



O DESIGN GRÁFICO COMO ARTICULADOR SOCIOAMBIENTAL

Michele Silocchi ^a, Gislaine Sacchet ^b

^a Acadêmica em Design. Faculdade da Serra Gaúcha - FSG; mih.silocchi@gmail.com

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

Informações de Submissão

Autor Correspondente Michele Silocchi,
endereço: São José Linha Palmeiro, s/nº -
Farroupilha – RS – CEP: 95180-000

Palavras-chave:

Medicamentos. Resíduos. Design
gráfico. Socioambiental.

Resumo

Atualmente são vários os problemas ambientais decorrentes da falta de uma conscientização social. O ser humano é o principal interventor na emissão de poluentes, visível também no descarte inadequado de medicamentos. A proposta realizada tem como objetivo apresentar iniciativas do Design Gráfico como articulador socioambiental, analisando e propondo estratégias para reaproveitamento e descarte dos medicamentos, favorecendo a saúde e bem estar da população farroupilhense. O estudo de caso de caráter exploratório foi realizado com o projeto da farmácia solidária, pertencente ao município de Farroupilha, RS. Para a obtenção das informações utilizou-se de pesquisas bibliográficas, documentais, entrevistas e observação. Com base nos resultados obtidos, considera-se que por falta de informações e programas de incentivo, boa parte da população mantém medicamentos em casa até o seu vencimento, descartando-os inadequadamente no lixo comum. Aliado a esta dinâmica a proposta de design gráfico procura reavaliar conhecimentos e contribuir para que através do projeto social, estas informações cheguem ao cidadão, demonstrando que mudanças de hábitos favorecem o meio ambiente.

1 INTRODUÇÃO

Os problemas ambientais são problemas decorrentes de um conjunto de processos sociais que tornam os ambientes vulneráveis e dificultam a vida humana. Problemas referentes a saúde afetam a sociedade em diversas escalas e dimensões, que envolvem simultaneamente problemas ambientais. “O termo problema, só tem campo de aplicação nos sistemas vivos e nos processos humanos, pois são os que enfrentam problemas na sua

existência e realizam escolhas que lhes permitem mudar de uma situação para outra” (FREITAS, 2003, p.138).

Relacionado aos acontecimentos que afetam o meio ambiente, a natureza é utilizada como descarte de dejetos. Considera-se um sério problema a contaminação através de resíduos que provocam um desequilíbrio no ambiente natural, pois é pequena a capacidade de regeneração do meio ambiente comparada ao tempo de produção dos resíduos. Entre estes encontram-se as sobras de medicamentos, que por uma série de fatores não são utilizados.

As reflexões sobre práticas sociais em circunstâncias de degradação do meio ambiente articulam valores sustentáveis e ecológicos, repensando os desafios de racionalizar, modificar e agir nas questões ambientais. Jacobi (2005) destaca a dificuldade de reverter causas sem que ocorra uma mudança radical no sistema de conhecimento.

Em muitos casos, por falta de informação, as pessoas realizam o descarte de maneira automática, sem analisar o contexto e repensar as atitudes. Para tanto é fundamental possibilitar reflexões sobre novos hábitos e mudanças de atitudes para melhoria da qualidade de vida e saúde da comunidade. Neste contexto, o design assume a função de vincular os seus conhecimentos por uma causa social.

Devido aos riscos provocados pelo descarte incorreto dos medicamentos e a falta de uma consciência socioambiental, este estudo tem como objetivo apresentar iniciativas do Design Gráfico como articulador socioambiental, analisando e propondo estratégias para reaproveitamento e descarte dos medicamentos, favorecendo a saúde e bem estar da população farroupilhense.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A preocupação social e ecológica é um assunto que vem sendo discutido mundialmente, desde a popularização da responsabilidade social. Em um mundo globalizado, com mudanças cada vez mais rápidas de comunicação, economia, política e cultura, o papel do design social tem competências para atuar de forma estratégica (FORNASIER, *et al*, 2012).

O design para a sociedade, consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades específicas de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente; assim como algumas populações como pessoas de baixa-renda ou com necessidades especiais

devido à idade, saúde ou inaptidão (PAZMINO, 2007, p.03). “Um design que traga, indiscriminadamente, qualidade de vida para todos” (FORNASIER *et al*, 2012, p. 03).

Bonsiepe (2006) descreve design social como o “design humanista” que abrange desenvolver propostas às necessidades de grupos social, com enfoque para os excluídos, os menos favorecidos economicamente, não utilizando o design apenas como ferramenta dominadora para a sustentação do consumo (SITTA; ALANO, 2013, p.12).

O design social implica em soluções que resultem na inclusão social por meio de design voltado para o indivíduo e comunidade, conduzido para uma produção solidária e uma responsabilidade moral. Os produtos desenvolvidos devem respeitar as características e necessidades das populações marginalizadas, adequando-os a realidade, e que satisfaçam as suas necessidades (PAZMINO, 2007, p.05).

Tais atitudes exigem do designer uma ação interdisciplinar de projeto, que permita minimizar os problemas sociais, que deve ser socialmente benéfico e economicamente viável. A repercussão na sociedade é uma consequência da eficiência de símbolos, atitudes ou produtos criados.

2.1 Design Gráfico

As funções básicas do design gráfico segundo Hollis (2000) são: identificar as coisas e suas origens; informar e instruir, indicando relações; e ainda sistematizar diferentes funções de objetos de uso e sua adequação às necessidades dos usuários verificando efeitos sobre os receptores. Segundo a Associação dos Designers Gráficos (GUIA ADG, 2003, p.175), o termo design gráfico é utilizado “para definir, genericamente, a atividade de planejamento e projetos relativos à linguagem visual. Atividade que lida com a articulação de texto e imagem, podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações”.

Damasceno (2012) contribui ao conceituar design gráfico como a organização de sinais e marcas gráficas que expressam uma mensagem, valorizando a linguagem visual. O desenvolvimento de soluções comunicacionais para um público específico, promovendo uma ideia, produto ou serviço. Braga (2011) propõe o design como uma disciplina dedicada a preocupação de comunicações visuais com o objetivo de afetar o conhecimento, as atitudes e o comportamento das pessoas. Com o intuito de transmitir uma mensagem, por meio de elementos visuais, o design gráfico possui a capacidade de expandir o conhecimento para

várias culturas, trabalhar com diversos assuntos, públicos e meios de comunicação (BRAGA, 2011).

2.2 Identidade visual

A construção do valor da marca baseia-se na criação e contínua atualização de identidade representada por meio de signos e de valores que admitam benefícios ao consumidor (Guia ADB Brasil, 2003). Wheeler (2012) complementa que as empresas devem gerar um vínculo emocional com os clientes, para assim tornarem-se insubstituíveis e criar uma relação duradoura. Através da identidade visual é possível criar atributos perceptíveis pelos sentidos, que formam uma imagem acerca de uma empresa e seus produtos, (ZILIOTTO, 2009)

A identidade é o conjunto de características que tornam a empresa única, com seus princípios, qualidades, defeitos e aspirações. O conceito de identidade traz aspectos visuais e simbólicos para ser reconhecida e relacionar-se com os consumidores. Um componente de singularização visual é formado por um sistema planejado e integrado, que a representam de maneira significativa. Ela abrange todo o posicionamento da empresa em relação com o público, isso leva em consideração todos os pontos de contato (PÉON, 2009).

Um programa de identidade visual bem elaborado, se expressa em cada ponto de contato da marca e se torna parte da cultura da empresa, um símbolo tradutor de seus valores. Cada ponto de contato da marca, aumenta a consciência e promove a fidelidade do cliente (WHEELER, 2012).

2.3 Medicamentos descartados são resíduos

Estudos de Hoppe e Araújo (2012) verificam a relação dos efeitos que os medicamentos causam para a degradação do meio ambiente. Os resultados demonstram que o Brasil está entre os maiores consumidores mundiais de medicamentos com aumento progressivo e abusivo do consumo, submetendo riscos a população. O expressivo crescimento do mercado farmacêutico, a facilidade de aquisição e o incentivo da mídia geram acúmulo de medicamentos nos domicílios e nos serviços de saúde, as perdas por validade, e o descarte inadequado dos mesmos (HOPPE; ARAUJO, 2012).

De acordo com a Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA, 2015) a sobra de medicamentos é resultado de fatores como a quantidade excessiva de medicamentos em receituários médicos; a não implantação do fracionamento pelas farmácias; interrupção ou mudança de tratamento; distribuição aleatória de amostras-grátis; gerenciamento inadequados dos estoques pelas empresas e estabelecimentos de saúde; carência de informação da população relacionada à promoção, prevenção e cuidados básicos com a saúde.

Sabe-se que os medicamentos como fármacos, hormônios, analgésicos e antibióticos tem sido jogado no lixo doméstico e esgoto. No Brasil ainda não consta uma regulamentação de vigilância específica para o destino dos resíduos de medicamentos descartados pela população.

O uso de medicamentos é essencial para a manutenção da saúde, aliviando dores, prevenindo ou curando doenças. No entanto, muitos dos medicamentos que restam dos tratamentos e são armazenados incorretamente podem gerar riscos à saúde de crianças, intoxicações, e propiciar a automedicação. O descarte inadequado é feito pela maioria das pessoas por falta de informação e divulgação sobre os danos causados pelos medicamentos ao meio ambiente e por carência de postos de coleta (GASPARINI, 2011).

3 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de caso exploratório como explica Gil (2010), permitindo seu amplo conhecimento e detalhamento com o propósito de proporcionar maior familiaridade com o problema e mais explícito para construir hipóteses. Além disso, tem abordagem qualitativa por meio de observação dos participantes, através da descrição e interpretação do caso.

Para a obtenção das informações utilizou-se de pesquisas bibliográficas, documentais, entrevistas e observação. A pesquisa bibliográfica direcionou-se a levantar dados sobre conceitos do design gráfico como contribuição em problemas socioambientais; o destino dos medicamentos, os fatores que desencadeiam o acúmulo de sobras de medicamentos e estudos do contexto. Segundo Gil (2010), pesquisa bibliográfica se refere a leitura, referências e manejo de informações de materiais já publicados, com o propósito de fornecer fundamentação teórica ao trabalho, bem como, coletar dados gerais ou específicos referentes ao tema. Esta primeira etapa do estudo, contribui para a imersão na pesquisa em questão, aliando teoria e prática, através do conhecimento de outros autores. Utilizou-se também

pesquisa documental que teve como fonte material consultado interno da organização estudada.

As entrevistas foram de modalidade aberta com questões determinadas, mas com ampla liberdade de respostas e com pautas orientadas aos pontos de interesse, que o entrevistador vai explorando ao longo do curso. Inicialmente realizaram-se perguntas que explicassem quais os fatores motivacionais da realização do projeto social, qual o público que seria beneficiado e como se dará a hierarquia de funcionamento a ação social.

As observações foram sistemáticas delimitando quais os aspectos estudados e principalmente como participante definindo a participação real do pesquisador, que assume o papel de um membro do grupo (GIL, 2010).

Aplicou-se a metodologia de projeto proposta por González (1989), como proposta de design, que auxilia no processo de delimitação dos requisitos projetuais. A metodologia de é dividida em três grandes grupos (fase analítica, criativa e executiva) e cada um subdividido em suas fases de trabalho. A primeira fase utilizada para estudo, consiste no os registros de informações que podem ser relevantes para serem usadas agora ou no futuro, etapa caracteriza pelo processo de pesquisa.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a análise de pesquisas bibliográficas evidencia-se a compreensão do descarte de medicamentos verifica-se que muitas pessoas possuem medicamentos em casa, sobras que acabam perdendo o prazo de validade e são descartados no esgoto ou lixo doméstico. Ao retirar estes medicamentos sem utilidade das residências, outros benefícios serão alcançados: redução do desperdício e a diminuição do descarte incorreto dos medicamentos no meio ambiente. Além disso, ressalta-se que apesar do projeto estimular a doação dos medicamentos, também se responsabiliza em descartar corretamente aqueles que encontram-se inadequados.

O município de Farroupilha, apresenta uma alternativa para o reaproveitamento de medicamentos beneficiando saúde pública e ambiental. O projeto intitulado Farmácia Solidária busca aproveitar as sobras por meio de doação voluntária feita pelos cidadãos e empresas, desde que estejam em condições de uso e dentro da validade, para distribuir gratuitamente aos pacientes carentes. Além disso, este projeto se dispõe a dar o destino

correto aos medicamentos que não estão em condições de uso, em parceria com a Secretaria Municipal do Meio Ambiente.

Em estudo feito por Schenkel (*et al.*, 2005) realizado em Porto Alegre – RS onde 54% dos medicamentos do estoque domiciliar dos entrevistados estão sem uso, sendo que 55,2% foram adquiridos sem prescrição médica. Isso comprova a influência das mídias e de pessoas não especializadas, que estimula o consumo. Quanto ao aspecto da validade a pesquisa relatou também que 25,7% dos medicamentos estavam vencidos. Segundo ANVISA (2015), o prazo de validade corresponde ao limite de vida útil de um remédio. Os que utilizam fora do tempo determinado se expõem a riscos de saúde e efeitos indesejados. O número de itens em estoque deve ser mínimo, evita-se acúmulos e a dificuldade de manejo.

Em entrevista pautada, com a responsável da Farmácia Solidária e observações da pesquisadora como voluntária ficou claro que o objetivo geral é contribuir através da doação voluntária, para que as pessoas carentes do município de Farroupilha possam aderir ou dar continuidade ao tratamento médico. De acordo com a mesma os beneficiados serão pessoas carentes de baixa renda. Contudo, o paciente apenas receberá o medicamento doado mediante a apresentação de receituário médico do Sistema Único de Saúde (SUS) ou estar cadastrado na Secretaria de Assistência Social e Cidadania, através do comprovante de renda. Isso garante que, apenas as pessoas que precisam sejam beneficiadas.

Entende-se que os alcances sanitários e social do projeto são complexos e diversos. Ao retirar os medicamentos das residências produzirá um resultado positivo, à medida que reduz o perigo de automedicação. Os medicamentos sem uso em casa são uma fonte de perigo para as crianças, que podem ser vítimas de sérias intoxicações. Racionaliza o uso, evita desperdícios com as sobras e contribui com a preservação para o meio ambiente, pois medicamentos podem contaminar o solo e a água quando descartados no lixo ou na rede de esgoto comum.

Com base no documento de registro da farmácia solidária, a logística consiste basicamente de postos de coleta previamente determinados e selecionados pela equipe de trabalho envolvida no projeto e parceiros voluntários. Os medicamentos doados passarão por uma rigorosa triagem orientada e acompanhada por profissional farmacêutico, seguindo o manual de boas práticas e de acordo com a legislação vigente. O descarte dos medicamentos vencidos ou sem condições de uso obedecerá ao preconizado em lei. Além disso no processo haverá controle de estoque e locais adequados, para que sejam entregues aos beneficiários finais.

Observa-se que o projeto social implica em criar uma alternativa favorável para a saúde pública, e ao mesmo tempo beneficiar o meio ambiente de maneira sustentável. Através do reaproveitamento e descarte consciente. Contudo, o projeto se depara com a dificuldade de promover mudanças e criar novos hábitos nos cidadãos farroupilhenses.

De acordo com a pesquisa de Duhigg (2012) o mais importante para o desenvolvimento de um novo hábito, é entender o que faz com que as pessoas o mantenham. Mentalmente as pessoas mantem a rotina pelo desejo da recompensa. O autor cita que a maior parte das pessoas tem a vontade de se sentir bem por uma recompensa bioquímica, outras se sentem realizadas por uma recompensa mental. Para que a atividade se transforme em um hábito, precisa-se criar estímulos, um gatilho simples, da clareza de qual será a rotina, e por fim qual a recompensa clara e objetiva.

Gasparini (2011) relata que a população é responsável pela adesão de soluções. Para que novas atitudes aconteçam é necessária reflexão ambiental na educação e acesso a informações de forma plena, em prol da sustentabilidade. Ao observar a logística da Farmácia Solidária, percebe-se que a proposta está clara, no entanto, falta um fator engajador que seja capaz de trazer visibilidade ao projeto, despertar o interesse da comunidade e promove-lo. Acredita-se que a farmácia solidária necessita de alternativas que além de informar sobre a doação de medicamentos, estimule a doação dos mesmos e criar uma consciência de responsabilidade social junto ao cidadão.

Ao realizar um paralelo dos conceitos do design gráfico, nota-se que o design é uma área de conhecimento que dedica-se a promover uma ideia, trazer novos conceitos, capaz de afetar comportamentos e atitudes. Ao transmitir mensagens, o design expande o conhecimento, dedicado a difusão de novos valores. Braga (2011) aborda que é possível ao design produzir contribuições significativas para a sociedade. Partindo da premissa que o design é responsável por adequar o projeto visando a eficiência, faz-se necessário conhecer as expectativas do público, as nuances de seu comportamento e atitudes.

Diante dos dados levantados, acredita-se que dentro do contexto socioambiental, o conhecimento em design gráfico pode conscientizar a população acerca dos problemas causados por ações humanas. As discussões permitiram troca de conhecimentos e ampliação dos mesmos através das pesquisas. Para que o projeto alcance as proporções esperadas, alternativas de comunicação podem ser estudadas para viabilizá-lo. A primeira alternativa seria a definição de uma campanha de conscientização juntamente com as mídias, para estimular o pensamento socioambiental.

Para Best (2012) o design consiste em um processo de resolução de problemas, bem como um processo constante pela busca de problemas. O design preocupa-se com o equilíbrio entre a aparência e a função, bem como o processo criativo por trás descobertas e inovações. “Pode influenciar comportamentos, transformar problemas em oportunidades e converter rotinas e procedimentos em processos criativos singulares que agregam valor. Como tal, o design é um catalisador de mudanças” (BEST, 2012, p.40).

O mesmo não apresenta um logotipo que o caracterize e crie uma identidade visual que seja percebida. “A identidade se expressa em cada ponto de contato da marca e se torna intrínseca para a cultura da empresa, um símbolo constante de seus valores fundamentais e de sua transição” (WHEELER, 2012, p.20). A proposta de desenvolvimento de uma identidade visual beneficia a farmácia solidária no reconhecimento imediato do projeto social, propondo visibilidade, uma maneira de se comunicar de forma clara e consistente para a empresa.

Com base nas etapas de metodologia de projeto, na fase analítica realizou-se um *briefing* para identificar condições e diretrizes do projeto, relatar informações sobre quais tarefas ou resultados finais devem ser atingidos. Além disso, coletou-se dados a respeito de outras atividades sociais que visam o mesmo objetivo.

Durante entrevista com a coordenadoria do projeto, para a efetividade e alcances sociais, destacou-se a importância de se realizar uma campanha voltada para alunos das escolas, com a finalidade de aumentar o alcance da informação no município. A ideia de trabalhar com um material voltado para a escola, surge da premissa de contribuir para a formação da educação ambiental, para a construção de novos valores sociais, uma prática para vincular o projeto com a comunidade.

Esse compreende informar aos receptores sobre o que é a farmácia solidária, quais as contribuições que este projeto pretende trazer, e como as doações podem ser efetuadas. De acordo com Samara (2011) o desenvolvimento de uma publicação deve estar concentrado no assunto da mensagem, a sua função, o conceito ao público que vai lê-lo. O material desenvolvido será distribuído para alunos de escolas públicas e privadas do município, que levarão a informação até os seus pais. Nota-se que esta campanha transitará entre públicos de classe social e idade diferentes, o que necessita de uma comunicação funcional que atinja esta diferença, o conteúdo deve ser claro, de leitura fácil e de simples compreensão.

A fase inicial de embasamento teórico para o desenvolvimento da campanha, consiste na criação de um *checklist* para auxiliar na contextualização, levantando questões sobre conteúdo, o formato dele e características do público alvo. Junto aos responsáveis pela farmácia

solidária, listou-se os itens necessários no material. Com base nisso, estudou-se a melhor maneira de estruturá-lo, para que os itens estejam interligados. A proposta de design mostrou-se fundamental para atingir bons resultados no desenvolvimento de uma identidade visual e elaboração da campanha para o projeto social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação social com o meio ambiente é tão importante quanto a sua preservação. Desta forma, as contaminações da natureza através dos resíduos de medicamentos provocam graves impactos no seu equilíbrio. A ação social amplia as relações econômicas e culturais portanto esse trabalho evidenciou a necessidade de resgatar no ser humano a conscientização de cada indivíduo, ajudar na saúde de pessoas carentes e ao mesmo tempo diminuir a agressão ao meio ambiente, informando e instruindo.

Para as oportunidades buscou-se integrar ferramentas de análise e pesquisa que explorassem a geração de ideias para a problemática existente e na descoberta de novas possibilidades. Ao decorrer do desenvolvimento, encontrou-se algumas dificuldades, entre elas a definição do público como foco de desenvolvimento de uma publicação, e a elaboração do conteúdo. Os resultados obtidos permitem ressaltar a importância que o design pode ter em projetos sociais, onde os aspectos de identificação e comunicação se tornam primordiais para o desenvolvimento, auxiliando na melhoria da saúde e bem-estar tanto individual como coletiva.

Ao revelar o problema de descarte de medicamentos, percebe-se a dificuldade de elaboração de estratégias e regulamentações que minimizem os efeitos que os resíduos provocam na natureza e diminuição dos estoques desnecessários em domicílios. Estudos no Design em demais áreas de conhecimento que envolvam os usuários de medicamentos podem apontar resultados relevantes para aperfeiçoar políticas e projetos de participação social.

REFERÊNCIAS

- ANVISA, Agência de Vigilância Sanitária. **Descarte de medicamentos – Responsabilidade compartilhada**. Disponível em:
<http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/81588400474586d89032d43fbc4c6735/Apresentac%CC%A7a%CC%83o+Anvisa.ppt?MOD=AJPERES> Acessado em 30 de maio de 2015.
- BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- BRAGA, Marcos da Costa. **O papel social do design gráfico: história, conceitos e atuação profissional**. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- DAMASCENO, Patrícia Lopes. **O design editorial da cultura. Um estudo do projeto gráfico do Segundo Caderno do jornal Zero Hora**. Porto Alegre: UFRS, 2012.
- FORNASIER, Cleuza B. R.; MARTINS, Rosane F.F.; MERINO, Eugenio. **Da responsabilidade social imposta ao design social movido pela razão**. Santa Catarina: UFSC, 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1850>> Acessado em: 18 de março de 2015.
- DUHIGG, Charles. **O poder do hábito: por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- FREITAS, Carlos Machado. **Problemas ambientais, saúde coletiva e ciências sociais**. Rio de Janeiro: Centro de Estudos da Saúde do Trabalhador e Ecologia Humana, 2003.
- GASPARINI, Joice do Carmo. **Estudo do descarte de medicamentos e consciência ambiental no município de Catanduva – SP**. São Paulo: Ciência e Tecnologia, FATEC-JB, 2011.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 5. Ed, 2010.
- GUIA ADG, Brasil. **O valor do design**. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico, uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- HOPPE, Taíse Raquel Grings; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso. Contaminação do meio ambiente pelo descarte inadequado de medicamentos vencidos ou não utilizados. Santa Maria, UFSM, 2012.
- JACOBI, Pedro Roberto. **Educação Ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo**. São Paulo: SciELO, 2005.
- PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre design social, eco design e design sustentável**. Curitiba: International Symposium on Sustainable Desig, 2007.
- PÉON, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.
-

SAMARA, Timothy. **Gui de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SCHENKEL, Luiciano Carvalho. **Como são armazenados os medicamentos nos domicílios?**. Porto Alegre: UFRS, 2005.

SITTA, Seila Cibele; ALANO, Agda Bernardete. **A gestão de design social e sustentabilidade de empreendimentos econômicos solidários**. Londrina: Projetica, 2013. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/15509/13417>> Acessado em: 12 de março de 2015.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**. Tradução: Francisco Araújo da Costa. Porto Alegre: Bookman, 3ª edição, 2012.

ZILIOOTTO, Bruno Almeida. **Da identidade visual à imagem corporativa**. Porto Alegre, 2009