

Revista *Autismo*: identidade inclusiva no design gráfico

Autism Magazine: *inclusive identity in graphic design*

Maria Fernanda Guimarães¹ 

RESUMO

Este artigo apresenta uma pesquisa qualitativa de análise de conteúdo das 27 edições do periódico trimestral *Autismo*, o primeiro da América Latina a abordar o tema. Para este estudo foram selecionados, tratados, analisados e interpretados recortes que demonstram os avanços, em termos de *design* gráfico editorial, inclusão social e inovação social, presentes na revista. A análise gráfica foi embasada nos princípios do *design* gráfico (*layout*, *grid*, hierarquia, tipografia e cores) e compara mudanças ocorridas, sob a ótica desses princípios, na estrutura das publicações ao longo dos anos. As observações sobre o *design* inclusivo foram realizadas considerando-se a dinâmica da *Autismo*, que inseriu pessoas autistas em seu processo criativo. Com relação ao conceito de inovação social (que se propõe a criar novas ideias e colaborações sociais no campo do *design*), desde 2010 até a 27^a edição, a revista reuniu pessoas (pais de autistas, autistas, profissionais, pesquisadores) e produziu conteúdos inéditos no Brasil sobre o autismo, formando uma comunidade de colaboradores que ampliou a visibilidade da neurodivergência no território nacional. O esforço em permanecer no mercado editorial tornou a revista referência no transtorno do espectro autista.

Palavras-chave: Design gráfico. Editorial. Autismo. Design inclusivo.

ABSTRACT

This article presents a qualitative content analysis research of the 27 editions of the quarterly journal Autismo (Autism), the first in Latin America to address the theme. For this study, excerpts were selected, processed, analyzed, and interpreted that demonstrate the advancements in terms of editorial graphic design, social inclusion, and social innovation present in the magazine. The graphic analysis was based on the principles of graphic design (layout, grid, hierarchy, typography, and colors) and compares changes that occurred, from the perspective of these principles, in the publications' structure over the years. Observations about inclusive design were made considering the dynamics of Autism, which incorporated autistic people into its creative process. Regarding the concept of social innovation (which proposes to create new ideas and social collaborations in the field of design), from 2010 until the 27th edition, the magazine brought together people (parents of autistic individuals, autistic individuals, professionals, researchers) and produced unprecedented content in Brazil about autism, forming a community of collaborators that expanded the visibility of neurodivergence nationwide.

Keywords: Graphic design. Editorial. Autism. Inclusive design.

¹Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e de Design – São Paulo (SP), Brasil.

E-mail: mariafcguimaraes@gmail.com

Recebido em: 10/02/2025. Aceito em: 03/09/2025.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo demonstrar, por meio da metodologia qualitativa de análise de conteúdo, os avanços e as modificações gráficas que ocorreram na revista brasileira *Autismo* em seus dez anos de publicação. Para a seleção dos recortes, foi considerado o processo, segundo Bardin (1977 *apud* Cardoso *et al.*, 2021), de pré-análise, análise, tratamento e interpretação do material investigado. Na análise gráfica a metodologia utilizada foi a fundamentada nas bases do *design* gráfico, a verificação da estrutura do *layout*, *grid*, tipografias e cores (Ambrose; Harris, 2011; Lupton; Phillips, 2015), utilizadas nas 27 edições.

Para examinar as alterações sociais provocadas pelo periódico em virtude de sua atuação como protagonista no posicionamento e informações sobre o transtorno do espectro autista (TEA), foi abordado o *design* inclusivo (Gomes; Quaresma, 2017) como forma de reflexão sobre o papel do design na contemporaneidade, e foi apresentado o *design* para inovação social (Manzini, 2017) como importante ferramenta para a realização de *codesign* e de *design* participativo na criação e nas melhorias de produtos e serviços, para que se tornem eficientes para comunidades divergentes.

Dessa forma, cabe uma contextualização histórica da *Autismo*, que iniciou suas atividades em 23 de abril de 2010, por iniciativa do jornalista Francisco Paiva Junior e do publicitário Martim Fanucchi, numa tentativa de informar e ensinar pais, professores e profissionais sobre o TEA.

Nos anos de 2010 a 2013, a *Autismo* publicou uma edição por ano, do número 0 ao número 3, contando quatro publicações. De início, o periódico não parecia possuir interesse em criar uma identidade visual concernente à revista, uma vez que predominavam textos em vez de imagens, informação em vez de identidade visual.

Paiva e Fanucchi são pais de autistas e buscaram, por meio das publicações, comunicar e discutir intervenções para o TEA, assim como falar abertamente das dificuldades e preconceitos que as famílias e as crianças com autismo enfrentam (Canal Autismo, 2024).

Considerando-se as informações escassas e o pouco esclarecimento sobre o TEA no Brasil na época, a revista tornou-se pioneira, a primeira da América Latina editada em língua portuguesa sobre o assunto (Canal Autismo, 2024). Sendo assim, ao unir especialistas, familiares e autistas, o periódico visa compartilhar suas experiências, conhecimentos, dúvidas e expectativas, criando, por meio dessa colaboração, uma comunidade representativa e identitária de autistas e pessoas interessadas no assunto.

Da perspectiva do *Design*, identidade é a “a soma de todas as características que tornam uma marca ou uma empresa inconfundível e singular” (Bonsiepe, 2011, p. 55). Esse conceito pode igualmente se estender à identidade criada pela revista, a qual formou uma comunidade com base em sua comunicação singular, anual e depois trimestral, desmistificando e resgatando as identidades contidas no imaginário social sobre o TEA.

Dessa maneira, diante da análise das 27 edições, desde 2010 até a primeira edição de 2025, entende-se que o periódico auxiliou e tem auxiliado com informações sobre o TEA no Brasil, além de ceder espaço para que autistas e suas famílias compartilhem suas experiências. Logo, a identidade da revista passou a ser construída e constituída pelos próprios autistas, com ilustrações e colunas feitas sob o ângulo daqueles a quem as publicações se propuseram a auxiliar.

Com efeito, as primeiras edições tinham por objetivo informar, sem grandes preocupações com a identidade visual das publicações. Todavia, após cinco anos sem publicar — de 2014 a 2018 —, a revista retornou em 2019 com publicações trimestrais e como empresa social. Agora, por não se tratar mais de um projeto de uma organização não governamental (ONG), ela obteve contribuição financeira para a sua ampliação, não apenas em números de páginas, mas no projeto gráfico e em parcerias que passaram a colaborar para edições futuras.

ANÁLISE DO PROJETO GRÁFICO

O planejamento gráfico e a direção de arte da revista nas primeiras edições foram realizados por Martim Fanucchi, um de seus idealizadores. Fanucchi optou por um *layout* semelhante ao de um jornal circular, com diagramação de coluna única e algumas imagens relacionadas aos textos dispostas timidamente nas páginas. As imagens que compunham as publicações eram, em sua maioria, fotografias pequenas de pessoas que escreviam os artigos, além de imagens retiradas de bancos de imagens, como *Shutterstock* e *Getty Images*, que faziam relação com o tema do artigo (Figura 1).



Figura 1. Diagramação em formato de jornal circular — ano 1, nº 1, páginas 4 e 5.

O logotipo da revista não acompanhava símbolo, era apenas a escrita tipográfica sem serifa¹, seguida da frase “informação gerando ação”. O “A” da palavra autismo, em letra maiúscula, ficava sobre um retângulo vermelho, possivelmente indicando o alerta no que diz respeito à informação que o periódico se propôs a transmitir (Figura 2).



Figura 2. Logotipo de 2010 — ano 1, nº 1.

A partir da quarta edição (março/abril/maio de 2019), o *design* editorial passou por uma renovação gráfica realizada pelo *designer*, artista visual e ilustrador Alexandre Beraldo, que criou um conceito moderno e *clean* para a revista. Beraldo priorizou as imagens e infográficos e, com esses elementos, introduziu explicações de conceitos acerca do TEA, por exemplo, de como um autista deve lidar com as emoções, cuidar da saúde bucal e explicações sobre medicamentos e genética (Figuras 3 e 4).

A cada edição, o *layout* foi se tornando mais funcional com relação à legibilidade e à leiturabilidade, com um *grid* de linhas de base na vertical e três colunas para a disposição dos elementos. As imagens passaram a integrar as páginas com base nos conceitos de perímetro ativo e passivo, ou seja, ora impelindo o leitor para fora da página (ação), ora mantendo sua atenção no interior da revista (reflexão) (Ambrose; Harris, 2011).

É possível observar a grande diferença entre as primeiras edições e o novo planejamento gráfico, as imagens e ilustrações que atualmente ocupam a metade das páginas, e os espaços em branco — de pausa visual — que não são mais escassos, mas constantes. Os títulos e subtítulos também foram mais adequadamente organizados, uma vez que passaram a seguir uma ordem de importância, com mudança da fonte e do tamanho do tipo para enfatizar a hierarquia e a importância das palavras (Ambrose; Harris, 2011) (Figuras 5, 6 e 7).

Sobre a tipografia, “o meio pelo qual uma ideia escrita recebe uma forma visual” (Ambrose; Harris, 2011, p. 55), na revista *Autismo* observamos que algumas

¹ Traço que produz um alongamento nas hastes das letras.

ERIC HAMBLÉN, DOS EUA

é terapeuta e, desde 1985, trabalha com autistas e pessoas com dificuldade no aprendizado social e comunicação. Inventor do Connector Rx, é cofundador e diretor do P.A.C.E. Inc. e Pace Place, recebeu treinamento avançado ABA de Ivar Lovaas, com quem trabalhou, e é certificado RDI por Steve Gutstein.

AS EMOÇÕES IMPULSIONAM O COMPORTAMENTO

O desafio é aprender a regular emoções, confortáveis e desconfortáveis, que ocorrem naturalmente

E

mbora as emoções impulsionem a maior parte dos nossos comportamentos, esse fato é muitas vezes um conceito tênue e fácil de ser esquecido à medida que orientamos nossos filhos sobre como compreender suas experiências. Por gerações, a gestão comportamental tem sido o pilar nas instituições de ensino, serviços profissionais, cursos e livros para pais em todo o mundo. O comportamento é importante. Quando percebemos que os comportamentos são movidos por emoções, abrimos nossos corações e mentes para ajudar as crianças em sua necessidade emocional básica de sentirem-se conectadas usando nossa compaixão, um instinto humano. Uma vez que tenhamos em mente que os comportamentos são mo-

ARTIGO

Deposit photos

38

Figura 3. Instruções de como lidar com as emoções — ano V, nº 4, página 38.

seções foram diagramadas seguindo esse conceito, como na matéria publicada na edição número 9 que relatava os impactos da COVID-19 na vida dos autistas. Nessa edição, a palavra “índice” e a palavra “pandemia” foram representadas pela escrita à mão (manuscritas), com aparência visual de micro-organismos patogênicos muito coloridos e esteticamente atraentes (Figuras 8 e 9).

No que se refere às cores aplicadas nas edições da revista, que acrescentam “dinamismo ao design e atraem a atenção, produzindo reações emocionais, facilitando a organização dos elementos das páginas” (Ambrose; Harris, 2011, p. 117),

controlam, durante o neurodesenvolvimento, a expressão gênica. Além disso, muitas variantes genéticas associadas ao TEA estão relacionadas a outras condições do neurodesenvolvimento como Deficiência Intelectual (DI), Transtorno Obsessivo Compulsivo (TOC), Transtorno de Déficit da Atenção com Hiperatividade (TDAH) e algumas condições psiquiátricas como esquizofrenia, depressão e transtorno do humor e afeto. Por todas estas razões, é um grande desafio definir genes e respectivas variantes genéticas de relevância clínica associadas ao TEA (estudo de 2018). O TEA é um excelente modelo para demonstrar a complexidade genéti-



ca do neurodesenvolvimento, pois apresenta um espectro clínico amplo, com fatores genéticos variados e complexos podendo ser herdados ou não. As formas não sindrômicas têm uma herança multifatorial associada a riscos ambientais e genéticos em uma combinação de característica aditiva (de acordo com estudo de 2018).

O modelo genético que explica o TEA foi chamado de “modelo de copo” e é um modelo de herança e limiar multifatorial que apresenta os impactos das variantes genéticas e ambientais com maior ou menor risco associado ao TEA, representados por círculos de tamanhos diferentes (estudo de 2018) e a borda do copo representa o limite.

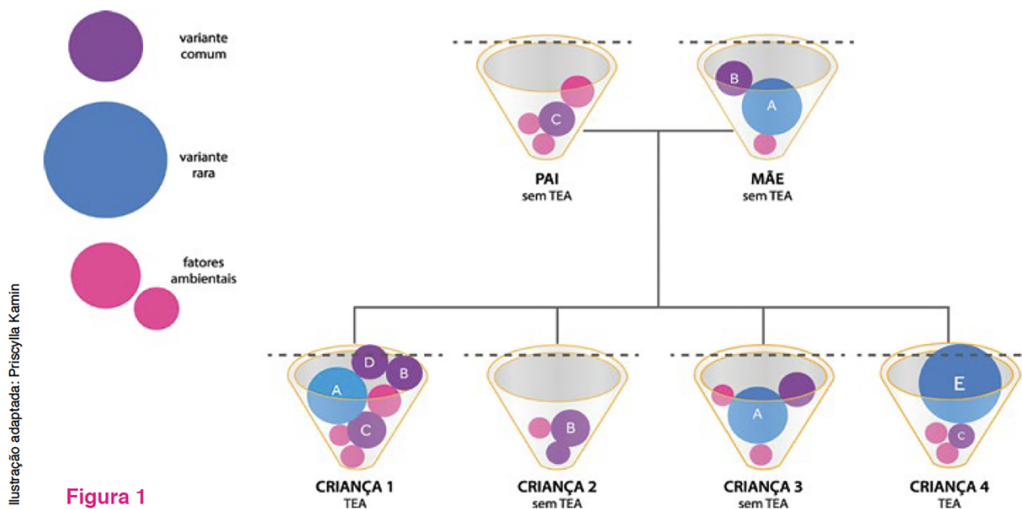


Figura 1

Ilustração adaptada: Priscylla Kamin

Observe que indivíduos que ultrapassam esse limite estão no TEA (Figura 1). No “modelo de copo”, os indivíduos do sexo masculino são representados por copos de tamanho menor, em relação ao sexo feminino, demonstrando uma diferença para atingir o limiar de diagnóstico (Figura 2). Estudos científicos mostraram

que mulheres com TEA tem um número muito maior de variantes genéticas associadas ao transtorno se comparadas a homens com TEA, sugerindo que indivíduos do sexo feminino são mais resistentes a tais mutações o que explicaria a proporção de 4 meninos para 1 menina de acordo com o CDC (conforme estudo de 2014). Devemos ter em mente que o TEA é uma condição multigênica e multifatorial com combinação de

“Modelo de Copo” – modelo representativo da heterogeneidade genética, adição e penetrância reduzida em uma família com TEA. Círculos roxos representam as variantes genéticas comuns. Círculos azuis as variantes genéticas raras e os círculos rosas fatores ambientais. As diferenças no tamanho indicam o risco. A: variante rara herdada da mãe; B: variante comum herdada da mãe; C: variante comum herdada do pai; D: variante comum “de novo” e E: variante rara “de novo”. Adaptado de Hoang, Cytrynbaum, Scherer, 2018 (estudo de 2018).

Figura 4. Infográfico: autismo x genética — ano V, nº 4, página 41.

verificamos que, embora muitas cores sejam utilizadas, por hora, não há uma separação ou hierarquização dos elementos que as utilizam. Além disso, não encontramos um padrão determinante relacionado à utilização de cores.

Para Lupton e Philipps (2015), as cores auxiliam a diferenciar, conectar, ressaltar e esconder elementos do *layout*; “da mesma forma, a cor muda de sentido de

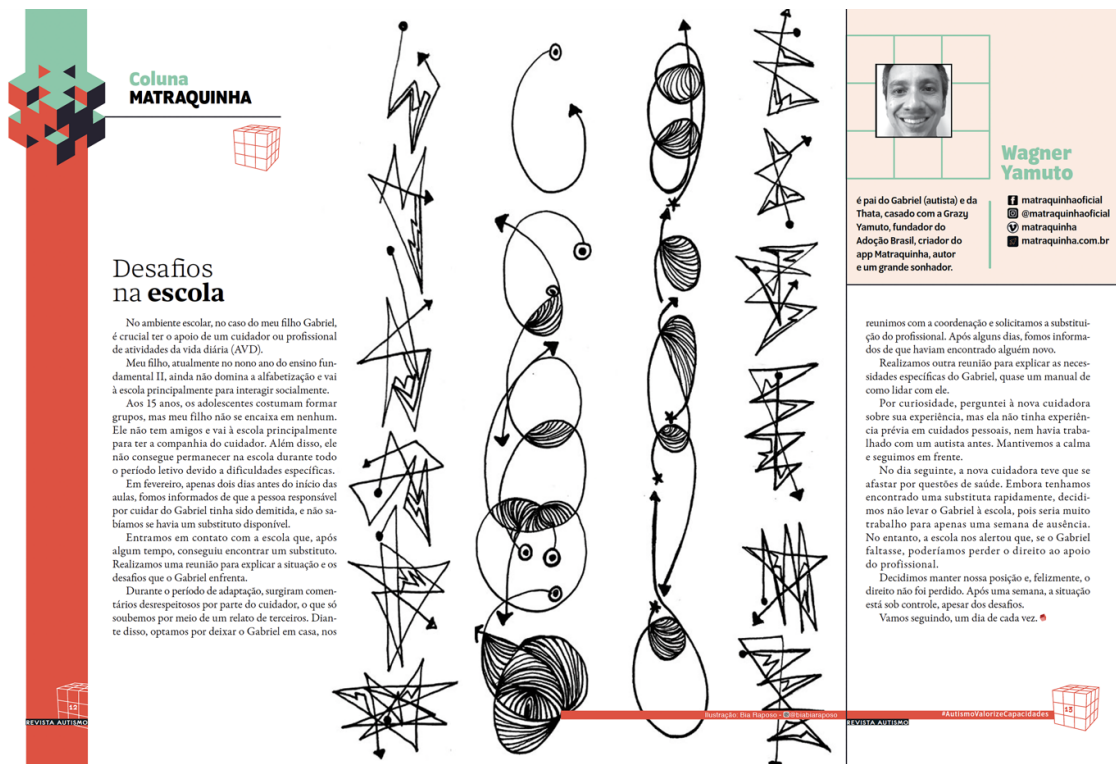


Figura 5. Diagramação atual — ano X, nº 25, páginas 12 e 13.



Figura 6. Diagramação atual — ano X, nº 25, páginas 14 e 15.

uma cultura para outra”, pois carrega “diferentes conotações em diferentes sociedades” (Lupton; Phillipps, 2015, p. 81). No entanto, ao aplicar cores, os editores seguiram uma maneira variada, uma vez que, em cada número, os segmentos dispõem

Na tarde de sábado, 06.abr.2024, no local mais icônico de São Paulo (SP), o vão livre do Masp (Museu de Arte de São Paulo), houve manifestação e caminhada na Avenida Paulista, com 220 pessoas, para conscientizar a sociedade a respeito do autismo. Autistas e familiares pediram por respeito aos seus direitos e por mais políticas públicas. Foram distribuídos mil panfletos explicando o que é o transtorno do espectro do autismo (TEA), sinais de suspeita para se buscar um diagnóstico mostrando o tema da campanha nacional de 2024 para o Dia Mundial de Conscientização do Autismo (2 de abril) — “Valorize as capacidades e respeite os limites!”.

REPORTAGEM NO JORNAL DA BAND

O ato foi tema de reportagem do Jornal da Band, no mesmo dia, enfatizando o teor da manifestação, repercutindo e dando visibilidade à causa.

Milena Carneiro, ativista e mãe da Yasmin, uma jovem autista de 18 anos, destacou a importância de estar presente na manifestação: “Precisamos ocupar e reivindicar os direitos das pessoas com autismo na Avenida Paulista, por ser o local de maior visibilidade na maior capital do Brasil. Enquanto eu tiver voz pela minha filha e por todos os autistas, irei me manifestar, direito não é favor, é obrigação do poder público cumprir, sim!”, exclamou ela enquanto segurava uma faixa com o tema da campanha deste ano, no meio da avenida.

CAMINHADA NA PAULISTA

Para finalizar o ato, o grupo fez uma caminhada do vão livre no Masp até a esquina da Av. Paulista com a Rua

REVISTA AUTISMO

Augusta, escoltados pela Polícia Militar que, todo o tempo, garantiu a segurança e integridade dos manifestantes. No mesmo horário, ocorria uma manifestação do PCO (Partido da Causa Operária) em prol da Palestina, com muitas bandeiras, batucada e som alto. Para não causar problemas para autistas com hipersensibilidade auditiva, a PM de São Paulo solicitou que a outra manifestação se desviasse do vão livre no Masp, para garantir que os autistas pudessem continuar no ato pelo Dia Mundial de Conscientização do Autismo.

A manifestação foi organizada pelo jornalista Francisco Paiva Jr., editor-chefe desta Revista Autismo, que destacou a importância simbólica desse movimento político apartidário: “Voltar a ocupar a Av. Paulista em prol dos autistas é muito importante para a visibilidade da causa. A última vez que estivemos aqui foi na caminhada de 2019, antes da pandemia. Depois disso, as autoridades forçaram a comunidade a ficar isolada em outros locais, como no



Manifestantes na Av. Paulista em ato pelo Dia Mundial de Conscientização do Autismo — 06.abr.2024 - Foto de Diego Lomaz / Revista Autismo

Não podemos esquecer de conscientizar a sociedade, um ato para fora da bolha do autismo



Memorial da América Latina, em 2023, que se mostrou um lugar muito seguro e confortável para uma confraternização que os autistas merecem e neste ano, no Parque das Bicicletas, em Moema, ainda mais invisibilizado. Podemos ter um evento com shows e confraternização, devemos tê-lo! Mas não podemos esquecer de conscientizar a sociedade, que é um ato para fora da bolha da comunidade do autismo, junto à sociedade”, argumentou Paiva, que tem um casal de filhos, sendo o rapaz, Giovanni, de 17 anos, autista.

CIDADÃ

Nem autoridades nem empresas foram convidadas para o ato, apenas cidadãos. Um exemplo foi a secretária municipal da Pessoa com Deficiência, Sílvia Grecco, que esteve presente e participou da manifestação não como Poder Executivo, mas como a mãe do Nickollas, jovem autista eggo, muito conhecido como célebre torcedor do Palmeiras, que também esteve presente. Aliás, Sílvia, que é muito envolvida com a causa, já ganhou um prêmio da Fifa, em 2019, o Fifa Fan Awards, por frequentemente levar o Nickollas ao estádio e narrar os jogos para ele.

O público presente se manifestou das mais diversas formas. Um grupo da AMA (Associação de Amigos do Autista), de São Paulo, entidade fundada há 41 anos, esteve presente pedindo por melhores condições para a instituição, que atende autistas gratuitamente. Outros protestavam contra um recente decreto do governador de São Paulo — que autoriza um auxiliar para autista nas escolas estaduais, porém, os pais devem arcar com os custos ou eles mesmos serem o auxiliar do filho — que tem causado grande polêmica na comunidade, entre autistas e familiares.

Mas todos estavam falando de autismo, mostrando faixas e cartazes sobre questões relacionadas a autistas e seus direitos ou distribuindo panfletos informativos, ou seja, todos estavam cumprindo seu

REVISTA AUTISMO

Figura 7. Diagramação atual — ano X, nº 25, páginas 16 e 17.

de uma cor diferente, sem padronização nas seções, colunas e no índice, o que comumente mantém algum padrão de cores no meio editorial.

Da mesma forma, a seção “O que é autismo?” — que aborda uma breve explicação sobre o TEA e está presente nas publicações desde a revista de número 4 — não seguiu padronização cromática única. Nas edições de 4 a 7, a identidade visual na seção citada está na cor azul, enquanto nas edições de 8 a 13, além da cor azul, há uma faixa no topo da página transpassada pelo espectro cromático. Nas edições de 14 a 23 foi o fundo da página que se alterou, sendo aplicado um gradiente. Finalmente, nas edições de número 24 a 27², a diagramação e as cores da seção foram alteradas novamente: o fundo da página voltou a ser branco, como nas primeiras edições, saiu a faixa colorida, e entrou um ponto de interrogação que muda de cor em cada edição (Figura 10).

Dessa forma, as cores na revista *Autismo* ainda não causaram impacto na ligação do texto com a hierarquia, a conexão ou a diferenciação de elementos das seções e colunas. Algumas seções, como, por exemplo, “O que é autismo?”, até permaneceram estáveis por algum tempo, contudo, nas publicações mais recentes, sofreram alterações cromáticas significativas.

É ideal esclarecer que, com relação ao índice, o periódico segue a disposição hierárquica de colunas e seções. Elas são utilizadas para estruturas fixas de textos que falam sobre o TEA, partilhas de experiências de autistas e familiares e para a tirinha criada e cedida pelo Instituto Maurício de Sousa com a representação do personagem André, o garoto autista da turma. As outras matérias do periódico são

2 A edição número 27 é a última edição publicada até o momento desta análise.



Figura 8. Palavra “Índice” — ano VI, nº 9, página 5.

reportagens e artigos acerca de descobertas científicas, novas intervenções e medicamentos, inclusão escolar e métodos de alfabetização para o TEA, que se alteram de acordo com as edições. Na associação com os títulos e subtítulos, as imagens costumam ficar logo abaixo do texto e, algumas vezes, entram pela página, variando conforme a disposição dos elementos.

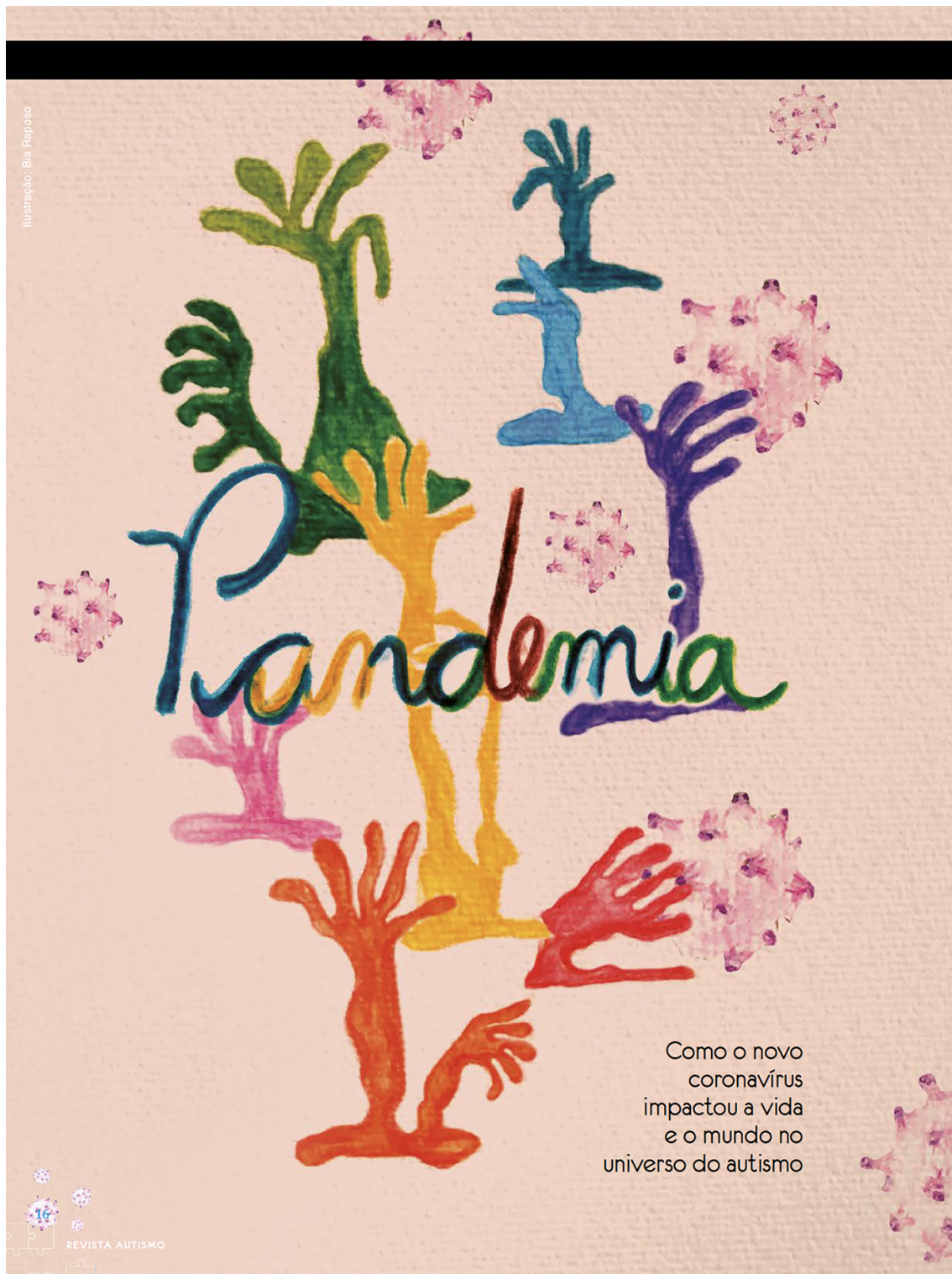


Figura 9. Palavra “Pandemia” — ano VI, nº 9, página 16.

O logotipo também passou por *redesign*. A família tipográfica utilizada para a escrita da palavra “autismo” continua como no logo anterior, sem a serifa; no entanto, um dos símbolos mais antigos do autismo — o quebra-cabeças — foi inserido nas partes ocultas das letras “A” e “O” e na abertura da letra “U”, conectando a palavra autismo ao símbolo (Figura 11).



Figura 10. Mudanças na diagramação da seção “O que é autismo?”.



Figura 11. Logotipo atual — ano VII, nº 15.

A mudança gráfica da revista e do logo manifestam o novo posicionamento do periódico: não ser exclusivamente informativo, porém criar uma comunidade cada vez mais ativa no assunto, com concepções claras sobre inclusão e diversidade.

PARCERIAS INCLUSIVAS

Depois de cinco anos sem publicações, a *Autismo* retoma e estabelece grandes parcerias, como o Instituto Maurício de Sousa, a startup Tismoo, a rede social Tismoo.me, o aplicativo Matraquinha, a empresa Azul Cargo Express, a transportadora Jamef e o Instituto de Ensino e pesquisa, o Ispem. Além disso, a revista passou a publicar ilustrações e textos criados por pessoas com TEA, incentivando o desenvolvimento de habilidades artísticas e literárias.

Quanto à parceria com o Instituto Maurício de Souza, ela iniciou-se no exemplar número 4, e, desde então, a produtora vem contribuindo com pequenas tirinhas em quadrinhos, abordando de maneira leve, por intermédio do personagem André, dificuldades, habilidades e curiosidades sobre o TEA. André, protagonista das narrativas, surgiu da iniciativa da Universidade de Harvard, que convidou a Maurício de Sousa Produções (MSP) para criar um personagem que contribuísse para alertar a população brasileira sobre os sintomas do TEA. Em 2003, foi publicado o primeiro exemplar do quadrinho com as histórias do personagem pela MSP (Paiva Junior, 2019).

Na *Autismo*, André aparece a partir de 2019. O personagem foi capa de três edições: a edição número 6, com uma ilustração do personagem junto com Maurício de Sousa em um parque de diversões, e as edições números 12 e 16, em que as ilustrações, respectivamente, incentivam o respeito e a inclusão da pessoa com TEA (Figura 12).



Figura 12. Publicações sobre o personagem André — capas das edições 6, 12 e 16; tirinha da edição nº 10.

Entre os temas abordados nas tirinhas no interior da revista, encontramos a ecolalia, a sinceridade veementemente do autista, o hiperfoco, a literalidade, o pensamento por imagens, a conscientização a respeito da diversidade, a neurodivergência da criança com autismo etc. Todos os temas são amparados pela poética visual da arte sequencial.

Essa combinação de palavras e imagens já utilizadas em outras narrativas da MSP passa agora a ser aplicada sob a perspectiva do personagem autista, colocando-o no centro da narrativa e configurando, assim, a experiência do leitor (Eisner, 2010). Este, ao entrar em contato com a revista e por meio dela, com o quadrinho, conhece e compreende a comunidade autista, expandindo seu repertório sobre o TEA.

Em alguns casos há a identificação de familiares e amigos que convivem com uma pessoa autista, relacionando as situações reais com as vividas na ficção por André, como na edição de número 27, em que a narrativa do quadrinho mostra que o hiperfoco de André são os dinossauros. Muitos autistas compartilham desse mesmo hiperfoco, ou apreciam organizar objetos por cores, ou repetem várias vezes as mesmas palavras (ecolalia), ou entendem literalmente o que é dito, atitudes em geral incompreendidas.

Tocamos aqui no ponto que Bonsiepe (2011) chama de pretensão hegemônica no âmbito da identidade, ou seja, a presunção humana de impor normas sociais e obrigar heranças culturais que pretendem ocultar o diferente. Nesse sentido, a revista quebrou paradigmas e mostrou aos seus leitores, por meio dessas tiras em quadrinhos, as diferenças entre a pessoa autista comparada a pessoas típicas. Por sua vez, André assume na ficção o padrão neurodivergente na infância e revela a condição de outros autistas que são, muitas vezes, rejeitados e incompreendidos por enxergarem o mundo a sua volta de modo singular.

Os quadrinhos não são a única ferramenta de conscientização sobre o autismo presente na revista. Em 2018, Wagner Yamuto, pai de um menino autista, criou um aplicativo para ajudar autistas a comunicar suas emoções, necessidades e desejos, e dessa criação surgiu também a parceria com a *Autismo*. O nome do aplicativo de Yamuto é Matraquinha, e ele aborda um tipo de comunicação alternativa, como o *Picture Exchange Communication System (PECS)*³, que permite criar ficheiros de imagens, com figuras contidas no aplicativo, ou com fotos que fazem parte do dia a dia da criança, as quais podem ser tiradas e organizadas no aplicativo pelos familiares ou especialistas.

Em entrevista ao editor da *Autismo* (Paiva Junior, 2023), Yamuto explica que a criação do aplicativo foi inspirada no PECS que ele utilizava e alimentava para auxiliar seu filho — autista não verbal — a se comunicar. Com o aplicativo Yamuto, acredita que algumas deficiências na comunicação dos autistas irão melhorar — coisas práticas, como, particularmente, evitar a perda de imagens do ficheiro físico e, dessa forma, diminuir o estresse da criança com TEA por não conseguir se comunicar (Figura 13).

Sendo assim, Yamuto e Paiva tornaram-se parceiros de causa diante da busca pela qualidade de vida e de tratamento para seus filhos e para a comunidade TEA. Paiva também criou uma rede social chamada Tismoo, que pretende abranger a maior quantidade de interações e informações sobre o TEA. A rede social surgiu de um projeto já ativo, a ramificação da *startup* de saúde e tecnologia Tismoo, que oferece medicina especializada, visando à precisão em diagnósticos e tratamento personalizado para pessoas com TEA.

No texto de apresentação do Tismoo na revista *Autismo*, a publicidade afirma que a rede será “uma nova forma de reunir todo o ecossistema do autismo, trazendo informações relevantes à distância de um clique” (Revista *Autismo*, 2022, p. 2). Segundo o trecho de divulgação publicitária, os conteúdos sobre o TEA disponíveis no aplicativo são específicos e passam por uma séria curadoria, evitando informações equivocadas ou de má fé. Segundo seus idealizadores, a rede é um novo modelo para atender, por meio de tecnologia avançada, pessoas com TEA, aproximando o grande público de uma medicina especializada de qualidade, que ajudará a não atrasar tanto os diagnósticos. Os pais podem utilizar a rede social e suas comunidades para tirar dúvidas sobre sintomas, encontrando uma rede de apoio e conexão com outros pais que convivem com o autismo (Revista *Autismo*, 2022, p. 2).

A plataforma também possui um personagem robô chamado Genioo, alimentado por inteligência artificial, e que é a representação visual de um especialista em autismo e neurodesenvolvimento. Acessando o *site* pelo *QR Code* que está na revista, ou baixando o aplicativo, é possível conversar com o Genioo e tirar dúvidas específicas sobre higiene, alimentação, saúde e educação relacionadas à pessoa com TEA (Figura 14).

3 Recurso de comunicação alternativa para criar ficheiros de imagens, que auxilia pessoas com dificuldades na fala, ou que são não-verbais.

Emoções

Dê voz a quem você
AMA!

Conheça o app de comunicação alternativa **MATRAQUINHA!**

A comunicação da criança é feita através de cartões e que, ao serem clicados, fazem com que uma voz reproduza o que a criança deseja transmitir.

Disponível

DISPONÍVEL NO
Google Play

Baixar na
App Store

MATRAQUINHA

Figura 13. Publicidade do aplicativo Matraquinha — ano VI, nº 10, página 45.

Partindo da perspectiva do *design* gráfico, em que compreendemos que “até a linguagem visual mais vigorosa torna-se inútil se não houver habilidade para inseri-la num contexto palpável” (Lupton; Phillipps, 2015, p. 10), é viável considerar a sagaz iniciativa da criação editorial da *Autismo*, que vem se tornando um grande ponto de referência para a comunidade autista.

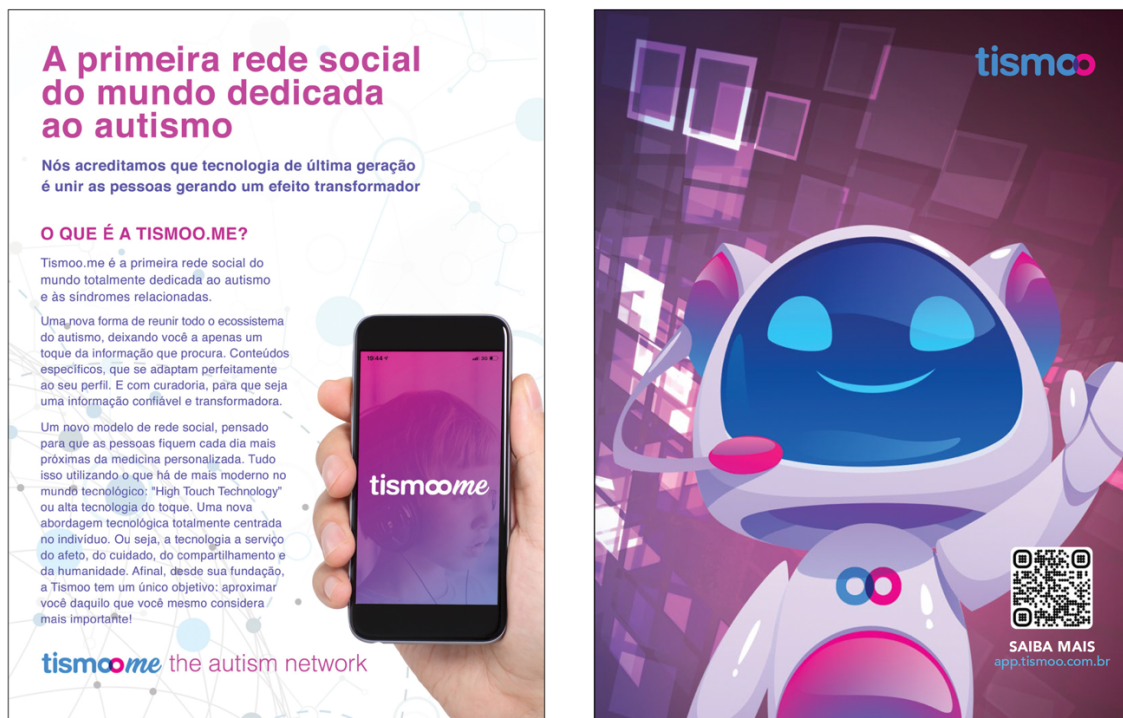


Figura 14. Publicidade das plataformas Tismoo e Tismoo.me — ano VIII, nº 16, e ano XI, nº 27.

As parcerias firmadas pela revista têm inserido o TEA e a pessoa autista na esfera social por meio de informações consistentes de como buscar diagnóstico, possibilidades de tratamento, produtos e serviços, bem como de como assegurar inclusão e respeito. O periódico também vem proporcionando visibilidade à pessoa com TEA, frequentemente invisível.

DESIGN INCLUSIVO PRESENTE NA REVISTA *AUTISMO*

Quando foi publicada sua primeira edição, em setembro de 2010, o autismo no Brasil ainda não estava amparado por lei. Isso só aconteceu quase dois anos depois pela lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012, que o reconheceu como deficiência e passou a exigir todos os direitos previstos na lei de deficientes aplicados às pessoas com TEA. Em março de 2013, na edição de número 3, essa conquista foi matéria de capa (Figura 15).

Esse fato impulsionou a inclusão de pessoas com autismo como criadores e colaboradores da revista. Alguns artigos e a maioria das ilustrações passaram a ser criados pelos próprios autistas, que receberam a chance de compartilhar seus talentos e habilidades em um espaço dedicado a comunicar sobre eles. Assim, nada mais dinâmico do que abrir caminho, com o uso do *design* inclusivo, para que suas habilidades e talentos sejam ressaltados.

O *design* inclusivo, segundo Gomes e Quaresma (2017, p. 27), é a "área destinada a estudar e promover a relação saudável entre usuário e produto/ambiente/serviço por meio de projetos que visam a solucionar problemas existentes ou prevenir conflitos nessa relação". Sob esse olhar, a revista *Autismo* tem promovido e incentivado relações saudáveis com seus usuários, sobretudo quando tomou a iniciativa de oferecer oportunidade de trabalho a pessoas com TEA, constituindo, dessa forma, uma relação de confiança.



Figura 15. Capa com a Lei nº 12.7641, que entrou em vigor na época — ano IV, nº 3.

Um dos escritores do periódico, Nicolas Brito Sales — fotógrafo premiado pela ArtBrazil 2017, palestrante, coautor do livro *TEA e inclusão escolar, um sonho mais que possível* e autor do livro *Tudo o que eu posso ser* — é um autista diagnosticado na infância e escreve a coluna "Tudo que podemos ser", na qual compartilha suas experiências, desafios e conquistas em um bate-papo vívido com o leitor.

Além de escritores, a revista abriu espaço para os ilustradores, entre eles Camilla Chair, Lucas Ksenhuk, Letícia Gomes, Daniel Lima e Fernanda Barbi Brock. Cada ilustrador tem uma forma singular de enxergar o mundo, e isso auxilia em sua atuação nas publicações. Por sua vez, a ilustradora Camilla Chair, autista de 33 anos, explica em um artigo, na edição número 20, que quando era muito criança tinha hiperfoco em insetos e depois, aos dez anos de idade, passou a focar dinossauros. Isso aconteceu depois de ela ganhar um livro sobre dinossauros e ficar fascinada pelas espécies. Desde então, passou a estudar e ilustrar dinossauros e se considera paleoartista, ou seja, uma artista que representa o universo pré-histórico (Chair, 2023) (Figura 16).

Camilla ilustrou várias edições da *Autismo* com dinossauros e, nesse caso, o hiperfoco da ilustradora não atrapalhou o seu processo de trabalho. Efetivamente, o que ocorreu foi um aproveitamento dessa competência, que não se tornou um obstáculo para a artista nem para o meio em que ela está inserida, pois o ambiente absorveu sua condição.

Desse modo, podemos considerar que a revista tem desenvolvido extenso trabalho no *design* inclusivo, visto que "a palavra 'inclusão' significa fazer parte de alguma coisa, é a ação ou efeito de incluir" (Gomes; Quaresma, 2017, p. 27). A palavra indica igualmente pertencimento, propiciando a inserção de pessoas excluídas por deficiências ou outras condições reducionistas, em atividades de grupos antidiscriminatórios, que anteriormente não comportariam este tipo de participação.



Figura 16. Artigo “Uma artista precisa e científica”, de Camila Chair — ano IX, nº 20, páginas 36 e 37.

Nesses termos, muitos autistas compartilham por meio da revista as dificuldades que enfrentam tentando pertencer a um espaço, grupo ou comunidade e, diversas vezes, não conseguem se integrar, seja por problemas em se relacionar, manter uma rotina, seja para lidar com pressões.

A abertura do periódico, favorecendo que pessoas com TEA participassem da produção de suas publicações, respeitando seus limites e diversidade, ultrapassou a definição usual de *design* inclusivo, que é “promover a relação saudável entre usuário e produto/ambiente/serviço” (Gomes; Quaresma, 2017, p. 27). A aproximação que o periódico proporcionou, da parte editorial da revista com os autistas, foi a de promovê-los a apropriadores e criadores e não meramente espectadores.

Por conseguinte, desenvolver produtos e serviços inclusivos é um desafio no campo do *design*, pois é preciso atribuir equidade na participação social, sem ter de pensar na necessidade de adaptações futuras (Gomes; Quaresma, 2017). O impacto de colocar pessoas com deficiência — aqui, especificamente com TEA — no mercado de trabalho, garantindo real participação social empregatícia, configura-se como um grande desafio. Isto porque a adaptação da pessoa neurodivergente nos espaços sociais, em geral, é mais lenta e menos tradicional do que a de pessoas típicas.

A revista *Autismo*, com a iniciativa de confiar em profissionais com TEA, tem colaborado para derrubar as barreiras da exclusão, depositando na pessoa autista a autoconfiança e a determinação necessárias para ela se fazer incluída no processo de produção do periódico.

O impasse da inclusão dos autistas no mercado de trabalho é compartilhado em alguns artigos. A título de exemplo, pode-se destacar um texto na coluna ‘Introvertendo’, na edição de número 19, escrito pela arquiteta Carol Cardoso, diagnosticada com TEA aos 21 anos de idade. No texto, ela compartilha sua dificuldade de interação no trabalho, principalmente enquanto ocupava um cargo de liderança. Ela explica que se viu refém do capacitismo, ideia segundo a qual pessoas sem deficiência fariam melhor sua função, e isso a deixou insegura com relação ao seu desempenho profissional (Cardoso, 2023).

Assim, é inegável que a revista tem aberto portas aos autistas trazendo informação no formato gráfico para famílias, profissionais e estudiosos do TEA. Todavia, talvez o maior benefício tenha sido o de ter colocado pessoas com TEA como colaboradoras, em um ambiente no qual elas podem realizar atividades profissionais comuns e demonstrar seu potencial.

UM PROJETO PARA A INOVAÇÃO SOCIAL

Manzini (2017, p. 25) define inovações sociais no campo do *design* como “novas ideias (produtos, serviços e modelos) que atendem a necessidades sociais e, ao mesmo tempo, criam novas relações ou colaborações sociais”. Ainda segundo o autor, a inovação social atua diretamente “na resolução de problemas anteriormente vistos como muito difíceis, quando não intratáveis” (Manzini, 2017, p. 26).

Em 2010, a *Autismo* atinge a definição de inovação social proposta por Manzini (2017), quando inicia o compartilhamento aprofundado sobre o TEA em formato editorial, utilizando-se de ferramentas criadas por uma comunidade para unir e reunir mais pessoas com as mesmas lacunas informacionais e sociais e para que o conhecimento difundido auxiliasse na compreensão da deficiência. A temática do autismo, de trato delicado e difícil, passou a ser discutida na revista por profissionais, pais e pelos próprios autistas.

Na primeira edição, em 2010, foi publicado um artigo decisivo para informar sobre uma nova abordagem psicológica comportamental chamada ciência *Applied Behavior Analysis* (ABA)⁴, atualmente muito difundida e utilizada nas intervenções para amenizar os sintomas do TEA (Ribeiro, 2010). Desde aquele momento, a ciência ABA nunca foi refutada por especialistas — e um exemplo disso é o doutor Thiago Castro (2023). Ao contrário, o método vem sendo confirmado como auxiliador no neurodesenvolvimento e estímulos na primeira infância. Castro (2023) atesta os benefícios da intervenção ABA, citando diversos casos, especialmente o do seu filho, que evoluiu do nível três⁵ de suporte para o dois com o auxílio da terapia comportamental.

Manzini (2017, p. 27) destaca que “em termos práticos vimos que o que essas inovações fazem é recombinar recursos e capacidades já existentes para criar novas funções e novos sentidos”, contribuindo para a participação da comunidade e fortalecendo o *codesign* e o *design* participativo. Logo, se antes não havia onde buscar informações, e a falta de diagnóstico médico deixava as pessoas sem orientação, a revista introduziu informação e esperança, recombinando recursos informativos e conhecimento e oferecendo a quem convive com o TEA a oportunidade de integrar um grupo.

Sob a ótica da inovação social, estas e outras iniciativas de *design* devem ser “pensadas e implementadas como contribuições para o diálogo social de projetos específicos” (Manzini, 2017) que colaborem para um propósito coletivo entre comunidades e especialistas.

Familiares, talvez desorientados e que pouco sabiam sobre o transtorno, receberam possibilidades de intervenções e terapias, além de encontrar outros pais e profissionais para ajudar no desenvolvimento das crianças. Nesse ponto podemos notar o *Design* em sua característica mais genuína, aquela de auxiliar a resolver problemas sociais considerados muito complexos (Manzini, 2017).

A junção de especialistas com a comunidade autista transformou o projeto despretensioso da revista em um grande projeto, chamando a atenção de grandes empresas e empresários e gerando ótimas parcerias, assim como conversas com celebridades. Um exemplo é edição de número 13, em que o apresentador Marcos Mion fala sobre seu filho Romeu Mion, diagnosticado com TEA. A causa do autismo — como disse o apresentador na entrevista — foi colocada em um holofote, em virtude de pequenas iniciativas, as quais inseriram os portadores do TEA no contexto editorial e social (Paiva Junior, 2021).

Dessa forma, o projeto da revista *Autismo* pode ser considerado uma iniciativa de *design* na qual as ações organizadas por um grupo de atores sociais obtiveram um ótimo resultado, uma vez que os envolvidos chegaram a um acordo do que e de como fazer, aderindo a uma causa comum e desenvolvendo maneiras de executar seus objetivos (Manzini, 2017). Por sua vez, a iniciativa é um projeto de *design* para a inovação social, pois, como consequência, integrou pessoas, modificou vidas e os contextos sociais no qual elas estavam inseridas (Manzini, 2017) — ou seja, famílias de autistas criaram e compartilharam conhecimento por intermédio de material gráfico.

4 Análise do Comportamento Aplicada.

5 Os níveis de suporte no escopo do TEA definem a necessidade de assistência da pessoa com TEA. Quanto maior o nível de suporte, maior a necessidade de auxílio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início das publicações, a revista *Autismo* não foi fundamentada sob um grande e impactante *design* gráfico, no entanto podemos considerar que iniciou um projeto de *design* notável, pois havia uma ideia e um planejamento para solucionar um problema (Hsuan-An, 2017). Qual problema necessitava de solução? Informações sobre o TEA, no Brasil, estavam dispersas, desconstruídas e eram muitas vezes consideradas inconsistentes e inacessíveis; porém precisavam, por conta do aumento de diagnósticos de autistas, estar em local acessível.

De fato, algumas informações não existiam em literatura de língua portuguesa, principalmente acerca de intervenções, medicamentos e descobertas científicas atualizadas sobre o assunto. Diante disso, pais de crianças com TEA resolveram, com o uso da revista, compartilhar esse material democraticamente para que outras famílias também se beneficiassem.

No primeiro ciclo da revista — de 2010 a 2013 —, aparentemente, ainda não havia uma proposta gráfica robusta, com *grid* de apresentação, *layout*, ilustrações, imagens e tipografia. Embora o processo de editoração não parecesse ter sido completamente mapeado, alguns conceitos do *design* gráfico já estavam presentes, como a organização hierárquica e a legibilidade, além de conceitos de *design* para a inovação social que ajudaram a construir a memória gráfica.

O grande salto na comunicação visual do periódico aconteceu em 2019, com o início do projeto gráfico criado pelo *designer* Beraldo, que utilizou *grid* e *layout* considerados dinâmicos e modernos no repertório editorial, oferecendo estética no campo do *design* gráfico com abordagem profissional. Sua importância no projeto dá-se porque o *designer* explorou o potencial da revista e das pessoas com TEA que, desde o início do *redesign*, colaboram no periódico.

Hsuan-An (2017) afirma que o processo de *design* envolve construção e configuração, com resultados concretos, por meio de metodologia, a fim de que seja perceptível a resolução de um problema. Entre as páginas da revista, é possível observar as soluções aplicadas pela direção de arte de Beraldo: a “hierarquia visual de sucesso para as informações, pontuada por tratamentos gráficos ousados — como páginas duplas, fotografias de página cheia, guiam os leitores do começo ao final, mantendo a atenção destes e atiçando sua curiosidade” (Gomez-Palacio; Vit, 2011, p. 38).

Todavia, a curiosidade dos leitores não permaneceu exclusivamente no âmbito da informação técnica, mas se expandiu — por meio da organização gráfica — para o âmbito visual, por meio dos infográficos e ilustrações, com ampla capacidade de tornar o conhecimento científico dos artigos compreensíveis para a comunidade em geral. Além do mais, o grupo social que a revista construiu por meio do espaço cedido a profissionais, aos familiares e, principalmente, às pessoas com TEA foi o combustível transformador do periódico. Em cada publicação, os temas que antes eram desconhecidos e distantes do público tornaram-se compreensíveis e claros.

Nesse contexto, o periódico cooperou para que a identidade e as capacidades/habilidades dos autistas se tornassem notáveis de um modo como nenhum outro periódico brasileiro colaborou. Em *Autismo* encontramos este diferencial: a participação

ativa de pessoas com deficiência trabalhando em sua criação. Dessa forma, ela é a primeira a integrar formalmente profissionais neurodivergentes no processo criativo, demonstrando como outras instituições poderiam/deveriam atuar socialmente.

As parcerias sociais e remuneradas que a revista firmou surgiram pelo potencial que demonstrou ao informar e integrar indivíduos do espectro do autismo, de diferentes áreas do conhecimento, à causa comum. Por meio do surgimento do periódico, foi possível compreender que há a necessidade de informar sobre o TEA em esfera social e iniciar um processo de reparação pelas intolerâncias que a comunidade vem suportando há algumas décadas. Pessoas com TEA não podem mais viver à margem da sociedade, julgadas pelo capacitismo, mantidas trancadas e escondidas em casa. A neurodiversidade carece de inclusão e de políticas públicas que defendam os mais vulneráveis.

Desse modo, criar revistas que introduzam reflexões e ações sérias sobre o TEA tornou-se indispensável em nossa atualidade. Desde a sua primeira edição, em 2010, a *Autismo* já esclarecia que o TEA é uma condição crônica com necessidade de tratamento contínuo, e que, quanto mais cedo se iniciar esse tratamento, mais benefícios e possíveis avanços serão constatados na vida do autista.

À vista disso, sustentando as impressões causadas pelo impacto causado pela revista, podemos afirmar que certamente ela é um “oásis gráfico”. Pensemos nos pais ou cuidadores de crianças com TEA que encontraram as edições anteriores e tiveram, por exemplo, a oportunidade de iniciar a intervenção ABA, proporcionando a oportunidade de intenso desenvolvimento.

Todo o esforço realizado pela *Autismo* para informar sobre o TEA e integrar a comunidade autista socialmente por intermédio da linguagem editorial tornou-se um trabalho seriamente válido e criou a memória gráfica da revista, que hoje disponibiliza a maior quantidade de material gráfico sobre o TEA no Brasil (Farias; Braga, 2018). Da perspectiva do *design* gráfico editorial devemos considerar a iniciativa como um salto na demanda do *design* inclusivo, que paulatinamente abriu jurisprudência para que os direitos da pessoa com TEA sejam bem respeitados e assistidos.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BONSIEPE, Gui. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.

CANAL AUTISMO. **Portal**. Canal Autismo. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/sobre/>. Acesso em: 15 dez. 2024.

CARDOSO, Carol. Autista em cargos de liderança. **Revista Autismo**, v. 9, n. 19, p. 48-49, 2023. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo019.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2025.

CARDOSO, Márcia Regina Gonçalves; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; GHELLI, Kelma Gomes Mendonça. Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p. 98-111, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2347>. Acesso em: 5 maio 2025.

CASTRO, Thiago. **Simplificando o autismo: para pais, familiares e profissionais**. São Paulo: Literare Books International, 2023.

- CHAIR, Camila Alli. Uma artista precisa e científica. **Revista Autismo**, v. 9, n. 20, p. 36-37, 2023. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo020-1.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2025.
- EISNER, Will. **Quadrinhos e arte sequencial: princípios e práticas do lendário cartunista**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.
- FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos. O que é memória gráfica. In: FARIAS, Priscila; BRAGA, Marcos (org.). **Dez ensaios sobre memória gráfica**. São Paulo: Blucher, 2018. p. 9-30.
- GOMES, Danila; QUARESMA, Maria Manuela Rupp. **A aplicabilidade do design inclusivo em projetos de design**. 2017. 155f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- GOMEZ-PALACIO, Bryony; VIT, Armini. **A referência no design gráfico: um guia visual para a linguagem, aplicações e história do design gráfico**. Tradução: Marcelo Alves. São Paulo: Blucher, 2011.
- HSUAN-AN, Tai. **Design: conceitos e métodos**. São Paulo: Blucher, 2017.
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer. **Novos fundamentos do design**. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- MANZINI, Ezio. **Quando todos fazem design: uma introdução ao design para inovação social**. São Leopoldo: Unisinos, 2017.
- PAIVA JUNIOR, Francisco. Autista no universo da turma da Mônica. **Revista Autismo**, v. 5, n. 6, p. 10-15, 2019. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo006.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2025.
- PAIVA JUNIOR, Francisco. Marcos Mion. Uma entrevista exclusiva com o pai do Romeo. **Revista Autismo**, v. 7, n. 13, p. 16-21, 2021. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo013.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2025.
- PAIVA JUNIOR, Francisco. Matraquinha: em entrevista, Wagner Yamuto fala do seu app e sobre comunicação alternativa. **Canal Autismo**, 2023. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/noticia/matraquinha-em-entrevista-wagner-yamuto-fala-do-seu-app-e-sobre-comunicacao-alternativa/>. Acesso em: 6 jan. 2025.
- REVISTA AUTISMO. v. 8, n. 16, 2022. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo016.pdf>. Acesso em: jan. 2025.
- RIBEIRO, Sandro. ABA: uma intervenção comportamental eficaz em casos de autismo. **Revista Autismo**, v. 1, 2010. Disponível em: <https://www.canalautismo.com.br/wp-content/uploads/2023/07/RevistaAutismo000-1.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2025.

Sobre a autora

Maria Fernanda Cintra Ferreira Guimarães dos Santos: doutoranda em Design pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e de Design da Universidade de São Paulo, linha de pesquisa Design, Processos e Linguagens, sublinha Produto, Inovação e Sustentabilidade.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

