem-se em sistemas de identificação, informação, direção, interpretação, orientação, regulamentação e ambientação (SCHERER, 2014).

A Interpretação trabalhando em conjunto com sinalização tem a função interpretativa e aborda um tema ou conceito por meio de uma história, um objeto, um espaço, um evento ou pela empresa e seus produtos, porém, apresenta-se frequentemente em forma de exposição (SCHERER, 2014 e CALORI, 2007). Scherer (2014, p. 9) coloca a mesma como uma experiência pragmática onde a narrativa aborda em sua maioria “a história, a preservação, a conservação e a educação”.

Placemaking, também conhecido como ambientação, caracteriza-se pela significação do local de forma distinta com o intuito de transmitir informação de forma explícita (SCHERER, 2014). De acordo com Calori (2007), o termo não apresenta tradução sendo seu significado o tratamento diferenciado de espaços. É uma abordagem muito utilizada para promoção de vendas ligadas com a imagem da marca e pode ser influenciada pelas condições sociais, econômicas, culturais, políticas e históricas (SCHERER, 2014).

3 METODOLOGIA

O método abordado trata-se de uma pesquisa aplicada de cunho exploratório, que consiste na aquisição de conhecimento para aplicação no contexto em análise, com levantamentos bibliográficos, documentais, fotográficos e de observação (GIL, 2010). Segundo Gil (2010), pesquisa bibliográfica recorre a materiais disponibilizados por autores, que escrevem sobre algum assunto destinado a públicos específicos. A pesquisa documental

utiliza documentos internos de uma organização, (assentamento, autorização, comunicação), capazes de comprovar um acontecimento ou fato (GIL, 2010).

Após coleta e análise de dados por meio de pesquisa exploratória, o projeto em design toma como referência métodos e ferramentas propostas por Bonsiepe (1984), Lupton (2013), Wheeler (2008) e Peón (2009). O processo de design apresentado neste trabalho é composto pelas fases de problematização (levantamento de dados), análise do problema, definição do problema. As demais etapas propostas pelos autores, tais como anteprojetos (geração de soluções para o mesmo), projeto (detalhamento técnico) e implementação não são apresentadas neste artigo que concentra-se nas etapas preliminares com estreito vínculo com a pesquisa científica.



Figura 2: Método aplicado

Fonte: Pela autora, baseado em Bonsiepe (1984), Lupton (2013), Wheeler (2008) e Peón (2009).

Embora este trabalho não apresente aprofundamento nas etapas posteriores à Definição do Problema, a Figura 2 apresenta as demais ferramentas propostas pelos autores utilizados para o desdobramento do problema à solução de design.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa foi elaborada, para a verificação do projeto na cidade, uma análise contextual do espaço físico, bem como dos pontos de contato existentes e, com base nos resultados obtidos, a proposta de soluções práticas de equacionamento dos problemas e deficiências encontradas.

4.1 As Hortas Comunitárias de Caxias do Sul

O projeto Hortas Comunitárias é uma realização do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) e oferece em 24 estados brasileiros uma oportunidade para famílias de baixa renda (até 2008 aproximadamente 363.219 famílias beneficiadas) e com problemas de insegurança alimentar de produzir alimentos de alto valor nutricional para consumo prioritário e venda dos excedentes (MDS, 2015).

Em Caxias do Sul, as Hortas Comunitárias Colina do Sol – Vila Ipê, protegida pela Lei Municipal 6.186/2004 e com início em 2006, é um projeto do Banco de Alimentos mantido pela Diretoria de Segurança Alimentar e Inclusão Social (SAIS) da Secretaria de Segurança Pública e Proteção Social e tem como responsável o diretor da SAIS, uma assistente social e uma nutricionista (SAIS, 2012).

O objetivo é a produção de alimentos principalmente para consumo e venda de famílias de baixa renda, em vulnerabilidade social, nas seis quadras de terra ocupadas pelas Linhas de Transmissão de energia da Eletrosul, que não podem ser habitadas (SAIS, 2012). Atualmente o projeto beneficia aproximadamente 60 famílias que moram nas proximidades das hortas, em sua grande parte, idosos com problemas de saúde (físicos e psicológicos) e inativos no mercado de trabalho (PREFEITURA, 2015, ENTREVISTA SAIS, 2015). As Hortas estão localizadas na Rua dos Rouxinóis, bairro Vila Ipê em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. (SAIS, 2012).

O projeto conta com outras atividades onde os beneficiados recebem acompanhamento social, nutricional e cestas básicas e também apresenta as Feiras Orgânicas, onde os produtos cultivados são comercializados pelas famílias (ENTREVISTA SAIS, 2015).

Em visitação às hortas, percebe-se a vasta extensão de terras. As seis quadras que abrigam as lavouras são cercadas por telas de arame presas em postes de concreto e, para identificação, cada uma apresenta uma placa com a presença dos apoiadores do projeto e uma

contendo seguintes orientações de cunho restritivo: Proibido trabalhar na horta com chuva ou trovoadas; Proibido subir nas torres; Proibido tocar nos cabos condutores, mesmo que estejam no chão; Proibido alterar as estruturas da cerca; Permitido somente irrigação rasteira e individual.

A identificação dos lotes é feita pelos próprios beneficiados em placas de madeira fixadas ao solo ou cercas e por meio de tábuas de madeira posicionadas horizontalmente na terra, no entanto, existem lotes que não são identificados. Conforme Lidwell, (2010), organizar é importante para que haja uma boa interação com o destinatário no entanto, quando se questionou alguns beneficiados sobre a localização das suas hortas, a resposta unânime era a casa de um conhecido como referência, o que demonstra ineficácia da categorização das quadras por números de um a seis.

As placas maiores de identificação e restrição (figura 3) das quadras são posicionadas de maneira que pode ser aprimorada pois algumas estão cobertas pela vegetação, comprometendo suas funções que Sherer (2014) define como identificar, informar, dirigir, orientar e regulamentar e a segurança dos frequentadores. Há também o agravante de furtos às cercas de arame que delimitam o perímetro das quadras e a invasão dos terrenos por parte de moradores que depositam entulhos nas terras.

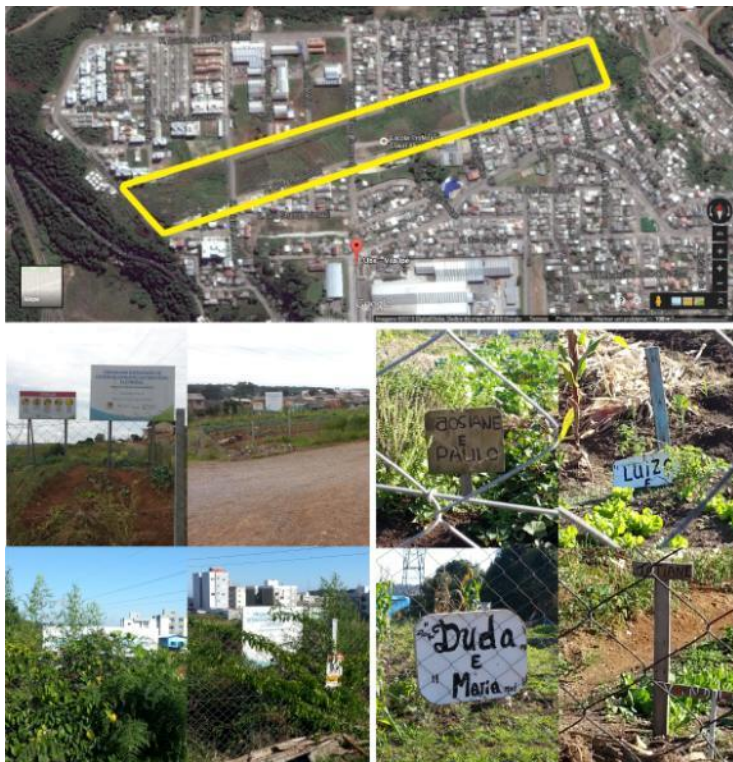


Figura 3: Análise espacial das Hortas Comunitárias
Fonte: Pela autora (2015)

Os pontos de contato da marca, que segundo Wheeler (2012) são os meios de divulgação, aparecem de forma precária sendo eles a própria estrutura da horta com sua respectiva sinalização. Define-se ainda como ponto de contato uma página no site da Prefeitura com foto e o material institucional em formato de slides disponibilizado pela Diretoria de Segurança Alimentar e Proteção Social em 2012 no site *Slideshare* acerca de todos os projetos que englobam o Banco de Alimentos (PREFEITURA, 2015 e SAIS, 2012).

4.2 Relógio do Corpo Humano

Localizado nas Hortas Comunitárias Colina do Sol – Vila Ipê, com inauguração em 2009, tem como objetivo o resgate histórico do conhecimento das plantas medicinais passadas de geração em geração para preparação de chás e geração de renda, além de abordar as aplicações práticas de cada planta no dia a dia (SAIS, 2012). O mesmo apresenta cunho didático e promove a transmissão desses conhecimentos fitoterápicos ensinando qual a função de cada planta no organismo, seus benefícios, maneiras de consumo e de plantio em casa (SAIS, 2015).

O Relógio localiza-se na quadra três das Hortas, porém, não há informação que conduza um possível visitante até o mesmo. Sem a orientação de alguém que conheça é muito difícil encontrá-lo. Costa (1989) aponta que uma boa sinalização deve ser instantânea ou automática, inequívoca, segura, autodidática e funcional. Farina (2006) coloca que as cores devem ser muito bem escolhidas e estarem de acordo com a finalidade, o público e o local aos quais se destinam, porém, além do difícil acesso, a cor verde atual das placas existentes não contrasta com o fundo, comprometendo a função das mesmas, como apresentado na figura 4.



Figura 4: Apresentação do Relógio do Corpo Humano
Fonte: Pela autora (2015)

O Relógio apresenta somente três itens de design gráfico: as placas presentes nele, um banner e um folder explicativo sobre fitoterapia que explica a preparação de chás medicinais e como criar um relógio caseiro (SAIS, 2012 e SAIS 2015). Segundo Hollis (2000), um dos principais objetivos do design gráfico é promover e identificar, portanto, é nítida a ressignificação de recursos presentes para o cumprimento desta função.

4.1 Propostas de melhoria

Para melhoria dos projetos das Hortas Comunitárias e Relógio do Corpo Humano é proposto trabalhar com as áreas do design gráfico ambiental para o aperfeiçoamento da sinalização e categorização do espaço físico ocupado pelas Hortas Comunitárias e com a identidade visual para representação gráfica do projeto por meio de logotipos respectivos para cada subprojeto. Respeitar uma comunicação visual e a elaboração de pontos de contato inseridos nesse sistema para a divulgação do projeto são regras fundamentais, como pontuam Wheeler (2012) e Peón (2009). Os Subprojetos são as Hortas Comunitárias Colina do Sol - Vila Ipê, Feiras Orgânicas e Relógio do Corpo Humano.

Outro fator a ser considerado é a utilização de uma linguagem de acordo com o público, no caso, idosos em condições de vulnerabilidade social que podem apresentar condições de analfabetismo e dificuldades de interpretação (SAIS, 2012). A semiótica, o estudo dos signos, é uma disciplina analítica da linguística que está diretamente ligada à conceituação que segundo Lupton (2013) delimita o grau de complexidade necessário para a interpretação por parte dos usuários. Essas interpretações podem ser mais diretas, de cunho icônico, ou mais complexas, como as relações de índice e símbolo (NIEMEYER, 2010 e LUPTON, 2013). No projeto, para facilitar a relação com os usuários, é proposta a abordagem icônica, onde os elementos da comunicação visual são utilizados para representar a ideia a ser transmitida de forma evidente (NIEMEYER, 2010).

A cor em seu conceito é “uma informação visual, causada por um estímulo físico, percebida pelos olhos e decodificada pelo cérebro” (GUIMARÃES, 2000, p. 12). Porém, mais do que o âmbito físico, ela carrega significados simbólicos muito atrelados aos sentimentos, além de exercer influência nos sentidos e possuir ligação direta com a cultura de determinado local (FARINA, 2006). Lidwell (2010) apresenta a cor como um meio de chamar atenção, contribuir para a estética, organizar e significar elementos em uma produção de design.

Portanto, é proposta a classificação das quadras, conforme a figura 5, através das cores de uma paleta estabelecida com base no contexto das hortas e com o nome das mesmas facilitando a memorização por parte dos usuários. Os postes de concreto ao redor das quadras que fixam as cercas de proteção serão pintados com a cor respectiva, sendo esta uma solução fácil, eficaz e de baixo custo, um dos requisitos de um projeto de design social (PAZMINO, 2007). Para garantir a acessibilidade àqueles com dificuldades de identificação cromática, serão usados os códigos do *ColorADD* (2010), sistema de codificação de cores para daltônicos.



Figura 5: Proposta de categorização das quadras por cor
Fonte: Pela autora (2015)

As placas de identificação dos lotes e restritivas, para suprir as carências levantadas de mau posicionamento, serão reposicionadas para o cumprimento das funções de identificar, informar, dirigir, orientar e regulamentar de maneira eficaz que uma sinalização deve apresentar (SHERER, 2014). As placas de identificação das hortas de cada indivíduo serão padronizadas e aplicadas para todos os beneficiados para organização e otimização da interação com os usuários (LIDWELL, 2010).

Para criação dos logotipos dos subprojetos por meio de a relação icônica a mensagem será evidenciada de forma direta por uma configuração visual ligada ao manual. Essa proposta

será baseada nas atuais placas de identificação dos lotes dos beneficiados e trará em sua referência símbolos que remetem as hortas e ervas medicinais para o relógio (NIEMEYER, 2010 e LUPTON, 2013). Os pontos de contato estipulados para viabilizar a promoção das hortas e subprojetos são:

Quadro 02: Pontos de contato

HORTAS COMUNITÁRIAS	RELÓGIO DO CORPO HUMANO	FEIRAS
Material de expediente (cartão, papel timbrado, envelope)	Design Gráfico Ambiental	Ponto de venda (PDV)
Material institucional (físico, digital, site da prefeitura)	Material institucional (físico, folder, digital)	Embalagem
Design Gráfico Ambiental	Formatação de cartaz	
Camiseta		
Chapéu		
Adesivo coringa		
Formatação de apresentação		
Formatação de cartaz		

Fonte: Pela autora (2015)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando o contexto, verificou-se a precariedade de recursos físicos e de divulgação pelo projeto em questão. Tratando-se da área do design social, requisitos como o reaproveitamento de matérias, soluções de baixo custo e a realidade local são fundamentais para a elaboração de um projeto de design gráfico aplicável e pronto para ser desenvolvido nas etapas de anteprojeto, projeto e implementação conforme a estrutura de método projetual estabelecida.

Conforme as etapas do projeto, ficou evidente a possibilidade de melhorias por meio de ressignificações dos principais signos percebidos, tanto na identidade visual quanto no ambiente. Os resultados demonstraram que a identidade visual pode definir um novo olhar, tanto interno das equipes de trabalho como externo do visitantes sobre o projeto, valorizando os envolvidos. Em relação ao ambiente, a possibilidade de um sentimento de pertencimento e de reconhecimento pelo seu espaço de trabalho e produção podem estar sendo ressignificados pela proposta de design gráfico.

6 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS (ADG). **ABC da ADG**. São Paulo: Blucher, 2012.

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS BRASIL (ADG Brasil). **O valor do design : guia ADG de prática profissional do designer gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

BONSIEPE, Gui. **Metodologia Experimental : Desenho Industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1984.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Trad. Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CALORI, Chris. **Signage and wayfinding design : A complete guide to creating environmental graphic design systems**. Wiley, 2007

COLORADD. **Code ColorADD**. 2010. Disponível em: <<http://www.coloradd.net/code.asp>> Acesso em: 05 mai. 2015.

COSTA, Joan. **Señalética Coleção Enciclopédia del Diseño**. Barcelona: Ediciones Ceac, 1989.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FORNASIER, Cleuza B. R. MARTINS, Rosane F. F. MERINO, Eugênio. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão**. 2012. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/1850/Da%20responsabilidade%20social%20imposta%20ao%20design%20social%20movido%20pela%20raz%C3%A3o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 04 mar. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação : a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2000.

HESKETT, John. **Design**. Revisão técnica Pedro Fiori Fernandes. Trad. Márcia Leme. São Paulo: Ática, 2008.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico, uma história concisa**. Trad. Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

KRUCKEN, Lia. **Design e Território : Valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LIDWELL, Willian. **Princípios universais do design**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LUPTON, Ellen. **Graphic design thinking: intuição, ação, criação**. Trad. Mariana Bandarra. Rev. téc. Priscila Farias. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MARGOLIN, Victor e MARGOLIN Sylvia. Um “modelo social” de design : questões de prática e pesquisa. **Revista Design em Foco**, 2004. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110105>> Acesso em: 18 mar. 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL (MDS). **Hortas Comunitárias.**

Disponível em: <http://www.mds.gov.br/falemds/perguntas-frequentes/seguranca-alimentar-e-nutricional/regiao-metropolitana/gestor/hortas-comunitarias>>. Acesso em: 29 mai. 2015.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design.** Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

PAPANEK, Victor. **The Green Imperative – Ecology and Ethics in Design and Architecture.** Trad. Departamento Editorial de Edições 70. Lisboa: Edições 70, 1995.

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável. **1º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável.** Curitiba, 2007. Disponível em: <<http://editorainsight.com.br/naolab/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-DSustentavel.pdf>> Acesso em: 18 mar. 2015.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual.** Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PREFEITURA Municipal de Caxias do Sul. **Horta Comunitária.** Disponível em: <https://www.caxias.rs.gov.br/seg_publica/texto.php?codigo=149> Acesso em: 01 abr. 2015.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Mundo tem 2,2 bilhões de pessoas pobres ou quase pobres, adverte Relatório do PNUD.** 2014. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/Noticia.aspx?id=3910>>. Acesso em: 31 mai. 2015.

SEGURANÇA ALIMENTAR E INCLUSÃO SOCIAL (SAIS). As Plantas Medicinais no Relógio do Corpo Humano. **Publicação institucional do projeto.** 2015.

SEGURANÇA ALIMENTAR E INCLUSÃO SOCIAL (SAIS). **Secretaria de Segurança Pública e Proteção Social.** Prefeitura Municipal de Caxias do Sul. 2012. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/comredesan/apresentao-caxias-do-sul-rs>> Acesso em: 06 mar. 2015.

SCHERER, Fabiano de Vargas. Design gráfico ambiental : Revisão e definição de conceitos. **11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** Gramado, 2014. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/ped2014/trabalhos/trabalhos/453_arq2.pdf> Acesso em: 19 mar. 2015.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca.** Trad. Francisco Araújo da Costa. Rev. téc. Ana Maldonado. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2012.