Disciplina de Projeto de Design I: reflexões sobre o desenvolvimento de produtos e serviços em parceria com a Electrolux

Design Project I Subject: reflections about the products and services development in partnership with Electrolux

BANDONI, Andrea; Mestre; *Istituto Europeo di Design (IED)* – São Paulo

a.bandoni@ftied.edu.br

DE FATIMA, Rafael Toledo Rodrigues de Fatima; Especialista; *Istituto Europeo di Design (IED)* – São Paulo

rtoledodesign@gmail.com

Resumo

O *Istituto Europeo di Design (IED)* tem mais de 50 anos e sua filosofia é baseada na disseminação do saber e do saber fazer. Isto demonstra uma aproximação muito forte da teoria com a prática, que é perceptível na reestruturação que o curso de Graduação em Design de Produto passou em 2016. Este curso dialoga com a contemporaneidade ao englobar temas como fabricação digital, *Design Thinking*, valorização da indústria criativa, do empreendedorismo e da cultura de inovação. A disciplina Projeto de Design I, cerne deste artigo, possibilita ao aluno experienciar o desenvolvimento de um projeto em parceria com uma grande empresa multinacional, no caso a Electrolux. Este projeto permite que os alunos trabalhem com temas que entendem ser relevantes para a sociedade em uma perspectiva de um futuro desejável. O artigo apresenta diversas percepções – do Instituto, dos alunos e da Electrolux – sobre os impactos dos projetos desenvolvidos.

Palavras Chave: design de produto; projeto de produto; parceria universidade-empresa e método projetual.

Abstract

Istituto Europeo di Design (IED) has more than 50 years old and its philosophy is based on the dissemination of knowledge and know-how. This demonstrates a very strong approximation between theory and practice, which is noticeable in the restructuring that the Product Design Graduate Course suffered in 2016. This course dialogues with contemporaneity when encompassing topics such as digital manufacturing, *Design Thinking*, valorization of the creative industry, entrepreneurship and the innovation culture. The Design Project's I Discipline, the heart of this article, enables the student to experience the development of a project in partnership with a large multinational company, in this case Electrolux. This project allows students to work on topics that they consider relevant to society in the perspective of a desirable future. The article presents many perceptions – from Instituto, students and Electrolux – about the impact of projects that were developed.

Keywords: product design; design project; university-business partnership and design method.

1 Contextualização

O *Istituto Europeo di Design* (IED) surgiu há mais de cinquenta anos na Europa e possui sede em São Paulo há mais de dez anos. A faculdade possui o lema "saber e saber fazer", conforme Francisco Morelli, fundador do IED, explica abaixo:

"O saber e o saber fazer devem crescer juntos. Esta simples expressão, criada originalmente em italiano, resume a filosofia adotada pelo *Istituto Europeo di Design* (IED) em toda a sua trajetória. Do nosso ponto de vista, conhecimentos teóricos e abstratos só têm sentido se associados, cotidianamente, ao 'saber fazer'. Em quase meio século de atividades, nós aplicamos esse princípio fundamental na nossa Instituição desenvolvendo percursos formativos capazes de responder, à altura, às rápidas mudanças históricas, culturais e sociais ocorridas mundo afora. Somamos ao 'saber fazer' o 'saber aprender', o 'saber empreender' e também o 'saber competir'. Oferecemos ao estudante todas as ferramentas necessárias para a entrada no mundo do trabalho como protagonista, com uma formação sólida e completa."

Isto demonstra que está no cerne de sua proposta uma aproximação muito forte da teoria com a prática, que acontece tanto por meio do corpo docente, em sua maioria designers atuantes, quanto por meio do currículo dos cursos e dos próprios métodos de ensino da Faculdade, que, indo além da teoria, privilegiam o conhecimento prático e real da atuação do designer.

Recentemente, o curso de Graduação em Design de Produto do IED São Paulo sofreu uma reestruturação. A nova proposta, de 2016, busca assumir e alinhar o curso com as mudanças mais radicais que a área do design tem sofrido nos últimos tempos. Rafael Cardoso nos alerta sobre a importância do design para o mundo contemporâneo quando afirma que a "maior e mais importante contribuição que o design tem a fazer para equacionar os desafios do nosso mundo complexo é o pensamento sistêmico". Segundo o historiador, "poucas áreas estão habituadas a considerar os problemas de modo tão integrado e comunicante" (CARDOSO, 2012, p. 243).

A possibilidade da fabricação digital e biofabricação, o amadurecimento do *Design Thinking*, a valorização da indústria criativa, do empreendedorismo e da cultura de inovação e muitos outros fatores da contemporaneidade modificam as relações e nos trazem para uma nova era pós-industrial, cheia de desafios e oportunidades.

Devido a este alinhamento, o curso passou a ser denominado Design de Produtos e Serviços. Tal nomenclatura simplesmente assumiu algo que já estava acontecendo em sala de aula: diversos professores e professoras do curso atuam no mercado de serviços e naturalmente incluíam conteúdos sobre serviços e inovação em suas práticas de projeto. O IED acredita na importância do Design de Serviços, como o texto do material institucional do *Istituto* elucida:

"O IED aposta no desenvolvimento de projetos de Design de Serviços, públicos ou privados, que satisfaçam às necessidades dos cidadãos. Projetar a favor dos usuários, com uma metodologia que respeite as exigências, experiências e as relações entre indivíduos e os lugares, é objetivo dessa vertente do Design. O Design de serviços não se concentra na projeção de objetos, mas sim em como eles poderão ser usados na sociedade. O objetivo é melhorar as condições de vida dos indivíduos."

Para fortalecer o aprendizado prático, especialmente em disciplinas de Projeto, a parceria com empresas é estimulada no IED São Paulo. A parceria empresa-faculdade possibilita aos alunos e alunas vivências reais, e ao mesmo tempo traz à empresa percepções novas sobre si mesma, que vêm do olhar atento e sem vícios de designers que estão começando suas carreiras.

No caso do curso de Design de Produtos e Serviços, para a disciplina de Projeto de Design I, oferecida no terceiro semestre, o parceiro escolhido foi a Electrolux. Havia necessidade, neste semestre, do envolvimento com produtos que fossem relacionados a uma marca, e que levassem os alunos além da análise de objetos cotidianos pouco complexos.

No entanto, ao firmar a parceria, foi combinado com a empresa que a mesma não lançaria um desafio ou traria um briefing fechado aos alunos. Este foi o diferencial desta proposta, para que a mesma pudesse estar adequada aos propósitos do curso, tais como: empreendedorismo, autonomia, inovação, pensamento sistêmico.

A proposta está alinhada a um pensamento bastante atual sobre design, no qual se percebe que a oportunidade de expandir a cultura do design está nas instituições que se encontram na ponta da produção de conhecimento e preservação: as universidades e os museus. Louise Schowenberg, importante crítica de design holandesa, menciona em uma entrevista recente para a revista *Disegno* (2017/2018, p.113):

"Eu vejo um papel importante para o design na sociedade, porque ele trata da consciência, de narrativas e da percepção de que o design não se refere somente ao objeto, e sim muito mais sobre como ele faz as pessoas se relacionarem ao mundo. Somente instituições como universidades e museus podem fazer isso, porque o mercado coloca mais importância no objeto em si devido ao valor comercial."

Por conta disso, a disciplina de Projeto I oferece aos alunos a liberdade de uma página em branco: eles podem trabalhar com temas que entendem ser relevantes para a sociedade em uma visão de futuro de 10 anos. Outras disciplinas do semestre como, por exemplo, Ergonomia, História do Design e Laboratório de Materiais apoiam a disciplina de projeto durante o desenvolvimento do trabalho. A seguir detalharemos como funciona a disciplina.

2 A disciplina projeto de design I

Desde o segundo semestre de 2016, a disciplina Projeto de Design I, do terceiro semestre, pertencente ao Curso de Design de Produtos e Serviços, tem como tema de projeto: "Como a Electrolux pode criar produtos e serviços relevantes para as pessoas em 2030?".

Este desafio de design contém alguns aspectos chave: primeiramente a definição do desenvolvimento do projeto para uma empresa. Isso significa que o estudante terá que pesquisar sobre a cultura desta empresa, sua história, seu portfólio de produtos, seus pontos positivos, suas fraquezas, sua linguagem de design. O outro aspecto chave é a abertura para o futuro: um projeto para 2030 significa livrar-se das amarras tecnológicas e produtivas e poder, realmente, propor uma solução conceitual que faça sentido para as pessoas e para a empresa.

Segundo Ana Weber e Rita Couto, o pesquisador Nigel Cross "afirma que o designer deve saber lidar com problemas mal definidos; resolver problemas focalizando na solução; pensar construtivamente; codificar exigências abstratas em objetos concretos. 'ler e escrever' na linguagem do objeto." (WEBER; COUTO, 2017, p. 190).

Neste sentido, a disciplina ajuda os alunos a lidarem com um desafio de design aberto, onde não é o fabricante quem impõe a necessidade, mas sim a sociedade e desta forma "o design trafege

por uma via de mão dupla em que influencia e ao mesmo tempo sofre influências da sociedade e, portanto, da cultura.” (WEBER; COUTO, 2017, p. 188)

Vamos elucidar o processo de projeto narrando um case, que foi escolhido por sua excelência em conciliar o projeto de produto com o projeto de serviço e que teve um interessante reenquadramento na metade do desenvolvimento.

O case se chama "Electrolux Pronto" e foi desenvolvido pelo estudante Pedro Morassutti. O desafio inicial, enquadrado por Pedro, era “Como a Electrolux pode revolucionar o ambiente da cozinha para jovens universitários a partir da maior eficiência funcional e de uso do espaço, tendo em vista a redução do espaço das habitações?”.

Figura 1 – Visão geral da pesquisa do aluno

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 1. Autor: Pedro Morassutti.

O aluno desenvolveu uma pesquisa histórica sobre o espaço da cozinha, que se inicia no século XVIII com a cozinha no espaço externo das grandes fazendas e termina nos anos 1980 com a integração da cozinha no espaço de convívio das residências.

Figura 2 – Pesquisa Histórica sobre o Espaço da Cozinha

1.1 Pesquisa histórica

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 1. Autor: Pedro Morassutti.

Como principais tendências, Pedro identificou a redução dos espaços, o desenvolvimento de artefatos modulares, cujos módulos poderiam trazer algum nível de customização para os objetos, e o *turn key*, que é quando a casa é entregue totalmente pronta ao comprador. Seus exemplos de

boas práticas foram o *Phoneblocks*, a Joseph Joseph e a Uber.

O aluno também analisou o portfólio da empresa, destacando a linha *Electrolux Compact Range*, *Electrolux Celebrate* e *Electrolux Flatshare*. Ele identificou como concorrentes pequenas cozinhas multifuncionais e o *ifood*.

Figura 3 – Concorrentes

1.5 Análise dos Concorrentes

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 1 Autor: Pedro Morassutti.

Em sua pesquisa primária, conversou com quatro usuários e entrevistou um especialista. Também visitou a Vitacon, construtora de apartamentos com metragens muito pequenas, a Tok&Stok e a Fast Shop.

Figura 4 – Visita aos Pontos de Venda (Vitacon)

2.4 Visita aos Pontos de Venda

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 1. Autor: Pedro Morassutti.

No final da primeira etapa do projeto, Pedro chegou a dez insights - apontamentos inesperados para o desenvolvimento de soluções - dos quais selecionou três: o de micro espaços, o de compartilhamento e o de inexperiência. O fator inexperiência foi preponderante para o reenquadramento do desafio de design. Pedro entendeu que deveria revolucionar mais do que o ambiente da cozinha: o ato de cozinhar deveria ser revolucionado, pois os jovens universitários não tinham a menor experiência com a cozinha - e nem queriam ter.

Figura 5 – 10 Top Insights

TOP TEN & TOP THREE Insights

#1: MICRO ESPAÇOS

Os espaços cada vez menores exigem a máxima funcionalidade do design, assim como abrem novas possibilidades de exploração.

ORIGEM: Pesquisa Primária & Secundária> Tendências, História, vida, Especialista, Vitacon

#2: SHARING

O desapego à cozinha, além de seu pequeno espaço em alguns casos, gera uma oportunidade à espaços compartilhados

ORIGEM: Pesquisa Primária > PDV > Vitacon

#3: INEXPERIÊNCIA

Por serem recentes na vida de independentes, jovens se desincentivam à cozinhar por sua inexperiência.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Rodrigo

#4: ADAPTABILIDADE

Mesmo dentro de situações semelhantes, cada usuário tem necessidades e desejos distintos.

ORIGEM: Pesquisa Primária > ESPECIALISTA & USER

#5: AUTOMAÇÃO

O desapego com o processo de cozinhar também gera o desejo de que ele seja automático/ mecanizado.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Rodrigo

#6: OSENTAÇÃO

Mesmo não existindo apego à cozinha, há a vontade de exibi-la aos outros.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Pedro

#7: MULTIFUNÇÃO

Os utensílios e equipamentos de pequenas servem para tarefas inusitadas geradas pelo improviso.

ORIGEM: Pesquisa Primária > DIA NA VIDA

#8: LIMPEZA

Para muitos, o verdadeiro problema em cozinhar se relaciona à louça suja e outros tipos de sujeira.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Mina, Pedro & Rodrigo

#9: HOBBY

A vontade de ter equipamentos e uma cozinha bem projetada se relaciona ao hábito de cozinhar por hobby.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Camila & Mina

#10: STORAGE

O hábito de se cozinhar em grandes quantidades e armazenar para a semana se deve à economia de tempo e dinheiro.

ORIGEM: Pesquisa Primária > USER > Rodrigo & Mina

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 1. Autor: Pedro Morassutti.

Então o aluno criou três conceitos: eletrodomésticos modulares que podem ser encaixados horizontalmente, a fim de reduzir o espaço; um sistema produto-serviço em que um chef de cozinha pode cozinhar para todos os moradores da Vitacon (nesse caso era pensada uma parceria com esta empresa) e distribuir automaticamente as refeições para os apartamentos; uma máquina tipo Nespresso que teria cápsulas de comida Sadia e prepararia o alimento automaticamente.

Figura 6 – Três conceitos

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 2. Autor: Pedro Morassutti.

Testando os conceitos com os usuários, Pedro entendeu que a máquina era a solução mais relevante para as pessoas, pois realmente revolucionava o ato de cozinhar. E isso representava uma grande oportunidade para a Electrolux, que poderia desbravar um novo segmento com uma parceria de peso (com a Sadia).

Figura 7 – Conceito Final

Fonte: Trabalho Electrolux Pronto Avaliação 2. Autor: Pedro Morassutti.

Segue o depoimento de Pedro sobre a disciplina - após as conclusões compartilharemos diversos depoimentos de alunos sobre a disciplina:

"A disciplina de Projeto de Produto, feita junto do Prof. Rafael Toledo, agregou muito em minha formação profissional pelo fato de termos projetado um produto/serviço para uma grande empresa, a Electrolux. Sob a supervisão de nosso professor, aprendemos e aplicamos em nosso projeto ferramentas de pesquisa, essenciais para direcionar o foco de nossa criatividade às necessidades reais dos usuários aos quais queremos atingir. Desta forma, nos tornamos designers que pensam e analisam contextos e cenários antes de encostar a caneta no papel!"

Segundo Ana Weber e Rita Couto "o professor deve mostrar ao aluno que por meio da prática de diversas técnicas e ferramentas a tomada de decisões se torna um processo mais seguro" (WEBER; COUTO, 2017, p. 201). Este é o objetivo da disciplina de Projeto de Design I: por meio de um desafio real, com um foco no futuro, auxiliar o aluno a aplicar diversas técnicas e ferramentas ao longo de um projeto completo, para trazer segurança ao processo de concepção de produtos e serviços.

3 Depoimentos

Abaixo, compartilhamos o depoimento de diversos alunos que vivenciaram a experiência da disciplina de Projeto de Produto I:

"O curso feito em parceria com a Electrolux trouxe um conhecimento primário de como é estar trabalhando com uma empresa de grande porte. Ao longo do semestre tivemos o conhecimento sobre as necessidades e limites da empresa e como nos adequar a essas questões para desenvolver um projeto pertinente para os seus clientes. Creio que a parceria foi e é de grande relevância para todos os alunos que já concluíram e que estão concluindo esse semestre."

(André Souza, 5º semestre de Design de Produtos e Serviços)

"A disciplina que tivemos em parceria com a Electrolux foi um ensinamento extremamente

importante de como funcionam os projetos no mundo real, fora da faculdade. Tivemos a chance de experienciar a cobrança e comprometimento que existe no mundo lá fora. Foi uma aula rica em aprendizado e novos meios de pesquisa no qual não tínhamos sido introduzidos antes. Foi uma imersão bastante rica no mundo da Electrolux e, com certeza, todos os aprendizados serão levados para o resto da vida e carreira como Designer de Produto.”

(Camila Cukierman, 6º semestre de Design de Produtos e Serviços)

“Foi com o projeto da Electrolux que eu tive uma vivência mais aprofundada no método de *Design Thinking*. Foi utilizando os métodos de pesquisa secundária e primária passados em aulas que fez o rumo do meu projeto mudar totalmente, me tirando de uma posição de conforto para um mundo totalmente inóspito para mim. Foi gratificante ver as alterações de um projeto conforme as etapas vão passando. Tudo isso só aconteceu com a atenção que nos foi dada pela Electrolux”.

(Daniel Antunes, 6º semestre de Design de Produtos e Serviços)

“A parceria entre *Istituto Europeo di Design* São Paulo e Electrolux para a disciplina de Projeto de Produto foi minha primeira experiência de desenvolvimento de projeto de produto diretamente orientada à perspectivas de mercado. Da introdução aos métodos de pesquisa aplicadas ao design à concepção de protótipo, todos os passos foram acompanhados pelo professor Rafael Toledo e pelo diretor comercial da Electrolux América Latina, Ronaldo Portella, em uma abordagem teórica e prática. Essa aproximação possibilitou a emulação da experiência de trabalho em ambientes profissionais. Minha ideia ao iniciar a disciplina era que o mercado de eletrodomésticos e acessórios para casa seria “técnico e restrito demais” para a proposição de soluções mais disruptivas. Contudo, através dessa experiência de imersão, pude realizar a vastidão do universo do Design de Produto. As possibilidades são infindáveis.”

(Hugo Cafasso, 6º semestre de Design de Produtos e Serviços)

“O projeto do Electrolux 2020 foi um desafio muito completo e real. As exigências em relação formação do conceito e de planejamento estratégico foram semelhantes a aquelas que imagino que mercado exija. Acho que um ponto muito interessante e comum dos projetos do IED é a relevância que os temas e o projeto têm. Por exemplo, você não está simplesmente fazendo um “trabalhinho” para uma matéria que só quer que você aplique conhecimentos aprendidos, você está fazendo um projeto que te desafia a encontrar e desenvolver uma oportunidade que nem o mercado identificou. É um trabalho sério e muito real. Outro ponto é a autonomia que se tem para desenvolver o projeto de acordo com as suas pesquisas, referências e decisões. Para que isso seja possível, a orientação é super personalizada e lida de forma eficiente com as demandas e evoluções de cada aluno. Apreendi muito nesse projeto. Ele foi completo, 360 e enriquecedor para a minha formação tanto analítica quanto criativa. Acho que ele sanou uma das minhas principais dúvidas quanto ao curso de Design de Produto: a que é possível ser produtivamente criativo. É possível criar soluções de forma focada e assertiva. É possível construir novas propostas de modo de trabalho, a exemplo do meu projeto, e assim facilitar a vida das pessoas. Também que é importante sair um pouco do campo das ideias e consolidar, materializar e executar seus projetos. E todo esse processo é muito gratificante.”

(Rafaela Cossielo, 4º semestre de Design de Produtos e Serviços)

4 Conclusões

Desde 2016, quando foi iniciado o formato atual da disciplina em parceria com a Electrolux, são registrados os trabalhos realizados, os quais somam hoje mais de 20. Os projetos, como mencionado, abarcam as mais diversas áreas possíveis, envolvendo das mais diretamente relacionadas à marca, como eletrodomésticos e cozinhas, até às de genuíno interesse dos alunos, como a poluição do ar, mobilidade urbana ou hospitalidade.

Da parte da empresa envolvida, é notável a surpresa ao perceberem a liberdade com que alunos e alunas abordam a marca, sem desrespeitá-la, e, pelo contrário, buscando manter ou até expandir a essência da Electrolux em seus projetos. Certos projetos são mais viáveis que outros, e o senso de realidade ajuda os executivos a compreenderem as implicações e possíveis impactos, que respondem às apresentações complementando e ajudando a finalizar o desenho das propostas como que para se tornarem ainda mais plausíveis e reais. Segue o abaixo, o depoimento de Ronaldo Portella, o Executivo da Electrolux sobre a experiência com os projetos:

“Há dois anos a Electrolux iniciou uma parceria com o IED com o objetivo de levar ao aluno, a realidade do design no dia a dia de uma grande empresa. Parceria nos dois sentidos, porque tem gerado também para nós, ricos insights oriundos da curiosidade e preparo dos alunos do *Istituto*. Ideias que podem ser materializadas dentro do contexto prático e futurista, alinhadas com os ideais da empresa. Como executivo da Divisão Profissional e tendo atuado em diversos segmentos de mercado, frequentemente fui surpreendido pela evolução dos ecléticos grupos e o profissionalismo do IED nesta integração. A Electrolux tem grandes desafios: levar adiante e viabilizar, o material inovador oriundo deste trabalho e contribuir cada vez mais com o desenvolvimento do futuro profissional do Design.”

Da parte dos alunos e alunas é perceptível o entusiasmo ao trabalharem com uma marca de renome internacional. Tal entusiasmo não se manifesta somente com a ideia de terem a marca em seu portfólio mesmo antes de formados, mas sim e especialmente no envolvimento na fase de pesquisa, ao perceberem sua familiaridade com o universo dos eletrodomésticos e das marcas, e compreenderem os desafios desta indústria em face às transformações globais, que tanto se relacionam aos desafios da profissão de designer como um todo.

Relacionar produtos e serviços acaba então sendo algo natural, e cada aluno/a - designer começa a entender que tem um escopo de trabalho ampliado para pensar: além do desenho dos objetos, sua estratégia de inserção na vida das pessoas, desenhando assim futuros possíveis e desmistificando o termo "inovação".

Por ser um desafio ajustado às capacidades do grupo de terceiro semestre, é esperado que consigam levar a cabo e realizar apresentações condizentes com a proposta da disciplina. No entanto é preciso mencionar que o trabalho com uma empresa real eleva tais apresentações a um novo patamar, à medida que o aluno/ aluna se auto imbuí de responsabilidade ao saber que terá em sua plateia executivos da empresa. A Electrolux não ofereceu recompensa alguma aos melhores trabalhos, porém o fato de que seus executivos assistem com atenção todos os trabalhos propostos traz um comprometimento extra ao projeto por parte dos participantes.

À medida em que assumem atitudes profissionais, estes participantes desenvolvem extrema confiança, já que viveram a experiência real de definir desafios, pesquisar usuários, analisar dados, gerar insights e por fim lançar suas ideias à empresa. A experiência proporcionada pela disciplina,

portanto, não se limita à compreensão e aplicação de conteúdos em projetos, mas também gera aprimoramento profissional de outras características, como a responsabilidade da autonomia na identificação do tema, o empreendedorismo e a empatia na fase de pesquisa, a capacidade relacionar dados de pesquisa gerando propostas viáveis e a capacidade de apresentação e persuasão - todas estas sendo habilidades relevantes para um designer do futuro.

5 Referências

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

COUTO, Rita Maria de Souza; DE OLIVEIRA, Izabel Maria; NOVAES, Luiza; PORTUGAL, Cristina; RIBEIRO, Flavia Nizia da Fonseca. **DESIGN EM SITUAÇÕES DE ENSINO-APRENDIZAGEM: 20 ANOS DE PESQUISA NO LABORATÓRIO INTERDISCIPLINAR DE DESIGN/EDUCAÇÃO**. Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014.

DISEGNO. Jamming the Stupid Machine - Hella Jongerius and Louise Schowenberg rebellion against the new. Mattew Ward: Reino Unido, 2017/2018.

Entrevista em profundidade com André Souza na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Camila Cuckierman na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Daniel Antunes na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Hugo Cafasso na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Pedro Morassutti na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Rafaela Cossielo na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.

Entrevista em profundidade com Ronaldo Portella na Cidade de São Paulo. Fevereiro de 2018.