

# A EXPOSIÇÃO DE TRABALHOS DISCENTES COMO ATIVIDADE DIDÁTICO-PEDAGÓGICA NO ENSINO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

## THE EXHIBITION OF WORKS BY STUDENTS AS A PEDAGOGICAL ACTIVITY IN THE TEACHING OF DESIGN AT THE UNDERGRADUATE LEVEL

*Gustavo Cossio<sup>1</sup>*

**Resumo:** Este artigo apresenta a exposição de trabalhos acadêmicos como possibilidade de reflexão para o ensino do design. A fundamentação teórica do estudo busca introduzir o campo do design, para então abordar aspectos do design de exposição, bem como a especificidade da exposição de design. Em uma abordagem sobre a exposição como atividade didático-pedagógica, são analisados dois estudos de caso, com base em entrevistas semiestruturadas e levantamento fotográfico. A mostra FAUForma: designers refere-se aos trabalhos de conclusão de curso da Universidade de São Paulo – USP. Já a mostra Interiores em Cena apresentou o Curso de Design de Interiores da Universidade Feevale, em Novo Hamburgo – RS. Por fim, verifica-se que o caráter legitimador da exposição oportuniza educar, comunicar e informar sobre design, com o enfoque na divulgação da produção discente. Desse modo, salienta-se a sua contribuição para uma cultura de projeto e a socialização dos conhecimentos articulados no ensino do design.

**Palavras-chave:** Design e educação. Exposição de design. Ensino do design.

**Abstract:** This article presents the exhibition of academic works as a possibility of reflection for the teaching of design. The theoretical foundation aims to introduce the field of design and then to address aspects of exhibition design, as well as the specificity of the design exhibition. Approaching the exhibition as a didactic-pedagogical activity, two case studies are analyzed, based on semi-structured interviews and photographic surveys. The FAUForma: designers exhibition refers to the course completion works of the University of São Paulo – USP, and the Interiores em Cena exhibition presented the Interior Design Course of Universidade Feevale, in Novo Hamburgo-RS. Finally, the article discusses how the legitimizing character of the exhibition allows educating, communicating and informing about design, with a focus on the dissemination of student production. Thus, it emphasizes the exhibition's contribution to a project culture and the sharing of the knowledge articulated in the teaching of design.

**Keywords:** Design and education. Design exhibition. Design teaching.

### 1 APRESENTAÇÃO

O objetivo deste artigo é apontar a contribuição de exposições de trabalhos acadêmicos para uma reflexão sobre o ensino de graduação. Embora as bases conceituais sobre o planejamento e a montagem de exposições sejam passíveis de aplicação para as diversas áreas do conhecimento, o texto enfatiza a realização de mostras em cursos de design. Assim, a proposta reside em destacar o papel da exposição de design no contexto universitário, compreendida em três eixos fundamentais: a) a oportunidade de reflexão sobre determinado curso

de graduação a partir da curadoria e divulgação da produção discente; b) o projeto de exposição cultural como objeto de estudo e possibilidade de atuação para os futuros profissionais; c) a exposição enquanto atividade didático-pedagógica que, a partir da visibilidade da produção discente, contribui para o fortalecimento da identidade profissional e de uma cultura de projeto.

Para tanto, após uma breve conceituação sobre o campo do design e sua inserção no país, se faz pertinente abordar a fundamentação teórica em design de exposição,

---

<sup>1</sup> Mestre em Design (Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS). E-mail: dsgcossio@gmail.com.

em uma síntese sobre os conceitos que parametrizam essa modalidade de projeto. Em seguida, o texto trata da especificidade da exposição de design de fins educativos.

De modo a exemplificar o projeto de exposição de design em âmbito acadêmico, são abordados dois estudos de caso. A mostra FAUForma: designers foi organizada por alunos e professores do Bacharelado em Design da Faculdade de Arquitetura da Universidade de São Paulo. Em sua primeira edição extramuros, ocorrida em 2011, apresentava os Trabalhos de Conclusão de Curso da primeira turma de formandos, com a montagem no Museu da Casa Brasileira – MCB, em São Paulo – SP. Essa mostra tornou-se referência para o segundo caso em análise.

A exposição Interiores em Cena foi desenvolvida no contexto da disciplina de Vitrinismo e Instalações Temporárias, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Interiores da Universidade Feevale, com duas montagens nas dependências da instituição, sendo a primeira em 2013/II, no campus II, e a segunda em 2014/I, no campus I, ambos localizados em Novo Hamburgo – RS. Destaca-se a realização dessa mostra à época da formação de sua primeira turma e do reconhecimento do curso por parte do Ministério da Educação.

No que se refere ao vínculo do pesquisador com as exposições em análise, pontua-se que a FAUForma: designers constituiu um dos três estudos de caso de sua dissertação de mestrado (COSSIO, 2011). Na mostra Interiores em Cena, a atuação foi como docente da disciplina na qual se desenvolveu o projeto expositivo, nas funções de orientador e organizador da atividade, além de ter sido o responsável pelo projeto gráfico. Para abordar os dois estudos de caso, salienta-se a realização de entrevistas semiestruturadas com alunos e professores envolvidos com a organização, além da análise dos textos das exposições e o levantamento fotográfico nos locais de montagem.

## 2 ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE DESIGN, DESIGN DE EXPOSIÇÃO E EXPOSIÇÃO DE DESIGN

Com o propósito de fundamentar o estudo sobre exposições de trabalhos acadêmicos, busca-se introduzir uma breve conceituação sobre o campo do design e, em seguida, sobre design de exposição, compreendido aqui como modalidade projetual. A partir de então, embora estes aspectos teórico-metodológicos sejam aplicáveis a variados tipos de mostras, cabe ressaltar a especificidade da exposição de design.

### 2.1 Design, uma introdução

A definição precisa do que venha a ser design foi tema polêmico desde seu nascimento. Ao conceituar o termo, Bürdek (2010, p. 13) remonta à primeira definição, pelo Oxford Dictionary, em 1588: “um plano desenvolvido pelo homem ou um esquema que possa ser realizado”. Contudo, o sentido atual daquilo que denominamos design surge no contexto da Revolução Industrial, em meados do século XIX, quando a divisão do trabalho separou – o que até então era feito pela mesma pessoa – o projeto do objeto da sua manufatura, da sua produção. Já no século XX, conforme a definição estabelecida pelo International Council of Societies of Industrial Design – ICSID, de 1959, prevalece a ideia de que

Design é uma atividade criativa que consiste em determinar as propriedades formais dos objetos produzidos industrialmente. Por propriedades formais não se entende somente as características exteriores, mas, sobretudo, as relações funcionais e estruturais que fazem com que o objeto tenha uma unidade coerente tanto do ponto de vista do produtor quanto do usuário. Ao design industrial estende-se a adoção de todos os aspectos do ambiente humano condicionados pela produção industrial (CARA, 2010, p. 22).

Sobre essa definição, Maldonado (2009) destaca sua limitação, pois concebe design apenas como realização de uma especialidade técnica. O autor cita que, além do valor estético (ou estético-funcional), o design considera “os fatores relativos ao uso, fruição e consumo individual ou social do produto (fatores funcionais, simbólicos ou culturais), como aos que se referem a sua produção (fatores técnico-econômicos, técnico-construtivos, técnico-sistemáticos, técnico-produtivos e técnico-distributivos)” (MALDONADO, 2009, p. 14). A respeito de uma conceituação atual sobre design, vale citar a definição recente da World Design Organization sobre o papel do designer no cenário contemporâneo:

Design é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Assim, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial das trocas econômicas e culturais [...] Design trata de produtos, serviços e sistemas concebidos através de ferramentas, organizações e da lógica introduzidas pela industrialização – não somente quando são produzidos em série<sup>2</sup>.

Conforme Bonsiepe (2011) e Margolin (2014), o designer contribui para o bem-estar social ao projetar

<sup>2</sup> WDO – World Design Organization. *Industrial Design*. Disponível em: <<http://wdo.org>>. Acesso em: 01 fev. 2018.

produtos materiais e imateriais que solucionam problemas humanos. Nesse aspecto, Bonsiepe (2011, p. 21) ressalta que humanismo projetual é “o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos”.

No Brasil, a necessidade de se estabelecer o estudo e a aplicação sistemática do design se dá, de fato, com a instalação da Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI, no ano de 1962<sup>3</sup>. Ressalta-se o vínculo daquela geração de designers – composta em boa parte por imigrantes e nomes de ascendência estrangeira – com o modernismo europeu e a ordem social, política e econômica vigente no cenário nacional. O país, durante o período inicial de industrialização, passava por uma transição, na qual havia a necessidade da afirmação de uma ‘unidade nacional’ através da valorização de nossas fontes históricas, étnicas e culturais. Isso significava que a configuração de nossa cultura material deveria ser elaborada segundo os cânones do modernismo, atendendo as exigências de reprodução das condições sociais. Portanto, o designer deveria atuar ao lado e a favor dos processos produtivos e seus meios, dentro da lógica capitalista requisitada pela modernização do Estado nacional (NIEMEYER, 1998).

A origem do ensino do design no país ocorreu nas regiões em que o processo de industrialização mais avançava, o centro-sul. Em São Paulo, o curso do Instituto de Arte Contemporânea do Museu de Arte de São Paulo IAC-MASP (1951-1953) representa o embrião da institucionalização da atividade (LEON, 2014; NIEMEYER, 1998). Cumpre citar também a experiência do Instituto de Desenho Industrial – IDI (1968-1989), um organismo de pesquisa, divulgação e consultoria em design, instalado no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro – MAM-RJ. Leon (2005, p. 100) assevera que “o IDI, como instituto de pesquisa, não sofria pressões de mercado e nunca competiu com escritórios privados. Pôde empreender projetos de fôlego, definidos a partir de prioridades sociais e econômicas”. Nesse sentido, Wollner (2003) acrescenta que o instituto desempenhou um importante papel na formulação dos primeiros programas oficiais, vinculado a instituições, principalmen-

te governamentais, no desenvolvimento de projetos, pesquisas e normas em desenho industrial.

Entre as exposições organizadas pelo IDI nas dependências do MAM, destaca-se a realização das três primeiras edições da Bienal Brasileira de Desenho Industrial, em 1968, 1970 e 1972<sup>4</sup>. Ressalta-se que as bienais apresentavam os trabalhos de designers brasileiros e incluíam mostras advindas de outros países, além de trazer mostras de trabalhos da ESDI em todas as edições, e da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, FAU-USP, na edição de 1970 (LEON, 2005; SOUZA, 1996; VAN CAMP; FONTOURA, 2010). Assim, verifica-se que desde os primórdios da atividade no contexto nacional eram realizadas exposições que representavam a metodologia aplicada nas escolas e os resultados do ensino do design no país.

## 2.2 Design de exposição, uma modalidade projetual

Para Lorenc, Skolnick e Berger (2010), o design de exposição tem o objetivo de contar uma história sobre o significado de um conceito ou tema, um objeto, um espaço, um evento, uma figura histórica, uma empresa e seus produtos, e assim por diante. A informação interpretativa é mais frequentemente expressa sob a forma de exposição, que é composta de um local, artefatos físicos, imagens, meios audiovisuais e conta, muitas vezes, com recursos interativos. Quanto aos tipos de exposição, no que se refere à natureza e objetivos, Locker (2011) classifica as exposições genericamente como de fins comerciais ou culturais. Ainda de acordo com Locker (2011), independentemente da natureza, é a ideia de comunicar uma história em determinado espaço tridimensional que atua como elo entre estes ambientes muito diferentes.

Lorenc, Skolnick e Berger (2010) corroboram a questão, pois defendem que todas as exposições têm algo importante em comum: a possibilidade de contar uma história (*storytelling*). Na maior parte delas, como a história será contada é a preocupação essencial do designer, que estrutura a experiência em uma narrativa, um narrador, um caminho e um contexto. De acordo com os autores, a narrativa define o início, o meio e o fim da história. O narrador constitui-se de várias mídias, entre elas o texto visual, e a tecnologia. O caminho relaciona

<sup>3</sup> Embora haja iniciativas anteriores, especialmente no âmbito das artes gráficas com a produção de periódicos, é a partir dos anos 1950 e 1960 que o design se afirma no Brasil, com o surgimento dos primeiros cursos de formação e a incipiência da indústria (CARDOSO, 2007).

<sup>4</sup> Após as três primeiras edições, a Bienal de Desenho Industrial seria descontinuada por problemas de custos e prazos, sendo retomada em 1990 e 1992, em Curitiba (SOUZA, 1996; VAN CAMP; FONTOURA, 2010). A partir de 2006, realiza-se a Bienal Brasileira de Design, de caráter itinerante na em suas edições. Destaca-se também a Bienal Brasileira de Design Gráfico, organizada pela Associação de Designers Gráficos do Brasil – ADG, desde 1992, cuja 12ª edição ocorreu em 2017, em Brasília – DF.

a narrativa com o espaço tridimensional, o que conecta a história com o visitante.

Por sua vez, Fernández e Fernández (2010) destacam a incorporação de novos elementos em design de exposição e, assim, uma ruptura com as tendências tradicionais, nas quais o mais importante eram o objeto e a sua informação. Agora, o que se busca é que o público também se sinta atraído pela exposição e se torne parte dela, utilizando-se, para tal, distintos recursos expográficos, tais como luz, cor, sons, audiovisual, sistemas multimídia, etc. Lorenc, Skolnick e Berger (2010) asseveram que o designer deve estar familiarizado com questões concernentes ao espaço, à tecnologia, aos *displays* e aos materiais, no sentido de empregar recursos gráfico-visuais a serviço de determinada narrativa.

No contexto museológico, enquanto meio de comunicação, a exposição constitui o que Cury (2006) denomina um espaço de educação informal. A museografia engloba todas as ações práticas de um museu: planejamento, arquitetura e acessibilidade, documentação, conservação, exposição e educação e abrange a triangulação objeto-exposição-homem. Já a expografia, como parte da museografia, “visa à pesquisa de uma linguagem e de uma expressão fiel na tradução de programas científicos de uma exposição” (CURY, 2006, p. 27).

Em nosso estudo, compreendemos que os termos expografia e design de exposição equivalem-se, sendo um próprio do campo da museologia e o outro do campo do design. No que se refere ao objeto musealizado, Fernández e Fernández (2010) postulam que este se converte em um *performance* linguístico, uma vez que integra uma trama, a história contada – no espaço expositivo e temporal – juntamente com as outras peças de determinada mostra.

Assim, o projeto de exposições culturais, na medida em que estabelece uma interface entre o público e o objeto exposto, constitui-se em uma ação de informar, educar e comunicar pelo design. Ao visitarmos um museu, galeria ou centro cultural, interagimos com o espaço organizado, o que se dá pela mensagem expressa através do projeto expográfico (LORENC; SKOLNICK; BERGER, 2010).

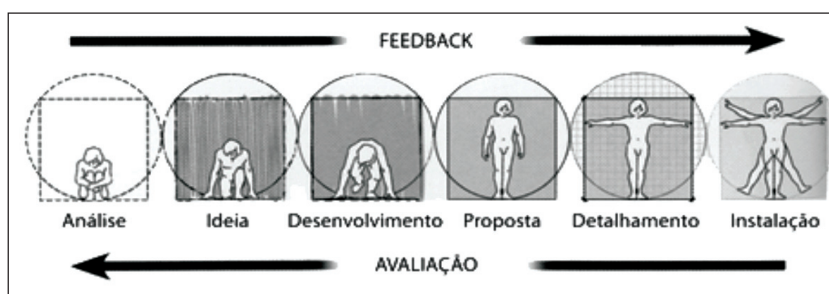
Portanto, design de exposição abarca a parte que visualmente se manifesta para o público, com vistas a sua experiência (qualidades sensoriais). É conteúdo (a informação e a concepção da comunicação como interação) e for-

ma (a maneira de organizar a informação, considerando o enfoque temático e seu desenvolvimento, a seleção e articulação dos objetos, a elaboração espacial e visual). A exposição constitui um espaço social de contato com um determinado saber. Desse modo, salientamos que as exposições são concebidas com vistas à experiência do público (CURY, 2006).

Entendemos que o designer pode estabelecer as relações entre o público e o objeto exposto ao ocupar-se de atividades que possibilitam a interação. A disposição espacial dos elementos, a luminotécnica, a cor, a ambientação funcionam como recursos de uma qualidade semântica<sup>5</sup> (GONÇALVES, 2004). Acrescentamos que, ciente dos objetivos da exposição, o designer articula tecnologia, arquitetura e comunicação ao planejar o espaço de modo a propor uma ambientação. Pode, ademais, contribuir com o desenvolvimento de sistemas de interação humano-computador, vídeos e *websites*. No que se refere ao design gráfico, o profissional ocupa-se da identidade visual da exposição, que se estende da marca aos catálogos e ao material promocional, como *press kits*, *folders* e cartazes. Além disso, planeja material instrucional, de modo a apresentar informações sobre os objetos.

No entanto, salienta-se que o designer não é um projetista responsável apenas por desenvolver o material gráfico de comunicação da exposição. Com efeito, é necessário mencionar o que postulam Lake-Hammond e Waite (2010): o designer tem deixado de ser um técnico subordinado para participar ativamente de todas as etapas do processo da exposição contemporânea – do conceito à construção. Segundo Locker (2011), o primeiro passo para projetar exposições é desenvolver uma compreensão do processo de design. O diagrama da figura 1 simplificou este processo, propondo um caminho linear, que considera como um projeto se desenvolve, a partir da análise até a instalação.

**Figura 1:** Processo de desenvolvimento de projeto em design de exposição



Fonte: Adaptado de Locker (2011).

<sup>5</sup> Segundo Gonçalves (2004), no sentido de atuar sobre a dimensão dos significados.

A figura do diagrama é um lembrete útil de que, em todo processo de concepção, devemos fazer a pergunta: qual será a natureza da relação física e emocional entre a exposição e o seu público? O círculo representa tudo o que já se sabe sobre o projeto, o cliente, a organização, o local e o corpo de pesquisa, que criará uma história. O quadrado representa o diálogo entre o público e o espaço expositivo.

As fronteiras entre análise e desenvolvimento do conceito de projeto são fluidas e necessitam de *feedbacks* constantes ou *loops* de retorno, teste e reteste das ideias. O projeto evoluirá a um ponto no qual emerge uma proposta realista para a apresentação ao cliente. Após, o designer pode começar a se envolver com o processo de projeto detalhado e as exigências técnicas. A instalação da exposição constitui o início do fim do processo. Em cada etapa do desenvolvimento haverá comentários críticos que, no final, assumem a forma de reflexão sobre o conjunto, a fim de informar os projetos de exposições futuras<sup>6</sup> (LOCKER, 2011).

A respeito dos agentes profissionais envolvidos na exposição, Cury (2006, p. 37) afirma que devem responder às indagações: “como as pessoas aprendem, o quê e como estamos ensinando e, ainda, quais são as melhores estratégias expográficas de comunicação”. Se realçarmos o privilégio da exposição como lugar social, destacando a sua dimensão estética, inferimos a respeito das possibilidades de contribuição do designer no contexto dos museus e instituições culturais, e vislumbramos a sua atuação como relevante para o alcance do objetivo primordial da exposição que, para Gonçalves (2004), é a aproximação do objeto exposto com o visitante.

Lake-Hammond e Waite (2010) ponderam que o curador continua responsável pela coleção e pela pesquisa de conteúdo. Por isso, a principal tarefa do designer, devido às suas habilidades de interpretação, é assegurar que o público acesse e interaja para, a partir daí, construir as suas próprias interpretações considerando a mensagem da exposição. A participação do designer possibilita uma ampliação no que se refere ao processo criativo de pesquisa, necessário para a produção de exposições inovadoras.

Ainda em conformidade com Lake-Hammond e Waite (2010), abandona-se a ideia do curador como único detentor de determinado conhecimento especializa-

do, pois na contemporaneidade se insere em uma atividade que configura esforço colaborativo entre curadores, museólogos, designers, arquitetos, educadores, técnicos e, de modo ascendente, o público. Em face destas ponderações, faz-se possível afirmar que o designer pode contribuir para solucionar os problemas de comunicação dos museus e instituições culturais, especialmente no que concerne ao espaço expositivo. Em via de mão dupla, a exposição de design de fins educativos pode contribuir para a difusão e a consolidação de uma cultura de design.

### 2.3 Exposição de design, uma atividade didático-pedagógica

Nesta breve contextualização sobre a exposição de design, vale destacar a relevância de museus e instituições culturais orientados ao tema. O Design Museum, localizado em Londres, Inglaterra, menciona em sua apresentação:

No Design Museum acreditamos que sem um design melhor, adequada utilização dos escassos recursos e mais inovação, o futuro não vai funcionar. Vemos o design como parte integrante de todos os aspectos da vida: uma maneira de compreender o mundo ao nosso redor, e torná-lo um lugar melhor para viver<sup>7</sup>.

A instituição contabiliza, ao longo de sua trajetória, que perpassa três décadas, ter recebido cerca de 5 milhões de visitantes – entre eles, 400 mil crianças em grupos escolares. Já realizou mais de uma centena de exposições, e, além de estruturar um programa de ações educativas, a sua coleção representa uma amostra significativa do design contemporâneo, entre móveis e peças gráficas.

Sobre o papel da exposição e do museu de design, Antonelli (2006), curadora do Departamento de Arquitetura e Design do Museu de Arte Moderna de Nova York – MoMA, afirma:

O design ainda é totalmente subestimado. Os museus são uma oportunidade real para o design ganhar, eu não diria, mais respeito, mas, pelo menos, para levar as pessoas a fazerem uma pausa. Museus são lugares onde você deveria mudar a velocidade. O visitante pode ir mais rápido ou mais devagar. E no caso do design no MoMA, meu objetivo é que os visitantes façam uma pausa (ANTONELLI, 2006, p. 86, tradução nossa).

<sup>6</sup> Para o estudo de metodologias de projeto para o desenvolvimento de exposições, consulte-se o referencial teórico de Cury (2006), Lorenc, Skolnick e Berger (2010) e Fernández e Fernández (2010), além de Locker (2011).

<sup>7</sup> Extraído de <<http://designmuseum.org>>. Acesso em: 3 fev. 2018. Tradução nossa.

Para a profissional, o desafio em uma curadoria de design é o fato de a exposição necessitar ser sempre mais atrativa que mostras de pinturas e esculturas. Ao mesmo tempo, Antonelli (2006) reflete sobre a relevância de se certificar em manter a dignidade e a seriedade que a instituição exige. Segundo Sudjic (2010), diretor do Design Museum, o contexto e o processo são essenciais. O autor exemplifica que

precisamos saber por quanto tempo uma máquina de escrever esteve em produção e quanto custou, para entendê-la plenamente. Precisamos ver as plantas detalhadas, a propaganda, as ferramentas de produção e a embalagem para ter uma noção de sua importância (SUDJIC, 2010, p. 173).

Ao corroborar a questão, Antonelli (2006) cita a necessidade de evitar o efeito *feira comercial*:

Você deve ser capaz de contextualizar seus objetos [...] então enquadrar as coisas é crucial. Porém, certifique-se que o contexto não é um contexto de compras [...] O que eu normalmente faço é criar uma cenografia surpreendente, para que as pessoas possam distinguir entre um museu e uma feira de negócios ou uma loja comum (ANTONELLI, 2006, p. 87, tradução nossa).

Em suma, a curadora de exposições de design do MoMA ressalta que não houve mudanças significativas no modo de apresentar a informação. As poucas exposições que apresentaram objetos por meio de recursos visuais não foram bem-sucedidas, ou seja, a materialidade dos objetos é um requisito.

Em âmbito nacional, é reconhecida a atuação do Museu da Casa Brasileira – MCB, que se apresenta como uma instituição que

se dedica às questões da cultura material da casa brasileira. É o único do país especializado em design e arquitetura, tendo se tornado uma referência nacional e internacional nesses temas. Conhecido pela localização privilegiada, uma mansão da década de 40 quase no cruzamento das avenidas Faria Lima e Cidade Jardim, o MCB é um verdadeiro oásis entre os prédios da região com seu jardim de mais de 6 mil metros quadrados. O MCB é uma instituição do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria de Estado da Cultura. Atualmente é administrado pela Organização Social “A Casa – Museu de Arte e Artefatos Brasileiros”<sup>8</sup>.

A sua coleção permanente conta com exemplares do mobiliário dos séculos XVII ao XXI e reforça, em sua agenda cultural, a vocação para as áreas de arquitetura e design por meio da multiplicação de exposi-

ções temporárias e de um programa diversificado de debates, palestras, cursos, oficinas e lançamentos de livros. Desde 1986, realiza, anualmente, o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, a mais longa e tradicional premiação da categoria no país, que chegou a sua 31ª edição em 2017. O MCB desenvolve também ações que propiciam a formação de novos públicos através de seu núcleo educativo, que, além do atendimento ao público espontâneo, promove regularmente visitas agendadas voltadas ao público escolar (do ensino infantil ao superior) e público em geral. Entre outras instituições museológicas no Brasil com ações em design, destacam-se o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro – MAM/RJ e o Museu Oscar Niemeyer – MON, em Curitiba.

A curadora de design Adélia Borges (2010) afirma que a história do design brasileiro começou a ser escrita apenas recentemente. Por ocasião da Bienal Brasileira de Design 2010, a especialista elucidou a contribuição da exposição para a memória da atividade, ao afirmar que “se o foco principal de uma Bienal é o presente, ela pode voltar seu olhar para o passado, visando trazer à luz, rememorar e compartilhar legados que nos ajudam a compreender em que ponto estamos e, assim, gestar melhor o futuro” (BORGES, 2010, p. 45).

Ao considerarmos que boa parte do público desse tipo de exposição é constituída por estudantes e designers, as mostras históricas podem contribuir para uma identidade profissional. É possível inferir uma relação positiva entre a formação de designers e as mostras históricas de design, uma vez que, ao se deparar com o conhecimento de designers pioneiros, os estudantes têm uma valiosa oportunidade de identificação.

### 3 ANÁLISE DE EXPOSIÇÕES DE TRABALHOS DISCENTES COMO REFLEXÃO PARA O ENSINO DO DESIGN

A seguir, são analisadas duas mostras de modo a exemplificar o processo de desenvolvimento de exposições de design no contexto do ensino de graduação. Primeiramente, trata-se da FAUForma: designers, do curso da Universidade de São Paulo – USP. Posteriormente, o texto discorre sobre a exposição Interiores em Cena, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Interiores, da Universidade Feevale, em Novo Hamburgo – RS.

#### 3.1 A exposição FAUForma: designers

A exposição FAUForma: designers tratou dos 12 Trabalhos de Conclusão de Curso – TCC da primeira

<sup>8</sup> Extraído de <<http://www.mcb.org.br>>. Acesso em: 3 fev. 2018.

turma do Bacharelado em Design da Universidade de São Paulo – USP. O seu período em cartaz no Museu da Casa Brasileira – MCB, na capital paulista, seria inicialmente de 19 de agosto a 18 de setembro de 2011. Porém, foi prorrogada até 2 de outubro. Em seu website, o texto de apresentação da exposição citava:

A proposta da exposição FAUForma: designers é apresentar os trabalhos desses 12 alunos, bem como a linha pedagógica do curso. Realizar uma exposição dos formandos da primeira turma do Curso de Design é uma solução para dois pontos: mostrar-se ao público que manifestou tal demanda e a toda sociedade e proporcionar um espaço para a crítica dos caminhos percorridos nesses primeiros 5 anos do curso. Para alcançar esses objetivos constatamos que seria fundamental que a exposição deixasse os limites físicos da FAU e mesmo da Cidade Universitária, e acontecesse no meio da cidade, no meio das pessoas que conhecem ou não o campo do Design [...] Nessa oportunidade oferecida pelo Museu da Casa Brasileira, o curso assume publicamente sua personalidade, expondo diversas facetas para a sociedade que o financiou e que lhe cobrou existência. Os projetos aqui apresentados refletem a visão da USP na formação de profissionais de Design que devem estar aptos a cumprir o papel social esperado dos egressos da maior universidade pública do país<sup>9</sup>.

A FAUForma: designers foi montada no segundo andar do MCB, com acesso aos terraços laterais e vista para o jardim, nos fundos. Os janelões permitiam a entrada de luz natural constante, o que atenuava a fadiga museal. O padrão cromático empregado – amarelo queimado, preto e branco – sutilmente alinhava-se às cores predominantes no edifício e na identidade visual do MCB. A proposta trazia os 12 trabalhos representados em fotografias em preto e branco, além de fundos de única cor, sendo esta ora branco, ora amarelo queimado, em uma diagramação ortogonal. Os fatores que

nortearam a sua concepção são explicitados ao final do catálogo:

Dois pontos: Indicam um prenúncio, comunicam que se aproxima um enunciado [...] a identidade visual dessa exposição trabalha sobre essa ideia do usuário, de que o projeto desses alunos só faz sentido quando em uso, quando existe esse usuário que o coloca em prática, expresso no uso de fotos dos modelos dos produtos. E também de que, a partir desses indícios coletados e apresentados, inicia-se uma sentença, uma enunciação. Dois pontos: o que é e o que queremos que seja o curso de design da FAUUSP (BRAGA; COSTA; BASSANI, 2011, p. 92).

Figura 2: Material gráfico da exposição



Fonte: Braga, Costa e Bassani (2011).

A entrada da exposição apresentava seu logotipo e texto de apresentação, e possibilitava o acesso pela direita e pela esquerda. O material instrucional era constituído por painéis suspensos por fios de aço, sendo que os expositores postos ao lado destacavam cada protótipo, conforme a figura 3.

<sup>9</sup> Extraído de < <http://www.fau.usp.br/fauforma/2011/>>. Acesso em: 3 fev. 2018.

Figura 3: Identidade visual e vista do espaço expositivo



Fonte: Banco de imagens do autor.

Os painéis se destinavam a elucidar o processo de desenvolvimento dos projetos. Para tanto, eram diagramados com fotos, desenhos à mão e no computador, imagens de modelos físicos e virtuais. De modo a responder sobre a organização, foram entrevistados presencialmente os professores Marcos da Costa Braga e Jorge Bassani, do Departamento de Projeto e História da FAU-USP. Destaca-se também o papel dos professores como orientadores dos alunos no projeto da exposição.

Braga (2011) pondera que, além destes fatores, os estudantes têm a consciência de que, se o curso for reconhecido, eles terão benefícios com isso: “De certa forma, você agrega valor ao capital simbólico que representa o diploma da USP, a sociedade passa a conhecer o curso, isto também é um interesse”. O docente salienta as intenções de projeto da FAUForma: designers:

A exposição teria o caráter de dizer o que é o curso. Escrevemos os textos, onde foi colocado como foi o projeto final e o perfil da turma. A partir da geração de um catálogo teve-se a oportunidade de manifestar algumas opiniões. E se pensou e se discutiu bastante que se a exposição em si não criasse um debate lá no espaço, mas a existência dela provocasse um debate interno aqui. Ela foi pensada dessa forma. Isso ficou claro pra nós, não só mostrar para a sociedade como o dinheiro público está sendo gasto, o que produzimos em termos de profissionais, qual a qualidade dos projetos e qual a filosofia que orientou estes projetos. Isto constava nos textos do catálogo e nos textos da exposição (BRAGA, 2011).

Além disso, Braga (2011) afirma que, por ter acontecido fora dos muros da cidade universitária, o curso da FAU se mostrou também para o campo: “Ao nos tor-

namos públicos, nós sofremos críticas do meio social, principalmente das outras escolas de design [...] é uma forma de se mostrar pra sociedade e provocar reflexões” (BRAGA, 2011). Nesse viés, o professor justifica a parceria com o Museu da Casa Brasileira – MCB:

O MCB vem se configurando como uma instituição que é pública, que também é do estado, como nós, e trata-se de uma instituição de total apoio à atividade do design. Organiza o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, que é o maior, o mais diversificado e mais tradicional, porém ela promove constantemente outros eventos sobre design. Então ela foi escolhida por isso, por ser uma instituição e ser uma casa do design em São Paulo (BRAGA, 2011).

No que concerne à curadoria da exposição, Braga e Bassani (2011) asseveram que não se tratou de uma curadoria de seleção de objetos. O requisito era a prévia aprovação das bancas. Como exceção estavam alguns trabalhos selecionados por professores e alunos para elucidar a trajetória dos formandos no curso.

Já a divulgação da exposição ocorreu majoritariamente pela internet: pelo *site* oficial<sup>10</sup> e, também, por meio de malas de e-mails, nas quais circulou um *flyer* eletrônico. Além destes, o material impresso foi enviado pelo correio para organizações relacionadas ao campo do design, associações profissionais e universidades. Os professores Braga e Bassani (2011) mencionam ainda a divulgação do museu, que publicou sobre a exposição em sua programação *online* e impressa. Sobre o meio de divulgação mais favorável, Bassani e Braga (2011) apontam a *web*. O evento tinha páginas próprias nas redes sociais<sup>11</sup>, além de terem ocorrido postagens em blogs.

Dentre os acadêmicos que atuaram como designers da exposição, André Noboru e Eduardo Ferreira foram indicados pelos professores para a entrevista sobre a atividade. A respeito do estabelecimento de diretrizes para o projeto, Ferreira (2011) revela:

A exposição tem que mostrar que o foco acaba sendo no usuário, daí antes de partirmos para qualquer solução de projeto, criamos este conceito que

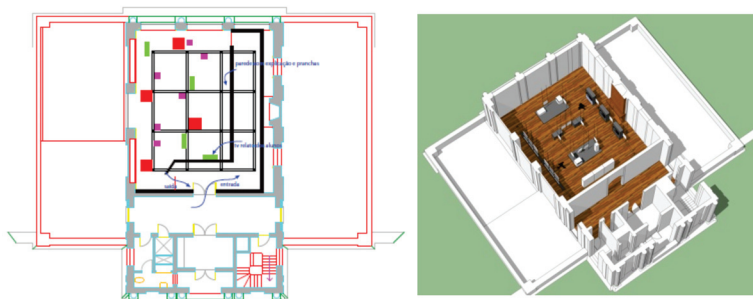
<sup>10</sup> Disponível em <<http://www.fau.usp.br/fauforma>>. Acesso em: 3 fev. 2018.

<sup>11</sup> Disponível em <<https://www.facebook.com/fauformadesigners>>. Acesso em: 3 fev 2018.



acabou juntando com o conceito que o Noboru pensou que tinha base em dois pontos. Os dois pontos são primos de uma enunciação. Tivemos estes dois focos, a parte de rever o que foi o curso e mostrar que o nosso curso tem um foco que acaba sendo o usuário, algo mais tradicional talvez. Quando a gente pensou o espaço expositivo foi a mesma coisa, o espaço expositivo não pode se sobrepor aos projetos de maneira nenhuma (FERREIRA, 2011).

**Figura 4:** Planta baixa preliminar e maquete eletrônica final



Fonte: Noboru, 2011; Ferreira, 2011.

Os acadêmicos ressaltam que o conteúdo da exposição foi norteado pelo catálogo, tanto os textos quanto as imagens. As fotografias foram obtidas e editadas pelos próprios discentes. Os entrevistados descreveram os recursos expográficos utilizados. Para tanto, ressaltam que sua concepção pautou-se pela opção de simplificar para viabilizar. Noboru (2011) comenta sobre o uso de pranchas para apoiar as imagens e os textos: “Foi determinado um suporte que apoiasse essas pranchas. Buscamos referências de outras exposições que solucionassem isso porque também não haviam paredes adequadas na sala do museu”. O resultado pode ser visto na figura 5.

**Figura 5:** Recursos expográficos



Fonte: Banco de imagens do autor.

Sobre as atribuições da equipe, Noboru (2011) complementa:

Nos dividimos em grupos de trabalho. Teve o grupo que trabalhou no site, grupo que trabalhou nos materiais impressos, e depois teve um grupo que trabalhou nos protótipos dos expositores. Um elemento importante desse projeto foi o suporte das pranchas, que não sabíamos se ia ficar muito pesado, se ia aguentar, então teve um grupo específico que trabalhou nesse suporte. Procuramos um perfil de alumínio bonito e que funcionasse bem. As fitas, os cabos de aço, foi tudo previamente testado (NOBORU, 2011).

Ainda a respeito de uma testagem dos elementos expositivos, os alunos afirmam que esta se deu no atelier da FAU, onde os suportes foram avaliados quanto à resistência. As mídias eletrônicas foram utilizadas para os trabalhos de conclusão destinados ao meio virtual e se constituíram nos monitores de LCD (figura 6).

**Figura 6:** Mídias eletrônicas e vistas da exposição



Fonte: Banco de imagens do autor.

O sucesso daquela exposição oportunizou a realização de novas edições. Em 2015, apresentou os TCCs aprovados no ano anterior, no espaço do Museu de Arte Contemporânea da USP. Já em 2016, no espaço do Centro Universitário Maria Antonia, a mostra comemorou os dez anos do curso, com 65 trabalhos entre TCCs e projetos premiados.

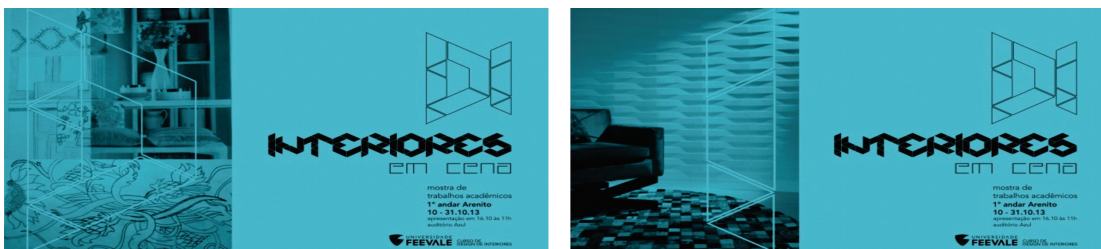
### 3.2 A exposição Interiores em Cena

A exposição de design no contexto universitário é um espelho que reflete a produção discente, ao passo que contribui para o fortalecimento da identidade profissional. – Turma de Vitrinismo e Instalações Temporárias, 2013/II.

A exposição Interiores em Cena ocorreu em 2013/II e 2014/I, em um momento relevante para o Curso Superior de Tecnologia em Design de Interiores da Universidade Feevale, por dois motivos: a formação de sua primeira turma e o processo de reconhecimento por parte do Ministério da Educação. Embora também se tratasse de questões protocolares, destaca-se que as condições eram propícias para a reflexão sobre o curso de graduação que então iniciava. Assim, a exposição de design surgiu como alternativa para que o curso se apresentasse a ele mesmo, além dos órgãos competentes, ao estabelecer um diálogo sobre a produção discente, tanto com a comunidade acadêmica quanto com o público externo.

Inicialmente, a turma teve aulas expositivas-dilogadas sobre design de exposição e sobre a especificidade da exposição de design. Estudaram-se os casos FAUForma: designers e a Bienal Brasileira de Design. Além disso, conceituou-se sobre o projeto de identidade visual e foi feito um exercício de *namings*<sup>12</sup>. Com efeito, o nome Interiores em Cena foi obtido a partir da técnica de *brainstorming*, que é um exercício de geração de ideias. A turma apontou substantivos e adjetivos relacionados ao curso de design de interiores. A partir da escolha dos termos mais apropriados, foram feitas diferentes combinações e a pré-seleção de alguns nomes. Em uma votação, o grupo optou por Interiores em Cena, com o designativo “mostra de trabalhos acadêmicos”. Para a elaboração da identidade visual e do projeto gráfico da exposição, foram escolhidos alguns elementos do fazer projetual, tais como o desenho, a geometria e a representação gráfica, destacando as iniciais “d” e “i”. Em seguida, a identidade visual foi aplicada em um conjunto de cinco cartazes e *flyers* para divulgação no campus e em âmbito virtual, conforme a figura 7.

**Figura 7:** Cartazes e *flyers* virtuais com aplicação da identidade visual da exposição



Fonte: Banco de imagens do autor.

Com a definição do nome e da identidade visual, partiu-se para as etapas de análise do espaço, com levantamento fotográfico e das dimensões, além do estudo dos modos de expor, com avaliação de suportes. Para a elaboração do material instrucional, o conteúdo foi dividido por disciplinas, cujos textos e imagens foram diagramados em painéis no tamanho A1 e impressos em lona, optando-se assim por materiais que pudessem ser reutilizados após a mostra. Os painéis seguiam o padrão visual adotado e traziam o nome do componente curricular, ementa, um resumo do trabalho exposto, discentes autores, professor(a) e semestre letivo, de acordo com a figura 8:

**Figura 8:** *Template* para diagramação dos painéis e vista geral da exposição



Fonte: Banco de imagens do autor.

O projeto expositivo foi concebido em sala de aula, pelos alunos da disciplina de Vitrinismo e Instalações Temporárias. De acordo com seu Plano de Ensino, a disciplina tem por objetivo “realizar projetos em design de exposição de fins comerciais e culturais, habilitando o corpo discente para pesquisa e desenvolvimento em design gráfico ambiental para espaços efêmeros” e ocorre no quinto semestre do curso.

<sup>12</sup> Processo de criação de nome para empresas, produtos e serviços.

**Figura 9:** Vistas da exposição. Primeira montagem em 2013/II



Fonte: Banco de imagens do autor.

Na época, a exposição foi projetada pela turma sob orientação do professor que redigiu este artigo e foi organizada em parceria com a professora Luciana Néri Martins, coordenadora do curso na época. Vale mencionar o seguinte trecho do seu texto para a exposição:

Nosso curso viabiliza uma formação teórico-profissional de maneira articulada, multidisciplinar e aprofundada, abrangendo as áreas das Artes Visuais, Design, Design de Interiores, Moda, Design Gráfico e Arquitetura tendo em vista que o mundo do trabalho atual necessita de profissionais que dialoguem em diferentes campos, nestas áreas do conhecimento. Esta prerrogativa se observa nas disciplinas de que o curso é composto e conforme podemos ver na mostra *Interiores em Cena* (MARTINS, 2013).

Já a curadoria foi feita pelo colegiado de docentes, quando se solicitou a cada professor que indicasse um trabalho representativo de sua disciplina para a mostra. Portanto, definiu-se que a exposição deveria abranger todas as disciplinas<sup>13</sup> e assim oferecer uma visão geral sobre os conteúdos trabalhados, além de suas relações com as áreas do conhecimento correlatas ao design de interiores.

Foram elaborados três textos para a exposição. Um deles foi escrito pela professora convidada Suzana Vielitz, e pontuava o resultado do trabalho do designer de interiores: “Os ambientes internos são os espaços vestidos cenicamente, para serem vistos, mostrados e de-

monstrados, vividos e percebidos”. Já o texto da turma de *Vitrinismo e Instalações Temporárias*, 2013/II, trata-va do projeto e suas intenções:

Através do *brainstorm*, uma tempestade de ideias onde tudo é válido, foi eleito o nome *Interiores em Cena*, que significa nosso curso em cena, aberto a todos. Para a concepção, tivemos aulas sobre design de exposição e identidade visual, analisamos o espaço e os expositores, e desenvolvemos desenhos técnicos. Em se-

guida, buscamos colegas e professores para selecionar trabalhos, diagramamos os painéis, orçamos os materiais necessários, participamos da montagem e apresentamos o projeto ao curso.

Na abertura da exposição, em 16 de outubro de 2013, a comunidade do curso se reuniu em um auditório para a apresentação da exposição. Ao detalhar o projeto e as intenções da mostra, a atividade organizada pela turma teve uma dimensão educativa e integradora. Nesse sentido, salienta-se a fala da coordenadora do curso:

Destaco a importância da socialização das experiências dos acadêmicos, e na posição que tenho a honra de ocupar hoje como coordenadora do curso, apoio estas iniciativas que nascem nas disciplinas e transcendem a interdisciplinaridade que o curso demonstra. A formação em Design de Interiores ocorre assim, de forma integrada ao seu campo social, mostrando à sociedade na qual está inserida que o profissional formado aqui não só desenvolveu aspectos técnico-profissionais, mas também humanos e de formação da cidadania (MARTINS, 2013).

Vale salientar a repercussão da exposição na imprensa. A abertura da mostra contou com reportagem da TV Feevale, que contribuiu para divulgar o curso no contexto local<sup>14</sup>. Do mesmo modo, o jornal da região destacou que “a mostra possibilita à comunidade conhecer o curso e contratar os profissionais egressos”<sup>15</sup>. Em 2014/I, a exposição teve nova montagem, no campus I da universidade, como mostra a figura 10.

<sup>13</sup> A exceção se deu em relação às disciplinas do último semestre, que então ocorriam pela primeira vez.

<sup>14</sup> TV Feevale – Mostra *Interiores em Cena*. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=0QiwPr\\_m8ko](https://www.youtube.com/watch?v=0QiwPr_m8ko)>. Acesso em: 1 fev. 2018.

<sup>15</sup> Miniaturas antecipam obras de novos designers. *Jornal NH*, 23 de out. 2013.

**Figura 10:** Vistas da exposição. Segunda montagem em 2014/I



Fonte: Banco de imagens do autor.

### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Particularmente, os casos FAUForma: designers e Interiores em Cena registram a prática colaborativa em exposição, conforme visto na fundamentação teórica desta pesquisa. A FAUForma: designers só foi possível graças ao comprometimento de alunos e professores, muito bem articulados com entidades parceiras e o próprio MCB. Do mesmo modo, a exposição Interiores em Cena evidencia o caráter integrador de uma atividade didático-pedagógica cuja efetivação é resultante do trabalho interdisciplinar entre discentes, docentes e instituição.

Vale destacar que, nestes estudos de caso, verificou-se o entendimento da exposição como modalidade projetual em design. Além disso, os itens complementares – material instrucional, promocional, *website* e catálogo – oportunizaram uma vivência prática aos alunos em design gráfico e em design de exposição.

Em nossa análise, os jovens designers cumpriram com os objetivos de alinhar a identidade visual do evento ao material promocional e ao espaço expositivo, tendo como meta principal comunicar a produção dos cursos. Ao passo que os projetos expográficos constituíram uma densa oportunidade de aprendizagem aos envolvidos, o maior beneficiado parece ser o corpo discente, que teve sua produção legitimada pela exposição de fins educativos, que lhe ofereceu visibilidade.

Ao encerrarmos esse estudo, ressaltamos uma contradição: embora se verifique a polissemia do design e uma prolixa cultura material nas sociedades contemporâneas, de modo geral pouco se sabe sobre *o que é design*. Esse questionamento importa também para os designers, cujo espectro de atuação se amplia constantemente. Assim, faz-se necessária uma reflexão permanente sobre o seu papel. Nesse aspecto, a exposição de de-

sign pode ser meio importante para *pensar* o design e o compromisso de uma ciência social aplicada. O caráter

legitimador da exposição de fins educativos, amparada em pesquisa científica e preocupada, acima de tudo, em dialogar sobre verdades, oportuniza a visualização do design no cerne das questões que contribuem para a qualidade de vida. Na exposição de design de fins educativos, o projeto é informação, e o público tem acesso ao processo de desenvolvimento de produtos.

Nesse aspecto, é sintomático o exemplo do jogo de xadrez para cegos e videntes, entre os 12 trabalhos de conclusão de curso da FAUForma: designers, legitimada pelo Museu da Casa Brasileira. Em que medida projetos como esse, quando musealizados, contribuem para uma acepção de design orientado para as reais necessidades sociais, por parte de quem projeta, organiza e visita a exposição? Em tempos de dúvidas sobre o papel do designer, torna-se importante que os discentes e profissionais realizem exposições que compreendam a necessidade de educar pelo e para o design.

### REFERÊNCIAS

- ANTONELLI, P. Design and Architecture: Paola Antonelli interviewed by Bennett Simpson. In: MARINCOLA, P. (org.). **What makes a great exhibition?** Philadelphia Exhibitions Initiative, 2006.
- BASSANI, J. A organização da exposição FAUForma: designers. **Entrevista ao autor**. São Paulo, 20 de setembro de 2011.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BORGES, A. A celebração do melhor momento do design brasileiro. In: BORGES, A. (org.). **III Bienal Brasileira de Design**. Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010. v. 1.
- BRAGA, M. C. A organização da exposição FAUForma: designers. **Entrevista ao autor**. São Paulo, 19 de setembro de 2011.
- BRAGA, M. C.; COSTA, Z. C.; BASSANI, J. (org.). **FAUForma: designers: mostra dos primeiros graduados do curso de design da USP = FAUForma: designers: exhibition of the first graduates in USP's design course**. São Paulo: Blücher, 2011.
- BÜRDEK, B. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Blucher, 2010.
- CARA, Milena. **Do desenho industrial ao design no Brasil: uma bibliografia crítica para a disciplina**. São Paulo: Blucher, 2010.

- CARDOSO, R. **O design brasileiro antes do design:** aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- COSSIO, G. **Design de Exposição de Design** – três estudos sobre critérios projetuais para comunicação com o público. 2011. 203 p. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PGDesign/UFRGS. Porto Alegre, 2011.
- CURY, M. X. **Exposição** – Concepção, montagem e avaliação. São Paulo: Annablume, 2006.
- FERNÁNDEZ, L. A.; FERNÁNDEZ, I. G. **Diseño de exposiciones:** concepto, intalación y montaje. Madrid: Alianza Forma, 2010.
- FERREIRA, E. O projeto da exposição FAUForma: designers. **Entrevista ao autor.** São Paulo, 17 de setembro de 2011.
- GONÇALVES, L. R. R. **Entre cenografias:** o museu e a exposição de arte no século XX. São Paulo: EDUSP, 2004.
- LAKE-HAMMOND, A.; WAITE, N. Exhibition design: Bridging the knowledge gap. **The Design Journal**, Berg Publishers, v. 13, n. 1, 2010.
- LEON, E. **IAC** – Primeira Escola de Design do Brasil. São Paulo, Blucher: 2014.
- LEON, E. **Design brasileiro quem fez, quem faz** = Brazilian design who did, who does. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2005.
- LOCKER, P. **Exhibition Design.** Lausanne: AVA, 2011.
- LORENC, J.; SKOLNICK, L.; BERGER, C. **What is exhibition design?** Hove: Rotovision, 2010.
- MALDONADO, Tomás. **Design Industrial.** Lisboa: Edições 70, 2009.
- MARGOLIN, V. **A política do artificial:** ensaios e estudos sobre design. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2014.
- MARTINS, L. N. Sobre a exposição Interiores em Cena. **Entrevista ao autor.** Novo Hamburgo, 09 de outubro de 2013.
- NIEMEYER, L. **Design no Brasil:** origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
- NOBORU, A. O projeto da exposição FAUForma: designers. **Entrevista ao autor.** São Paulo, 17 de setembro de 2011.
- SOUZA, P. **ESDI:** biografia de uma ideia. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.
- SUDIJC, D. **A linguagem das coisas.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- VAN CAMP, F.; FONTOURA, I. Bienais de design: primórdios de uma ideia. In: BORGES, A. (org.). **III Bienal Brasileira de Design.** Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010. v. 2.
- VIELITZ, S. Sobre a exposição Interiores em Cena. **Entrevista ao autor.** Novo Hamburgo, 09 de outubro de 2013.
- WOLLNER, A. **Textos recentes e escritos históricos.** São Paulo: Rosari, 2003.