

**As influências do *Flat Design*:
das mídias digitais aos produtos**

***The influences of the Flat Design:
from digital media to products***

Marcos Roberto RAMOS¹
Ricardo TRISKA²
Richard Perassi Luiz de SOUZA³

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar o conceito *Flat Design* e sua disseminação em diferentes suportes, desde mídias digitais até produtos físicos. Com a popularização deste conceito no mercado, diversas empresas utilizam o termo “*Flat*” para agregar valor aos seus produtos, assim, este artigo analisou aplicação do conceito considerando princípios básicos do estilo, como minimalismo, cores, tipografia e formas. Para a investigação, efetuou-se uma pesquisa básica, exploratória com procedimentos técnicos como pesquisas bibliográficas, análise documental comparativa e estudo de caso. Ao final, foi possível observar que apesar deste estilo ter sido desenvolvido inicialmente para as mídias digitais, sua utilização tem sido mais ampla, influenciando a estética e contribuindo para a diferenciação de produtos.

Palavras-Chave: *Flat Design*. Mídias. Produtos.

Abstract

This article aims to analyze the Flat Design concept and its dissemination in different supports, from digital media to physical products. With the popularity of this concept in the market, many companies use the term "Flat" to add value to their products, so this article analyzed applying the concept of considering basic principles of style, like minimalism, color, typography and shapes. For research, was performed a basic

¹ Mestrando em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. E-mail: marcos.roberto@univali.br

² Professor doutor da Universidade Federal de Santa Catarina, no Programa de Pós-Graduação em Design. Coordenador da Área de Arquitetura, Urbanismo e Design junto à CAPES. E-mail: ricardo.triska@gmail.com

³ Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor do Programa de Pós-Graduação em Design da UFSC e do programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPEGC/UFSC). E-mail: richard.perassi@uol.com.br

research, with exploratory technical procedures such as literature searches, document analysis and comparative case study. In the end, it was observed that in spite of this style have been initially developed for digital media, its use has been broader, influencing the aesthetics and contributing to product differentiation.

Keywords: *Flat Design. Media. Products.*

Introdução

Com o avanço das tecnologias digitais, diversos conceitos e termos utilizados neste ambiente, foram introduzidos ao cotidiano, como reflexo das diversas alterações que ocorrem constantemente na sociedade. Dentre as várias abordagens, um conceito que há algum tempo vem ganhando notoriedade é o “*Flat Design*”.

O estilo *Flat Design* segue as abordagens do Design tradicional, quando objetiva agregar valor a produtos e serviços. Assim é reconhecido além de suas funções específicas, como uma abordagem para valorização e diferenciação do produto frente à concorrência.

Este estilo, de acordo com Clayton (2015) teve início na *web*, atingindo seu auge no reconhecimento popular, ao final de 2010 com o lançamento do *Windows Phone*. A partir deste momento, então seu processo de disseminação (para outras plataformas digitais) tornou-se um processo gradativo. Posteriormente, em virtude do forte apelo visual e priorizando mensagens claras e objetivas, a expansão de uso deste conceito ultrapassou apenas mídias digitais, ocorrendo a disseminação para várias mídias, onde então ganhou notoriedade principalmente em sua aplicação na identidade visual, em marcas e produtos.

Analisando este cenário, o presente artigo tem como objetivo evidenciar este desenvolvimento e ampliação do conceito, pesquisando inicialmente sobre os princípios do *Flat Design* e posteriormente analisar sua aplicação em produtos, neste caso, a linha de sandálias *Flat* da marca Havaianas, reforçando a abordagem de que este estilo realmente permeia diferentes mídias, valorizando os produtos.

1 Origem e evolução do Flat Design

O *Flat Design* (Design plano) é um estilo de Design, desenvolvido inicialmente para objetivos de *web design*, ou seja, sua aplicação para a internet. Assim, como o próprio nome sugere e de acordo com Pastre (2015) este atua com a “a aplicação de design minimalista que enfatiza a usabilidade e defende a simplicidade e clareza em interfaces”. Na visão de Pratas (2014), o *Flat Design*, é definido como um estilo de design que resultou de uma criação utilizando espaços em "branco", cores vibrantes e linhas simples. Neste sentido, em síntese, o estilo “possui um aspecto mais limpo, espaço aberto, bordas nítidas, cores vibrantes e ilustrações planas” (PASTRE, 2015).

Por ser um tema ainda recente, poucos autores abordam o assunto. Então, para entender um pouco do surgimento deste estilo, algumas abordagens mencionam sobre certa evolução do *Swiss Style* (Estilo Suíço) também conhecido como *International Typographic Style*, (estilo Tipográfico Internacional) que de acordo com Perobeli (2015) surgiu na Europa na década de 20 e teve sua produção mais significativa em torno de 1950. Por possuir características marcantes e facilmente identificadas no *Flat Design*, é que se suporta este argumento de evolução. Nas características principais desse estilo percebem-se a ênfase na clareza e objetividade, como pode ser evidenciado na figura 01.



Figura 01: Pôsters no estilo suíço elaborados por Mike Joyce.
Fonte: Adaptado de www.swissted.com (2015)

Outra vertente importante de se analisar, é a oposição do *Flat Design* ao estilo popularizado no contexto em que surge, o *skeuomorfismo*. Este estilo também tem uma forte conexão com o mundo digital e foi popularizado pela empresa *Apple*® com o

lançamento do primeiro *smartphone touchscreen* evidenciando em suas principais características a utilização de representações gráficas que remetem a elementos reais. Segundo Horvarth (2015) o *skeuomorfismo* “antes utilizado apenas com objetos físicos, começou a ser utilizado no campo digital para se referir aos elementos gráficos que utilizavam recursos visuais do mundo real”.

Com essa forte aplicação pela empresa *Apple*®, de acordo com Agni (2015) “o *skeuomorfismo* foi muitas vezes chamado de *Apple*® Design”. Estes conceitos são fortemente evidenciados na interface visual de equipamentos produzidos por esta empresa, conforme apresenta-se na figura 02.



Figura 02: Interface do iOS 5 utilizada nos dispositivos da *Apple*®
Fonte: adaptado www.cydia.co.il (2015)

Com o predomínio desta linguagem no mercado e até um “exagero” em sua utilização, o *Flat Design* surge em contraponto a este estilo apresentando-se como uma opção mais objetiva fundamentada na simplicidade, cores, tipografia, minimalismo e ausência de efeitos. Turner (2015) explica que “hoje, os designers se sentem atraídos a utilizarem o *Flat Design* em seus projetos por acharem que o resultado ficará mais moderno”. Apesar de contrapor ao estilo anterior e proporcionar esta quebra de paradigma, no entanto, o objetivo inicial do *Flat Design*, parte de sua vantagem na aplicação para mídias digitais.

Aproveitando-se das facilidades em adaptar este estilo para diferentes tipos de tela (responsivo), a empresa *Microsoft*® se apresenta como uma das precursoras neste

campo, orientado pela dinâmica das interfaces e adaptação a diferentes suportes, dentre eles computadores e dispositivos móveis (principalmente *tablets* e *smartphones*), conforme pode ser observado na figura 03.



Figura 03: Design responsivo do Microsoft® aplicado a diferentes dispositivos
Fonte: www.themify.me (2015)

Dentre as vantagens já apresentadas, no *Flat Design* percebem-se algumas características marcantes no estilo, que atuam como um requisito para o desenvolvimento de conteúdo no estilo *Flat*.

2 Características do *Flat Design*

Visando organizar as estruturas que compõem o estilo *Flat Design*, algumas características são apresentadas. Neste sentido, estão distribuídas basicamente em quatro eixos principais, sendo o minimalismo, cores, tipografia e formas planas.

2.1 Minimalismo

O conceito de minimalismo é utilizado desde 1965, quando no título de um manifesto escrito, o filósofo Richard Wollheim marca o momento de uso do termo *minimalart* ou minimalismo (BATCHELOR, 2001, p. 6).

Atuando com a vertente de que menos é mais, este conceito apresenta limpeza visual e prioriza o uso de poucos elementos em uma composição, proporcionando maior

clareza e objetividade na mensagem que se quer comunicar, ou seja, não é sinônimo de qualidade a quantidade de elementos aplicados, mas sim a efetividade dos poucos que forem aplicados. “As formas a princípio mais neutras e, portanto, anônimas e sem estilo, acabam por converter-se nas mais marcantes e inconfundíveis”. (ZABALBEASCOA; MARCOS, 2001, p. 18)

No *Flat Design*, o minimalismo influencia as demais áreas apresentadas, assim atua na composição das formas, tipografia e até na aplicação das cores.

2.2 Cores Flat

A organização de uma tabela de cores *Flat* associa-se com a abordagem de Lidwell, Holden & Butler (2011, p. 48) quais dizem que as cores são utilizadas no design para chamar a atenção, agrupar elementos, indicar significados e realçar a estética. Evidenciando uma característica peculiar deste estilo, esta cartela de cores foi convencionada pela frequência de uso para proporcionar um aspecto moderno além de apoiar a leitura visual no contexto da clareza e contraste que proporcionam. Assim, estas atuam como um fator marcante na aplicação deste estilo em diferentes mídias, sejam elas digitais ou produtos físicos. Na figura 04 é possível visualizar esta cartela de cores.



Figura 04: Exemplo de cores *Flat Design*
Fonte: www.flatuicolors.com (2015)

Além de atuar com uma nomenclatura específica das cores, para facilitar a harmonia nas composições, “estas cores foram categorizadas em grupos: brilhantes e coloridas, retrô e monótonas”. (COUSINS, 2015).

No grupo das cores brilhantes concentram-se cores com forte representatividade no estilo *Flat Design*. Estas possuem alta saturação, o que faz com que seu destaque seja ainda mais perceptível conforme pode ser observado na figura 05.



Figura 05: Exemplo de cores brilhantes do estilo *Flat Design* com configuração RGB
Fonte: adaptado de www.designmodo.com (2015)

No grupo das cores retrô apresentam-se variações das cores brilhantes, reduzindo-se um pouco a saturação da cor, possibilitando certa sensação de “desbotado”. São utilizadas em casos mais específicos e necessitam de especial atenção na manutenção de um contraste interessante com o fundo e com o texto para não comprometer a visualização e leitura. Na figura 06 observa-se esta configuração.



Figura 06: Exemplo de Cores Retrô do estilo *Flat Design* com configuração RGB
Fonte: adaptado de www.designmodo.com (2015)

Por fim, no grupo das cores monótonas são utilizadas composições de uma mesma cor (geralmente do grupo das cores brilhantes) e atua-se apenas com a variação em seu tom, iniciando com a cor em 100% e depois em 50%, 20% e assim por diante. O principal cuidado nesta abordagem, é com o contraste entre cor e texto, procurando-se sempre manter a legibilidade. Esta situação é possível analisar na figura 07.

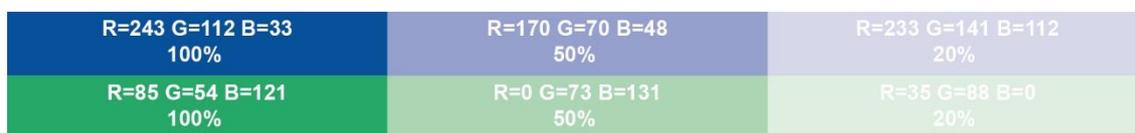


Figura 07: Exemplo de cores monótonas do estilo *Flat Design* com configuração RGB
Fonte: adaptado de www.designmodo.com (2015)

Em síntese, “as cores podem tornar uma criação visualmente mais interessante e estética, além de reforçar a organização e os significados dos elementos de um design” (LIDWELL, HOLDEN & BUTLER, 2011, p. 48). Assim, no *Flat Design* elas

proporcionam destaque característico do estilo que o diferencia do contexto, associando com potenciais de criatividade e modernidade.

2.3 Tipografia

Na questão Tipográfica, o *Flat Design* utiliza de alguns padrões de famílias tipográficas que não tornam o conteúdo visualmente “carregado”. Assim, mesmo variando entre as opções, um princípio que é sempre analisado é a simplicidade na estrutura dos caracteres, evitando-se letras rebuscadas, com detalhes exagerados e com serifas. De acordo com Pawilak (2015) “A tipografia é peça fundamental no *Flat*, ela deve ser clara e direta”. Na figura 08 confere-se um exemplo desta aplicação.

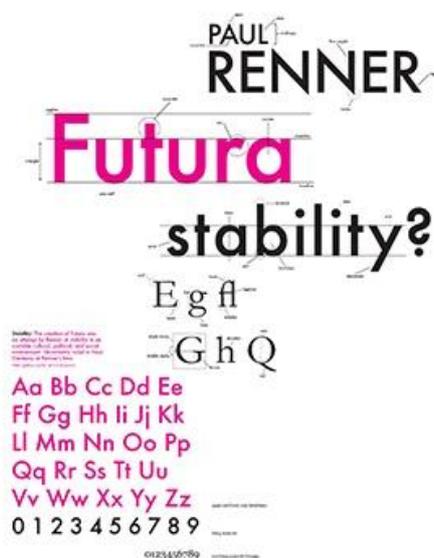


Figura 08: Exemplo de tipografia fonte Futura
Fonte: www.photoshoppainiciantes.com.br (2015)

Em síntese, o contexto da tipografia no estilo *Flat Design* é bem amplo, a gama de possibilidades é imensa atentando-se apenas para a análise dos elementos que as compõem, sendo preferencialmente utilizadas as tipografias básicas, sem serifa e em casos específicos, letras cursivas, porém com boa legibilidade e evitando que descaracterizem o estilo *Flat* aplicado na peça.

2.4 Formas planas

Sejam estas aplicadas em objetos de ilustração ou na forma de estrutura de um produto, as formas planas associam-se diretamente com o minimalismo, no sentido de que os elementos supérfluos não são representados e não se aplicam estruturastridimensionais na representação gráfica, ou seja, todas as aplicações são feitas de forma bidimensional e na composição, até mesmo quando há uma certa alusão à perspectiva, esta também é feita de forma planificada. Na figura 09 são apresentados alguns exemplos de ícones desenvolvidos com esta abordagem.



Figura 09: Exemplos de ícones *Flat Design*
Fonte: www.nextecommerce.com.br (2015)

Na figura 09 é possível perceber que mesmo os elementos que demonstram perspectiva ou diferença na “distância” dos objetos, estão representados de forma planificada.

3 Procedimentos metodológicos

Este artigo trata-se de uma pesquisa exploratória, que para Gil (2010) tem a finalidade de oferecer um panorama global sobre determinado tema pouco explorado, assim, com abordagem qualitativa esta foi desenvolvida através de procedimentos técnicos como pesquisa bibliográfica, análise documental e comparativa e estudo de caso. Segundo Marconi e Lakatos (2010), “a pesquisa bibliográfica proporciona a análise de um assunto através de um novo olhar e não a simples reprodução de algo

falado ou registrado sobre este tema” e com análise documental buscará dados ainda não tratados, para compará-los no momento do estudo de caso, que na visão de Yin (2005, p.32) é “uma investigação empírica que analisa um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Segundo o mesmo autor, há 4 tipos de estudo de casos: únicos, múltiplos, enfoque incorporado e enfoque holístico (Yin, 2005). Neste caso, será realizado estudo de caso único com enfoque holístico, visando identificar abordagens relacionadas ao estilo *Flat Design* em produtos (especificamente a linha de sandálias *Flat*, da marca Havaianas®) através da análise de documentos disponibilizados de forma pública. Quanto à natureza, a pesquisa está classificada como sendo do tipo básica, que de acordo com Gil (2010), prevê a análise e conceituação dos procedimentos “reunindo estudos com propósito de preencher uma lacuna no conhecimento” e não aborda neste primeiro momento, a aplicação destes conceitos alterados para possíveis experimentos e testes.

5 Análise e discussão

Conforme apresentado no início deste artigo, as aplicações do estilo *Flat Design* já ultrapassam os limites apenas das mídias digitais. Com esta visão, analisa-se o caso da empresa Havaianas que utilizou deste “termo” ou “estilo” para diferenciar seu produto.

No lançamento da linha verão 2014, “a marca de sandálias Havaianas® lança sua coleção *Flat* composta por diversos modelos como o *Flat Up*, *Flat Gum*, *Flat Mix* e *Flat Sunset*” (FASANO, 2015). Com características exclusivas desta linha, além de diferenças significativas frente aos modelos tradicionais, estas fazem alusão à tendência *Flat* em função de serem lançadas em um momento que a tendência se consolida. Além disso, com o termo *Flat* explícito no nome, trabalha com características marcantes no sentido que as “cores se tornaram mais brilhantes, solado mais fino, tiras mais finas e curtas” (FASANO, 2015). A figura 10 ilustra alguns exemplares desta linha de sandálias.



Figura 10: Linha de sandálias Havaianas *Flat*
Fonte: www.annafasano.com.br (2015)

Esta configuração, demonstra uma certa preocupação com a simplicidade visual e limpeza da forma, para tornar a comunicação mais simples e proporcionar um reconhecimento no mercado.

Considerando as características apresentadas, primeiramente identifica-se na linguagem visual dos produtos uma grande variação de modelos, cores e um certo minimalismo quando se comparando aos modelos tradicionais da marca. Na figura 11 podem ser observadas estas diferenças.

Modelo Tradicional



Modelo *Flat*



Figura 11: Comparativo entre os modelos de sandálias da marca havaianas
Fonte: Autor baseado em www.loja.havaianas.com.br (2015)

Quanto a estrutura, esta linha de produtos traz diferenças significativas que se aproximam do *Flat Design*, evidenciando o minimalismo, uma vez que reduz o tamanho de elementos. Também pode-se relacionar a proximidade das cores (diferenciadas e “brilhantes” em muitos casos) que se aproximam das apresentadas na tabela de cores *Flat Design*. Para aprofundar esta análise comparativa, no aspecto das cores verificou-se a composição das cores primeiramente do estilo *flat*, conforme demonstra a figura 12.

#1ABC9C R 20 G 188 B 156 C 73 M 0 Y 52 K 0 TURQUOISE	#2ECC71 R 46 G 204 B 113 C 69 M 0 Y 77 K 0 EMERALD	#3498DB R 52 G 152 B 219 C 59 M 18 Y 0 K 0 PETER RIVER	#9859B6 R 155 G 89 B 182 C 46 Y 76 Y 0 K 0 AMETHYST	#34495E R 52 G 73 B 94 C 83 M 66 Y 44 K 29 WET ASPHALT
#16A085 R 22 G 160 B 133 C 80 M 14 Y 59 K 1 GREEN SEA	#27AE60 R 39 G 174 B 96 C 78 M 38 Y 5 K 0 NEPHRITIS	#2980B9 R 41 G 128 B 185 C 81 M 42 Y 6 K 0 BELIZE HOLE	#8E44AD R 142 G 68 B 173 C 54 M 84 Y 0 K 0 WISTERIA	#2C3E50 R 44 G 62 B 80 C 85 M 68 Y 47 K 38 MIDNIGHT BLUE
#F1C40F R 241 G 196 B 15 C 6 M 21 Y 100 K 0 SUN FLOWER	#E67E22 R 230 G 126 B 34 C 7 M 61 Y 100 K 0 CARROT	#E74C3C R 231 G 76 B 60 C 4 M 85 Y 83 K 0 ALIZARIN	#ECF0F1 R 236 G 240 B 241 C 6 M 2 Y 3 K 0 CLOUDS	#95A5A6 R 149 G 165 B 166 C 44 M 27 Y 31 K 1 CONCRETE
#F39C12 R 243 G 156 B 18 C 2 M 44 Y 100 K 0 ORANGE	#D35400 R 211 G 84 B 0 C 13 M 80 Y 100 K 3 PUMPKIN	#C0392B R 192 G 57 B 43 C 18 M 91 Y 95 K 7 POMEGRANATE	#BDC3C7 R:189 G 195 B 199 C 26 M 18 Y 17 K 0 SILVER	#7F8C8D R 127 G 140 B 141 C 54 M 37 Y 40 K 4 ASBESTOS

Figura 12: Configuração das cores *Flat*
Fonte: adaptado de flatuicolors.com (2015)

Assim, após a captura da composição cromática das cores *Flat*, apresentadas na figura 12, estas foram comparadas com as dos produtos apresentados no próprio site da empresa Havaianas®. É importante ressaltar que se considera uma margem de variação nesta análise, em função da leve alteração de cor ao capturar a imagem e inseri-la no *software Adobe Illustrator®* para verificação de sua composição cromática.



Figura 13: Comparação das cores dos modelos havaianas® com as cores Flat
Fonte: adaptado de loja.havaianas.com.br (2015)

No caso dos modelos apresentados na figura 13 percebe-se no primeiro, uma variação nos tons de Ciano e Amarelo de forma significativa, comparada com a cor mais próxima dentro da cartela Flat (*Emerald*), neste caso não é possível afirmar que se trata da mesma cor. No segundo modelo em função da variação dos tons de ciano, magenta e amarelo serem pequenas (considera-se a variação na captura da imagem) pode se dizer que possui fortes características da cor “Midnight blue” com uma leve adição de preto, proporcionando que a cor tenha uma tonalidade um pouco mais escura. Para reforçar esta abordagem, no site da empresa foi adotado o mesmo critério.

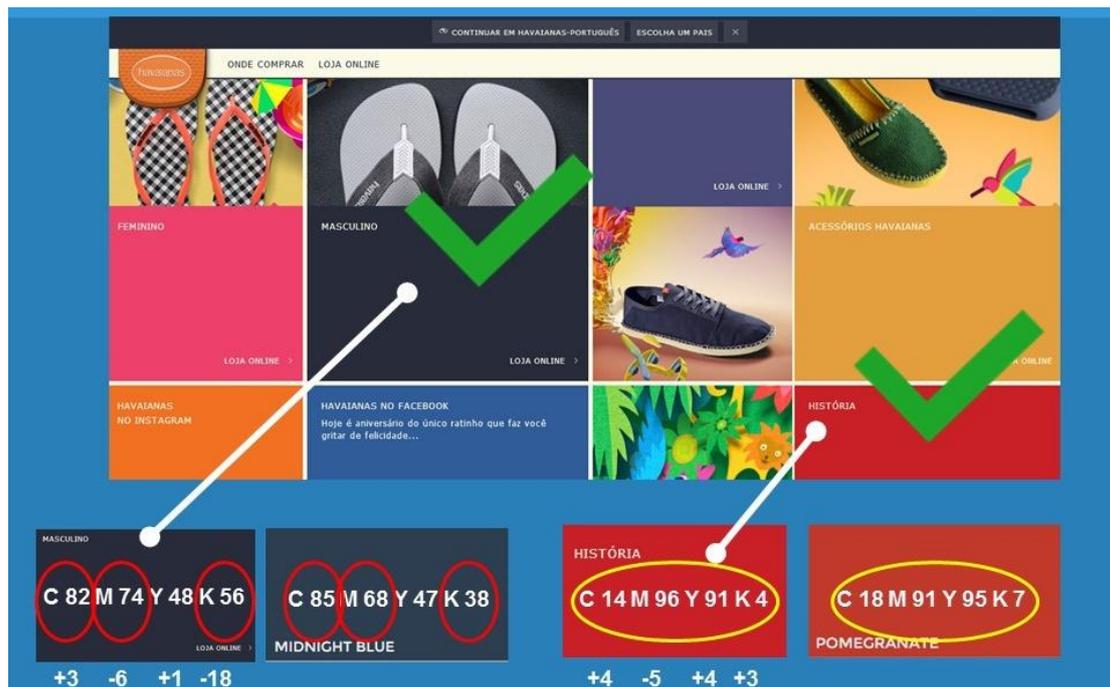


Figura 14: Comparação das cores do site havaianas com as cores Flat
Fonte: adaptado de loja.havaianas.com.br (2015)

No caso da página *online*, temos a mesma ocorrência, a cor azul muito próxima da cor “Midnight blue” e a vermelha muito próxima da cor “Pomegranate”.

Estas análises, com a recorrência de casos positivos, demonstram a utilização de cores coloridas e brilhantes, com composição cromática muito próxima a apresentada no *Flat Design*. Além deste fator, o redesenho do modelo de sandálias exposto na figura 11, apresenta características de simplicidade, minimalismo e ausência de efeitos, trabalhando com uma forma mais limpa. Apesar de neste caso, aspectos de tipografia se apresentarem apenas no site da empresa (sendo fontes claras e limpas) todos estes fatores conduzem para uma associação ou influência do estilo *Flat Design* (que até então limitava-se às mídias digitais) em outra mídia como esta, que atua com o desenvolvimento de produtos mais concentrados na área de calçados.

Considerações finais

O *Flat Design* é um estilo que surgiu para facilitar a usabilidade, compreensão e objetividade nas informações. Apesar das limitações quanto ao conteúdo obtido em documentos disponíveis de forma pública, foi possível perceber que a influência deste

estilo ultrapassou as mídias digitais permeia a composição de produtos e serviços de outras mídias, principalmente em empresas motivadas em agregar valor ao produto no momento em que moderniza sua estrutura visual.

No caso apresentado ao longo do artigo, acredita-se que o conceito foi aplicado de forma estratégica, levando em consideração tanto questões técnicas no contexto da aplicação de novas cores, quanto questões mercadológicas na utilização de cores coloridas e brilhantes considerando o país sede da empresa, que está localizado em uma região tropical e seu lançamento se dar para a moda verão.

A partir desta investigação desenvolvida, diversas outras análises podem ser feitas em diferentes empresas buscando evidenciar esta conexão. As tendências e estilos provenientes do Design só tendem a contribuir para diferentes produtos e serviços, e quanto mais claras forem estas linguagens, melhor a aceitação do público. Neste caso em específico a aplicação do estilo reforça ainda mais a identidade de renovação e segurança que a marca pode proporcionar.

Conclui-se que o *Flat Design*, por suas características de facilidade e versatilidade na aplicação para diferentes mídias, amplia sua abordagem, possivelmente se reinventando em alguns aspectos, mas mantendo seus princípios básicos de objetividade e clareza na comunicação, características fundamentais no processo de divulgação de um produto a seus clientes.

Referências

AGNI, E. ***Flat Design e a re-cultura da interface***. Disponível em: <http://www.uxdesign.blog.br/design-de-interfaces/flat-design-recultura-interface/>. Acesso em 19 set. 2015.

BATCHELOR, D. ***Minimalismo***. Tradução: Célia Euvaldo. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

CLAYTON, S. ***Modern Design at Microsoft***. Disponível em: <http://www.microsoft.com/en-us/stories/design/>. Acesso em 20 set. 2015.

COUSINS, C. ***Making it Work: Flat Design and Color Trends***. Disponível em: <http://designmodo.com/flat-design-colors/>. Acesso em 10 out. 2015.

FASANO, A. ***Lançamento Havaianas Flat***. Disponível em: <http://annafasano.com.br/lançamento-havaianas-flat-asoriginais/>. Acesso em 18 out.

2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. 3 reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

HORVARTH, E. **Flat design x skeuomorfismo: tendência ou necessidade?**. Disponível em: <http://www.uxdesign.blog.br/design-de-interfaces/flat-designskeuomorfismo/>. Acesso em 18 out. 2015.

LAKATOS E.M.; MARCONI, M.A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIDWELL, W; HOLDEN, K., BUTLER, J. **Princípios universais do design**. Porto Alegre: Bookman, 2011, 272p.

PASTRE, M. **6 coisas que você deve saber sobre flat design**. Disponível em: <http://www.printi.com.br/blog/6-coisas-que-voce-deve-saber-sobre-flatdesign>. Acesso em 16 out. 2015.

PAWILAK, A. **Flat design: Quais as Melhores Cores, Fontes e como Fazer a Sombra no Photoshop**. Disponível em: <http://photoshopparainiciantes.com.br/flat-design/#cores-flat-design>. Acesso em: 13 out. 2015.

PEROBELI, F. **Flat design? swiss style? international typographic style?** Pera lá. Disponível em <http://www.design24horas.com.br/artes-e-design/flat-design-swiss-style-international-typographic-style>. Acesso em 02 jul.2015.

PRATAS, A. **Creating flat design websites**. Birmingham: Packt Publishing, 2014.

TURNER, A. L. **The history of flat design: How efficiency and minimalism turned the digital world flat**. Disponível em: <http://thenextweb.com/dd/2014/03/19/history-flat-design-efficiency-minimalism-madedigital-world-flat/1/>. Acesso em: 15 out. 2015.

YIN, R. Estudo de Caso. **Planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZABALBEASCOA, A.; MARCOS, J. R. **Minimalismos**. Barcelona: Gustavo Gili S.A, 2001.