

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO**

**CURSO DE DESIGN**

**DANIELA DANNI NICTERWITZ**

**DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS NA PROJETAÇÃO DE FESTAS DE  
ANIVERSÁRIO INFANTIS**

**Porto Alegre/ 2020**

**DANIELA DANNI NICHTERWITZ**

**DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS NA PROJETAÇÃO DE FESTAS DE  
ANIVERSÁRIO INFANTIS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em Design,  
pelo curso de Design da Universidade do  
Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Fabrício Tarouco

**PORTO ALEGRE/2020**

## TERMO DE APROVAÇÃO

### DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS NA PROJETAÇÃO DE FESTAS DE ANIVERSÁRIO INFANTIS

Por

DANIELA DANNI NICHTERWITZ

Este trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado em treze de julho de 2020 como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design Estratégico. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados.

---

Fabício Tarouco  
Prof.(a) Orientador(a)

---

(escreva aqui o nome do membro titular)  
Membro titular

---

(escreva aqui o nome do membro titular)  
Membro titular

Dedico este trabalho à minha família,  
pelos momentos de ausência.



## **AGRADECIMENTOS**

Certamente estes parágrafos não irão atender a todas as pessoas que fizeram parte dessa importante fase de minha vida. Portanto, desde já peço desculpas àquelas que não estão presentes entre essas palavras, mas elas podem estar certas de que fazem parte do meu pensamento e de minha gratidão. Primeiramente agradeço ao meu orientador Prof. Fabrício Tarouco, pela sabedoria com que me guiou nesta trajetória. Aos meus professores de curso, por sua incansável dedicação à nobre profissão de ensinar. A minha colega Graziela Taschetto, pela parceria e incentivo desde sempre. Gostaria de deixar registrado também, o meu reconhecimento à minha família, pois acredito que sem o apoio deles seria muito difícil vencer esse desafio. Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram para a realização desta pesquisa.

## RESUMO

NICHTERWITZ, Daniela Danni. **DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS EM FESTAS DE ANIVERSÁRIO INFANTIS** 2020. 219 Páginas. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Design Estratégico - Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

As festas de aniversário infantis fazem parte de um setor da economia que corresponde a 4,32% do PIB do Brasil. Com um faturamento de 209 bilhões de reais em 2013, estima-se que o mercado de festas e eventos apresente um crescimento na ordem de 14% ao ano. Entretanto, dada a natureza lúdica e descontraída destes rituais, poucas pesquisas têm sido realizadas neste campo. O presente trabalho teve como objetivo investigar o universo das festas de aniversário, assim como as experiências vivenciadas por usuários destes produtos e serviços, a fim de explorar as possibilidades de atuação do Design Estratégico nesta área. Diante da complexidade do cenário vislumbrado, optou-se por utilizar a abordagem Metaprojetual, dadas as condições que tal metodologia oferece para reunir, identificar e analisar as informações obtidas, e, desta forma, compor um conhecimento amplo do problema de projeto. A partir das pesquisas realizadas sugere-se que as festas de aniversário, enquanto artefatos materiais e imateriais, são mais que balões com uma mesa decorada em lugar cheio de brinquedos para as crianças e petiscos para os pais: eles carregam um forte conteúdo simbólico. Conteúdo este, que parece estar vinculado à afirmação de nossas próprias identidades. Desta forma, projetar para experiências em torno do repertório de acontecimentos de uma festa de aniversário infantil, condiz com a necessidade de oferecer subsídios para que, a partir de suas capacidades pessoais, os usuários tenham autonomia para criar suas próprias configurações de valor.

**Palavras-chave:** Design Estratégico. Design para experiências. Festas de aniversário infantis

## ABSTRACT

NICHTERWITZ, Daniela Danni. **DESIGN FOR EXPERIENCES AT CHILDREN'S BIRTHDAY PARTIES** 2020. 219 sheets. Conclusion of a Bachelor's Degree in Strategic Design - University of Vale do Rio dos Sinos - Porto Alegre, Rio Grande do Sul.

Children's birthday parties are part of an economic sector that corresponds to 4.32% of Brazil's GDP. With billing of R\$ 209 billion in 2013, it is estimated that the business for parties and events grows 14% per year. However, given the playful and relaxed nature of these rituals, little research has been carried out in this field. This work aimed to investigate the universe of birthday parties, as well as the experiences lived by users of these products and services, in order to explore the possibilities of action of Strategic Design in this area. In view of the complexity of this envisaged scenario, we decided to use the Metaprojectual approach, given the conditions that this methodology offers to gather, identify and analyze the information obtained, and, thus, compose a broad knowledge of the design problem. From the research carried out, it is suggested that birthday parties, as material and immaterial artifacts, are more than balloons with a decorated table in a place full of toys for children and snacks for parents: they carry a strong symbolic content. This content, which seems to be linked to the affirmation of our own identities. In this way, designing for experiences around the repertoire of events at a children's birthday party matches the need to offer subsidies to users have the autonomy to create their own value configurations, based on their personal capabilities.

**Keywords:** Strategic Design. Design for experience. Children's birthday parties.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O livro de Antonin Carême .....	37
Figura 2 – Diagrama de pesquisas qualitativas .....	43
Figura 3 - Catálogo de expositores da Feira .....	44
Figura 4 – Fotografia dos personagens com a pesquisadora .....	45
Figura 5 – Imagem dos produtos no interior do estande da Art Lille .....	46
Figura 6 - Framework de cenários.....	47
Figura 7 - Framework de customização terceirizada.....	48
Figura 8 - Framework de produtos .....	48
Figura 9 – Ilustração dos componentes do cenário da festa de aniversário.....	50
Figura 10 – Ilustração do mapa de narrativas da primeira entrevista .....	52
Figura 11 - Mapa de narrativas da segunda entrevista .....	53
Figura 12 - Mapa de narrativas da terceira entrevista .....	54
Figura 13 - Mapa de narrativas da quarta entrevista.....	55
Figura 14 - Agrupamento semântico das narrativas.....	56
Figura 15 - Ilustração do mapa mental do mercado de festas .....	57
Figura 16 – Organograma da festa infantil .....	60
Figura 17 - O mapa da Jornada do Usuário .....	64
Figura 18 - registros da Jornada do usuário.....	67
Figura 19 – Ilustração com informações das entrevistadas .....	71
Figura 20 - Ilustração dos desenhos das entrevistadas em sobreposição .....	73
Figura 21 - Página do livro Blaise et le Chateau D’anne Hiversere.....	77
Figura 22 - fotografia de uma festa do pijama .....	79
Figura 23 - Diagrama da metodologia projetual .....	81
Figura 24 – Ilustração do mapa conceitual de experiências de usuários de produtos e serviços para festas infantis .....	87
Figura 25 – Ilustração dos conceitos destacados.....	88
Figura 26 – Ilustração do mapa de polaridades .....	89
Figura 27 – Ilustração dos quatro cenários .....	90
Figura 28 - ilustração das narrativas textuais dos quatro cenários.....	91
Figura 29 – Ilustração dos Moodboards dos cenários.....	92
Figura 30 – Mapa conceitual dos cenários juntos .....	95
Figura 31 - Esboço do concept.....	97
Figura 32 - Referências visuais para criação das ilustrações.....	100
Figura 33 - Estudos iniciais das ilustrações .....	100
Figura 34 - Validação da fonte Cardenio Modern.....	101
Figura 35 - Mapa mental da ferramenta Organizando o Espaço.....	102
Figura 36 – tabuleiro da ferramenta .....	105

Figura 37 - esquema de montagem e corte do tabuleiro .....	106
Figura 38 - Mobiliário: modelos e quantidades.....	107
Figura 39 - Cama elástica e piscina de bolinhas .....	108
Figura 40 - Cartelas da ferramenta .....	109
Figura 41 - Pensando as instruções da ferramenta.....	117
Figura 42 - Esboço da ferramenta.....	118
Figura 43 – Montagem e peças gráficas da ferramenta Organizando o Espaço.....	119
Figura 44 - Usos da ferramenta Organizando o Espaço .....	128
Figura 45 - Mapa mental da ferramenta Decoração da festa .....	133
Figura 46 - A ferramenta Decoração da festa .....	135
Figura 47 - Embalagem ferramenta Decoração da festa.....	157
Figura 48 - Desenho técnico da embalagem.....	158
Figura 49 - Usos da ferramenta Decoração da festa.....	159
Figura 50 - Brainstorm “lugares onde eu pego coisas” .....	163
Figura 51 - A ferramenta Cardápio da Festa .....	165
Figura 52 - Peça gráfica da embalagem Mistura para Aniversários .....	181
Figura 53 - Ilustração do Kit Mistura para Aniversários .....	182
Figura 54 – Imagem da construção das peças para validação do projeto .....	183
Figura 55 - Ilustração das festas de Aquarela .....	202
Figura 56 - As festas dos filhos de .....	203
Figura 57 - As festas de Adriana .....	205
Figura 58 - As festas dos filhos de Adriana .....	206
Figura 59 - As festas de Bárbara.....	208
Figura 60 - As festas dos filhos de Bárbara.....	209
Figura 61- As festas de Aléxia.....	211
Figura 62 - As festas dos filhos de Aléxia .....	212
Figura 63 - As festas de Morgana .....	214
Figura 64 - As festas dos filhos de Morgana .....	215
Figura 65 - As festas de Carolina .....	216
Figura 66 – Ilustração das festas dos filhos de Carolina .....	217

## LISTA DE SIGLAS

SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
ABEOC	Associação Brasileira de Empresas de Eventos
PIB	Produto Interno Bruto

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>15</b>
2.1. DO DESIGN INDUSTRIAL AO DESIGN ESTRATÉGICO: O DISCURSO DE BEM-ESTAR COLETIVO .....	15
2.1.1 A Ruptura do Modelo Moderno de Sociedade e a Evolução dos Campos de Atuação do Design .....	18
2.2 O DESIGN ESTRATÉGICO .....	19
2.2.1 O Design e o Pensamento Complexo .....	20
2.2.2 Cultura de Projeto e Produção de Sentido .....	22
2.3 O DESIGN DE SERVIÇOS .....	23
2.4 DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS .....	26
2.4.1 Compreendendo a Experiência .....	29
2.4.2 A Experiência e o Significado dos Artefatos .....	29
2.5 O MUNDO DAS FESTAS .....	30
2.5.1 Festas e a Infância .....	32
2.5.2 A Evolução das Festas de Aniversário .....	34
2.5.3 Os Símbolos das Festas Infantis .....	35
2.5.4 Crianças, Consumo e Festas .....	38
2.5.5 A Presença da Mídia nas Festas de Aniversário Contemporâneas .....	41
<b>3 O OBJETO DE ESTUDO</b> .....	<b>42</b>
3.1 A FEIRA NATAL E FESTAS 2019: IMERSÃO NO UNIVERSO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA FESTAS .....	43
3.1.2 Os Componentes dos Cenários de Festas Infantis .....	49
3.1.3 Entrevistando Expositores: Percepções sobre Produtos e Serviços para Festas 50	
3.1.4 O Mapa Conceitual do Mercado de Produtos e Serviços para Festas .....	55
3.1.5 Análise dos Resultados das Pesquisas sobre o Mercado de Festas .....	58
3.2 O UNIVERSO DAS EXPERIÊNCIAS EM FESTAS DE ANIVERSÁRIO .....	61
3.2.1 Participando da festa do Arthur .....	62
3.2.2 Entrevista com os Pais do Arthur: o Mapa da Jornada do Usuário .....	63
3.2.3 Análise dos Dados do Mapa da Jornada do Usuário .....	68
3.2.4 As Narrativas de Infância .....	70
3.2.5 Análise dos Dados da Primeira Parte da Pesquisa .....	71
3.2.6 As Mães no Lugar das Mães .....	74
<b>4 ESTUDOS DE CASO</b> .....	<b>76</b>
4.1 <i>Blaise et le Chateau D'anne Hiversere</i> , o livro de Claude Ponti .....	76
4.2 As festas de pijama, uma experiência positiva .....	78

<b>5. METODOLOGIA DA PROJETO .....</b>	<b>81</b>
5.1 Etapa científica.....	82
5.2 Problematização.....	82
5.3 Referencial Teórico .....	82
5.4 Metaprojeto .....	82
5.5 Pesquisas Contextuais.....	83
5.5.1 Estudos de Caso .....	84
5.5.2 Geração de Alternativas .....	84
<b>6 METAPROJETO .....</b>	<b>87</b>
6.1 NARRATIVAS DOS CENÁRIOS .....	91
6.2 Pensando Caminhos Projetuais Através do Cenários.....	92
6.3 Narrativa Textual do Cenário do Castelo .....	94
6.4 Descoberta.....	95
6.5 Mistura para Aniversários, do que se trata? .....	96
6.2 DO CONCEPT À DECISÃO PROJETUAL .....	97
<b>7 FASE PROJETUAL .....</b>	<b>99</b>
7.1 PENSANDO AS ILUSTRAÇÕES E A TIPOGRAFIA .....	99
7.1.1 As ilustrações.....	99
7.1.2 O estudo Tipográfico.....	101
7.2 A FERRAMENTA ORGANIZANDO O ESPAÇO.....	101
7.2. 1 Pensando o Tabuleiro .....	103
7.2.2 As peças de mobiliário .....	106
7.2.3 As Instruções da Ferramenta .....	117
7.2.4 Os Usos da Ferramenta .....	128
7.3 A FERRAMENTA DECORAÇÃO DA FESTA .....	132
7.3.1 Os Temas de Festas.....	134
7.3.2 A Cartela de Cores, as Dicas de Decoração e a Carta Coringa .....	134
7.3.3 Os usos da ferramenta .....	159
7.4 A FERRAMENTA CARDÁPIO DA FESTA.....	161
7.4.1 Os componentes da ferramenta.....	162
7.4.2 Os Usos da Ferramenta.....	177
7.5 A EMBALAGEM DO KIT DE FERRAMENTAS .....	181
<b>8. VALIDAÇÃO DO PROJETO.....</b>	<b>183</b>
<b>8. CONCLUSÃO .....</b>	<b>185</b>
<b>APENDICE A - O LIVRO DE PESQUISAS FENOMENOLÓGICA AUTO-DOCUMENTAL.....</b>	<b>187</b>
<b>APENDICE B - ANÁLISE TEXTUAL DAS EXPERIÊNCIAS VIVENCIADAS PELAS ENTREVISTADAS DA PESQUISA FENOMENOLÓGICA AUTO DOCUMENTAL</b>	
201	
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>218</b>



## INTRODUÇÃO

Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE e a ABEOC e conduzida pelo observatório de Turismo da Universidade Federal Fluminense com 2,7 mil empresas em todo o País, revelou que o mercado de festas e eventos movimentou cerca de 209,2 bilhões de reais no ano de 2013. Desde então, dados tem apontado um crescimento do setor na ordem de 14% ao ano. Representando cerca de 4,32% do PIB do Brasil, o mercado de festas e eventos é compreendido, em sua maioria, por pequenas e médias empresas, e tem como característica principal a “transversalidade com outras atividades econômicas” (A MICRO, 2013, p. 36).

Segundo autores (ITANI, 2003; GUARINELLO, 2001; BEZERRA, 2008), festejar faz parte do cotidiano das pessoas, e, enquanto atividade lúdica, se relaciona com os aspectos mais alegres e encantadores do dia a dia. Por esta razão, pesquisadores desconsideram explorar o tema, uma vez que existem inúmeros problemas enfrentados por grupos e comunidades ao redor do mundo que demandam atenção (ITANI, 2003). Porém, o design enquanto prática projetual, se encontra intimamente relacionado a diferentes aspectos da vida cotidiana. Neste sentido, as festas, enquanto características culturais marcantes do povo brasileiro, presume-se, sejam objetos de estudo de grande interesse para esta área. Neste contexto, estão inseridas as festas de aniversário, que ocupam 17% do volume de negócios do mercado de festas e eventos.

Muitas vezes associados a conceitos fúteis e irrelevantes, relativos ao valor de uso e de prazer, estes rituais são vivenciados por milhares de pessoas todos os dias, por ocasião da celebração de suas datas de nascimento (SIROTA,2008). A pouca literatura encontrada sobre como as pessoas experienciam estes rituais e a influência das festas de aniversário na construção da identidade dos indivíduos, originou alguns questionamentos, tema do presente trabalho.

**Problema:**

Como o Design Estratégico pode contribuir para melhorar as experiências de usuários de produtos e serviços para festas de aniversário infantis, no decorrer dos processos de projeção destes acontecimentos?

**Objetivo geral:**

Projetar soluções para auxiliar usuários na construção de experiências significativas por ocasião do planejamento e execução de uma festa de aniversário infantil.

**Objetivos específicos:**

- Projetar um kit de ferramentas para o planejamento de uma festa de aniversário infantil;
- Desenvolver a identidade gráfica das peças;
- Desenvolver a materialização das peças;
- Projetar as embalagens das peças;

**Justificativa**

Visto a expressividade das festas de aniversário (econômica, social e cultural) em contraposição com a falta de pesquisas relacionadas ao tema, o presente trabalho levantou as seguintes questões norteadoras: Como o Design Estratégico pode atuar para melhorar as experiências de usuários destes produtos e serviços? Quais são as experiências vivenciadas por usuários de produtos e serviços para festas de aniversário? Como estas experiências contribuem para a construção da identidade do indivíduo? Como o Design estratégico pode projetar artefatos que auxiliem a vivência de experiências significativas por ocasião destes rituais?

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A partir dos primeiros apontamentos do problema de projeto, se fez necessário aprofundar os conhecimentos e principais conceitos trazidos por autores nas áreas de Design Estratégico, Design de Serviços e Design de experiências, assim como pesquisar recortes de autores nas áreas de festas e festas infantis.

### 2.1. DO DESIGN INDUSTRIAL AO DESIGN ESTRATÉGICO: O DISCURSO DE BEM-ESTAR COLETIVO

O design é uma área que articula as práticas da vida cotidiana sob a perspectiva projetual a partir do conhecimento multidimensional (MORRIS, 2010; CARDOSO, 2004; BONSIPE, 2012). Nessa perspectiva, design não é “*accidens*”<sup>1</sup>, (BONSIPE, 2012) e sim essência. Reflete um sistema de crenças, valores e cultura de uma determinada sociedade, na mesma medida que produz significados e aperfeiçoa a capacidade de estabelecer diálogos por meio do ato de projetar em sistemas cada vez mais complexos. Este ato projetual, por sua vez, sempre teve profunda ligação com a “utopia” de “fazer mais habitável o mundo (através) dos artefatos materiais e simbólicos” (BONSIPE, 2012, p. 24).

A trajetória do design está intimamente ligada ao processo evolutivo dos meios de produção da sociedade. Neste sentido, o design, e, conseqüentemente, o design estratégico, tem profunda conexão com o desenvolvimento do capitalismo (MALDONADO, 1991; FORTY, 1986; FRANZATO, 2010; MOZOTA, 2001; CARDOSO, 2004).

As primeiras teorias sobre necessidade-trabalho-consumo (MALDONADO, 1991) datam do séc. XVIII, através do qual as máquinas passam a ser vistas como facilitadoras do trabalho. Da visão genérica de Adam Smith à especificidade de Carl Marx, se esboça um consenso teórico, apesar de ideológicas adversas, que “o processo de humanização é inseparável do processo de artificialização da natureza” (MALDONADO, 1991, p. 26).

---

1 (acidente)

No século seguinte, a primeira grande exposição de 1851 marca os primórdios do modelo produção-consumo (MALDONADO, 1991), apresentando as máquinas como uma promessa de resolução dos problemas da humanidade (BARBROOK, 2009). Neste cenário histórico, emerge o Design (MALDONADO, 1991).

Muito embora Maldonado afirme que empreendedores como Wegwood e Thonet tenham sido precursores do Design, o termo propriamente dito, surge em meados de 1900, completamente desvinculado do processo laborativo (MOZOTA, 2001; FORTY, 1986; MALDONADO, 1991). Vincula-se inicialmente ao termo industrial, buscando estabelecer uma conexão entre estética (artesanato) e seus aspectos técnicos e de produção (indústria), numa época em que se expandia o setor secundário da economia mundial (MALDONADO, 1991). O processo natural da industrialização dá início à criação de um sistema que gera demanda de novos produtos e inovações ao invés de suprir as necessidades básicas existentes do indivíduo, fomentando, desta forma, um mercado crescente de consumidores em busca de novos bens de consumo (CARDOSO, 2004). Com a intensificação da produção a partir de 1930, o desenvolvimento passa a ser centrado no aumento de produtividade. Conforme cita Bonsiepe:

O aumento da produtividade figurava como imperativo inquestionável, e o design industrial, que pretendeu inserir-se no sistema produtivo, não podia afastar-se de uma doutrina tão forte e difundida (BONSIEPE, 2012, p. 54).

O conceito utópico de “fazer mais habitável o mundo” (BONSIEPE, 2012, p. 24) envolvia, até então, o desafio de produtividade como meio de atingir o bem-estar social (CARDOSO, 2001; BONZIEPE, 2012, KAZIZIAN, 2005; BARBROOK, 2009). A tecnologia, neste contexto sempre foi “acompanhada por um pacote espetacular de promessas” (TACKARA, 2008, p. 14). Tal fato corrobora com o que sugere Dormer (1995) sobre a teoria da ética do consumo em espiral proposta por Kathryn B. Hiesinger, que afirma que a sociedade americana pós 2ª Guerra Mundial enxergava a obsolescência programada como um fator positivo para a sociedade.

Neste sentido, a promessa do desenvolvimento e de novas tecnologias que surgiriam no futuro para solucionar os problemas da humanidade colocava o presente (e suas problemáticas) no segundo plano (BARBROOK, 2009; TACKARA, 2008), ou conforme cita Bauman, “o aditamento da satisfação era

justificado em função do estímulo de melhorar o mundo” (2003, p.113). Neste cenário acreditava-se que fórmulas pré-estabelecidas determinariam um melhor arranjo da organização social (MORAES, 2010).

A partir da década de 1970, esta lógica passa a ser questionada (CARDOSO, 2004). Surgem reflexões sobre a necessidade de o design voltar-se para a realidade social (PAPANEK, 1971), sobre o impacto da produção e consumo em massa para o meio ambiente (KAZIZIAN, 2005), e a dúvida sobre o mercado, como invenção social histórica, ser capaz de promover instrumentos adequados à resolução dos problemas da humanidade (BONSIEPE, 2012).

No campo político, questionam-se os sistemas de intervenção Estatal para a regulação e manutenção da área de Bem-estar social, como a “*Welfare State*”<sup>2</sup> que teve seu apogeu entre 1950 e 1970 na Europa. Estes sistemas, que apresentam uma relação direta com economias em crescimento e alto índice de industrialização, são políticas cíclicas e dificilmente aplicáveis em países periféricos (BONSIEPE, 2012), visto que em épocas de crise, governos tendem a descontinuá-las (NOGUEIRA, 2001).

Desta forma, surgem novas abordagens de atuação do design no campo social (GAUDIO, 2015; MANZINI, 2017; ARAUJO, 2015). Entre elas, se destaca o conceito de design para a inovação social, vinculado a promoção de bem-estar coletivo a partir de “soluções capazes de gerar valor social” (FREIRE, 2015, p. 111). Este valor social, conforme descreve Freire, diz respeito:

aos benefícios que a solução traz para a coletividade e está ligado a formas mais sustentáveis de viver, de produzir e de consumir em sociedade (...)  
São soluções capazes de transformar os padrões de comportamento estabelecido e de propor novas normas culturais (FREIRE, 2015, p. 111).

Estes sistemas de sentido (MANZINI, 2017) voltados ao valor social (FREIRE, 2017) são reflexões que o Design começa a fazer na busca de soluções promissoras de novas abordagens de bem-estar social e sustentabilidade (CARDOSO, 2011;

---

2 Políticas públicas adotadas por Países da América do Norte e Europa ocidental, com a intenção de compensar a insuficiência do mercado em adequar os níveis de oferta e demanda e de controlar politicamente as organizações de trabalhadores e capitalistas estimulando a mercantilização da força de trabalho segundo padrões industriais fordistas. O Estado administrava os riscos inerentes deste tipo de relação subsidiando os custos de reprodução da força de trabalho (MEDEIROS, Marcelo. A trajetória do Welfare State no Brasil: papel redistributivo das políticas sociais dos anos 1930 aos anos 1990. 2001).

MANZINI,2017; BONSIÉPI, 2012). Entre estas reflexões, destaca-se a de desenvolver “novos modelos de empreendimentos, negócios e organizações que favoreçam o surgimento de novos comportamentos, mais sustentáveis e colaborativos” (FREIRE, 2015, p. 111). De modo análogo, em relação as dificuldades do campo de atuação de designers na área social (MANZINI, 2105), Gaudio afirma que as razões relacionadas a descontinuidade e insucesso de projetos parecem estar ligadas ao deslocamento do Design do seu campo de atuação tradicional: o mercado.

### 2.1.1 A Ruptura do Modelo Moderno de Sociedade e a Evolução dos Campos de Atuação do Design

Embora existam muitas discussões acerca dos processos que contribuíram para a ruptura do modelo moderno de sociedade de consumo, a revolução dos meios de comunicação, bem como a globalização e as revoluções tecnológicas foram fatores fundamentais ao surgimento de novos mercados, assim como a expansão do setor terciário e do acirramento da concorrência corporativa (STUART, 2006). A crise mundial (MORAES, 2010, BONSIÉPE, 2012) inseriu a perspectiva de novos campos de atividades, assim como sugere mudanças futuras nos paradigmas do modelo tradicional de mercado (MORAES, 2010, ZURLO, 2014), através do deslocamento da economia baseada em bens de consumo para uma economia baseada em serviços (MORAES, 2010).

Em paralelo, a partir de 1960, surgem movimentos no design que abrem caminho para possibilidades diferentes neste campo de conhecimento (FRANZATO, 2010), aperfeiçoando, desta forma, o ato projetual a partir de sistemas cada vez mais complexos, com inter-relações que passam a condicionar e redefinir continuamente o funcionamento do todo (CARDOSO, 2011).

Este ato projetual, de tramar, de-sagnar, configurar (FLUSSER, 2007, p.180) em constante evolução porque relacionado a contextos, (ARAUJO, 2015) passa a se posicionar estrategicamente através da “construção de sentidos” (KRIPPENDORFF, 1989, apud FRANZATO, 2010), sob a perspectiva de novos caminhos para a diferenciação de mercado nas organizações. Estas novas abordagens, trouxeram a necessidade de repensar a metodologia de design no âmbito da gestão de projeto (MORAES,2010) uma vez que a “forma...não é mais uma questão objetiva formal, mas sim, está ligada aos fatores semânticos, psicológicos e subjetivos” (p. 18) assim

como os modos de produção, “tornam-se cada vez mais híbridos e transversais” (p. 19).

## 2.2 O DESIGN ESTRATÉGICO

Segundo Freire (2014), o Design Estratégico emerge a partir do final da década de 90, através de pesquisas na área de estratégias organizacionais associadas ao Design. Zurlo (1998), em sua tese de doutorado, propõe um conjunto de abordagens metodológicas para o desenvolvimento de projetos relacionados a este campo.

Nesta nova abordagem, o objeto do ato projetual do Design desloca-se do produto e serviço centrado no usuário para “um projeto integrado de serviço-produto-estratégia” (MERONI, 2008, p.32) centrado em sistemas, com o qual as empresas se inter-relacionam com a sociedade. Este deslocamento é o que caracteriza o Design estratégico e situa o ato projetual no conceito de complexidade, uma vez que a conexão entre produto e serviço passa a ser projetada desde o início na estratégia organizacional das empresas (MERONI,2008). Desta forma, contempla não somente aspectos tangíveis, mas aspectos intangíveis ligados “à experiência de compra, à dinâmica de acesso ao produto, à disponibilidade do produto e às conexões com outros serviços e ofertas” (ZURLO, 2014, p. 19).

Conforme Freire (2014), a produção de sentido, comum ao design por sua facilidade de leitura de ambientes, nesta nova abordagem, traz a possibilidade de um novo modelo de vantagem competitiva para as organizações, diferente dos modelos tradicionais de mercado, através da geração de valor, que, por sua vez, é compartilhada e coproduzida por fornecedores, colaboradores, usuários e demais atores deste sistema, em um processo coletivo.

Segundo a autora “os objetos de projeto no qual o design estratégico opera são os ambientes culturais, físicos e relacionais nos quais uma organização apresenta o sentido (a sua razão de existir) e entrega seu valor para os diversos públicos” (FREIRE, 2014, p. 6). Esta cadeia de sistema-produto-serviço, conforme Salienta Meroni, (2008) vêm ao encontro da necessidade de criar soluções para os problemas da sociedade contemporânea, que incluem abordagens de contexto social, como a criação de produtos e serviços sustentáveis.

O design estratégico surge, portanto, neste cenário complexo da evolução do design centrado no usuário para o design centrado em comunidades e sistemas,

atuando através de um mix de produtos, serviços, comunicação e pessoas que ao responder a uma necessidade específica, produz solução (MERONI, 2008). Neste sentido, confere diferenciação e valor às empresas contemporâneas porque enfatiza questões e necessidades sociais, éticas e comunitárias com intuito de gerar inovação social e sustentabilidade através da abordagem indutiva (MERONI, 2008; ILL OGILVY, 2002). Exerce, neste contexto, um papel de elo entre as empresas e a sociedade (FRANZATO, 2010).

### 2.2.1 O Design e o Pensamento Complexo

Conforme Morin, (2007) a complexidade relaciona-se com o modo com o qual organizamos o conhecimento em um sistema de ideias. Este conhecimento, aproxima-se da realidade na medida em que os fenômenos passam a ser vistos como um emaranhado de informações associadas em sistemas multidimensionais. Desta forma, enquanto o pensamento simplificador tende a colocar uma ordem para chegar à completude, o pensamento complexo encontra na multidisciplinaridade seu grande desafio na articulação do conhecimento.

Segundo o autor, a complexidade é a “incerteza no seio de sistemas ricamente organizados” (MORIN, 2007, p. 35). E o cotidiano é repleto destes sistemas. Sobre eles, há a ação de 3 causalidades: a causalidade linear, em que toda a ação produz um efeito; a causalidade circular retroativa, que se estabelece a partir dos efeitos (resultados) que retornam condicionando ou transformando novos resultados; e a causalidade recursiva, onde o “produto é o produtor do que se produz” (MORIN, 2007, p. 87). Desta forma, tendem a se transformar indefinidamente em um processo de ordem/desordem, organização/desorganização.

Por isso, a ação é uma aposta que parte de uma estratégia que pressupõe um certo número de cenários para a ação. Tais cenários se modificam a partir do curso da própria ação, na medida em que o inesperado ou novas informações são acrescentadas. Por isso, estratégia difere de programa, uma vez que este último é uma sequência de “ações predeterminadas que deve funcionar em circunstâncias que permitam sua efetivação. Se as circunstâncias externas não forem favoráveis, o programa se detém ou fracassa” (p. 90). Exemplifica o autor:

Na empresa, o vício da concepção Tayloriana de trabalho foi o de considerar o homem unicamente como uma máquina física. Num segundo



momento compreendeu-se também que há também um homem biológico: adaptou-se o homem biológico a seu trabalho e as condições de trabalho a este homem. Depois, quando se compreendeu que existe também o homem psicológico, frustrado pela divisão do trabalho, inventou-se o enriquecimento de tarefas. (MORIN, Edgar, 2007, p.91)

Embora ligado a operacionalidade técnica no cenário Moderno, a atividade do Design sempre se articulou em um contexto multidimensional por tratar dos múltiplos aspectos do cotidiano. Tal afirmação pode ser compreendida a partir do fato de que nem todos os objetos fabricados industrialmente ao longo da história tenham tido a participação de designers industriais (MALDONADO, 1991). Sua atuação sempre esteve relacionada a “mercadorias”, atribuindo aos Designers a tarefa de “mediar dialeticamente necessidades e objetos, produção e consumo” (p.36).

De modo análogo, a atividade do Design, é em sua essência, o ato de projetar artefatos. Em sentido etimológico, projetar provém do latim *pro+ jacere*, que significa “lançar a frente”, “ação de projeção” (*Oxford Dictionary of Etymology*). Por isso, pode-se dizer que, em parte, a ação de projetar é uma aposta que faz parte de uma estratégia, no qual são feitas escolhas entre um certo número de caminhos projetuais. Há espaço para o acaso, para a criatividade e para a incerteza. A partir disto, é possível reconhecer que o método-ação do Design sempre dialogou com o pensamento complexo. Mas, se esta complexidade estava presente no fazer projetual, este era paradoxalmente condicionado a conteúdos programados. Talvez por isso, conforme aborda Pastori:

o design nunca tenha se sentido muito bem nos esquadrinhamentos disciplinares modernos, e, por isso, seja ainda considerado uma atividade e um saber academicamente periféricos, sem se definir entre objetivações e subjetivações, entre ciência e arte (PASTORI, et al.,2009, p.11).

De fato, conforme Maldonado, o ato projetual nunca teve autonomia. Os caminhos projetuais sempre se condicionaram a “um sistema de prioridades preestabelecidas com bastante rigidez” (1991, p.14). Estas prioridades, se justificam a partir da lógica de cenários estáticos e previsíveis (MORAES, 2010,) que refletiam o modelo linear e racional do pensamento moderno. E o Design, enquanto “fenômeno social total (...) não pode ser analisado isoladamente” pois se configura com outros fenômenos como um “único tecido conjuntivo” (MALDONADO, 1991,

p.14). Tais fatores justificam o uso, neste período, de metodologias projetuais que seguiam quase sempre uma sequência padronizada de etapas (MORAES, 2010).

### 2.2.2 Cultura de Projeto e Produção de Sentido

Morin, (p.10) afirma que a organização do pensamento humano é governada pela lógica. Esta, por sua vez é condicionada a “conceitos supra lógicos ou paradigmas(...) princípios ocultos que governam nossa visão das coisas e do mundo sem que tenhamos consciência disto” (p. 11) Porém, da mesma forma em que se modifica, a realidade constrói estes paradigmas, possibilitando a construção de novos e intermináveis ciclos de ordem e desordem, desorganização e organização, conforme salienta o próprio autor.

O modelo de pensamento social da primeira modernidade, centrado na autoconstrução dos projetos de vida através das relações capital trabalho, como consequência da dissociação do investimento do capital na produção, foi liquefeito (BAUMAN, 2001). Por isto, a principal contradição da sociedade contemporânea é a carência de sentido entre a autoafirmação – fatalidade – e a possibilidade de manejo social para tornar isto factível – capacidade. Daí, surge, conforme o autor, a urgência de renovação da competência de decidir em conjunto” (2001, p 30).

Sob a ótica das estratégias organizacionais, os espaços de trabalho se configuram hoje como “espaços de criação de efeito e sentido”. Suas estratégias dependem da construção de um conjunto de vínculos entre diferentes atores sociais para a produção de valor (FREIRE, 2014). Conforme a autora:

em nível teórico a principal característica do design estratégico é contribuir para a definição do desenho principal da comunidade. Além disso cria as condições para desenvolver relações instituindo um ambiente dotado de sentido.” (ZURLO, 1999, apud FREIRE, 2014, p.6).

Ao conectar modelos socioculturais de consumidores e modelos de produção de materiais organizados pelas empresas, o Design estratégico renova a competência de decidir em conjunto, tornando possível a configuração de novas relações sociais (ZURLO,2014).

## 2.3 O DESIGN DE SERVIÇOS

Uma das áreas de design essenciais ao Design Estratégico, no desenvolvimento de novas relações sociais, conforme Meroni (2011), é o Design orientado para os serviços. Conforme a autora, isto se dá

quando o objetivo é passar de uma estrutura de valores e características para soluções específicas e quando precisamos manifestar possíveis comportamentos futuros que exigem novas maneiras de interagir e produzir valor dentro de uma comunidade e seu ambiente. De fato, os serviços exemplificam mudanças sistêmicas no nível das experiências cotidianas (MERONI, 2011, p. 32).

Serviços são um tipo de atividade econômica em que as relações entre fornecedores e usuários são baseadas em ações, não em produtos. Desta forma, estas atividades não se reduzem a trocas instrumentais (FREIRE, 2016). A aproximação do Design ao projeto de serviços advém desta compreensão, de que serviços estão relacionados a “processos comunicativos, afetivos e simbólicos” (2011, p. 45).

Segundo a autora (2016), a escola Italiana foi precursora dos estudos do campo de Design de serviços. Esta abordagem sugere dois modelos de design de serviços: os serviços tradicionais e os serviços colaborativos.

Os serviços tradicionais, são serviços dominados pela lógica de mercado, e os usuários destes serviços são caracterizados como consumidores. Desta forma, “o papel das instituições é desempenhar uma série de atividades para diminuir a quantidade de esforço, tempo e atenção necessários para os indivíduos receberem os resultados desejados” (p.4). Neste modelo, há uma cadeia de atores que agrega valor a matéria-prima e a entrega aos consumidores, cuja atuação se restringe a escolher uma das opções disponíveis no mercado.

Os serviços colaborativos, por sua vez, são plataformas que oferecem “uma possibilidade para os usuários colaborarem na configuração do valor que lhes é entregue” (p.4). Estas plataformas oferecem subsídios (conhecimento, instrumentos e informações) para que os usuários tenham autonomia para obter resultados através de suas capacidades pessoais. Os usuários destes serviços passam, portanto, de consumidores para coprodutores de valor, e as plataformas, de serviços tradicionais para sistemas que permitem estas múltiplas interações. Um

desdobramento deste modelo, são os serviços relacionais colaborativos, onde não há uma definição clara entre agentes e clientes. Neste sistema, “ambos os benefícios são reciprocamente produzidos e compartilhados por todos os participantes” (p.4). Há, portanto uma interação circular, em que uma parte fornece os subsídios e ambos, agentes e clientes, entregam o serviço.

Conforme Cautela (2009), os componentes principais do design de serviços são a orientação ao usuário, a contextualização e outros desafios no desenvolvimento de serviços.

O autor descreve que a evolução dos sistemas produtivos e as novas ofertas de serviços, trouxeram uma compreensão diferente sobre as possibilidades do Design de serviços, o *Service Design Logic* (SDL). Nesta esfera, torna-se possível não apenas estudar serviços, mas as regras que executam processos de geração de valor. Assim, a lógica do Design se desloca de recursos que produzem efeito no valor de troca para o conjunto de habilidades e conhecimentos necessários para produzir estes recursos. Nesta abordagem, os sistemas de serviços passam a se dividir em três categorias: interação, relacionamento e rede, cujos elementos fixos são: os atores e o intercâmbio.

A interação é compreendida por uma única transação - troca de conhecimentos, informações, atividades ou recursos - entre o ator e a interface, em um tempo determinado, geralmente curto. São exemplos desta oferta de serviço o *check-in* em um hotel, a retirada de dinheiro em um terminal eletrônico ou a compra de uma passagem aérea em um site. Neste caso, a contribuição do Design se dá através da criação de interfaces a partir da projeção de “códigos, sinais, símbolos, idiomas que o usuário utiliza para acessar, interagir, gerenciar e utilizar o serviço” (p.4323). Atua, portanto, dentro da concepção da “semiótica de serviço”, que significa a capacidade de entender e interpretar modelos cognitivos dos usuários e projetar um sistema de sinais coerente com a estrutura de serviços e familiarizado com as necessidades do conjunto de atores envolvidos.

O relacionamento é representado por interações que se desenvolvem por períodos a médio e longo prazos, que tendem a criar vínculos baseados na confiança, entre o ator/interface envolvidos na troca. São exemplos desta categoria, contas bancárias e serviços de operadoras de celular. Nestes sistemas, podem estar contidos outras atividades, como por exemplo, ações de gestão imobiliária dentro do serviço de conta bancária. Na categoria relacionamento, o Design atua “na

amplificação e diversificação dos canais e dispositivos do serviço (...) ou na concepção de um novo conjunto de regras e novas estruturas para apoiar o modelo relacional de serviço (p 4323), apoiando o aprendizado das capacidades que os usuários necessitam para interagir com os novos modelos ou normas do serviço.

Por fim, a categoria rede é um processo de troca de interface com vários atores, em que os serviços se caracterizam por diferentes operações realizadas entre diferentes atores. São exemplos desta categoria, as redes sociais, os pacotes turísticos e os cursos oferecidos por universidades. Nesta abordagem o design “é chamado a pensar, imaginar e conceber todo o sistema de serviço. Isso significa

a capacidade de projetar a nova cadeia de atores que intervêm para prestar serviços, as modalidades de comunicação e intercâmbio entre os atores e os papéis e tarefas associados a cada um dos componentes do sistema (p. 4323).

Meroni (2011), salienta que uma das competências fundamentais do designer de serviços é “entender os ativos essenciais nos quais deve confiar para projetar soluções que proponham mudanças radicais na vida cotidiana” (p.236). Por isso o Design de Serviços necessita da imersão de campo a fim de conhecer os contextos reais de uma comunidade para produzir ativos não explorados e necessidades não atendidas nesta comunidade. Conforme a autora, esta nova abordagem de designers de serviços, está ligada a novas formas econômicas de produção de valor e à “crescente importância das tecnologias de rede como meio de auto-organização e criatividade distribuída” (p. 240).

O Design pode contribuir para o projeto de serviços através da configuração do conceito de serviço, que prevê a descrição da oferta e dos elementos de comunicação, e através da configuração da estrutura do sistema de entrega, ou plataformas que organizam os módulos de Serviço. O conceito de serviço define o conteúdo e benefícios que os usuários poderão alcançar. Porém, este conteúdo é uma projeção potencial, porque a realização deste benefício depende da interação dos usuários. Para projetar a oferta, designers devem atentar para os benefícios que o usuário busca, os aspectos que facilitam o seu uso e as evidências físicas da entrega. A estrutura do sistema de entrega oferece plataformas de soluções, que devem ser definidas a partir das configurações do serviço e que fundamentam o sistema de ações que compõe este serviço. Por isto o processo de entrega deve conter as “dinâmicas que tornam o serviço usável” (FREIRE,2016, p.58).

Conforme Manzini (MERONI, 2011) serviços são artefatos híbridos e complexos, que envolvem lugares, sistemas de comunicação e interação, pessoas e organizações. Neste contexto complexo, o 'projetar algo' se transforma cada vez mais 'projetar para algo', ou seja, "criar entidades em processo, cujas características finais emergirão apenas na dinâmica complexa do mundo real" (p.3). Desta forma, as ferramentas e métodos utilizados no Design de serviços devem partir do argumento de que a essência do projeto são as pessoas que utilizam os serviços, incorporando os propósitos do "*Human-centered-design*"<sup>3</sup> (FREIRE, 2011).

Krippendorff (2000) afirma que o Design centrado no ser humano nasce da mudança de paradigma de produtos para bens. Neste contexto, os artefatos, que carregam valores simbólicos, práticas sociais, símbolos e preferências, são projetados para consumidores e não usuários. Segundo o autor:

Esse axioma epistemológico distingue claramente entre design centrado no homem, uma preocupação com a maneira como os indivíduos veem, interpretam e convivem com artefatos, de um design centrado no objeto, que ignora as qualidades humanas em favor de critérios objetivos (...) todos mensuráveis sem envolvimento humano (KRIPPENDORFF, 2000, p. 4).

Um dos propósitos do "*Human-centered-design*", deve ser a profunda conexão do artefato a ser projetado com o contexto no qual ele será utilizado. Por isso o envolvimento do usuário e o entendimento do ser humano são imprescindíveis para o ato projetual (KRIPPENDORFF, 2000).

## 2.4 DESIGN PARA EXPERIÊNCIAS

O Design de experiências amplia o campo de atuação do Design centrado no humano porque considera não "apenas as crenças e comportamentos das pessoas, mas também as sensações provocadas pela interação do usuário com os serviços" (FREIRE, 2016 p.5). Desta forma o projeto de Design orientado para experiências deve contemplar as necessidades sensoriais e emocionais dos usuários para, e, a partir destas relações.

O Design para experiências ganhou relevância a partir do deslocamento do mercado de bens de produto para o mercado de serviços. Neste contexto, empresas

---

<sup>3</sup> Design centrado no Humano

e academia identificaram uma nova oportunidade à prática do design para além da produção de artefatos (FREIRE, 2011). O Design, portanto, estendeu sua atuação para as experiências dos consumidores em relação a produtos, espaços e serviços, como uma atividade usada na projeção de processos e de sistemas que assentam as experiências dos usuários, desde as estratégias até os resultados finais. Segundo a autora (2016), devido a “natureza intangível e interacional dos serviços, a compreensão da experiência do consumidor passa a ser essencial” (p. 37). Desta forma, gradualmente o papel do usuário no processo de projeto foi modificado; passou da indiferença, para a especulação de suas necessidades e finalmente para a inclusão do usuário nos processos de design (design centrado no usuário e design centrado no humano).

Os primeiros estudos sobre design para experiências, conforme a autora, são derivados dos trabalhos de Buchanan. Em seu artigo, o autor propõe que designers influenciam indivíduos e comunidades na transformação de comportamentos e valores porque designers não fazem objetos, criam argumentos persuasivos. Entre os comportamentos abordados pelo autor, estão as emoções. Esta abordagem é precursora do Design para experiências.

Sob a perspectiva de designers, a experiência resulta da interação entre artefatos e pessoas. Neste sentido, designers não projetam experiências, mas artefatos e contextos para estimular experiências pessoais através deles (FREIRE, 2016). Entre os aspectos que influenciam a experiência relacionados com a atividade projetiva, Machado (2014) descreve que estão as qualidades sensoriais (som, cheiro, volume, textura) e as qualidades comportamentais (ritmo, sequência, lógica, serviços e ambientes). Daí a importância da “compreensão das influências individuais, sociais e culturais e das interpretações dos elementos de design” (p. 43) para garantir os aspectos relevantes a serem considerados em um projeto de design para a experiência.

Conforme Machado (2014) o termo experiência é bastante complexo e tem sido abordado por diversas disciplinas. Sua aproximação com o Design se dá a partir da interação de indivíduos com produtos e serviços, tornando relevante a abordagem de experiência e experiência do usuário.

A partir dos estudos de Hoolbroock e Hirschman, a autora descreve que passaram a ser considerados aspectos comportamentais do consumidor, incluindo configurações tangíveis e intangíveis que os usuários experimentam ao relacionar-

se com produtos. Segundo a autora, “ao explorar os significados simbólicos dos produtos, expandiu-se o interesse pelo comportamento do consumidor em situações de consumo, como as atividades de lazer, entretenimento e diferentes artes” (p. 42).

Cain (1998) afirma que o design para experiências melhora os resultados de um projeto na medida em que possibilita transformar o processo projetual em um “processo integrado por um princípio orientador” (1998, p.11). Este princípio orientador é baseado em “informações sobre o que as pessoas fazem em situações de uso reais” (1998, p.11), ou seja, suas experiências cotidianas.

Segundo Cain:

os componentes de qualquer experiência são sistemas socioculturais, que informam ideias, crenças, atitudes e expectativas, padrões e rotinas de ação; seu significado e identificação que as pessoas usam e o impacto dessas coisas sobre o que pensam e fazem. (1998, p. 12)

Através da pesquisa de inspiração etnográfica, são constituídos “*frameworks*”<sup>4</sup>, ou imagens da experiência “que resultam da compreensão de como as pessoas se relacionam e experimentam algum aspecto de seu mundo” (1998, p.12).

Estes “*frameworks*” não constituem uma verdade intransponível, mas criam uma linguagem capaz de dialogar com a atividade projetiva, colocando a experiência como tema central do projeto de design para experiências. Para Cain, a “criação de novas experiências, começa pela compreensão das atuais” (1998, p.12). Assim a perspectiva da elaboração de um problema de projeto deve partir da experiência cotidiana, e a partir disto, do entendimento profundo destas experiências através de pesquisa etnográfica.

Os objetivos principais do design para experiências, segundo o autor são a formulação do problema de projeto a partir da ótica da experiência cotidiana, a identificação de oportunidades para novas experiências, a projeção de soluções e tornar as soluções tangíveis.

---

<sup>4</sup> estruturas



### 2.4.1 Compreendendo a Experiência

Sob a perspectiva do seu significado, Bondie (2002) afirma que experiência é, segundo traduções do francês, do inglês, do italiano, do espanhol e do Português, “o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca, e não o que se passa, não o que acontece ou o que toca” (p. 21). De tal forma que o sujeito da experiência “é um território de passagem (...) um ponto de chegada (...) um espaço onde tem lugar os acontecimentos” (p.22). Por isto pressupõem a exposição, a passividade, a reflexão e a atenção como ações necessárias e pré-existentes a experiência.

Segundo o autor, o mundo pós-moderno oferece pouco espaço para experiências significativas porque elas são antagônicas ao excesso de informação, de opinião e de trabalho. Isto se dá porque o sujeito da experiência deve permitir abertura e exposição, ações que carregam em si a vulnerabilidade, o risco e o tempo necessários para experimentação. São, portanto, antagônicas do sujeito informado, confiante, convicto e atarefado do mundo contemporâneo. Sob esta perspectiva, a informação e a opinião possibilitam o conhecimento sobre um número infinito de coisas, mas se opõem à experiência, porque ocupam o lugar do acontecer.

Bondie (2002) afirma que a experiência permite a formação ou transformação do sujeito. Descreve o autor:

Definir o sujeito da experiência como sujeito passional não significa pensá-lo como incapaz de conhecimento, de compromisso ou ação. A experiência funda também uma ordem epistemológica e uma ordem ética. O sujeito passional tem também sua própria força, e essa força se expressa produtivamente em forma de saber e em forma de práxis (p.26).

Se experiência é o que nos acontece, o saber da experiência provém do sentido que se produz a partir dela. Este saber está ligado a existência de um indivíduo ou de uma comunidade em particular. Por isto é singular, subjetivo, contingente, pessoal e intransferível (BONDIE, 2002).

### 2.4.2 A Experiência e o Significado dos Artefatos

Cardoso (2011) afirma que o significado dos artefatos só encontra sentido a partir da perspectiva dos usuários. Desta forma a apreensão do significado de um artefato deriva das relações que ele estabelece a comunidade. Sob o artefato, incidem fatores condicionantes de significado tais como uso, entorno, duração, ponto

de vista, discurso e experiência. Tais fatores, possuem a “capacidade de modificar a suposta imobilidade ou fixidez da natureza essencial” (p.61) dos artefatos, ou sua ontologia.

O autor argumenta que a experiência, definida como “aquilo que é íntimo e imediato na relação de cada um com o artefato em mãos” (p. 69), é a que possui maior resistência a influências externas, assim como é um dos fatores mais determinantes de significado dos artefatos. Isto porque a experiência, sob a ação do tempo é transformada em qualidade estável, ou memória. A memória, ou capacidade de lembrar experiências e aprendizados passados, assim como a capacidade de associar estas lembranças com o presente, é, segundo o autor, “o mais importante mecanismo de constituição e preservação da identidade de cada um” (p.73). Portanto ela é mais construída que acessada. Neste sentido, a experiência de um indivíduo com um artefato influencia e é influenciada pela memória, em um ciclo renovável de construção e reconstrução de sentido.

## 2.5 O MUNDO DAS FESTAS

### A festa, segundo Itani (2003)

constitui o momento e o espaço da celebração, da brincadeira, dos jogos, da música e da dança. Celebra a vida e a criação do mundo. Constitui espaços de produção dos discursos e dos significados, e, por isso, também dessa criação na qual as comunidades partilham experiências coletivas (ITANI, Alice, 2003, p.10).

A festa é parte integrante do cotidiano. É um momento de lazer, o lado mais descontraído e encantador da rotina semanal das pessoas. Por esta razão, refletir sobre seu significado tem sido irrelevante, enquanto tema de pesquisa, diante das inúmeras problemáticas sociais de grupos e comunidades ao redor do mundo. Ao considerarmos, no entanto, as lutas históricas dos movimentos operários por redução de jornadas de trabalho, é possível perceber que, em parte, esta redução se destinava a ocupação do tempo produtivo para atividades de lazer, entretenimento e descanso, o qual as festas - aniversários, encontros e rituais – encontram lugar de destaque (MAGNANI, 1998).

Segundo Itani (2003), a festa é uma das manifestações mais antigas da humanidade. Sua origem, a cerca de dez mil anos atrás, é atribuída a necessidade

simbólica do homem de dominar a natureza, ainda desconhecida, através de rituais religiosos de oferenda aos deuses. Estes rituais tinham o caráter simbólico de exorcizar o temor da fome. Desde então, estas manifestações coletivas, embora tenham adquirido diferentes significados ao longo da história das civilizações, permanecem como um fato social<sup>5</sup> presente até os dias de hoje. Como um ritual simbólico, “compreender a festa, neste sentido, requer ver e sentir as representações e imagens materiais e mentais que a envolvem” (p. 14.). Estas representações marcam as funções das instituições sociais nas diferentes modalidades da vida humana, como nascimentos, casamentos e aniversários, e, sob a perspectiva histórica, revelam a cultura material e imaterial das sociedades, do qual atribui-se a perpetuação das celebrações festivas através dos tempos.

A festa também é um fenômeno político. Neste sentido, “os povos mantêm suas festividades não apenas como parte de suas origens e de sua história, como também da consciência de seus direitos e usos costumeiros” (p. 39). Tais manifestações são observadas a partir do séc. XVIII nas festividades de aldeias europeias, que contrariando o calendário ritual da Igreja, comemoravam a colheita no verão e no outono. Estas festividades populares, com seus ritos pagãos e sagrados em torno da produtividade agrícola, tornaram-se uma marca de resistência, difundindo-se das aldeias para as cidades e, posteriormente, para toda a sociedade (ITANI,2003). Da mesma forma, como afirma Bezerra (2008), as festividades da população negra na época do Brasil colonial “foram e são utilizadas para construir uma unidade e (re)significar a identidade de grupos subalternizados historicamente” (p.9). A partir disto, é possível afirmar que as festas fazem parte do processo de transformação das sociedades (GUARINELLO, 2001; ITANI, 2003; BEZERRA, 2008).

Segundo Guarinello (2001), “a festa é, num sentido bem amplo, a produção de memória e, portanto, de identidade no tempo e no espaço “(p.972). Realiza a disseminação de experiências coletivas, a partir das realidades materiais e sociais da vida cotidiana. Nestes rituais, os indivíduos incorporam normas da vida coletiva, assim como compartilham conhecimentos e experiências afirmando suas

---

5 Fato social, segundo Durkheim, são instrumentos sociais e culturais (normas, convenções, regras e valores) que determinam as maneiras de agir, pensar e sentir na vida de um indivíduo ( DURKHEIM, Émile. O que é fato social. Durkheim E, organizador. As regras do método sociológico. São Paulo: Abril Cultural, p. 87-109, 1978.).

especificidades e diferenças (PRIORE, 1994). Porém, a festa não deriva somente destas realidades, uma vez que fornece o contexto, conservando a necessidade da ação e expressões coletivas para tornar-se realidade. Por isto, festividades não são imóveis nem imutáveis, apesar de terem um caráter repetitivo, dado através de datas fixas do calendário (VOLVELLE, 1991; ITANI, 2003; COUTO, 2008).

Lobato (2008) descreve que as festas, enquanto fenômenos lúdicos, renovam e restauram o equilíbrio coletivo, uma vez que o indivíduo, ao participar de festividades, alivia as tensões do stress cotidiano, possibilitando a continuidade de sua existência na sociedade. Ao ingressar nestes momentos lúdicos, a dimensão do imaginário rompe os paradigmas formais da vida cotidiana, trazendo a possibilidade de contestação e destruição destes modelos.

A festa, enquanto fenômeno social, político e histórico, aborda experiências coletivas que criam e ressignificam a memória social reforçando a identidade e unidade de uma determinada comunidade (GUARINELLO, 2001; DURKHEIN, 2003; ITANI, 2003) É construída a partir de regras da vida cotidiana, em torno de um objeto real ou imaginário, que reflete crenças, anseios ou acontecimentos de um grupo ou comunidade, cujos participantes ocupam lugares distintos. Produz significados materiais e simbólicos, entre os quais a construção e a manutenção da identidade territorial e cultural de uma determinada comunidade (GUARINELLO, 2001; ITANI, 2003; COUTO, 2008;). Por ser um ponto de confluência de ações sociais, a festa também configura um espaço de aprendizado e afirmação do convívio em sociedade.

### 2.5.1 Festas e a Infância

Produzir a festa é também aprender. A criança aprende brincando e a essência do brincar, está em fazer de novo, pela repetição, transformando a experiência mais comvente em hábito(...) Festejar, para a criança, é assim brincar, e nesses rituais estão os momentos que contribuem para dar sentido ao seu mundo e `sua existência neste mundo (ITANI, Alice, 2003, p.11).

Damásio (2017) afirma que a existência do indivíduo é um processo contínuo de transformações, onde o homem biológico e o homem existencial-coletivo

interagem intrinsecamente. Neste sentido, a teoria contemporânea<sup>6</sup> tem demonstrado que a criança possui processos próprios de articular a inteligência, o físico e a afetividade. Estes processos “se dão conforme seu ser e estar no mundo, o que para nós significa numa dada sociedade e num dado momento histórico-cultural” (p. 30).

Conforme Sirota (2001) a teoria social estrutural-funcionalista, no qual a criança é um devir, uma pessoa em vias de formação, contribuiu para a negação da criança como um sujeito e ator social até recentemente. Nesta abordagem a infância era” reconstruída como objeto sociológico através de seus dispositivos institucionais, como a escola, a família a justiça” (p.9). A criança era um objeto passivo na socialização, regida por instituições.

A evolução dos campos de ciências sociais, a partir da década de 70, impulsionados pelos trabalhos de Ariés (1962), que definiu a infância como uma construção social, possibilitou a compreensão de que as crianças têm uma vida cotidiana, participam de trocas e interações que possibilitam o ajustamento, a formação e a transformação da sociedade. Conforme o autor, a criança ganha importância na sociedade a partir das transformações afetivas no seio familiar, que se originaram da separação entre o trabalho e a vida doméstica, com a instauração do privado em detrimento do público.

Neste contexto, torna-se fundamental a “atenção aos meios com os quais as experiências da infância são utilizadas como recurso para construir o self moderno, em relação a vida privada e a parte que eles ocupam na construção da vida social” (SIROTA, Régine, 2001, p.27). Dentre estes meios, as festas de aniversário são rituais através dos quais a criança se socializa e cria vínculos. São, portanto, representações da infância contemporânea.

O número de vezes em que a criança participa anualmente destes rituais, convidando e sendo convidada por seus pares para festas de aniversário,

---

6 Teorias da psicanálise moderna, baseadas nos estudos de Piaget e Freud, que abrem caminho para a compreensão de que o homem desenvolve seu raciocínio lógico-formal, a compreensão da realidade e o conhecimento, através de sucessivos estágios de maturação em que se estabelecem trocas com o ambiente. Neste sentido o homem é sujeito e objeto do mundo. Recebe estímulos e os reelabora, assimilando, criando e recriando informações. Este processo de maturação do conhecimento é contínuo e predispõe o sujeito a novas fases de assimilação. Esta teoria evidencia a criança como um sujeito em seu processo de crescimento “com suas possibilidades orgânicas e mentais e portadora de seus próprios meios de viver e conhecer a realidade”, assim como sustenta que” as linhas que nortearão a estrutura psicológica do indivíduo são traçadas nos sete anos iniciais de existência” DAMAZIO, Reinaldo Luiz. O que é criança. Brasiliense, 2017, p. 13-15).

justifica a importância da compreensão das narrativas sociais que são introjetadas no imaginário infantil, através das experiências vivenciadas nas festas, e, que contribuirão para a formulação de suas identidades individuais e sociais. Conforme Sirota (2008):

Pode-se considerar que uma criança comemore esse ritual intensamente mais de cem vezes durante a sua infância, se somados os aniversários familiares, escolares e dos colegas. Poucos rituais profanos atingem uma tal intensidade (p.36).

### 2.5.2 A Evolução das Festas de Aniversário

Pereira (2016) descreve que as festas de aniversário são comemoradas desde 3000 A.C, no Egito. Eram restritas a seres superiores, como deuses e faraós, embora já naquela época, a data e horário de nascimento das crianças fosse anotada com precisão. Este costume advinha da crença que seria possível, a partir destes dados, prever o futuro da criança. Do Egito, a tradição das festas de aniversário se estendeu aos romanos, privilegiando o imperador, sua família e os senadores. Nos primórdios do cristianismo, este ritual foi abolido devido a sua origem pagã, e, a partir do século IV D.C, por ocasião da convenção da data de celebração do aniversário de Cristo, no dia 25 de dezembro, este hábito ressurgiu. Com o passar do tempo incorporou diversos símbolos, como o bolo de aniversário, os presentes, os convites e a vela.

Segundo Priore (1994), muitos destes símbolos têm ligação direta com a crença das sociedades antigas e medievais em espíritos bons e maus. Por conseguinte, a presença da família e dos amigos visava proteger o aniversariante, afastando os espíritos maus no dia em que, por ocasião da data que marcava seu nascimento, ele estaria mais sujeito a males e perigos. Esta proteção era reforçada por presentes ofertados e por uma refeição em conjunto, com a finalidade de atrair os espíritos bons para garantir um ano próspero para o aniversariante.

Desde a antiguidade até o século XIX, as festas de aniversário estavam ligadas “às representações religiosas dominantes que separavam as etapas da vida, das idades da vida – um modelo temporal muito diferente do que se vive hoje” (PEREIRA, 2016, p. 75). Com surgimento da modernidade, os aniversários se desvincularam do contexto religioso, se vinculando à data de nascimento do

indivíduo, comemorada anualmente. Conforme a autora a comemoração dos aniversários no mundo ocidental:

está atrelada a um contexto de transformação da civilização, na qual foi estabelecida uma progressiva ordem laica da construção dos seres sociais como indivíduos, da emergência da vida privada em oposição à vida pública e a emergência da centralidade da infância (PEREIRA, 2016, p. 76).

Sirota (2008) descreve que as festas de aniversário contemporâneas ganharam uma importância inédita, assim como marcam a evolução do status da criança no meio social. Isso aconteceu em razão de mudanças que surgiram de inúmeras referências sociais “e propõe uma reorganização de formas em parte já existentes” (p.33). Entre estas mudanças, duas contribuíram de maneira significativa para a força que estas comemorações ganharam na pós modernidade. Primeiramente, as celebrações de participação em um grupo, que representavam a festa do Santo patronal sustentadas pela igreja Católica, foram substituídas pela celebração do indivíduo, nos países de origem protestante. Em segundo lugar, a evolução do ordenamento de valores da família.

Até o século passado, era em torno do ancião que se configurava o círculo familiar. Por isto, as comemorações de aniversário eram organizadas para os avós e as crianças participavam oferecendo pequenos presentes feitos a mão, como desenhos, poemas ou buquês de flores colhidas no jardim. Este ordenamento foi subvertido, é a criança quem ocupa esta posição atualmente.

### 2.5.3 Os Símbolos das Festas Infantis

Lurker (1997) afirma que os símbolos, enquanto portadores de significado, originalmente, eram sinais visíveis de algo que não tinha presença concreta.

Conforme o autor:

Quando dois amigos se separavam por um período longo, ou para sempre, partiam uma moeda, uma plaquinha de barro ou um anel; se após anos alguém das famílias amigas retornasse, as partes unidas (*symbalein* = juntar, reunir) podiam confirmar que o portador de uma delas fazia jus à hospitalidade (LURKER, 1997, p.656)

Gradativamente, os símbolos passaram a ser compreendidos como convenções que representam algo ou alguém. Conforme Ribeiro (2010) a historiografia dos símbolos demonstra que qualquer artefato pode adquirir valores

simbólicos. Disto discorre a multiplicidade de significados que um mesmo objeto pode adquirir. Assim, “um simples pedaço de pano, por exemplo, ao ser erguido até o topo de um mastro, refere-se à ideia de Pátria” (p. 47). Da mesma forma, uma mesma representação simbólica, pode se projetar em diferentes tempos cronológicos ou povos distintos. Pierce (apud RIBEIRO 2010) descreve que:

Um símbolo, ao se constituir como tal, se dissemina entre as pessoas. Ao ser usado e experimentado, tem seu sentido ampliado. Palavras como força, lei, riqueza e casamento, remetem a significados bem diferentes daqueles a que elas remetiam para nossos antepassados ((PIERCE, 1958, CP 2.302)

Pereira (2016) afirma que os símbolos de aniversário se originaram das vivências e costumes de diferentes populações através da história. Segundo a autora, a própria festa se encontra na categoria de lugar simbólico porque vincula valores e crenças de um grupo, através do qual se encontram conceitos de significados. Enquanto lugar simbólico, as festas de aniversários infantis possuem diversos símbolos que compõem este ritual, como os cartões, os convites, o bolo, os doces, os balões, a música parabéns a você, os presentes, a decoração, entre outros.

A cerimônia de aniversário, conforme Sirota (2008), se estabelece em torno de um conjunto de regras, que constroem um verdadeiro *Potlach*<sup>7</sup> do qual a criança participa ao longo da infância. O bolo, por exemplo deve conter o número de velas que correspondem a idade que o aniversariante está fazendo; os convites, devem ser entregues dias antes; os presentes, que são um imperativo, são escolhidos de acordo com a afinidade com o aniversariante, de forma que “grande amigo, grande presente; amiguinho, presentinho” (p.36), assim como neste dia pode-se comer doces e guloseimas a vontade.

### 2.5.3 A História do Bolo de Aniversário e a Introdução de Elementos Estéticos nas Festas de Aniversário Infantil

---

7 Potlach é uma cerimônia de tribos indígenas da América do Norte, que consiste em um ritual religioso de homenagem, geralmente acompanhado por um banquete, em que o homenageado renuncia os bens materiais recebidos. Geralmente a qualidade dos presentes ofertados tem relação direta com o seu prestígio e posição na tribo (SIROTA, Régine. As Delícias de Aniversário: uma representação da infância. Revista Eletrônica de Educação, v. 2, n. 2, p. 32-59, 2008).

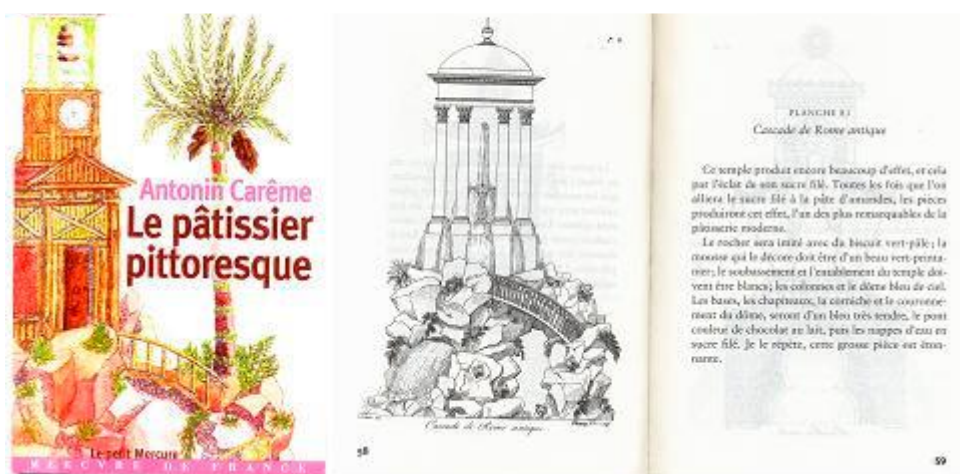


A utilização de bolos para prestar homenagens é uma tradição já praticada na Grécia Antiga. Todos os anos, eram feitos bolos de mel com velas em cima para celebrar Artemis, a deusa da caça. Os bolos eram redondos para simbolizar a Lua, porque, segundo a crença, era como esta deusa se manifestava (Sirota, 2008; Pereira, 2016). Este costume se estendeu à Roma, para prestar homenagem aos deuses Lares, e por muito tempo, se configurou como uma manifestação rara, destinada apenas aos poderosos. Somente no reinado de Luis XIII, que o bolo assumiu a forma moderna.

Conforme descreve Sirota (2008) em 1739, surgem os confeitos de chocolate. O chocolate, antes considerado um afrodisíaco e depois um medicamento, foi introduzido tardiamente na confeitaria. Atribui-se este feito ao vianense Franz Sacher, chefe confeitoiro do príncipe de Metternich, que teve a ideia de misturar o pó de chocolate à farinha. O resultado foi um sucesso e sua reputação se espalhou por toda a Europa.

As decorações que compunham os bolos e demais confeitos da época se destinavam apenas aos reis, e eram uma tradição de longa data na França. Porém no século XVIII, esta tradição ganha formas suntuosas, a partir de grandes nomes da confeitaria. Entre eles, Antonin Carême, considerado o rei dos confeitores. Carême trabalhou em diversas cortes e seus buffets eram reconhecidos devido à beleza de suas decorações. Entre suas produções, estavam os bolos finamente decorados e pintados à mão. Através de seu tratado, “o confeitoiro pitoresco”, ele ensinou como fazer e decorar algumas de suas produções.

**Figura 1 – O livro de Antonin Carême**



Fonte: SIROTA (2008)

Os moldes leves de metal, criados pelo artesão Trotier, que passaram a ser vendidos em todos os formatos e tamanhos, a produção industrial de fornos, cuja temperatura poderia ser controlada e a invenção do fermento, possibilitaram que os bolos decorados deixassem de celebrar apenas príncipes e reis, e passassem a fazer parte do cotidiano dos lares franceses e do mundo.

A partir da cultura Anglo-saxônica, os bolos de aniversário se tornaram uma expressão do amor doméstico, através da reprodução de elementos do cotidiano da infância americana. Livros de culinária, como *Cook Book* de *Betty Crooker*, ou “Bolos de aniversário, receitas e lembranças” de *Kathryn Kleinman*, baseados em receitas simples, ensinam mães, desde a modernidade, a confeccionar diferentes bolos decorados a partir de temas populares entre as crianças. Estes livros, muito prestigiados nos Estados Unidos, são carregados de apelos emocionais, reforçando o ideal do amor materno através da culinária doméstica. Tal fato pode ser exemplificado, a partir da reprodução do conteúdo introdutório de um destes livros:

“Este livro é uma coleção de receitas de bolos de aniversário, cada um deles é único e pessoal. Eu espero que esses bolos e essas lembranças de votos feitos no momento de soprar as velas lhes inspirem a lembrar em torno de você aqueles que você ama e para perseguir sua própria tradição ou delas criar... Aquele que prepara os bolos e os oferece com amor será aquele cujos desejos se realizarão (KLEINMAN, 2004 apud SIROTA, 2008).

A exemplo do tema da festa, presente desde os convites até a lembrança nas celebrações de aniversário, o bolo decorado se tornou, na atualidade, suporte de um imaginário social, que estabelece a estética da culinária doméstica em um contexto muitas vezes considerado fútil e irrelevante, ligado a valores de uso e de prazer. Porém, estes símbolos, enquanto representações das construções sociais, revelam a formação de identidades baseadas em uma cultura de consumo, a partir da atribuição de valores como afeto e cuidado (SIROTA, 2008).

#### 2.5.4 Crianças, Consumo e Festas

Schor (2006) afirma que a imersão das crianças na cultura de consumo, é um “fato sem precedentes”. Suas pesquisas apontam para a relação entre a cultura de consumo e o aumento de disfunções psicológicas em crianças e pré-adolescentes.

Neste sentido, as campanhas cada vez mais agressivas para influenciar crianças ao consumo, estão atreladas às enormes somas de dinheiro envolvidas com o potencial deste mercado, até recentemente ignorado.

Nos estados Unidos, por exemplo, estima-se que a influência direta das crianças nas decisões de compra, cresce a uma taxa de 20% ao ano. Tal influência, segundo a autora, se deve a uma combinação de fatores, entre os quais, a mudança do comportamento dos pais. Esta mudança de comportamento se relaciona com o aumento da jornada de trabalho e a conseqüente diminuição de interações entre família, com a compreensão de que a criança é o centro da célula familiar, e com a atribuição dos ideais de pureza e inocência infantil.

O aumento do poder e influência de compra das crianças, também encontra-se atrelado ao que propõe Shirley e Joe Kincheloe (apud SCHOR, 2006) sobre a “construção corporativa da infância” que se refere ao controle, influência e poder de mercado que um pequeno número de megacorporações - entre elas Disney, Nintendo, Nickelodeon, Mattel - exerce na venda de artigos infantis. Estas megacorporações estabelecem monopólios, que conduzem a uma cultura de consumo infantil centrada na grandiosidade e similaridade.

Como uma possível alternativa à comercialização da criança, está o desenvolvimento de novos comportamentos e consciência de consumo,

alternando a natureza das celebrações rituais, como feriados e aniversários, para torná-los mais simples, menos comerciais e mais focados no convívio do que em gastos materiais (SCHOR, 1998, p.165 apud SHOONMAKER,2006, p. 218).

Shoonmaker (2006) afirma que na atualidade, muitos pais que buscam alternativas para o mercado de consumo infantil, têm experiências complexas por ocasião da celebração de aniversário de seus filhos. O prazer de proporcionar momentos alegres para os pequenos tem relação direta com a preocupação sobre as maneiras potencialmente excessivas de consumir atreladas às comemorações. A pesquisa desta autora com famílias americanas que buscam estas alternativas, comprovou que experiências de pais e filhos na construção das festas de aniversário, são idealizadas a partir da possibilidade de proporcionar momentos em família, no prazer que estas festas oportunizam às crianças e no desenvolvimento de interações sociais com seus pares. Conforme a autora:

Os pais apreciam esse processo como algo que traz alegria para os filhos, como tempo para estar com a família e para os filhos desenvolverem relacionamentos um com o outro. Ao mesmo tempo, no entanto, muitos pais também lutam com os efeitos da cultura do consumidor. Ambos a abraçam e criticam, desfrutam e procuram resistir à ênfase no consumo de coisas e experiências. Eles usam sua imaginação para criar uma grande variedade de celebrações, muitas das quais com qualidades alternativas enraizadas na orientação para a união social das crianças (SHONMAKER, 2006, p. 219).

A autora argumenta que, a principal diferença entre as comemorações *prepackaged*<sup>8</sup> e as caseiras, onde há o envolvimento de pais e filhos na invenção da festa, é a quantidade de produtos consumidos, que na primeira amostra é bem maior. Porém, não significa que eles não apliquem “engenhosidade e criatividade para implementar e organizar o tema” (p.223).

Embora nas comemorações *prepackaged* os pais colaborem com os filhos para abraçar a cultura de consumo, o fazem a partir da idéia de reunir e facilitar a interação entre as crianças a partir de um tema cultural popular. Esta afirmação vem de encontro com a abordagem de Seiter (1998) de que a cultura de consumo infantil proporciona a socialização das crianças, uma vez que possibilita um repositório de imagens, personagens e temas nos quais se estabelecem as interações com seus pares.

Desta forma, como afirma Shoonmaker (2006)

Compreender a maneira como pais e filhos adotam a cultura de consumo fornece insights sobre a complexa relação entre a celebrações de aniversário das crianças e a cultura dominante, bem como as perspectivas de criação de alternativas para isso. Se um grande apelo da cultura do consumidor é sua natureza e capacidade de facilitar interações compartilhadas, desenvolver uma alternativa envolve muito mais do que decidir simplificar o consumo. Envolve fornecer maneiras diferentes das crianças se envolverem em atividades e desenvolver uma forte imaginação da comunidade (p. 224).

A cultura infantil, entendida a partir da abordagem teórica de Valsiner (2000) não condiz apenas com o compartilhamento de características semelhantes por um grupo, mas sim, uma mediação semiótica, em que estão presentes o sistema psicológico individual e o universo social das crianças dela participantes. É neste

---

<sup>8</sup> Pré-embalado. Segundo a autora são eventos baseados em produtos – temas e personagens-comercializados e vendidos nas lojas ou online. Nestas produções não ocorre o envolvimento criativo de pais e filhos na elaboração da festa.

contexto que ocorre a construção social, cujos significados e valores do grupo criam e recriam padrões de participação e, por sua vez, originam categorias de pensamento e de recursos de expressão (QUEIROZ, 2006).

#### 2.5.5 A Presença da Mídia nas Festas de Aniversário Contemporâneas

A partir de pesquisas com crianças de 5 a 10 anos no Rio de Janeiro, sobre a influência de mídias na celebração de aniversários, Santos (2011) sugere que:

A mídia, enquanto discurso hegemônico na cultura contemporânea atravessa a organização das festas de aniversário. Com isso, a centralidade do aniversariante, que a princípio deveria ser o “dono da festa”, passa a ser compartilhada ou mesmo disputada com a força da personagem que nomeia a sua festa. É como se a criança, ela mesma, não tivesse tal força (p.3)

Tal afirmação deriva do não reconhecimento das crianças entrevistadas sobre a legitimidade da festa de aniversário sem a presença de um tema. Desta forma, as pequenas comemorações em família, ao redor do bolo, que não possuem o referencial temático, parecem carecer de significado consistente o bastante para caracterizar-se como comemorações para o aniversariante.

Na perspectiva das crianças, “a experiência do aniversário é delimitada pela sua comemoração, muito mais do que pela consciência da relação com a data do seu nascimento” (p.5-6) Neste contexto, a mídia e a cultura de consumo se tornam protagonistas das festas infantis. Em meio ao espetáculo de cores, personagens, balões, recreação, brinquedos e brincadeiras dirigidas, o evento de aniversário passa a ser um não lugar para a criança (SANTOS, 2011).

Não lugares, conforme descreve Bauman (2001), são espaços em que as pessoas, apesar de estarem juntas, não interagem, provocando a falsa sensação de pertencimento de uma comunidade. Estes espaços, como shopping centers, são na realidade, ambientes que tem como principal característica o incentivo ao consumo.

Ao reaver o pensamento de Sirota (2008) sobre a formação de identidades a partir da cultura de consumo, é possível indagar, por que são considerados irrelevantes e fúteis símbolos capazes de legitimar o ritual da festa de aniversário na percepção das crianças?

### 3 O OBJETO DE ESTUDO

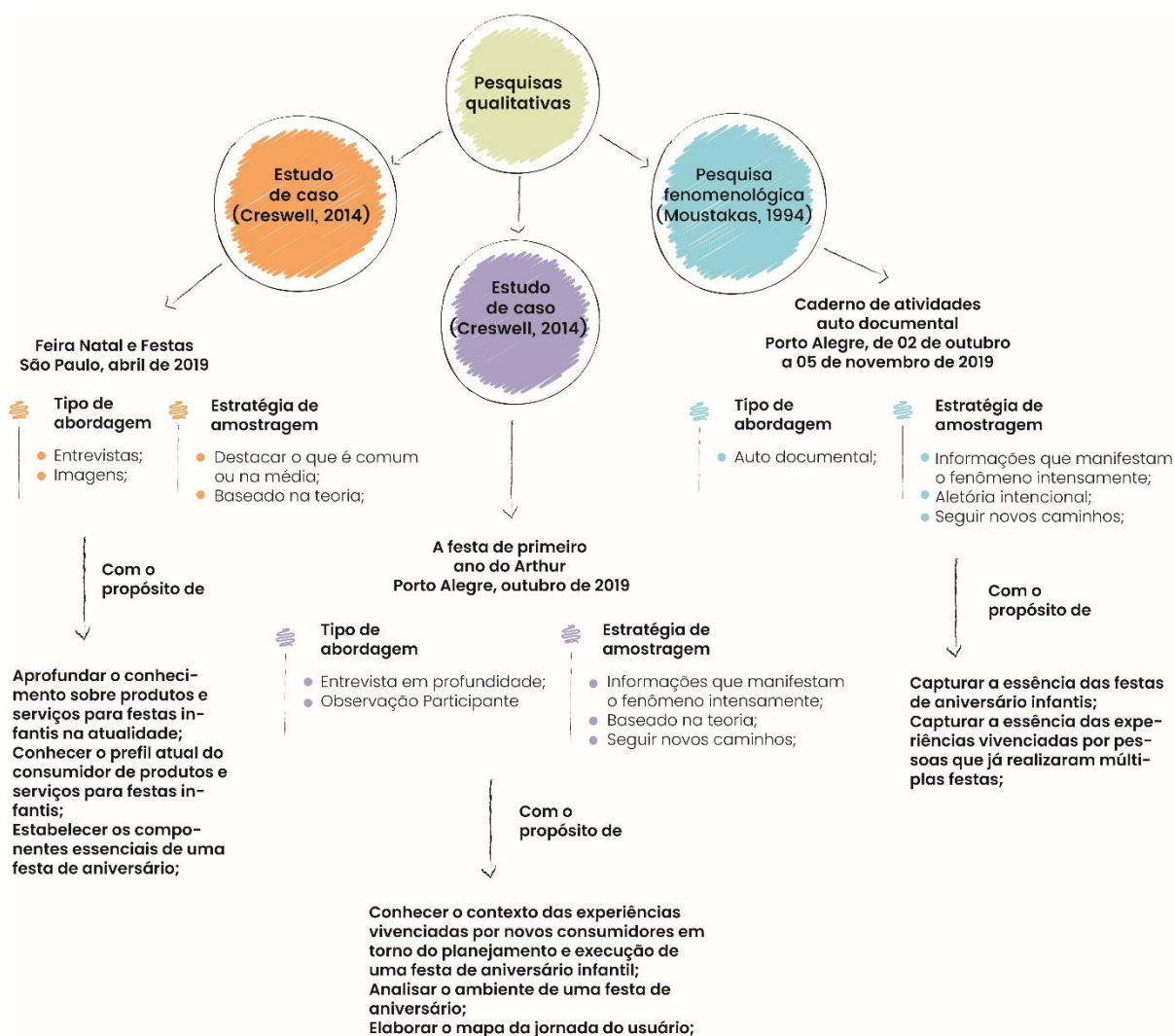
Os recortes pesquisados trazem importantes contribuições para a compreensão do universo das festas de aniversário sob diferentes aspectos. Porém, permanecem indagações sobre o contexto das experiências vivenciadas por consumidores e usuários de produtos e serviços para festas infantis na atualidade. Como são estas experiências? Quais são as necessidades e lacunas que usuários encontram no decorrer dos processos de planejamento de uma festa de aniversário? Que componentes fazem parte das festas infantis nos dias de hoje? Como o design poderia proporcionar experiências significativas aos usuários incentivando novos comportamentos capazes de gerar modos mais sustentáveis de viver em sociedade?

A partir dos apontamentos de Cain (1998) sobre a importância de o Design de experiências ser pautado na compreensão das experiências cotidianas, foram realizadas pesquisas qualitativas para compreender a essência das festas de aniversário, o perfil do consumidor, as experiências dos usuários de festas, os componentes de festas e os espaços onde elas ocorrem.

Segundo Creswell (2014), utilizam-se pesquisas qualitativas quando o problema precisa ser explorado, quando há a necessidade de compreender mais detalhadamente um problema, e quando “queremos compreender os contextos ou ambientes em que os participantes de um estudo abordam um problema ou questão” (p.52). Desta forma, utilizou-se diferentes abordagens desta tipologia de pesquisa para fomentar os conteúdos pertinentes ao problema de projeto.

As pesquisas foram elaboradas a partir dos processos de investigação qualitativa propostos pelo autor, e por Moustakas (1994), conforme o diagrama a seguir:

Figura 2 – Diagrama de pesquisas qualitativas



Fonte: a autora (2019)

### 3.1 A FEIRA NATAL E FESTAS 2019: IMERSÃO NO UNIVERSO DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA FESTAS

A Feira Natal e festas é um evento organizado pela ABCasa, a associação oficial do setor de casa, decoração, presentes e festas do Brasil. Com mais de 150 expositores entre fabricantes, importadores e distribuidores, a feira recebe em torno de 50 mil pessoas durante os quatro dias em que o evento ocorre. Se situa no pavilhão Central do Anhembi Eventos, na cidade de São Paulo, e ocupa um espaço de 40 mil metros quadrados. O público alvo da Feira são pessoas que atuam no segmento de festas e artigos para Natal.

A pesquisa de campo foi realizada no interior da Feira, entre os dias 31 de maio e 2 de junho de 2019. A partir de 120 registros fotográficos de diferentes tipos de produtos e serviços para festas infantis expostos nos estandes e entrevistas com 2 expositores e 2 profissionais do ramo, buscou-se apreender as principais características do mercado de festas no Brasil.

O registro fotográfico teve caráter exploratório e limitou-se ao alistamento de cenários e produtos para festas infantis. As entrevistas foram formuladas a partir de uma pergunta central que se desdobrava em outras perguntas de acordo com a receptividade dos entrevistados. As pesquisas foram gravadas em áudio, para posterior análise.

**Figura 3 - Catálogo de expositores da Feira**



Fonte: a autora (2019)

A partir dos registros fotográficos foi possível identificar que a grande maioria de produtos e cenários em exposição eram constituídos de elementos, que embora



comuns ao universo infantil, se distinguíam de temas e personagens da mídia, contrariando em parte a afirmação de Schor (2006) e Santos (2011) sobre a hegemonia da mídia na cultura de consumo infantil de festas de aniversário neste local. Apesar de estarem circulando pela feira durante todo o evento, estes personagens eram uma pequena minoria entre os produtos ali ofertados.

**Figura 4 – Fotografia dos personagens com a pesquisadora**



Fonte: a autora (2019)

A diversidade dos temas, cenários e produtos inusitados como lhamas, frutas, nuvens, robôs, Paris, pelicanos entre outros, são dados que se mostraram relevantes, quando associados aos produtos e cenários da mídia presentes no evento, pois levantam alguns questionamentos sobre uma possível mudança no perfil do mercado, a partir do referencial teórico levantado, assim como sugerem a constante atualização em prol da diferenciação através da inovação. Sob esta perspectiva é possível afirmar, segundo as informações obtidas, que a inovação é uma demanda atual das pessoas que consomem estes produtos.

Outro apontamento observado, refere-se à grande quantidade de materiais customizáveis. Entre estes materiais, havia caixas e embalagens para doces de formatos e tamanhos variados, artigos de papelaria, bandejas e acessórios para decoração. Estes produtos estavam expostos em vitrines, e, junto com o bolo e outros elementos decorativos, simulavam o cenário de uma festa infantil.

**Figura 5 – Imagem dos produtos no interior do estande da Art Lille**



Fonte: a autora (2019)

Porém, a grande maioria dos elementos das vitrines, assim como diversos elementos no interior dos estandes não faziam parte da cartela de produtos à venda. A explicação de um dos vendedores, do estande da Art Lille ([www.artlille.com.br](http://www.artlille.com.br)) foi que os itens eram arrumados desta forma para que o cliente pudesse ver as possibilidades de uso do produto.

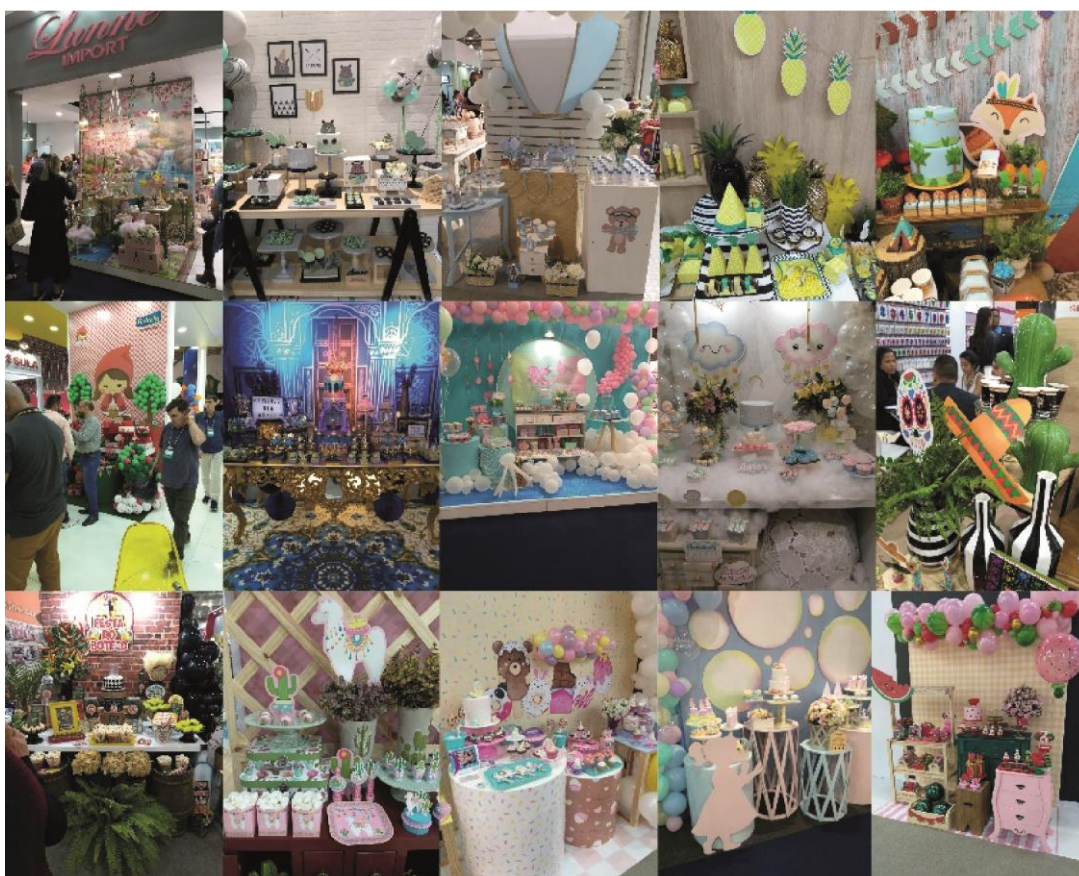
A visitação ao interior dos estandes e a análise das fotos, demonstrou que poucas empresas deste segmento ofertam materiais e temas prontos. Sem as decorações, a maioria destes produtos são semelhantes: descartáveis, fabricados em papel e plástico e dificilmente reutilizáveis após a festa. Grande parte destes materiais, principalmente as peças em plástico mais elaboradas, são provenientes de países como a China. As decorações e os temas que compunham os ambientes destas empresas foram fornecidos por decoradores, floristas e boleiros, os especialistas na customização de peças. Os materiais temáticos – confeccionados em papel - foram encontrados somente nos estandes de grandes empresas do segmento, como a Regina Festas, a Cromus e a FestColor.

Entre os materiais de decoração havia peças que poderiam ser reaproveitadas. Estas peças, fabricadas em madeira, cerâmica e resina, tinham custos mais elevados e estavam sendo ofertadas como complementação do cenário da festa, ou em estandes de fabricantes e importadores de artigos para decoração.

Das 120 imagens capturadas, foram selecionadas 51 imagens para a elaboração de *frameworks* a fim de representar os cenários de festas, os produtos e a customização terceirizada.

A partir da análise dos dados coletados na pesquisa, foi elaborado um esboço dos principais componentes do cenário de uma festa infantil na atualidade, assim como foi possível reunir alguns conceitos pertinentes à elaboração do perfil de consumo em festas infantis, que posteriormente foram relacionados com as entrevistas.

**Figura 6 - Framework de cenários**

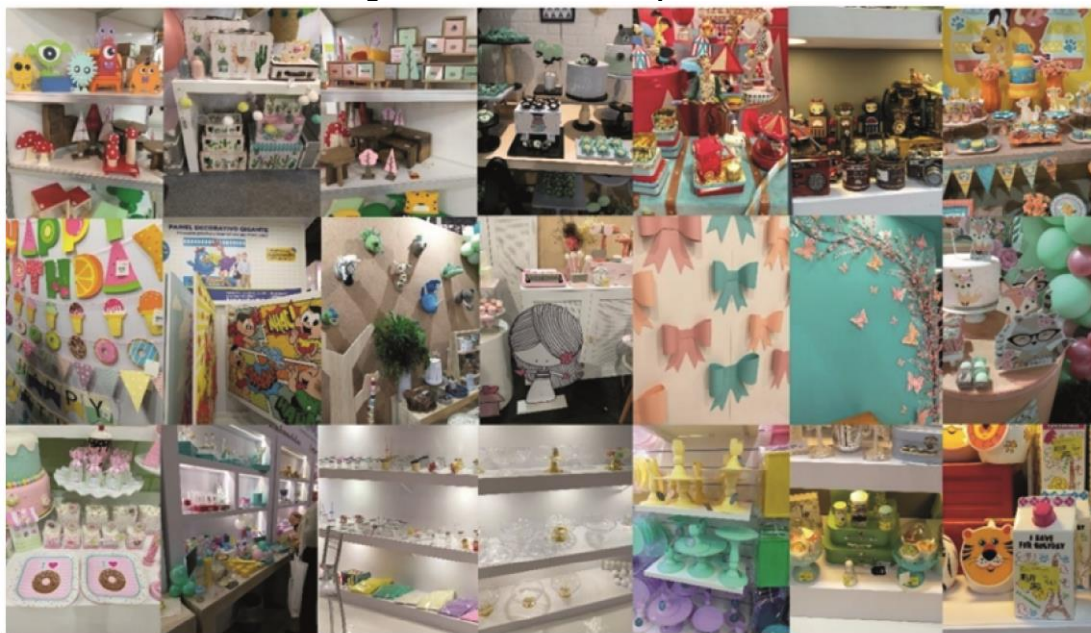


Fonte: a autora (2019)



**Figura 7 - Framework de customização terceirizada**

Fonte: a autora (2019)

**Figura 8 - Framework de produtos**

Fonte: a autora (2019)

### 3.1.2 Os Componentes dos Cenários de Festas Infantis

A ambientação dos estandes com cenários customizados por decoradores e especialistas do ramo e os produtos à venda nos estandes, formaram um conjunto de dados que possibilitaram insumos para a representação do cenário de uma festa infantil na atualidade, bem como de seus componentes.

Após a análise dos dados, foi possível levantar alguns questionamentos. O primeiro se refere à semelhança destes cenários, embora temáticos, com os ambientes de uma residência. Quadros, móveis, plantas, flores e objetos de decoração geralmente encontrados em quartos de crianças ou na sala de estar, são reunidos em torno do bolo de aniversário, criando um ambiente que lembra uma festa caseira. Ao confrontar esta hipótese com a literatura referenciada, é possível perceber que os lugares de encontro dos rituais de festas de aniversário, neste caso, assumem a representação dos lugares íntimos, geralmente não compartilhados entre as pessoas no cotidiano. Apesar de possuírem a conotação estética de uma festa caseira, os dados obtidos com profissionais do ramo, sugerem que o costume de comemorar em casa está em desuso.

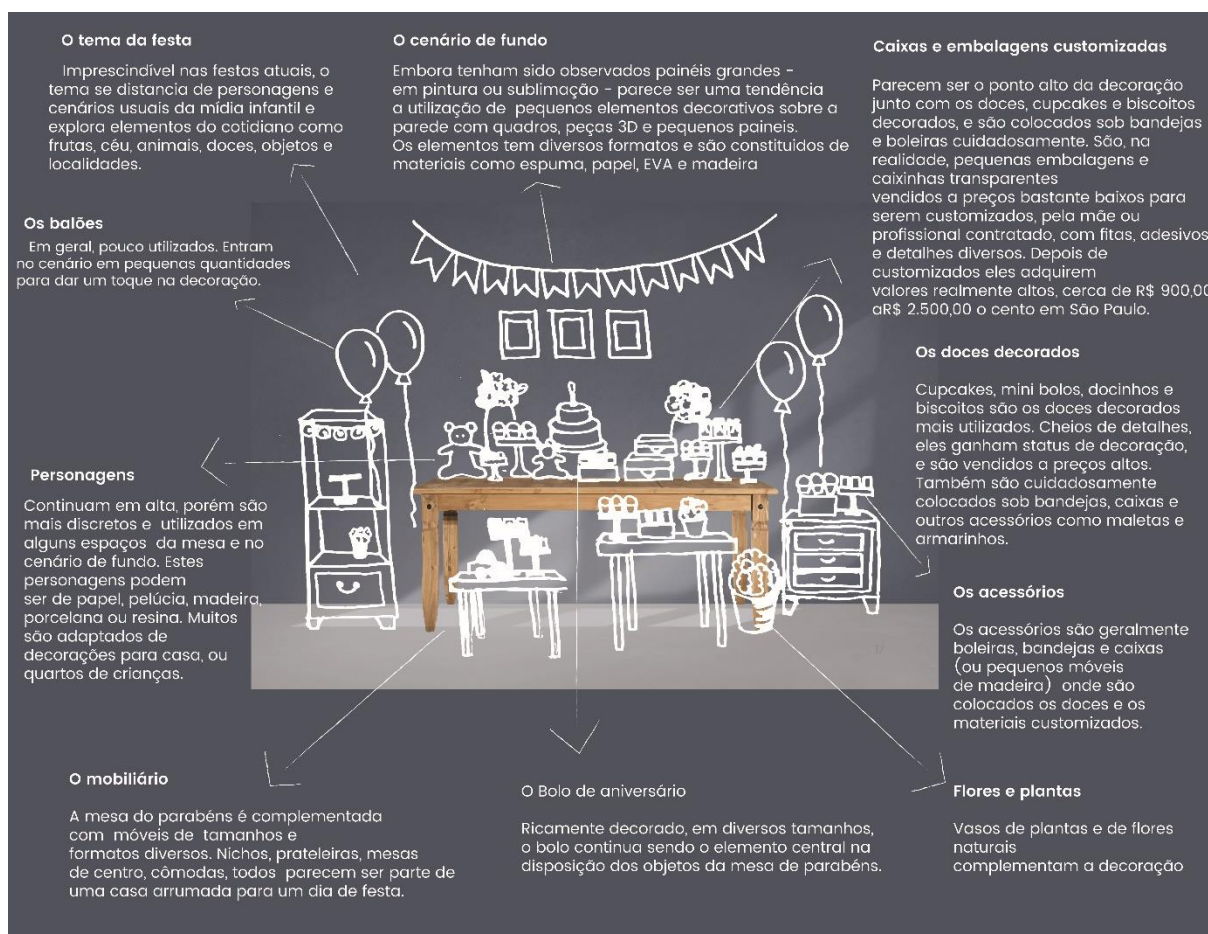
A customização das pequenas caixas e embalagens com fitas, adesivos e detalhes, como o nome e a idade do aniversariante, são preenchidas com doces, balas, chocolates e confeitos, e, junto com docinhos, *cupcakes* e biscoitos decorados, representam o ponto alto da decoração. Neste sentido é possível observar que as peças que compõem os cenários na atualidade são relativamente pequenas, porém muito detalhadas.

Embora tenham sido observados grandes painéis-cenário na composição de algumas decorações, a tendência é a redução. Sob a parede, são colocados elementos como quadros, figuras 3D, bandeirinhas e pequenos painéis impressos. Os materiais são elaborados com madeira, papel e EVA.

O tema ocupa lugar central na festa infantil. Elementos do cotidiano como flores, nuvens, animais, objetos, atividades e locais são representados em decorações coloridas e alegres. Uma possível hipótese levantada para responder, em parte a amplitude deste tipo de cenário em detrimento aos personagens e temas da mídia, é a inserção de grande número de pessoas no mercado informal de festas de aniversário nos últimos anos, que realizam a customização de peças como embalagens, bolos e doces.

Este segmento de pessoas, viria a gerar demandas capazes de fomentar o surgimento de empresas de fornecimento de insumos para a customização, que não possuem acesso à comercialização de temas e personagens licenciados. Daí a diferenciação pela criatividade para atrair consumidores.

**Figura 9 – Ilustração dos componentes do cenário da festa de aniversário**



Fonte: a autora (2019)

### 3.1.3 Entrevistando Expositores: Percepções sobre Produtos e Serviços para Festas

A realização das entrevistas com expositores e profissionais do setor ocorreu no interior dos estandes e corredores da feira. Segundo Creswell, em pesquisas qualitativas, deve-se optar por iniciar entrevistas com uma pergunta aberta. Esta pergunta deve reafirmar” o propósito do estudo em termos mais específicos” (p.117). Deve ser ampla para possibilitar novos questionamentos na medida em que a entrevista ocorre. A partir disto, foi formulada a seguinte pergunta: Supondo que eu fosse abrir um negócio para festas, qual produto você me indicaria? O caráter

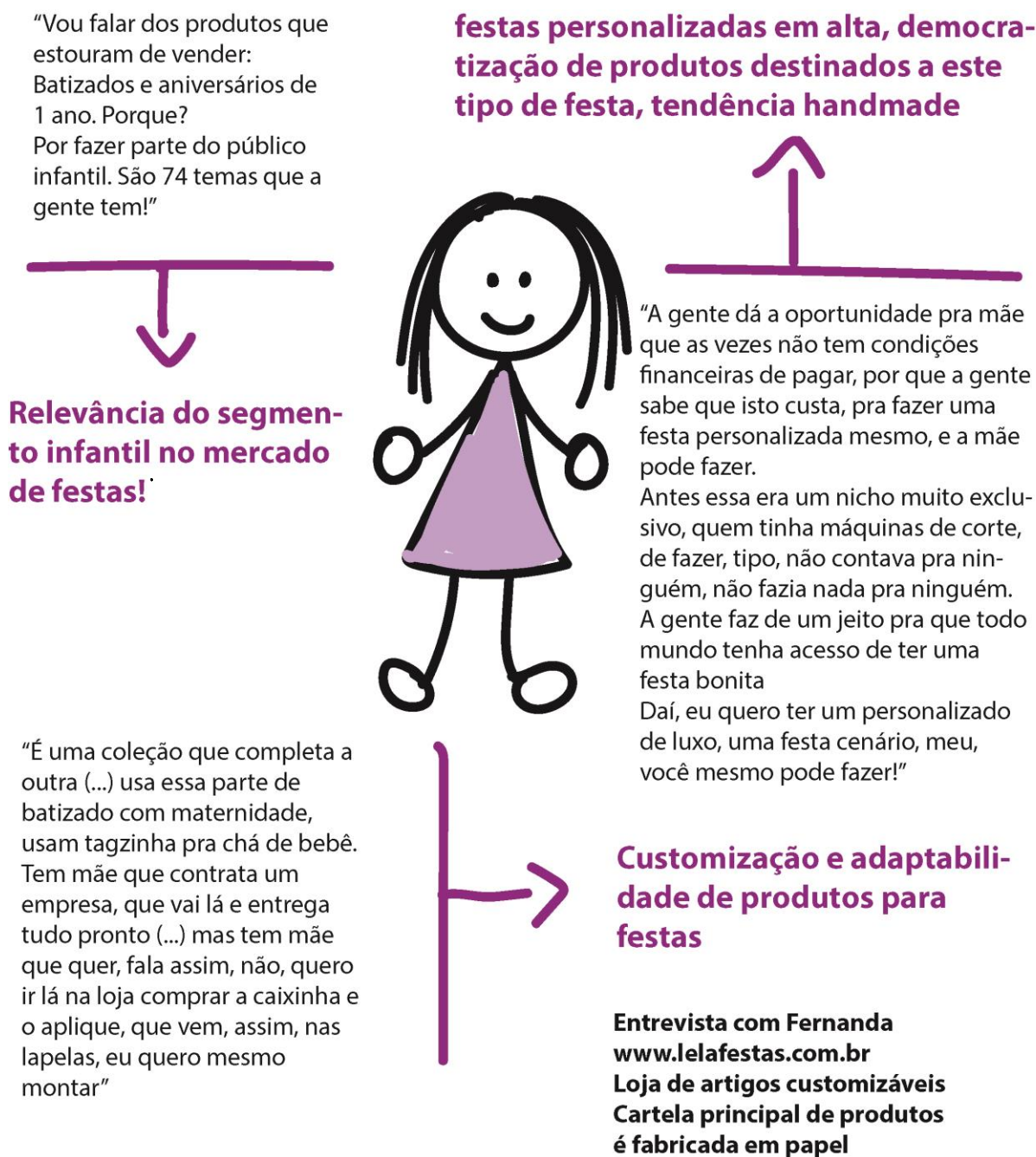
limitante dado pela cartela de produtos oferecidos nos estandes dos entrevistados procurou ser amenizado pela escolha de estandes que possuíam maior diversidade de produtos e acessórios para festas. Por ser uma plataforma de negócios e ter uma grande circulação de pessoas, as entrevistas duraram, em média, 5 minutos cada. Além da gravação de áudio, foi feito um registro fotográfico do produto indicado pelo entrevistado.

Para analisar os dados coletados nas entrevistas foi formulado um mapa das narrativas afim de identificar conceitos significativos relativos ao objeto de estudo. Posteriormente estes conceitos foram agrupados em campos semânticos, com o propósito de identificar elementos comuns e relacionais em todas as entrevistas. A partir dos resultados da pesquisa de registro fotográfico e das entrevistas, elaborou-se um mapa conceitual do mercado de produtos e serviços para festas.

Os mapas de narrativas consistem em agrupamentos de frases ou palavras em torno de significados, apreendidos a partir da relação existente entre elas (SCALETSKY, 2016).



Figura 10 – Ilustração do mapa de narrativas da primeira entrevista



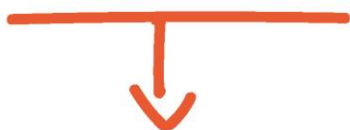
Fonte: a autora (2020)



Figura 11 - Mapa de narrativas da segunda entrevistada

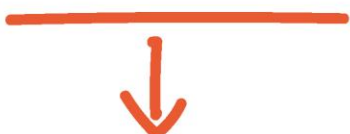
O produto hoje, carro chefe, são as caixinhas e os tubetes.

A caixinha você pode colocar uma lembrancinha dentro dela (...) ou simplesmente você pode colocar algo dentro dela para decorar!



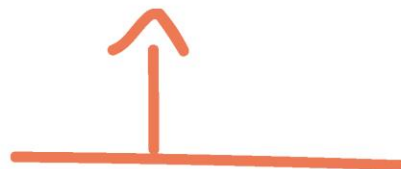
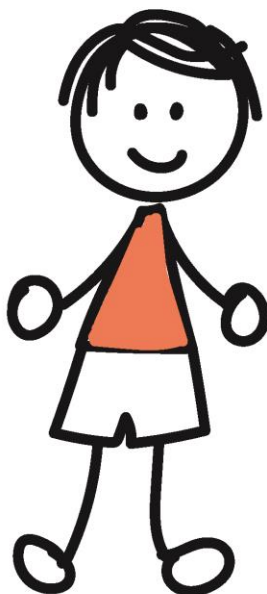
**Customização e produtos versáteis!**

“As vezes você vê aquela mesa enorme, cheia de, você fala, nossa que lindo! Então muitas coisas as vezes ali não são pra consumo, são uma parte da decoração”.



**Elementos de decoração diminuem de tamanho e se confundem com elementos comestíveis.**

**Dinamismo do mercado e alta velocidade de informação. Alta rotatividade de produtos, mercado impulsionado por novidades!**



Isto é hoje (customização)! O mercado de festas é extremamente dinâmico.

Há dez anos o seu produto ficava muito mais tempo no mercado. A velocidade da informação como redes sociais e tal, então corre muito rápido: hoje tem pessoas que vem aqui e antes do meu produto chegar na prateleira, as pessoas já tão sabendo que vai chegar lá.

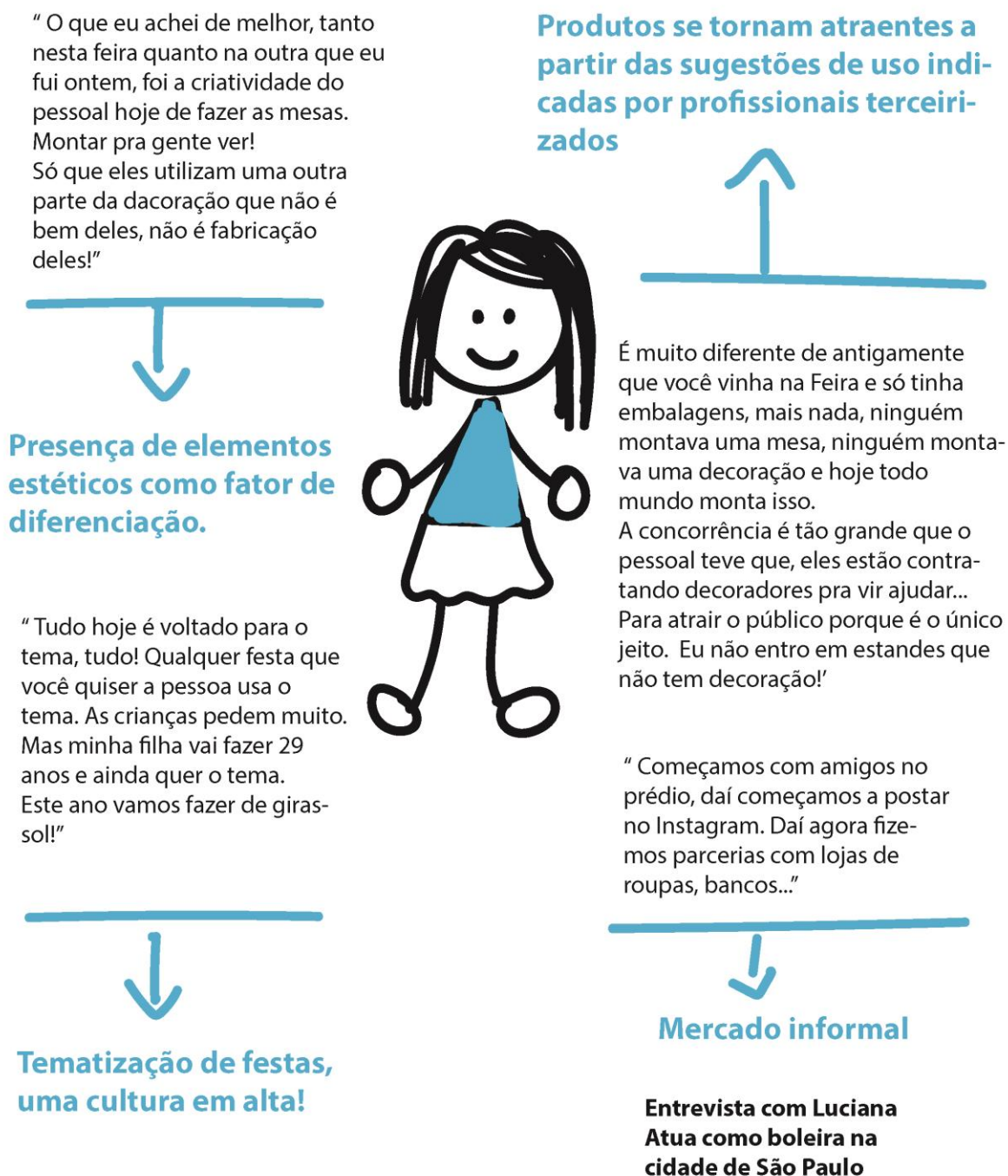
Isto dá uma vida útil ao produto mais curta também. Porque? Porque quem vai atrás de festa quer novidade!

As pessoas não perguntam o que tem de bonito, elas perguntam o que tem de novidade!

**Entrevista com Hermes**  
[www.distribuidoramadu.com.br](http://www.distribuidoramadu.com.br)  
**Fabricante e importadora de produtos para festas**

Fonte: a autora (2019)

**Figura 12 - Mapa de narrativas da terceira entrevistada**



Fonte: a autora (2020)

Figura 13 - Mapa de narrativas da quarta entrevista



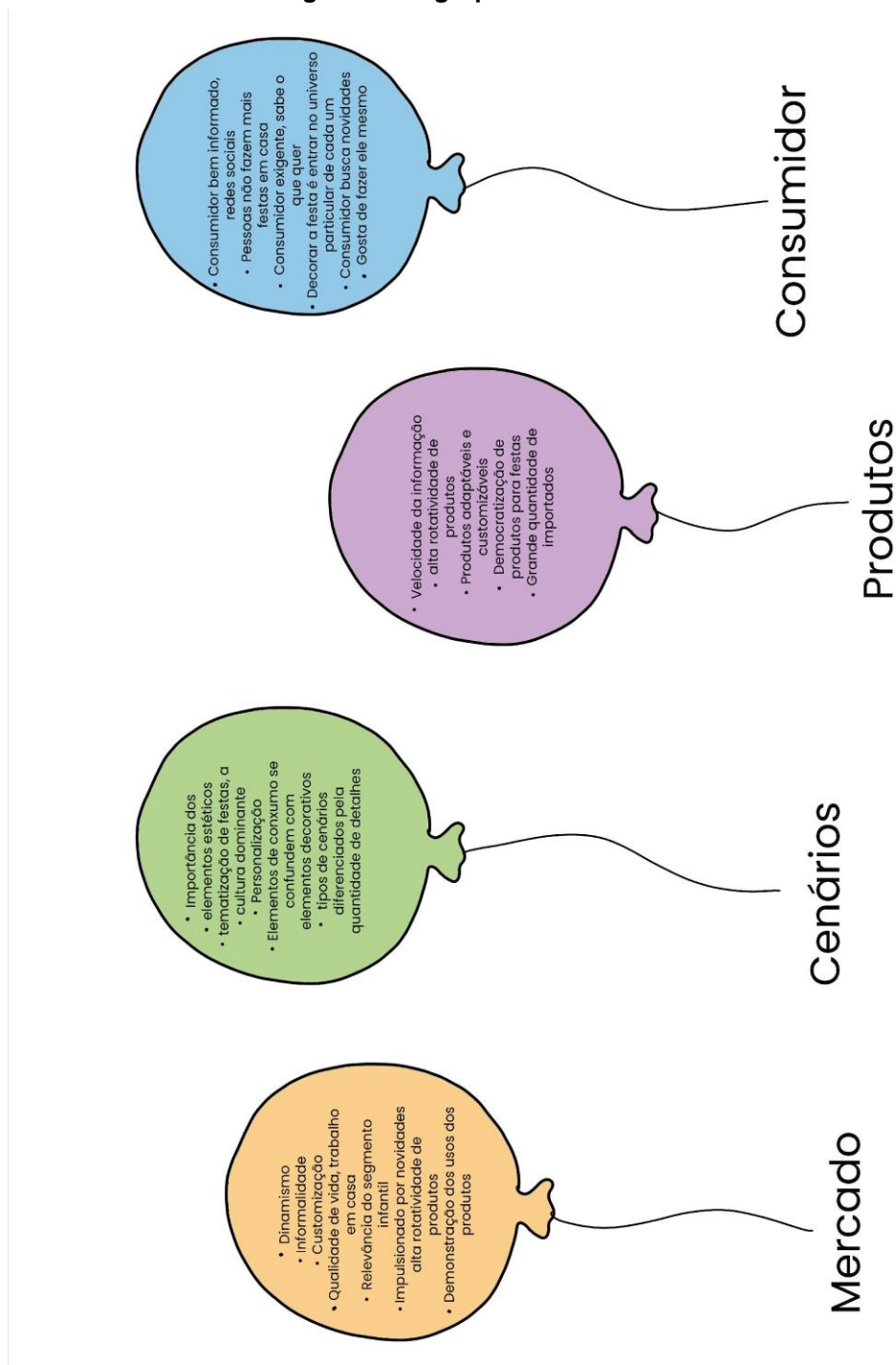
Fonte: a autora (2020)

### 3.1.4 O Mapa Conceitual do Mercado de Produtos e Serviços para Festas

Os dados obtidos nos mapas de narrativas foram agrupados em campos semânticos, ou, conceitos agrupados por semelhanças. Estas semelhanças

possibilitaram a realocação das narrativas em 4 eixos: mercado, cenários, produtos e consumidor.

Figura 14 - Agrupamento semântico das narrativas



Fonte: a autora (2019)

Para organizar visualmente os principais conceitos obtidos através da de dados das duas pesquisas, foi elaborado o mapa conceitual do mercado de produtos e serviços para festas infantis.





### 3.1.5 Análise dos Resultados das Pesquisas sobre o Mercado de Festas

Os dados e análises efetuadas nas entrevistas ratificaram as informações obtidas na pesquisa de registro fotográfico e possibilitaram à pesquisadora uma compreensão mais ampla do mercado de festas infantis.

O primeiro apontamento, que surgiu na análise dos dados e pesquisas de dados de fontes secundárias, se refere ao dinamismo e complexidade desta fatia do mercado de eventos que movimentam anualmente cerca de 50 bilhões de reais, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), sendo um dos poucos segmentos, diante da atual crise econômica, que tem uma previsão de crescimento para 2019 na ordem de 14% (JATOBÁ, 2019). Com “uma cadeia produtiva constituída de mais ou menos 52 tipos de fornecedores” (Silva, Douglas da 2015) há de se considerar o enorme potencial dos campos de atuação do Design Estratégico nesta área.

Neste sentido, os diálogos estabelecidos durante os 4 dias em que a pesquisadora esteve no evento fornecem pistas sobre alguns aspectos que eventualmente podem estar associados ao levantamento. O primeiro deles, diz respeito à afirmação de Lobato (2011) de que festas são manifestações culturais que, enquanto fenômenos lúdicos, renovam e restauram o equilíbrio social. Em épocas de crise, podem contribuir de maneira significativa para aliviar as tensões cotidianas, o que justificaria o aumento do consumo de produtos e serviços para festas. O segundo apontamento diz respeito à evolução dos meios de comunicação e ao surgimento de novas tecnologias que democratizaram o acesso a máquinas e equipamentos que antes eram exclusivos de empresas especializadas e possibilitaram a abertura de canais de comunicação para a geração de negócios, como as mídias sociais. Tal fato pode ser verificado através da narrativa da boleira de São Paulo, que começou vendendo para amigos do prédio, publicou suas imagens no Instagram e agora possui parcerias com segmentos que, em um primeiro momento, não estariam enquadrados no mercado de festas, como bancos e lojas de roupas. O terceiro apontamento diz respeito à oportunidade de exercer a profissão como uma segunda alternativa ao emprego formal, possibilitando o trabalho em casa, e, conforme pode-se constatar na narrativa da publicitária Luciana, proporcionando maior qualidade de vida. Este contingente de pessoas, viria a fomentar o mercado e o surgimento de novos negócios nas mais diferentes áreas

relacionadas com eventos, desde guardanapos de papel e aplique para caixinhas, até a fabricação de grandes equipamentos para atividades recreativas. Também poderia estar relacionado à busca por novidades, tão enfatizada por Hermes, proprietário da Madu Distribuidora, que considera este um dos maiores desafios para as empresas deste ramo, pois, uma vez que há o aumento do número de empresas, negócios e pessoas trabalhando nesta área, a diferenciação tende a ser o fator de distinção entre as empresas.

Há de se considerar, no entanto, conforme explicou Hermes em conversa com a pesquisadora após a entrevista, que a diminuição da vida útil do produto, consequência desta busca constante por inovação, gera um forte desestímulo ao desenvolvimento de produtos de fabricação nacional, uma vez que os investimentos para produção de peças no país são altos e competem com as tecnologias mais avançadas de países como Estados Unidos e China. De fato, pôde-se observar que a quase totalidade de produtos que possuíam um nível maior de complexidade, quanto aos processos de fabricação, eram importados. Porém, alguns fabricantes nacionais apresentaram na feira produtos criativos e coloridos. Neste sentido, as quatro empresas fabricantes que chamaram a atenção da pesquisadora, tinham à frente de suas equipes, designers de produtos.

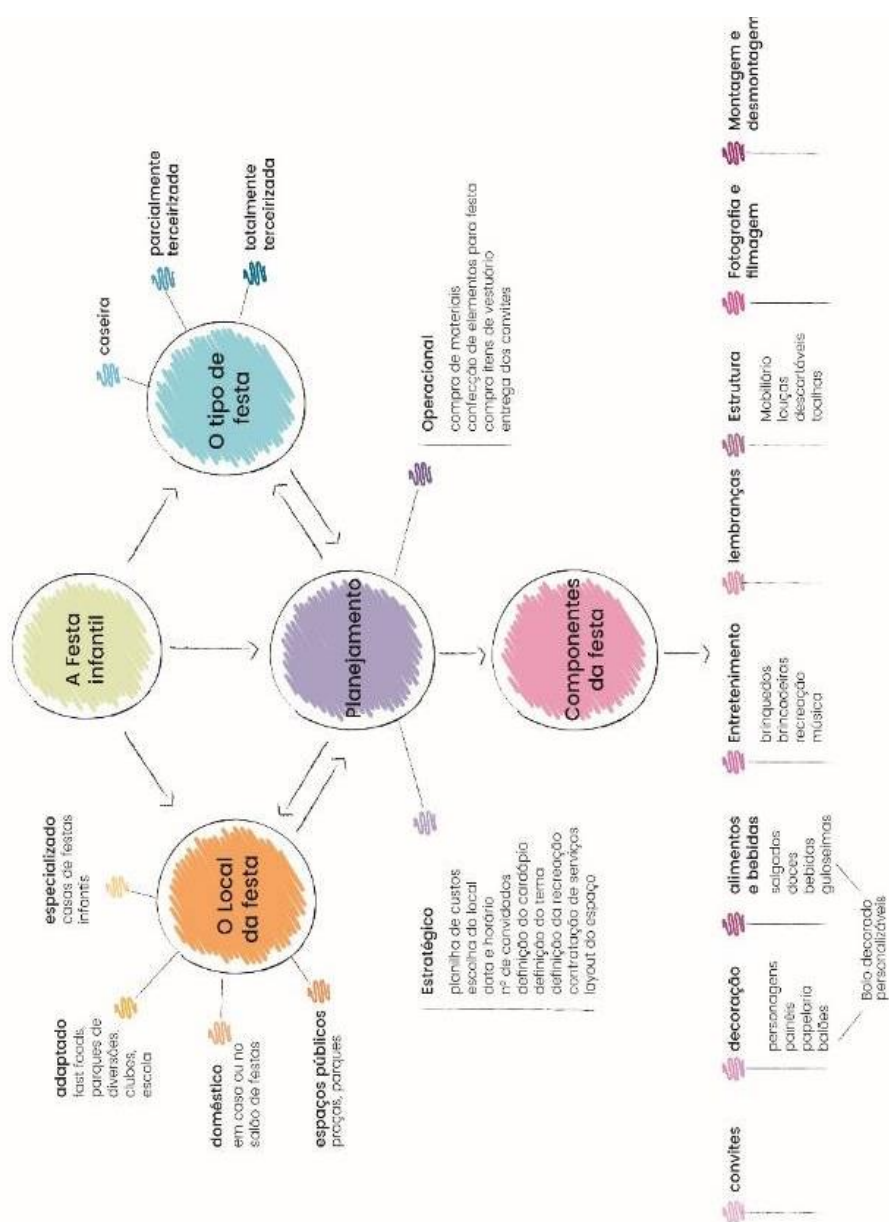
Outro apontamento que se originou, a partir da observação de diferentes aspectos deste mercado, foi o baixo investimento em materiais recicláveis, e, em um sentido mais amplo, à preocupação com questões como sustentabilidade. Conforme observado anteriormente, o grande contingente de produtos ofertados nos estandes era composto por itens descartáveis, que, devido ao tamanho, dificilmente poderiam ser utilizados novamente.

Quanto às abordagens relacionadas ao consumidor, os primeiros dados sugerem que é bem informado, decidido, quer ser entendido e, a partir de novos acessos aos processos de customização, tende a se aventurar na atividade de desenvolvimento da festa. A pesquisa contextual realizada, respondeu, em parte, alguns dos questionamentos acerca do universo de festas infantis, reunindo informações e dados que se mostraram relevantes ao desenvolvimento das pesquisas que se seguiram.

No contexto do objeto de estudo, a estratégia dos expositores em compor cenários com temas e a sugestão de diferentes usos para os produtos, apesar de objetivarem volume de vendas, configuraram ações que promoveram experiências

positivas junto aos participantes da feira. Talvez, porque, descontextualizados dos cenários elaborados por decoradores, eram, no final somente caixinhas, embalagens e acessórios. O know *how* destes especialistas possibilitou que se transformassem em cenários de uma festa. A partir das informações obtidas nesta pesquisa, foi elaborado um organograma da estrutura e componentes de uma festa de aniversário. Este organograma contribuiu para ancorar as próximas fases de pesquisa.

Figura 16 – Organograma da festa infantil



Fonte: a autora (2019)



### 3.2 O UNIVERSO DAS EXPERIÊNCIAS EM FESTAS DE ANIVERSÁRIO

Com o intuito de conhecer o contexto de experiências vivenciadas por consumidores de produtos e serviços para festas, e explorar o problema de projeto foram realizadas pesquisas qualitativas em 2 abordagens distintas. Tais abordagens se fizeram necessárias em virtude da necessidade de conhecer as experiências que usuários e novos usuários experimentam no planejamento e execução da festa. A abordagem de pesquisa adotada para novos usuários foi o estudo de caso com a associação de diferentes fontes de dados como registro fotográfico, entrevista em profundidade e observação participante. Conforme afirma Creswell (2014) o estudo de caso envolve um ambiente ou contexto contemporâneo da vida real em que o propósito é desenvolver a compreensão em profundidade deste caso. Como a finalidade desta pesquisa foi conhecer o contexto de experiências vivenciadas pelos pais do Arthur ao longo do planejamento e execução da festa de primeiro aniversário do filho, utilizou-se também aspectos da pesquisa fenomenológica, procurando conhecer que contextos ou situações influenciaram as experiências dos pais em relação à festa. A pesquisa ocorreu entre os dias 19 de outubro e 24 de outubro, no local onde se realizou o evento e posteriormente na casa da família. A partir da pesquisa de observação participante, foi elaborado um desenho do local do evento, e apontadas experiências relevantes vivenciadas no decorrer da festa. A entrevista em profundidade durou cerca de 45 minutos, foi gravada em áudio com o celular da pesquisadora. A partir da entrevista em profundidade foi elaborado um mapa da jornada do usuário, assim como o registro das emoções e problemas experimentados pelos pais ao longo do processo.

O mapa da jornada do usuário é um “instrumento utilizado para tornar evidentes as narrativas, a partir de elementos dos vários conjuntos selecionados” (SCALETSKY, Celso, 2016, p.28), e se mostra promissor para a visualização de sentimentos experimentados.

A abordagem escolhida para usuários, por sua vez, foi a fenomenologia auto documental. A opção por utilizar um caderno de atividades e não entrevistas em profundidade foi baseada nos apontamentos de Moustakas (1994) que sugere que os investigadores coloquem de lado suas experiências a fim de compor novas perspectivas sobre o fenômeno estudado. Conforme Creswell (2014) este tipo de pesquisa visa capturar a essência do fenômeno, a partir das histórias vividas e

narradas pelas pessoas. A partir disso, o pesquisador deve compor uma descrição composta da essência da experiência para todos os indivíduos.

O critério de seleção das mães participantes, foi feito a partir dos estudos de Piaget (2003) sobre as fases de desenvolvimento da criança. Segundo o autor, é a partir dos dois anos que se intensificam os processos de desenvolvimento da linguagem e a socialização. Como as festas de aniversário de 2 anos ainda são escolhidas pelos pais, optou-se pela participação de mães com crianças entre 3 e 10 anos. Foram realizadas 7 pesquisas entre 01 de outubro a 05 de novembro de 2019, na cidade de Porto Alegre.

### 3.2.1 Participando da festa do Arthur

A partir da observação de diferentes momentos da festa foi possível fazer alguns apontamentos sobre as experiências compartilhadas pelos pais, aniversariante e convidados. O primeiro apontamento diz respeito a ausência de contato entre adultos e crianças durante o evento. Como os ambientes da festa eram separados, os salões com mesas e cadeiras foram ocupados pelos adultos, agrupados por afinidade, e a parte de brinquedos, pelas crianças e seus respectivos pais. A interação entre crianças e adultos ocorreu somente no horário do parabéns, quando o recepcionista anunciou o grande momento. A mesa, finamente decorada pela mãe da festa com o tema música, continha todos os componentes da análise dos dados contidos no presente trabalho. Primeiramente os pais e o Arthur se posicionaram atrás da mesa e todos cantaram parabéns a você. Após serem tiradas muitas fotos e terem sido feitas as filmagens, com todos os convidados ainda de pé, as crianças foram chamadas para se juntarem aos pais. Foram necessários dois minutos para que todos estivessem em banquinhos para as fotos. Novamente iniciou-se o parabens e de repente todos começaram a rir, porque uma menina de aproximadamente 2 anos tentava pegar um dos doces da mesa. A mãe, visivelmente embaraçada, gesticulava do outro lado, para coibir a pequena de tal tentativa. No final, a menina, desobedecendo a mãe, agarrou o doce e o colocou na boca, enquanto os adultos achavam graça. Nenhuma das demais crianças tocou nas caixinhas, doces e *cupcakes* dispostos na mesa. Ao término da música, desceram de seus banquinhos e voltaram a brincar. O desenvolvimento da hora do parabens e o fato de as crianças, à exceção de menina, não terem tocado nos lindos doces,

biscoitos e cupcakes da mesa, ou no cenário, levantaram alguns questionamentos sobre a importância dos temas nas festas infantis, assim como reafirmam as descrições de Sirota (2008) sobre os rituais das festas de aniversário. Embora a festa não tenha tido um tema com personagens – era de música – as afirmações de Santos (2011) sobre a relevância das decorações temáticas nas festas infantis da atualidade demonstraram-se pertinentes. O segundo apontamento está relacionado com os presentes de aniversário.

A entrega de presentes não ocorreu na festa. Questionada sobre o motivo pelo qual os convidados deveriam deixar os presentes na recepção, a pesquisadora foi informada que, atualmente, este é o procedimento padrão em festas infantis. Segundo a recepcionista: “para que as crianças não se distraiam com os presentes”.

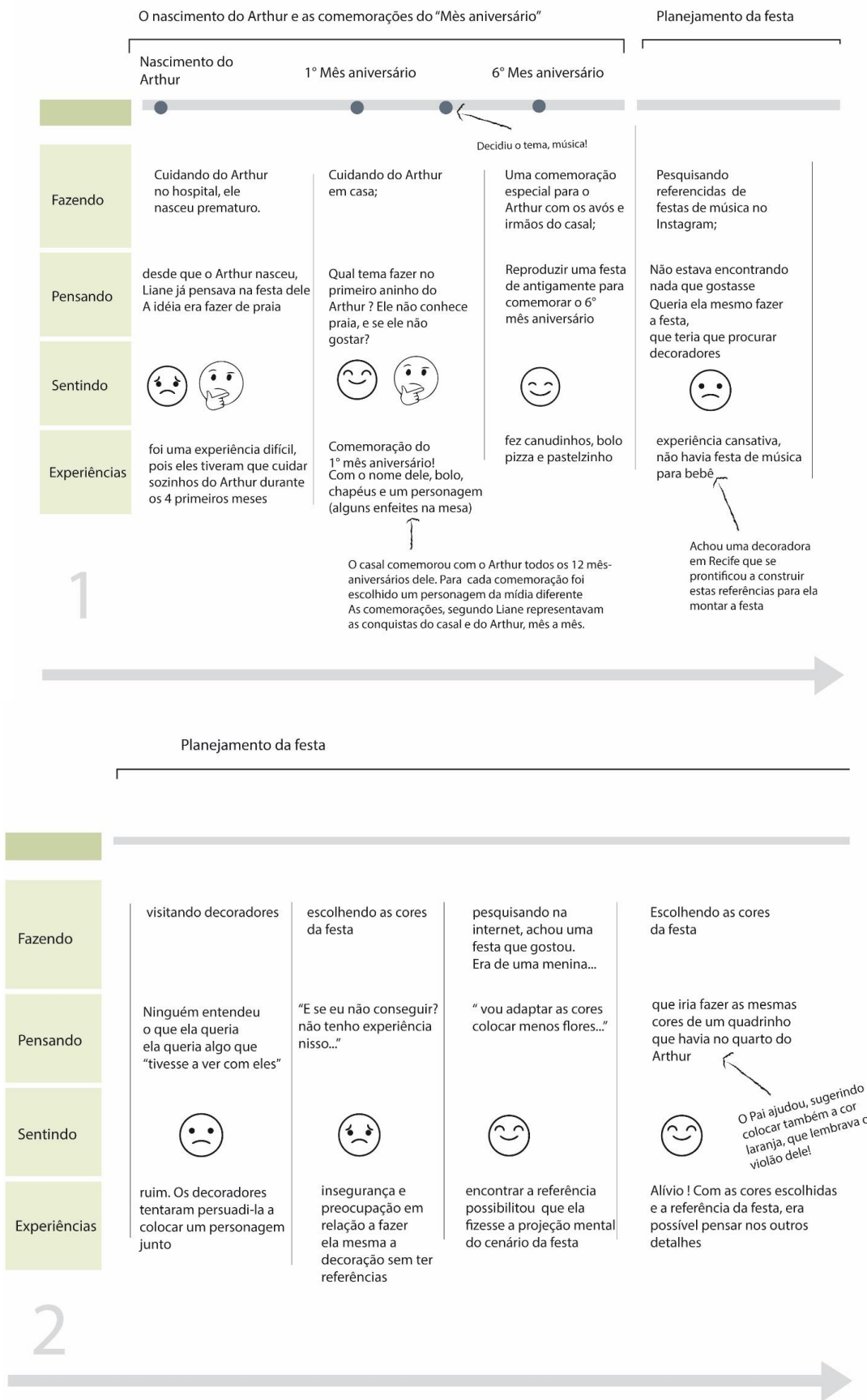
Tais observações sugerem, que, assim como os não lugares descritos por Bauman (BAUMAN, 2010), as festas de aniversário infantil estão repletas de não objetos (termo da pesquisadora), que não estimulam as experiências descritas por Bondie (BONDIE, 2002).

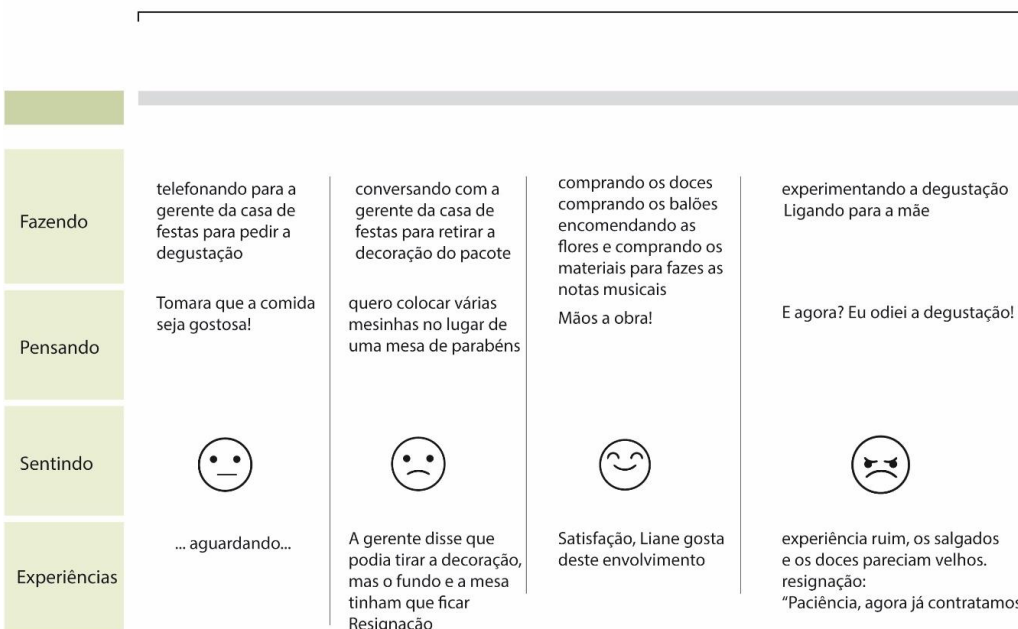
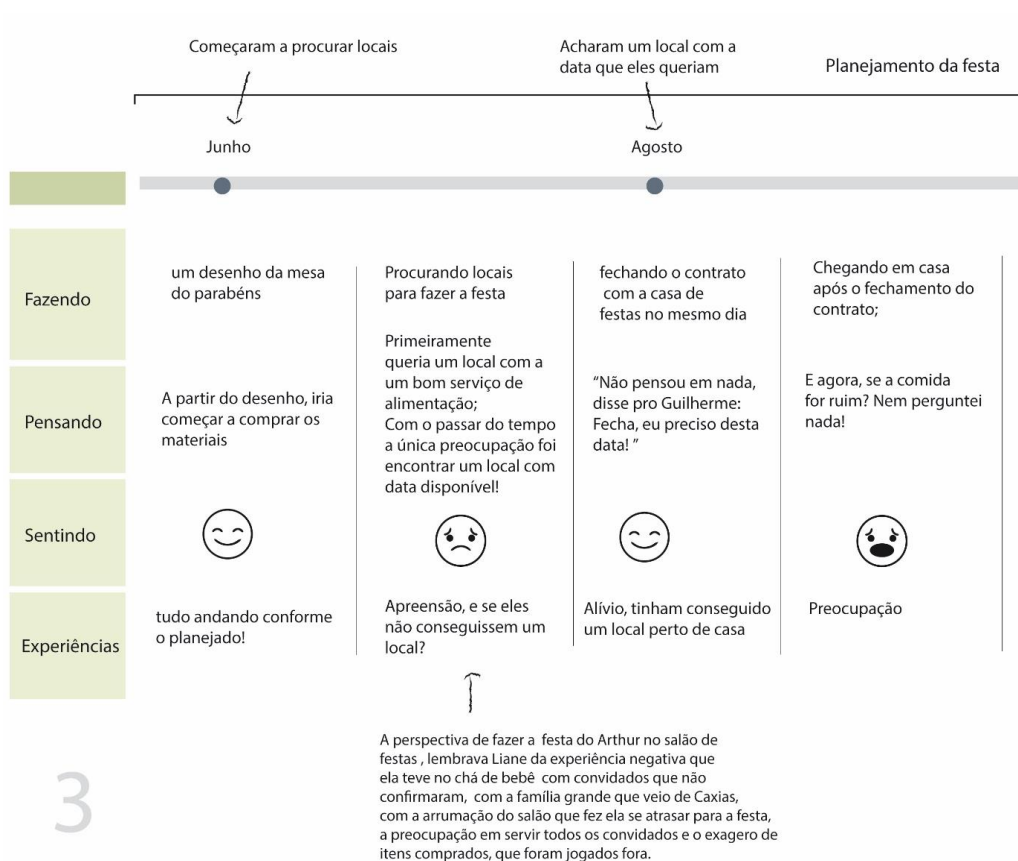
### 3.2.2 Entrevista com os Pais do Arthur: o Mapa da Jornada do Usuário

A entrevista ocorreu no dia 24 de outubro as 16h. Apesar de o pai estar presente e ter participado algumas vezes durante a entrevista, quem conversou com a pesquisadora foi a Liane, mãe do Arthur. A fim de compreender todo o processo de experiências dos pais em torno do fenômeno, optou-se por iniciar a entrevista da seguinte forma: Quando tu começaste a pensar na festa do Arthur? A partir daí, foram realizadas perguntas abertas, porém orientadas para o entendimento da jornada de experiências vivenciadas pelo casal.

Para analisar as respostas foi elaborado um mapa da jornada do usuário. A partir deste mapa procurou-se fazer a análise das experiências positivas e negativas pertinentes a formulação do problema de projeto

Figura 17 - O mapa da Jornada do Usuário





4

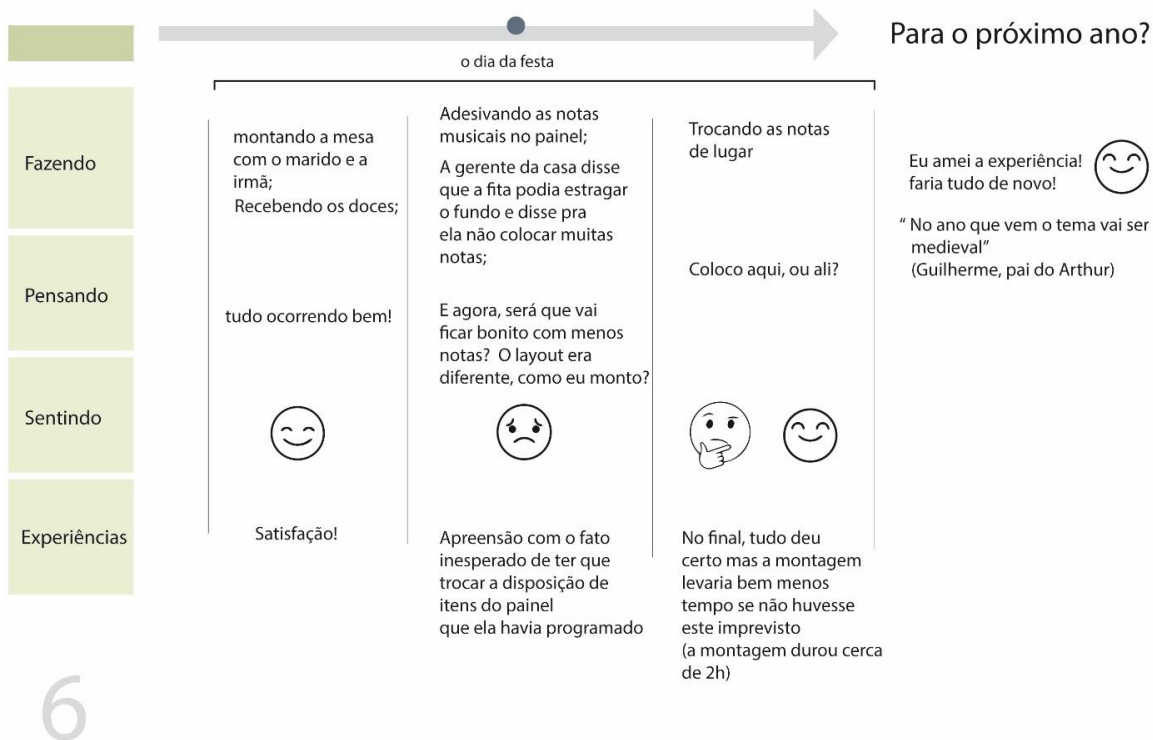
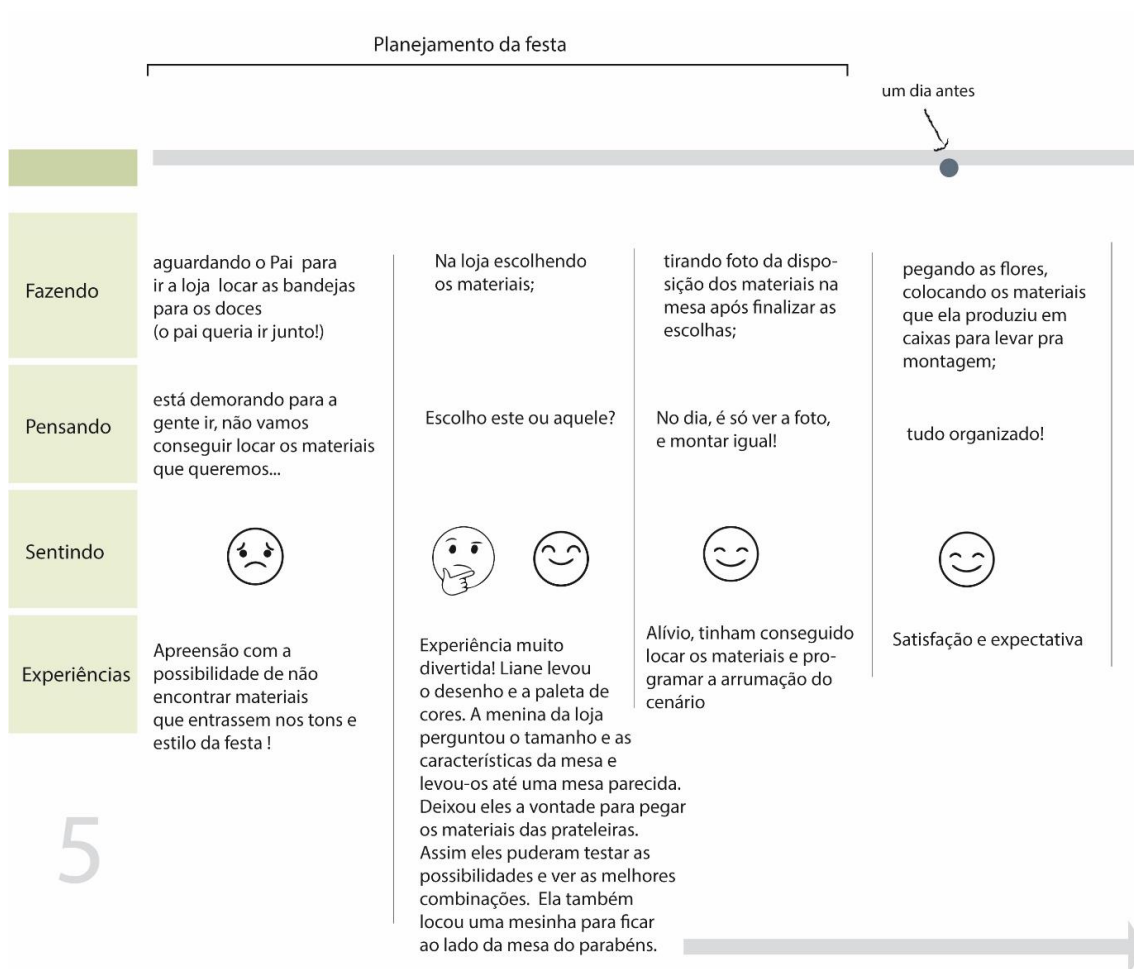




Figura 18 - registros da Jornada do usuário



Fotografia que a mãe do Arthur utilizou como referência para fazer a projeção mental da festa.

Esboço que Liane fez da mesa de parabéns do Arthur, a partir da fotografia encontrada



Fotografia da loja que possibilitou uma experiência positiva para os pais do Arthur . No local era possível pegar os itens de decoração das prateleiras e colocar sobre uma mesa para analisar e escolher o que seria locado.

Fotografia da mesa do Arthur no dia da festa



Fonte: a autora (2020)

### 3.2.3 Análise dos Dados do Mapa da Jornada do Usuário

O mapa da jornada do usuário permitiu visualizar mais claramente aspectos positivos e negativos vivenciados pelo casal ao longo da trajetória de planejamento e execução da festa. Da análise dos dados, surgiram alguns apontamentos.

Primeiramente, foi possível observar que o tema da festa e todos os elementos que envolvem a composição do cenário ocuparam um espaço central na idealização, planejamento e execução da festa de aniversário do Arthur. Estabelecendo relações entre as narrativas de Liane e as outras pesquisas realizadas, ocorreu à pesquisadora que talvez, elementos ligados ao cenário e a decoração da festa sejam um dos únicos itens que os pais tenham oportunidade de participar de maneira efetiva na festa das crianças atualmente. O acesso, a comodidade e a influência do mercado de consumo nesta área, proporcionado por buffets, decoradores, recreacionistas, fotógrafos, doceiras, boleiras e outros profissionais que atuam do segmento, têm relegado aos pais, apenas a atividade de escolher entre um ou outro serviço terceirizado. Esta hipótese poderia justificar a estética visual dos cenários, elaborados a partir de elementos que buscam trazer intimidade para a festa. Da mesma forma, a customização de caixinhas e embalagens com doces, balas e confeitos, poderiam ser uma forma de expressão moderna do amor maternal, que no início da modernidade, se expressava no bolo de aniversário.(SIROTA, 2008) Embora ele ainda esteja no centro da mesa, os níveis de sofisticação e detalhes que as versões atuais assumem, dificilmente encorajam as mães a executá-lo. E a narrativa de Liane, por ocasião da comemoração do 6º mês aniversário do Arthur, demonstra que suas memórias de festas de aniversário têm forte ligação com a culinária doméstica: “a gente quis fazer como antigamente, daí a gente fez canudinho, a gente fez pizza, bolo, pastelzinho.”

Em relação às experiências positivas experimentadas durante a jornada, um fato chamou a atenção da pesquisadora: Liane, assim como Luciana, a boleira entrevistada na feira, atribuem grande valor às referências visuais. Estas referências influenciam não somente suas tomadas de decisão, mas suas próprias experiências: Luciana não entrou nos estandes que não tinham mesas montadas, assim como Liane procurou decoradores porque não encontrou uma festa que ela gostasse.

Estas referências visuais, talvez venham a desempenhar na atualidade, o mesmo papel que os livros de receitas de bolo do início da modernidade dos quais



se refere Sirota (2008). Porém, uma vez que a festa do Arthur ficou diferente da foto em que Liane se inspirou, é possível afirmar que ela utilizou criatividade e talento para construir sua própria versão de uma festa musical.

Por fim, a loja de locação de materiais que Liane visitou para compor parte da decoração da mesa, possibilitou uma experiência muito positiva. Conforme descreveu Liane, na loja há mesas de tamanhos diferentes e os clientes podem pegar os materiais das prateleiras para visualizar e escolher os itens de decoração.

#### 2.8.9 A Pesquisa Fenomenológica Auto Documental

A pesquisa fenomenológica auto documental foi elaborada durante os meses de agosto e setembro de 2019. O conteúdo foi idealizado a partir dos recortes trazidos por autores abordados no referencial teórico e por questionamentos surgidos no decorrer do processo de pesquisas. Por ser uma pesquisa relativamente longa, com 16 perguntas e 7 atividades, procurou-se inserir algumas tarefas lúdicas, como colar adesivos em imagens e utilizar recursos e técnicas de design gráfico (como espaços em branco e figuras) para tornar a atividade mais prazerosa. Mesmo assim, duas das sete entrevistadas comentaram, no espaço destinado para isto, que a pesquisa poderia ter sido menos extensa. Em contraponto, foram solicitadas mais quatro pesquisas, por mães que receberam relatos de duas entrevistadas, e solicitaram à pesquisadora para participarem também.

Retomando as afirmações de Itani (2003), para compreender o sentido de uma festa, enquanto ritual simbólico, é preciso ver e sentir as representações e imagens materiais e imateriais que a envolvem. Desta forma, optou-se por incluir atividades, cujas respostas fossem expressas através de desenhos. Este estilo de comunicação, enquanto manifestação não usual pela maioria dos adultos, é a principal ferramenta de expressão das crianças, e desta forma, poderia servir como estímulo para resgatar sentimentos e lembranças de infância. Em relação à escolha sobre esta tipologia de pesquisa, segundo Creswell (2014), utilizam-se pesquisas fenomenológicas quando se busca descrever diferenças, significados e a essência de um fenômeno, a partir das narrativas das experiências vividas por pessoas que experimentaram este fenômeno. Desta forma, julgou-se adequado este tipo de abordagem.

A primeira parte de pesquisa objetivou resgatar as memórias das festas vivenciadas pelas mães em suas infâncias. Retomando a literatura, Cardoso (2011) aborda que experiências, transformadas na ação do tempo em memórias, são os fatores condicionantes que menos sofrem influências externas na atribuição de significados dos artefatos. Desta forma, e, em considerando a festa infantil como um artefato material e imaterial, se buscou, através destas lembranças, compreender o significado deste ritual. Também se articulou, conhecer as experiências significativas que construíram estas memórias e estabelecer relações com a segunda parte da pesquisa. A fim de saber se estas experiências de infância contribuíram de maneira significativa para a formação da identidade das entrevistadas, foi incluída a seguinte pergunta: Você identifica habilidades ou qualidades pessoais associadas a estas experiências de sua infância? (CRESWELL, 2014). Em caso afirmativo, liste e comente.

A segunda parte foi estruturada com questões que abordam experiências atuais vivenciadas pelas entrevistadas na organização e planejamento da festa de seus filhos. Neste contexto, as entrevistadas, agora no lugar de suas próprias mães, foram convidadas a responder as mesmas atividades e a questionamentos sobre como desempenham os processos que envolvem a organização e a execução da festa.

#### 3.2.4 As Narrativas de Infância

As primeiras páginas do caderno continham uma apresentação da pesquisa e perguntas sobre nome, idade, profissão e idade dos filhos. Também foi solicitado que as entrevistadas se representassem, completando uma imagem.

**Figura 19 – Ilustração com informações das entrevistadas**



Fonte: a autora (2019)

A análise preliminar dos dados foi realizada a partir do método sugerido por Creswell (2014). Primeiramente foi feita uma descrição textual de “o que” as entrevistadas experimentaram em suas festas de infância. Em seguida, uma descrição de “como” a experiência aconteceu, ou, uma descrição estrutural.

Foi adicionada também, uma atividade de desenho, sob o título “As minhas festas eram assim!” solicitando às entrevistadas que fizessem uma representação de suas festas de aniversário, através de desenhos, assim como a atividade “As festas de meus filhos são assim!”. Estas atividades foram inseridas com intuito de apreender componentes da festa e detalhes que pudessem passar despercebidos em seus relatos assim como analisar possíveis mudanças nos cenários temáticos ao longo do tempo. O conjunto de imagens, suas análises, assim como a descrição textual das entrevistas se encontra no Apêndice A do presente trabalho. Uma das entrevistadas, Ana, não fez as atividades desta seção.

### 3.2.5 Análise dos Dados da Primeira Parte da Pesquisa

Retomando a literatura, Bondie (2001) descreve que experiência é o lugar onde os acontecimentos ocorrem, “é o que nos acontece, o que nos passa, o que nos toca” (p.21). Neste sentido, as festas infantis, enquanto conjunto de artefatos materiais e imateriais, carregam em si a possibilidade de experiências capazes de

influenciar de maneira significativa o que somos enquanto crianças e mais tarde o que nos tornamos quando adultos. Relatos como o de Bárbara sobre ser “o dia mais esperado do ano”, ou sobre serem “suas melhores lembranças da infância” revelam a importância destas experiências e demonstram que o significado real, ou essência deste ritual, está diretamente relacionada à intensidade com que estas experiências são sentidas e vividas. Desta forma, seja enrolando os docinhos, comprando os materiais ou colocando sua mão dentro da casinha para pegar os deliciosos bolos que sua mãe havia feito, Bárbara foi o território de passagem, e o aniversário, o que lhe aconteceu, lhe passou, lhe tocou.

Os desenhos obtidos foram copiados e colocados em sobreposição, uns sobre os outros. A partir destas imagens, observou-se que o cenário da festa, antes concentrado ao redor da mesa de parabéns, passou a ocupar outros espaços. Tal fato reitera o crescimento deste mercado e do surgimento de novas necessidades de consumo. Tais necessidades acabariam por desestimular pais e mães a realizarem festas caseiras.

Figura 20 - Ilustração dos desenhos das entrevistadas em sobreposição

Festas da infância das entrevistadas



Festas dos filhos das entrevistadas



Fonte: a autora (2020)

### 3.2.6 As Mães no Lugar das Mães

O segundo bloco da pesquisa, buscou compreender as experiências das entrevistadas, assim como suas percepções, sobre os processos relativos ao planejamento e a execução das festas dos filhos. Assim, foram abordadas questões sobre as motivações em realizar a festa, sobre contextos que influenciaram suas decisões, sobre como se organizam, sobre os problemas encontrados, e suas angústias e sugestões. Os dados foram analisados em blocos, conforme as questões abordadas.

Quanto ao planejamento da festa, os dados demonstraram que não há um padrão específico quanto a ordem em que os componentes da festa são pensados. Assim, algumas entrevistadas escolhem primeiramente a decoração, outras optam por fazer uma planilha de custos outras pensam no formato e estilo da festa em primeiro lugar.

Quanto aos sentimentos e emoções experimentados pelas mães, por ocasião da realização da festa dos filhos, é possível perceber que estão relacionados ao prazer que sentem em proporcionar momentos felizes aos pequenos. Porém, relatam que há outros sentimentos envolvidos, como ansiedade e cansaço pelo número de tarefas e trabalho, dúvida “por querer fazer algo que saia do convencional” , preocupação com os custos elevados da festa, diversão ou frustração pelo envolvimento na criação de componentes como decorações, lembranças e convites, assim como o dilema entre escolher terceirizar a festa ou produzi-la em casa, com a ajuda dos filhos.

Bárbara, por exemplo, comenta que “fazer a festa em casas especiais para isso, facilita a nossa vida corrida. Tudo fica mais fácil! É bom não se preocupar em organizar, arrumar e comprar tudo! Entretanto esbarramos no alto custo e, também, acredito que planejar e fazer (a festa) traz uma emoção de realização, por ter feito o dia mais especial para seu filho”. Adriana comenta que “eu gostaria de ter podido produzir mais e comprar menos, mas minha rotina e disponibilidade de tempo não permitiu”.

Muitas mães se aventuram na confecção de itens para festa. Algumas como Ana e Alexia relatam que sempre elaboram um ou mais itens, “claro, porque o melhor é o fazer, estar junto, construir junto” descreveu Ana. Porém outras mães, apesar de já terem se aventurado na fabricação de itens, afirmam que não voltariam

a fazer. Ou porque “dá muito trabalho” ou porque “a relação custo/benefício não compensa.” Já mães como a Adriana fazem ou contratam conforme a sofisticação da festa. Ela relata que “quando eu quero uma produção mais profissional e sofisticada, tenho que apelar para as empresas de decoração”, e Bárbara comenta que para fazer itens da festa é preciso ter talento, e ela não tem habilidade para isso.

Quanto às críticas e angústias das entrevistadas relacionadas as festas, estão questões como status (superproduções), o alto custo para fazer as festas, a frustração de não poder proporcioná-las todos os anos para os filhos e a ideia de que hoje as crianças não têm a riqueza e a interação das festas de antigamente. Conforme descreve Adriana “Os formatos das casas de festa hoje em dia, é tudo a mesma coisa. É um pouco angustiante, nossas crianças parecem uns ratinhos, subindo e descendo em túneis, caindo em piscinas de bolinhas e andando em brinquedos de parques de diversão. Cadê as brincadeiras de antigamente, cadê o pega-pega, cadê o esconde-esconde?” Morgana compartilha de um sentimento parecido, porém com enfoque diferente “mais palhaços, mais brincadeiras, mais mágicos. Não pais que fazem festas para impressionar parentes e amigos” e Carolina, gostaria que as festas fossem “mais emocionais e menos comerciais.” Já Bárbara afirma que “o nível da festa é tão alto, que comparação sempre terá e a angústia de não conseguir realizar a festa do seu filho e a frustração, será sempre eminente.” Aquarela gostaria de fazer uma “experiência nova, que saísse do comum.” Porém ela sente angústia com a perspectiva de não dar certo.

A partir das narrativas das entrevistadas, é possível perceber que todas compartilham sentimentos de prazer e realização com as festas dos filhos. Porém, na mesma medida em que gostariam de proporcionar experiências significativas, os custos altos, a falta de opções, o tempo escasso, a insegurança e fatores do entorno, como o nível de exigência das festas atuais, acabam, na maioria das vezes frustrando suas tentativas.

## 4 ESTUDOS DE CASO

O cenário das festas infantis, conforme o conteúdo teórico levantado é complexo e demanda debruçar-se sobre o universo de contextos em que se encontram inseridas as crianças na sociedade contemporânea. Ressignificar experiências dentro do ritual das festas de aniversário, parece ser uma tarefa ao mesmo tempo instigante e intrincada. Com o intuito de compreender este universo, são apresentados alguns estudos de caso que oferecem alternativas na proposição de experiências significativas para o desenvolvimento individual e social das crianças.

### 4.1 *Blaise et le Chateau D'anne Hiversere*, o livro de Claude Ponti

Não são as coisas que saltam das páginas em direção à criança que as vai imaginando - a própria criança penetra nas coisas durante o contemplar, como nuvem que se impregna do esplendor colorido desse mundo pictórico. Diante de seu livro ilustrado, a criança coloca em prática a arte dos taoístas consumados: vence a parede ilusória da superfície e, esgueirando-se por entre tecidos e bastidores coloridos, adentra um palco onde vive o conto maravilhoso (BENJAMIN,2002, p. 69)

Em suas reflexões sobre o livro, Benjamin (2002) aborda a riqueza da literatura infantil centrada em uma pedagogia concreta, capaz de entender o universo infantil e com ele dialogar, o qual, segundo o autor, se afasta em grande parte, da produção massificada de conteúdos duvidosos da sociedade de consumo. O livro *Blaise et Le Chateau D'Anne Hiversere*, de Claude Conti, lançado em 2004, é uma referência de literatura infantil que poderia ser enquadrada no modelo ideal proposto por Benjamin no início da modernidade.

O livro gira em torno da confecção do bolo de aniversário para Anne Hiversére, que em francês faz alusão a um jogo, popular entre as crianças, de ligar o nome ao sobrenome, formando palavras. A linguagem do livro é construída a partir de jogos de palavras e elementos da literatura infantil e do cinema, como as expressões “superirresistível” bolo, que se transforma em “inacreditável” castelo, por exemplo, uma alusão ao clássico *Mary Poppins*.



Nesta construção bem-humorada, estão inscritos valores e normas da infância contemporânea. Os personagens são pintinhos (não há a presença de adultos) e não possuem distinção de gênero. Todos se reúnem em torno da confecção de um presente-surpresa para o aniversário de Anne, o bolo de castelo. Por isso ele deve ser uma obra-prima, e precisa estar pronto na hora exata de seu nascimento, tarefa que requer a colaboração de todos. Na medida em que se desenrolam as páginas, com ilustrações coloridas e cheias de detalhes, a cultura da confeitaria francesa vai se desvendando. O livro é uma receita de bolo, que se identifica com a visão infantil da culinária, associada à brincadeira.

O livro extrapola a concepção de Benjamin, na medida em que os convidados, são personagens retirados democraticamente do universo da cultura infantil. Este universo, não faz distinção do que seria bom ou ruim, na visão do adulto, sobre literatura ou cinema, por exemplo. Cabe a criança, aqui considerada um ator social, aprender e desvendar as mensagens implícitas na narrativa, como o sentido da comemoração do aniversário - em torno da hora exata do nascimento de Anne- e não dos personagens, que nesta narrativa, são coadjuvantes. Assim é dada a criança, meios de interagir com complexo mundo contemporâneo, da mesma forma em que contribui para a ressignificação do ritual de aniversário (SIROTA,2008).

**Figura 21 - Página do livro Blaise et le Chateau D'anne Hiversere**



Fonte: Sirota (2008)

#### 4.2 As festas de pijama, uma experiência positiva

É bem sabido na literatura a importância central da brincadeira no desenvolvimento cognitivo e social da criança (VYGOTSKY, 1998; VALSINER, 2000, QUEIROZ, 2006).

A partir da brincadeira, a criança constrói versões pessoais do seu meio social, criando e ressignificando, através da ação, os sentidos da cultura coletiva a qual está inserida (VALSINER, 2000). Nesta perspectiva, compreender a brincadeira perpassa pelo conhecimento dos valores e lugares que lhe são determinados pelos diferentes contextos culturais do qual faz parte (QUEIROZ, 2006).

Fortuna (2006) descreve que uma pesquisa realizada pela Cartoon Network em três capitais brasileiras, com mil crianças na faixa dos 6 aos 11 anos de idade, constatou que “o objeto de desejo infantil por excelência não é mais o brinquedo: 46% das crianças entrevistadas apontaram a roupa como presente favorito” (P. 47). Entre as causas apontadas pela autora para o desinteresse infantil pela brincadeira estão a desvalorização desta atividade lúdica dada pela estratificação da vida social e produtiva de nossa cultura contemporânea e a oferta, pela indústria cultural, de brinquedos que “acentuam o consumo e a posse, e não o brincar propriamente dito” (p. 49).

Sob a perspectiva de diferentes campos da psicologia e da pedagogia há o entendimento de que a brincadeira ocorre a partir do sujeito da ação. Desta forma, um brinquedo e um jogo, sem o ato de brincar é só um objeto qualquer (Benjamin, 2002; VYGOTSKY, 1998; VALSINER, 2000, QUEIROZ, 2006; FORTUNA, 2006). Por isto, é preciso que jogos, brinquedos e brincadeiras, assim como os ambientes em que ocorrem, oportunizem esta ação. Segundo Brougère (1998 apud Fortuna 2006) os brinquedos são reduzidos, pela televisão, à indústria da imagem. Seus usos restritos, reduzem as possibilidades de interação daquele que brinca, tornando-o um espectador ou um sujeito passivo da ação.

Da mesma forma, os espaços se configuram como elementos que impedem ou permitem o brincar, de forma que “sua arrumação é um indicador não apenas da possibilidade de exercício da atividade lúdica, mas da atividade em geral permitida” (FORTUNA, 2006).

Neste contexto, as festas de pijama são espaços onde criam-se ambientes oportunos à brincadeira e ao exercício do lúdico pelas crianças. Elas se caracterizam pela reunião de um número reduzido de crianças em torno da celebração de aniversário de um dos participantes durante o período da noite e parte da manhã, e são indicadas, segundo especialistas, para crianças com faixas etárias a partir dos 6 anos (KOSACHENKO, 2019; PIMENTA, 2017). O hábito de reunir os amigos em casa, para uma noite de “aventuras” em cabanas de lençóis com momentos de brincadeiras espontâneas e livres remonta as gerações passadas, porém este tipo de reunião associada à comemoração do aniversário, ganhou força a partir de 2016, revisitada com novos e aperfeiçoados elementos decorativos, e em novos ambientes, como hotéis, a partir da ideia de inovar as celebrações de aniversário infantil.

**Figura 22 - fotografia de uma festa do pijama**



Fonte: Pimenta (2017)

Estes encontros geram interações que valorizam momentos de troca dos aniversariantes com seus pares de maior afinidade, o que, segundo a psiquiatra Cintia Heidemann (KOSACHENKO, 2019) se caracteriza por uma forma saudável de festejar.

Para a doutora em psicologia e neuropsicóloga Caroline de Oliveira Cardoso, festas do pijama são uma ótima experiência. As crianças podem ficar mais tempo com os amigos em um evento que, por ser mais enxuto, fortalece os laços de amizade, produzindo memórias

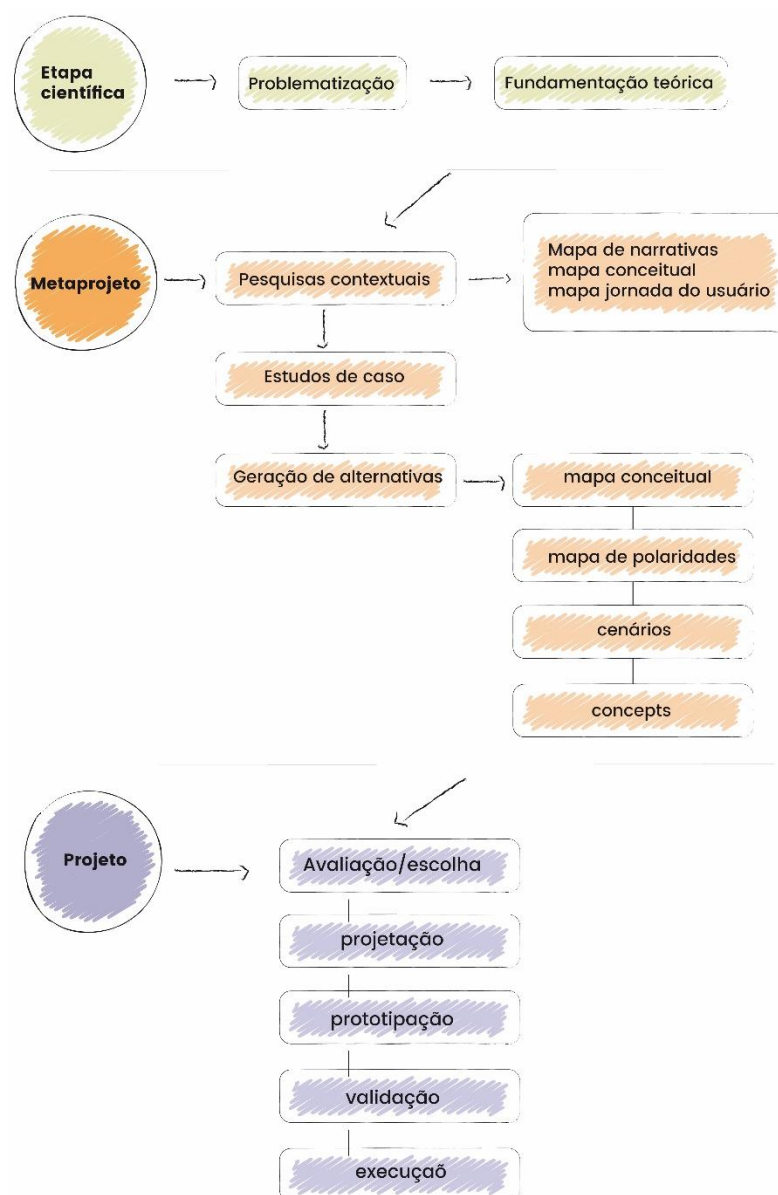
positivas. Algumas têm a oportunidade de dormir pela primeira vez fora de casa (KOSACHENKO, Camila, 2019).

Da mesma forma em que as noites de diversão possibilitam a interação, e a brincadeira saudável das crianças, favorecem a reconstrução e manutenção das histórias culturais presenciadas pelos pais em suas infâncias. Conforme Fortuna (2006), estas reconstruções permitem que os pais separem as crianças reais de suas próprias representações de infância, ampliando a capacidade de compreensão crítica da realidade, o que, resulta em intervenções criativas e inovadoras na manutenção de experiências lúdicas para os filhos.

## 5. METODOLOGIA DA PROJETO

O presente trabalho foi elaborado a partir das metodologias utilizadas no Design Estratégico. Entre as razões referentes à escolha desta metodologia pela pesquisadora, estão a complexidade do objeto de estudo, a necessidade de visualizar, analisar e agrupar diferentes fontes de dados e a geração de ideias para atingir os objetivos propostos. A metodologia escolhida se dividiu em 3 etapas, a etapa científica, o Metaprojeto e o projeto, conforme o diagrama abaixo:

**Figura 23 - Diagrama da metodologia projetual**



Fonte: a autora (2019)

### 5.1 Etapa científica

A Fase inicial do trabalho envolveu a justificativa do problema de projeto, elaborado a partir de métodos científicos, e o processo de pesquisa em torno dos principais fundamentos trazidos por autores da área de Design úteis a compreensão dos processos necessários ao desenvolvimento do trabalho. Também foram pesquisados recortes de autores sobre assuntos relacionados ao tema abordado com o intuito de aprofundar o conhecimento do universo de festas.

### 5.2 Problematização

O problema de projeto surge de questionamentos provenientes de um problema de pesquisa aqui representado em como o Design estratégico pode colaborar na ressignificação de experiências em aniversários infantis. Na fase de problematização é desenvolvida a justificativa do problema e a descrição do objetivo geral e dos objetivos específicos.

### 5.3 Referencial Teórico

A fundamentação teórica consiste na pesquisa Bibliográfica de assuntos e temas pertinentes ao problema de projeto. Desta forma, buscou-se aprofundar o conhecimento dos conceitos de Design estratégico, Design de serviços e Design de experiências a partir dos conteúdos abordados pelos principais autores destas áreas. Da mesma forma, foi realizada uma pesquisa Bibliográfica, com recortes de diferentes autores sobre os temas festas e festas infantis, objeto de estudo deste trabalho.

### 5.4 Metaprojeto

O Metaprojeto é utilizado nas fases iniciais do projeto e atua como suporte de reflexão para a ampliação do problema de projeto, assim como para a idealização de possíveis caminhos a serem percorridos para a elaboração do concept.

Conforme Moraes (2010), o Metaprojeto surge como uma necessidade reflexiva que antecede o projeto. Articula um amplo e complexo campo de conhecimentos anteriores ao projeto a fim de “decodificar o projetável dentro da realidade complexa” (p.25). A partir disso, fórmula propostas conceituais para novos produtos e serviços através da elaboração de um ou mais cenários. Estes cenários não são modelos *output* únicos de projeto, mas caminhos que devem ser analisados e sintetizados a fim de guiar o ato projetual.

Nesta fase, são coletados diferentes dados através de pesquisas qualitativas de campo e pesquisas provenientes de dados secundários a fim de compor um entendimento amplo do problema de pesquisa- elementos contextuais e situacionais - e organizar este conhecimento em estruturas decodificáveis. Estas estruturas, se referem ao processo de interpretação, seleção, agrupamento, reconhecimento e sentido, que o designer dá as suas escolhas (ZURLO, 2010; MORAES, 2010; SCALETSKY, 2016).

A fase Metaprojetual foi desenvolvida neste trabalho a partir das seguintes etapas: pesquisas contextuais, mapa de polaridades, cenários e concept.

## 5.5 Pesquisas Contextuais

A pesquisa contextual é um espaço, que por proporcionar “o conhecimento do ambiente em que o problema está inserido” (SCALETSKY, 2016, p. 23) possibilita o entendimento dos elementos que “acompanham e geram sentido à unidade a ser analisada” (p.23). Desta forma, e, por estarem intimamente relacionadas com o problema de projeto, as pesquisas contextuais permitem o conhecimento de diferentes enfoques da realidade, assim como possibilitam a organização deste conhecimento em estruturas que fornecem ao designer instrumentos para decodificar, analisar e idealizar caminhos projetuais.

As pesquisas contextuais no presente trabalho foram elaboradas a partir de 3 eixos: mercado, consumidores e novos consumidores. Para analisar, organizar e representar os dados preliminares em cada uma das etapas, foram utilizados recursos como mapa conceitual, mapa de narrativas, agrupamento semântico, frameworks e mapa de jornada do usuário. Os conceitos destes recursos foram abordados ao longo dos processos de pesquisa realizados.

### 5.5.1 Estudos de Caso

A etapa de pesquisa de estudos de caso se tornou necessária devido à complexidade do problema de projeto. Neste sentido, foram pesquisados diferentes projetos e experiências dentro do tema de pesquisa com intuito de aprofundar o conhecimento sobre alternativas pensadas no contexto atual de festas de aniversário.

### 5.5.2 Geração de Alternativas

Nesta fase de projeto utilizaram-se diferentes ferramentas de design estratégico a fim de gerar possíveis soluções para o problema de projeto

O mapa conceitual, segundo Scaletsky (2016), serve para “organizar informações ou conceitos trabalhados de forma gráfica ou visual” (p.26). É um instrumento que possibilita estabelecer relações e tornar visíveis os principais conceitos encontrados e percebidos pelo designer nos dados das pesquisas contextuais, assim como permite dar “direcionamento ao percurso do projeto”.

No trabalho, o mapa conceitual foi utilizado nesta etapa de projeto, para organizar o conjunto de percepções da pesquisadora sobre as pesquisas realizadas sobre as experiências de usuários e novos usuários nos processos de planejamento e execução de festas de aniversário. A partir do mapa conceitual, os principais conceitos foram distribuídos em um mapa de polaridades.

O mapa de polaridades é um gráfico obtido a partir dos conceitos opostos que constituem o tema de pesquisa. O objetivo é destacar diferentes características deste tema a fim de gerar alternativas ao problema de projeto. Neste trabalho foram utilizadas duas polaridades, obtidas a partir do mapa conceitual. O cruzamento destas polaridades resultou em quatro cenários diferentes.

Os cenários são espaços cujo objetivo principal visa promover a articulação estratégica de caminhos projetuais (MANZINI, 2017). Conforme Morin (2007) esta articulação estratégica se dá através do diálogo com a complexidade, no sentido de “desenvolver um pensamento que ajude a estabelecer processos investigativos e dialéticos que negociem com a complexidade, otimizando trocas e fluxos de informação” (WILKOSZYNSKI, 2018, p. 96) Neste contexto, o designer atua com



ocorrências plausíveis, relacionadas entre si, que se originam das percepções ou valores apreendidas durante as outras etapas de projeto. Embora usualmente os cenários sejam técnicas para a visualização do futuro, o presente trabalho segue a proposta metodológica de Reyes (2015) Nesta abordagem, os cenários não são compreendidos como uma modelização do futuro, a partir da construção de consensos. Conforme o autor, os cenários:

“não são utilizados para orientar consensos, mas para apontar diferenças existentes na situação presente e que a realidade de hoje não nos permite ver por estar excessivamente próxima (p.6)

Desta forma, esta técnica visa evidenciar os conflitos existentes, e, portanto, não tem a intenção de construir identidades de festas, a partir de conceitos resolutivos, mas formular estrategicamente proposições através das diferenças encontradas nas múltiplas realidades em que as festas de aniversário estão inseridas. Conforme o autor (2015), estes cenários constroem “heterotopias, existem, mas não pertencem a espaço algum” (p. 8), ou seja, “narram um lugar outro, ideal, mas localizado no real” (p.7). A partir da construção dos cenários, foram elaborados *Moodboards* e narrativas textuais.

*Moodboards* são quadros produzidos pelo designer que contém imagens, materiais, desenhos, objetos e texturas que criam “metáforas e conceitos que se apoiam na expressão das intenções de projeto” (SCALETSKY, 2016). Porém no contexto dos cenários do presente trabalho, estas narrativas insinuam o quadro representado, e não as intenções de projeto. Desta forma, a observação e análise destas narrativas, oferecem apoio ao designer na construção de caminhos projetuais, que, procura encontrar, dentro do problema de projeto, atritos e relações com as situações representadas. Nas narrativas imagéticas não são expressas realidades ideais: as múltiplas imagens constroem “uma imagem ficcional com traços do real a partir da relação entre todas” (REYES, Paulo Edison, 2015, p.10).

As narrativas textuais, narram um acontecimento que se posiciona em algum lugar. Da mesma forma, que as narrativas imagéticas, este lugar não é utópico, ou ideal, mas uma possibilidade de ocorrência (REYES, 2015).

A partir disto, é feita a análise e escolha do cenário que o designer julga mais promissor e são construídas as *visions* que servem para dar vazão a diferentes

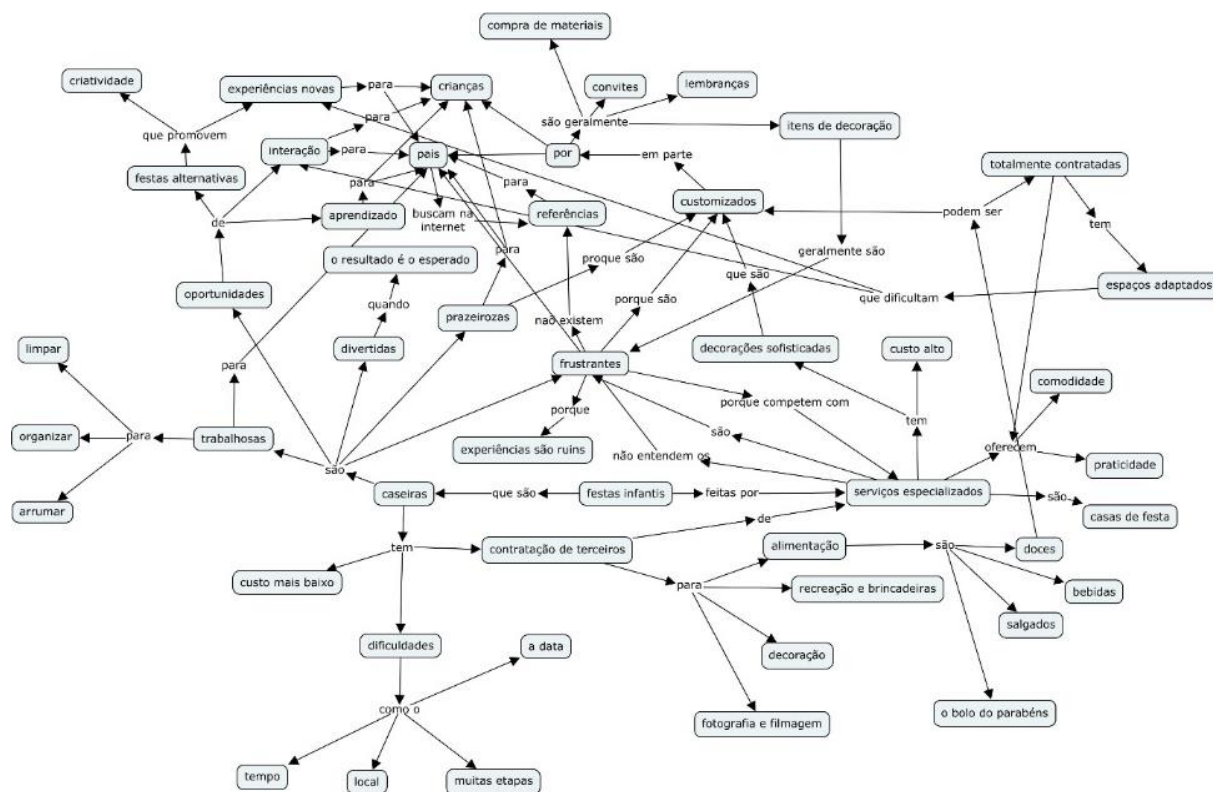
soluções projetuais. Conforme descreve Moraes (2010), as *visions* precedem o concept.

O Concept é, conforme Franzato (2016), é “um resultado intermediário do processo de design” (p.64). Neste sentido, deriva dos apontamentos preliminares do problema de projeto, das pesquisas realizadas ao longo percurso de projeto e das percepções do designer a partir da análise dos dados obtidos. Faz parte de um conjunto de ideias similares que “pode ser escolhido para ser evoluído tecnicamente nas sucessivas etapas de projeto “(p. 64). É a fase em que se sintetizam todos os conhecimentos adquiridos e onde o designer utiliza a criatividade e o raciocínio sobre o problema, a fim de propor soluções. Nesta etapa é possível perceber de forma mais concreta a intenção projetual do designer para possíveis caminhos a serem percorridos.

## 6 METAPROJETO

A partir dos dados obtidos, foi elaborado um mapa conceitual com as principais percepções da pesquisadora ao longo dos processos de pesquisa sobre o universo de experiências e sentimentos vivenciados por usuários de produtos e serviços para festas infantis. Este mapa teve como finalidade visualizar, relacionar e organizar os principais conceitos encontrados, pertinentes às etapas posteriores de projeto.

**Figura 24 – Ilustração do mapa conceitual de experiências de usuários de produtos e serviços para festas infantis**

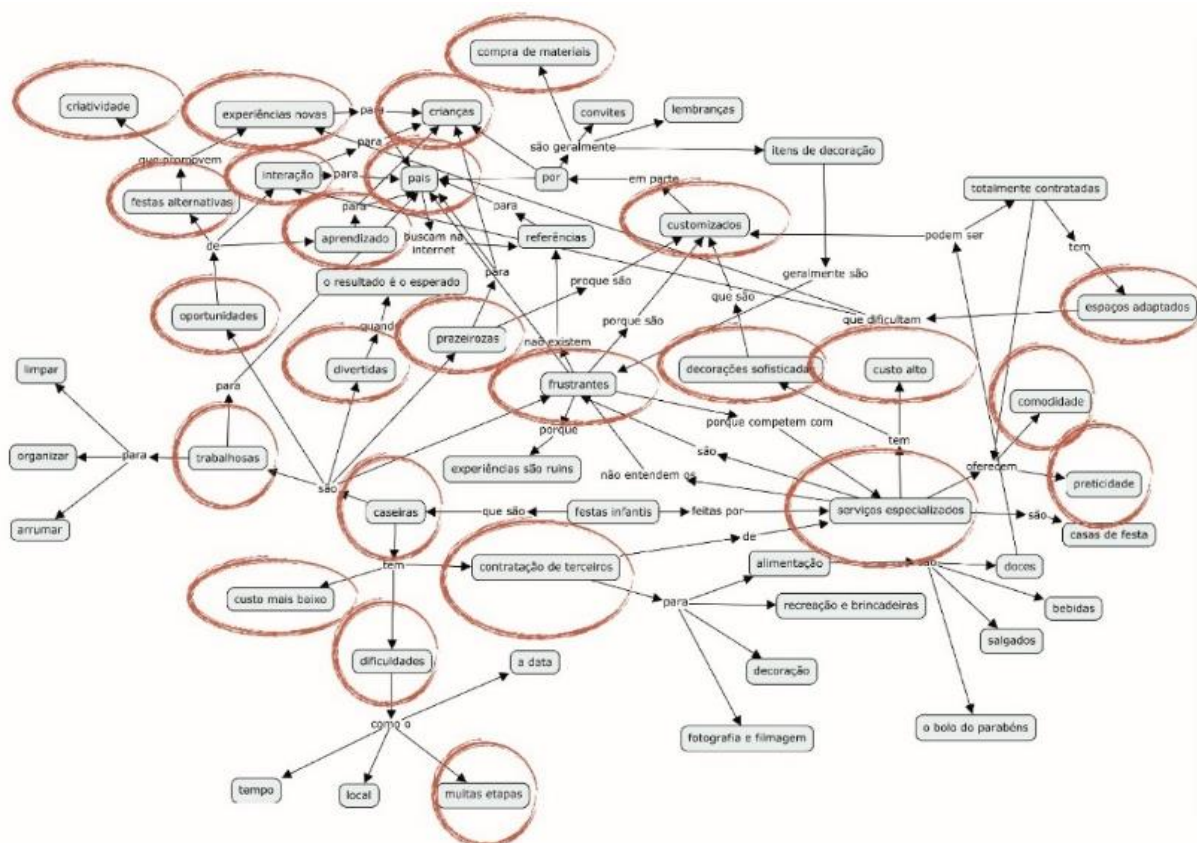


Fonte: a autora (2019)

Através da análise do mapa foram destacados os principais conceitos opostos, relativos ao tema de pesquisa e foi elaborado um mapa de polaridades, com o objetivo de salientar as diferentes características que compõem o contingente

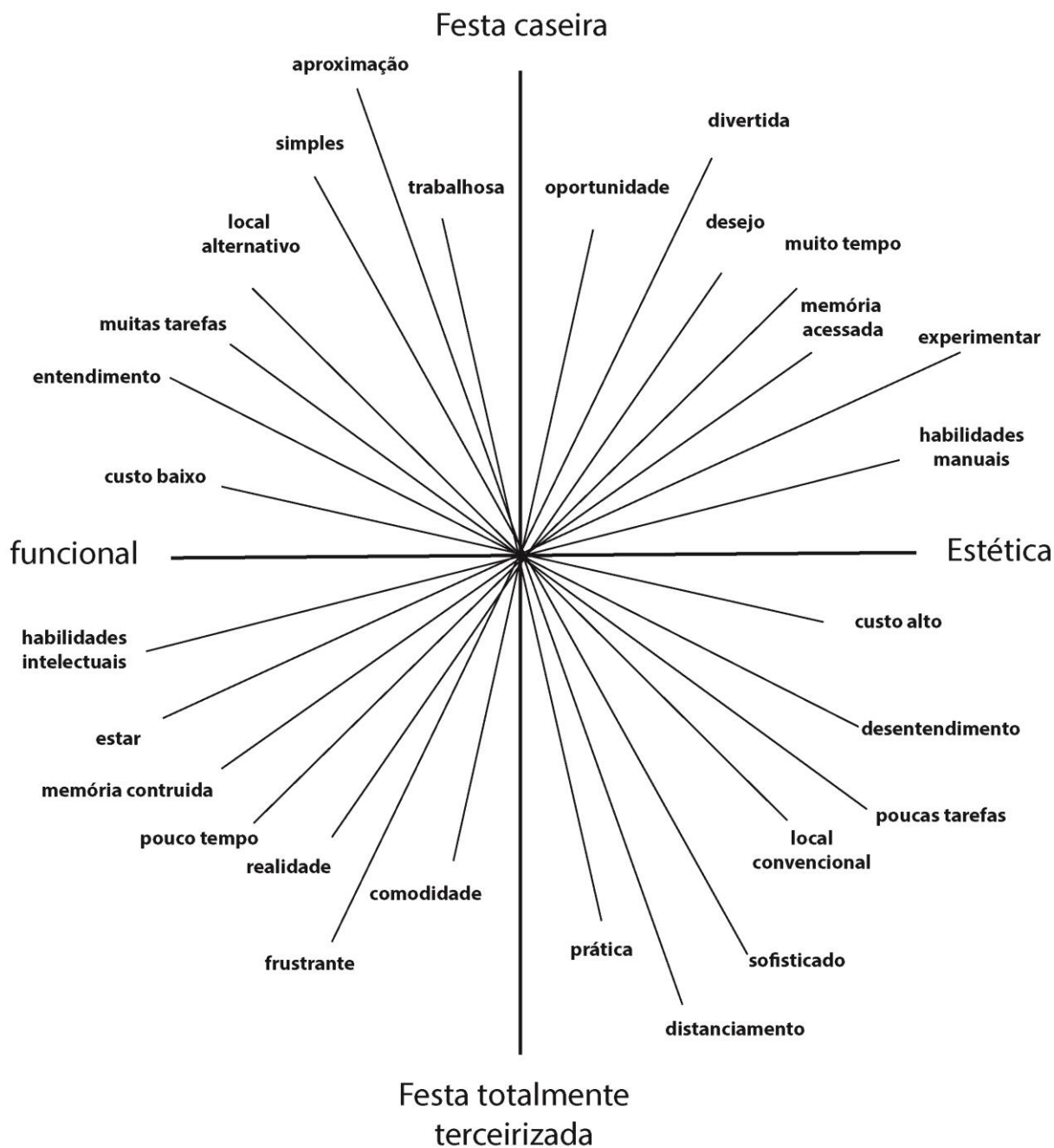
de experiências vivenciadas durante os processos de planejamento e realização de festas de aniversário.

**Figura 25 – Ilustração dos conceitos destacados**



Fonte: a autora (2019)

Figura 26 – Ilustração do mapa de polaridades



Fonte: a autora (2019)

Os conceitos que retrataram as diferenças de maneira mais acentuada no âmbito de experiências em festas infantis, foram colocados em 2 eixos, perpendicular e horizontal. Estes conceitos são: funcional/estética e caseiro/comercial. A partir disto foram identificados os principais valores conflitivos que representam os tensionamentos. Os valores selecionados foram desejo e realidade. Desejo, liga-se ao eixo funcional/estético enquanto realidade está

relacionada ao eixo caseiro/ comercial. O conceito caseiro refere-se ao valor de uso, às memórias episódicas. São territórios de passagem e lugares que permitem a construção de experiências significativas. Envolvem tempo, dedicação e aproximação. O conceito comercial refere-se às festas terceirizadas, ao valor de troca e às memórias construídas por imagens. Envolvem praticidade, comodidade e otimização de tempo. São os não lugares que dificultam as experiências significativas. O conceito funcional está relacionado à funcionalidade de produtos e serviços para festas. Partem dos desejos de otimizar recursos e tempo, através de produtos e serviços eficientes e inovadores. O conceito de estética está relacionado ao desejo de optar pela criatividade e a experimentação.

Quanto aos valores, desejo está relacionado com o conjunto de aspirações do indivíduo e se liga aos aspectos imateriais. A realidade está relacionada com valores materiais e situações reais da vida cotidiana. A partir da construção do gráfico de polaridades foi feito um cruzamento dos conceitos para cada um dos eixos. A partir destes cruzamentos foram elaborados 4 cenários. Os cenários receberam um nome assim como narrativas textuais e imagéticas. Escolheu-se abordar os cenários a partir de um tema: os bolos de aniversário relatados nas entrevistas.

**Figura 27 – Ilustração dos quatro cenários**



Fonte: a autora (2019)

## 6.1 NARRATIVAS DOS CENÁRIOS

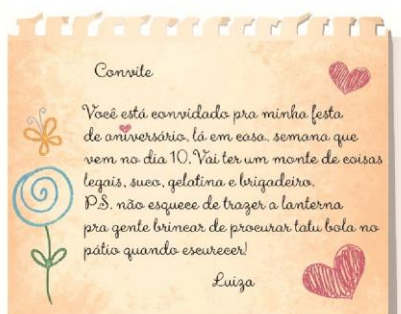
As narrativas textuais, conforme salienta Reyes (2015), são textos que insinuam o cenário. Ou seja,

narram um acontecimento que ocorre em algum lugar. Não um lugar utópico, ideal, mas uma heterotopia, em que ao narrar, toma para si uma situação real e a posiciona como uma possibilidade de ocorrência (p.10)

Desta forma, com o intuito de construir narrativas textuais para análise dos cenários foram elaborados convites de festas.

**Figura 28 - ilustração das narrativas textuais dos quatro cenários**

Convite do cenário  
o Bolo da Vovó



Convite do cenário  
Bolo de Castelo



Convite do cenário  
do Bolo com Merengue Rosa



Convite do cenário  
A Casa dos Ratinhos

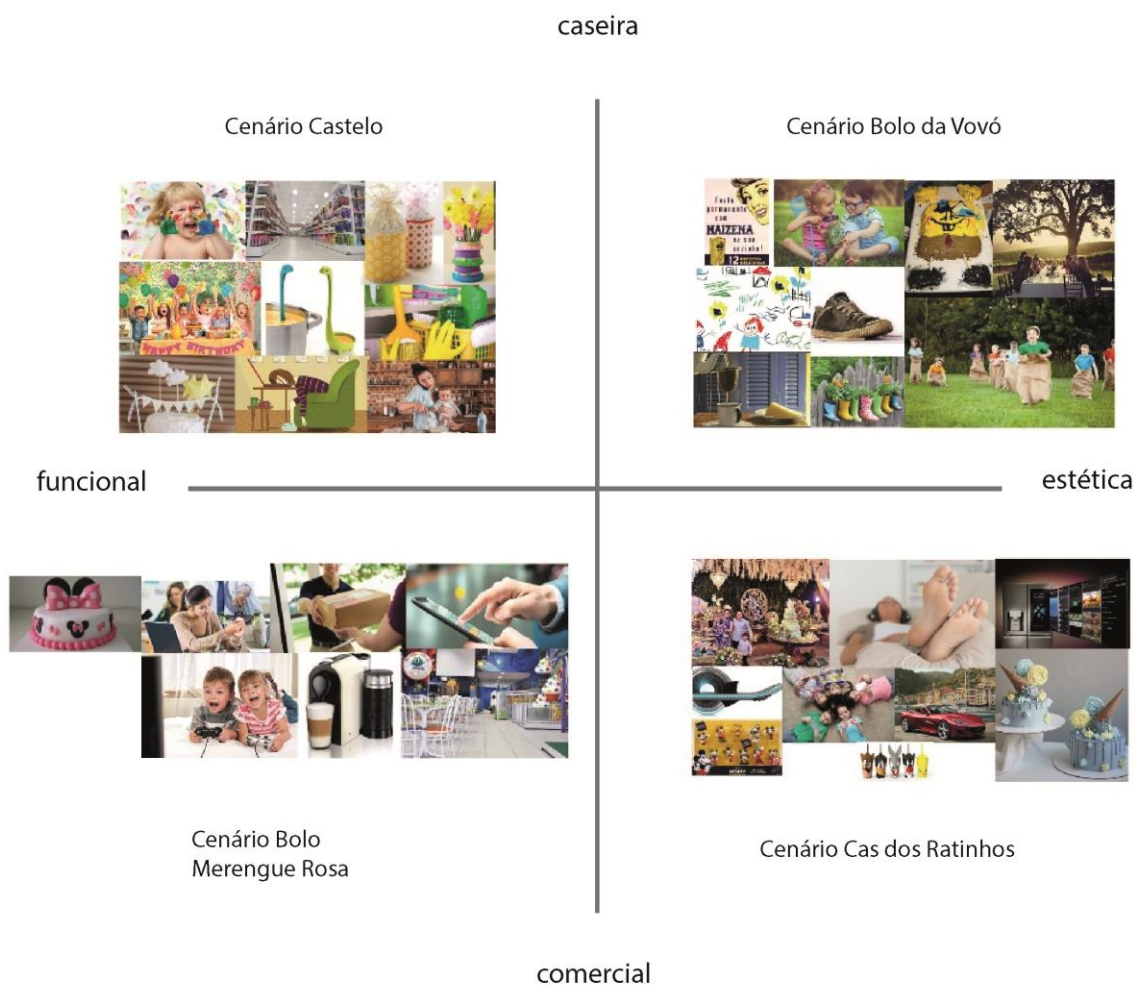


Fonte: a autora (2019)



A seguir foram construídas narrativas imagéticas, ou Moodboards, a fim de expressar visualmente as heterotopias dos cenários.

**Figura 29 – Ilustração dos Moodboards dos cenários**



Fonte: a autora (2019)

## 6.2 Pensando Caminhos Projetuais Através do Cenários

A partir da análise dos cenários, observou-se que o eixo caseiro se encontrava-se mais próximo às possibilidades de atuação do Design no estímulo à construção de experiências significativas em festas de aniversário infantis. Retomando as considerações de Bondie (BONDIE, 2002) as festas caseiras constituem locais favoráveis à experimentação, à troca, à exposição e dedicação



necessárias para que o indivíduo permita-se ser um território de passagem, “um espaço onde tem lugar os acontecimentos”. Por isto, este foi o primeiro eixo escolhido.

A partir daí, surgiram algumas reflexões sobre os cenários que se encontram sob este eixo, Receitas da Vovó e o Castelo. O primeiro apontamento dizia respeito ao erro que se poderia incorrer de projetar artefatos que venham a se tornar apenas itens de consumo, deslocando-se de seu significado original: o de promover experiências. No que se refere a este tópico, diversos autores (FORTUNA, 2006; SHONMAKER, 2002; CARDOSO, 2011) pontuam a necessidade de pensar formas de estimular a contramão da cultura contemporânea que desvaloriza a atividade lúdica, a interação e a experimentação. Esta constatação aproximou a intenção de projeto dos parâmetros estéticos.

Porém, estes parâmetros sozinhos não dariam conta de resolver os inúmeros desafios que pais e mães enfrentam neste tipo de comemoração, dadas as dificuldades e complexidade de realizar as etapas de planejamento e execução de festas caseiras na atualidade, como visto ao longo deste estudo. Por isso, a projeção de artefatos com soluções efetivas para simplificar estas etapas, também aproximaram o ato projetual do conceito funcional.

Ao trazer funcionalidade e estética para a centralidade das intenções projetuais, fez-se necessária uma reflexão mais aprofundada sobre as características, dificuldades e aspirações dos usuários destes cenários, assim como heterotopias para encontrar pontos de convergência entre os conceitos, na proposição do caminho projetual a ser seguido.

Para realizar o processo investigativo, utilizou-se uma narrativa textual dos cenários.

### 6.2.1 Narrativa Textual do Cenário Receitas da Vovó

A busca por modos de vida mais simples e o retorno ao passado, são as principais características dos pais e mães deste cenário. Suas preocupações giram em torno de contrapor a cultura de consumo, criando festas que lembram as festas de antigamente. Balão surpresa, língua de sogra, crianças soltas no pátio brincando de esconde-esconde, docinhos espalhados pela mesa junto com garrafas de refrigerante. Sem recreacionistas, painéis ou mesas temáticas. Os pais deste

cenário conseguem gerenciar as etapas da realização da festa com maestria, uma vez que tudo é simples e feito em casa. As crianças participam junto com os pais, fazendo os doces, montando a festa, entregando os convites e bolando as brincadeiras. Porém estes pais têm dificuldade de perceber a realidade cultural da infância moderna.

Apesar de serem espaços de construção de experiências significativas para as crianças e estarem associados à temas emergentes como a sustentabilidade, a cultura de consumo infantil é uma realidade intransponível. Neste sentido, conforme afirma Shoonmaker (2006), a negação desta cultura implica no comprometimento das interações das crianças com seus pares e conseqüentemente seus processos de sociabilização. O retorno ao passado, impede que os pais consigam olhar criticamente a realidade desta cultura infantil, o que compromete as suas capacidades de fornecerem maneiras inovadoras de abordar a infância contemporânea.

### 6.3 Narrativa Textual do Cenário do Castelo

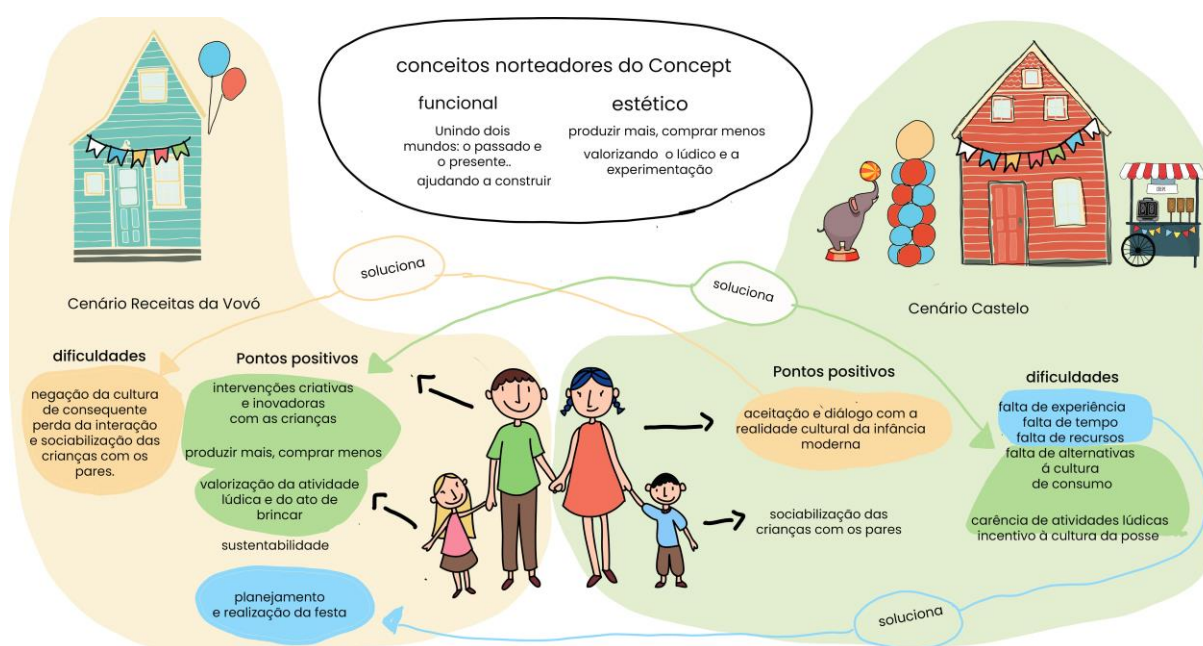
As atribuições do dia a dia, a falta de tempo e recursos limitados causam grande angústia a pais e mães deste cenário, que se encontram entre dois mundos: os níveis de exigência impostos pela cultura de consumo infantil e o desejo de proporcionar experiências significativas aos filhos, por ocasião de seus aniversários. Eles desejam festas cheias de detalhes, “um mundo de fantasias” para agradar aos pequenos, mas para isso imaginam que precisam recorrer a serviços terceirizados, que cobram caro, ou que necessitam de ideias muito originais para promover festas alternativas todos os anos. Gostariam que os filhos participassem das atividades de elaboração da festa, porque viveram experiências gratificantes na sua infância.

Porém todas as demandas deste tipo de comemoração acabam trazendo ansiedade, *stress* e insegurança para estes pais. O que contratar, como compor os espaços da festa, como decorar e evitar desperdícios, o que servir, as brincadeiras, a falta de tempo...Gostariam de contrapor a cultura de posse e consumo, porém não encontram soluções fáceis para isto, uma vez que percebem a importância desta cultura para as interações sociais dos filhos e, conseqüentemente, suas exigências.

## 6.4 Descoberta

A partir destas reflexões começou-se a esboçar o concept, com a ajuda de um mapa conceitual onde foram confrontados os aspectos positivos e dificuldades dos usuários dos cenários, a fim de encontrar soluções funcionais e estéticas para o projeto.

**Figura 30 – Mapa conceitual dos cenários juntos**



Fonte: a autora (2019)

Através da análise do mapa, foram selecionados quatro conceitos norteadores para o projeto: Unindo dois mundos, passado e o presente - Ajudando a construir - Produzindo mais, comprando menos - Vamos brincar?

Unindo dois mundos: o Passado e o Presente, se refere a construção de artefatos que estimulem o diálogo e interação entre pais e filhos. Este diálogo por ocasião da possibilidade da construção conjunta da festa de aniversário, visa favorecer a separação entre as crianças reais e as representações parentais de infância, a fim de possibilitar aos pais uma reflexão crítica sobre maneiras inovadoras de intervir nas experiências lúdicas das crianças (FORTUNA, 2002).

Ajudando a construir, condiz com a inserção de elementos facilitadores para o planejamento e realização de festas caseiras contribuindo para solucionar os principais problemas, incertezas e dores dos pais no planejamento da festa.

Produzindo mais, comprando menos reflete a necessidade de criar espaços que estimulem o fazer no lugar do ter. Vem de encontro com as afirmações de Shonmaker (SHONMAKER, 2006), sobre criar maneiras inovadoras de consumir, no lugar de simplificar o consumo. Por fim, Vamos Brincar reforça o ideal de proporcionar a brincadeira para pais e crianças, tornando o planejamento da festa uma experiência lúdica e significativa. Estes quatro conceitos juntos, deveriam formar o arcabouço das características materiais e imateriais do objeto de projeto.

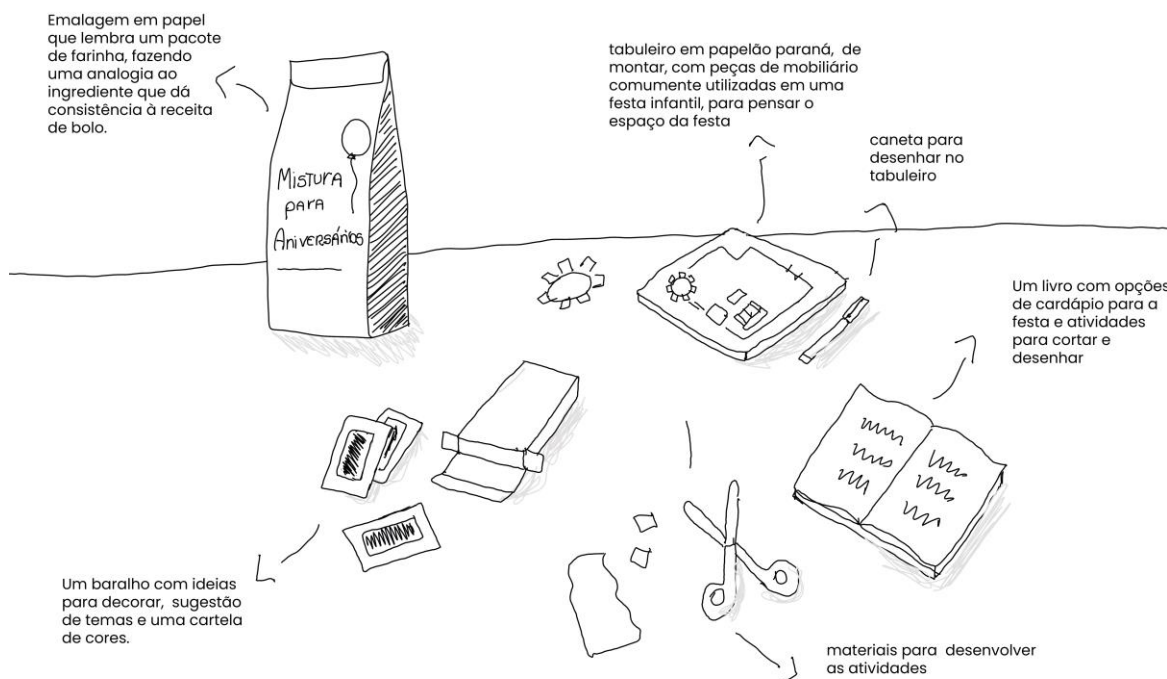
Devido ao número de possibilidades de ação projetual, dada a quantidade de etapas que compõem o repertório de uma festa infantil, optou-se por elaborar um conjunto de ferramentas para as fases iniciais de planejamento da festa, por entender que qualquer atividade, passaria, necessariamente, por esta fase inicial. Surgiu então a idéia de uma Mistura para Aniversários!

#### 6.5 Mistura para Aniversários, do que se trata?

Mistura: ação de misturar(-se), composto, mescla, baralhada, reunião íntima de coisas adversas, combinação, conjunto, fusão. No dialeto popular, diz-se da porção acrescentada ao prato. Este grupo de termos define o objeto de projeto: um kit de ferramentas para auxiliar no planejamento de festas de aniversário infantis. Uma baralhada para pais e crianças construírem juntos, a festa de aniversário. Trata-se da porção que acrescenta o todo, não o todo em si.

Para compor o kit, foram selecionados três tópicos: o cardápio da festa, a organização do espaço e ideias de decoração. A partir daí, foi elaborado um esboço da idealização dos artefatos.

Figura 31 - Esboço do concept



Fonte: a autora (2020)

## 6.2 DO CONCEPT À DECISÃO PROJETUAL

Ao abordar experiências em aniversários, sugere-se que estes acontecimentos não se restrinjam ao dia da festa. Se assim fosse, grande parte das angústias, preocupações e dores observados nas entrevistas com pais e mães no decorrer do presente trabalho, não encontrariam sentido.

Ao analisarmos o mundo a nossa volta, é possível perceber que, cada vez mais, tem-se à disposição produtos e serviços capazes de suprir carências e desejos, e, desta forma, não faltaria algo que viesse de encontro com as expectativas destes pais, mães e crianças para o dia da festa.

Por isso, pode-se afirmar que estes eventos são mais que balões com uma mesa decorada em algum lugar cheio de brinquedos para as crianças e petiscos para os pais: eles carregam um forte conteúdo simbólico. Conteúdo este, que parece estar vinculado à afirmação de nossas próprias identidades. Desta forma, realizar uma festa de aniversário condiz com o ideal de chamar para si o protagonismo de

construir(-se) no lugar de ter (-se). Este fato reforça a hipótese de que os problemas relatados ao longo desta pesquisa se referem a um tipo de experiência que parece faltar para estes pais, mães e crianças atualmente.

Enrolar os docinhos, rapar o fundo da panela, preparar o tema, enfeitar a mesa, encher os balões, convidar os amigos. Em torno das atividades de preparação da festa, os pais e mães entrevistados, vivenciaram experiências que não dependeram da aquisição de produtos ou serviços. Tanto que, em nenhum momento, “o dia mais importante do ano”, foi relacionado ao que se podia ter neste dia. Retomando Bondie (2006), talvez falte espaço, nos dias de hoje, para que estes atores, sejam os territórios de passagem que dão lugar aos acontecimentos. Talvez, as queixas e dores destes pais se relacionem com a percepção de que, assim como o brinquedo, a festa de aniversário esteja se tornando um espaço de valorização do ter (-se) no lugar do fazer(-se).

Por isso, ir na contramão de projetar soluções definitivas para festas de aniversário, pareceu ser uma excelente ideia. Estas reflexões reforçaram a ideia de seguir em frente com o Concept Mistura para aniversários, um conjunto de ferramentas para auxiliar o processo de construção de festas caseiras de aniversário infantil.

Em sentido etimológico, ferramenta (FERRAMENTA 2020) provém do latim, e significa um conjunto de instrumentos de ferro. Se refere a qualquer instrumento utilizado para a realização de um trabalho, e, em sentido figurado, é o meio que se utiliza para alcançar um objetivo. Na definição do termo, se encerra a aposta de continuidade do projeto: projetar instrumentos que facilitem às pessoas, construir suas experiências em torno do repertório de acontecimentos que envolvem uma festa de aniversário caseira, assim como oferecer subsídios para que, a partir de suas capacidades pessoais, os usuários tenham autonomia para criar suas próprias configurações de valor.

## 7 FASE PROJETUAL

A partir das reflexões que culminaram na aposta do Concept como o caminho projetual a ser materializado, começaram a se esboçar as primeiras ideias de formalização do projeto. Decidiu-se dar continuidade ao conteúdo das ferramentas por entender-se que estes três tópicos: o espaço físico, o cardápio da festa e a decoração seriam elementos-chave para a projeção da festa. Em razão dos tópicos abordarem conteúdos diferentes, optou-se por pensar as ferramentas separadamente, porém algumas ideias iniciais permearam as demais etapas do projeto.

Entre elas, a de trazer as referências visuais para a centralidade das características físicas das peças, a partir das constatações da importância destas referências nas tomadas de decisão de pais e mães que planejam este tipo de comemoração. Desta forma, pensou-se em seguir a mesma lógica da experiência dos pais de Arthur na loja de locação de materiais para festa: a manipulação dos objetos sobre a mesa para analisar e escolher as opções mais atraentes para o aniversário.

Dada a importância das referências visuais e, portanto, das peças gráficas, o primeiro passo dado foi um breve estudo sobre os estilos de ilustrações e fontes que seriam utilizados em todas as ferramentas que viriam a ser projetadas.

### 7.1 PENSANDO AS ILUSTRAÇÕES E A TIPOGRAFIA

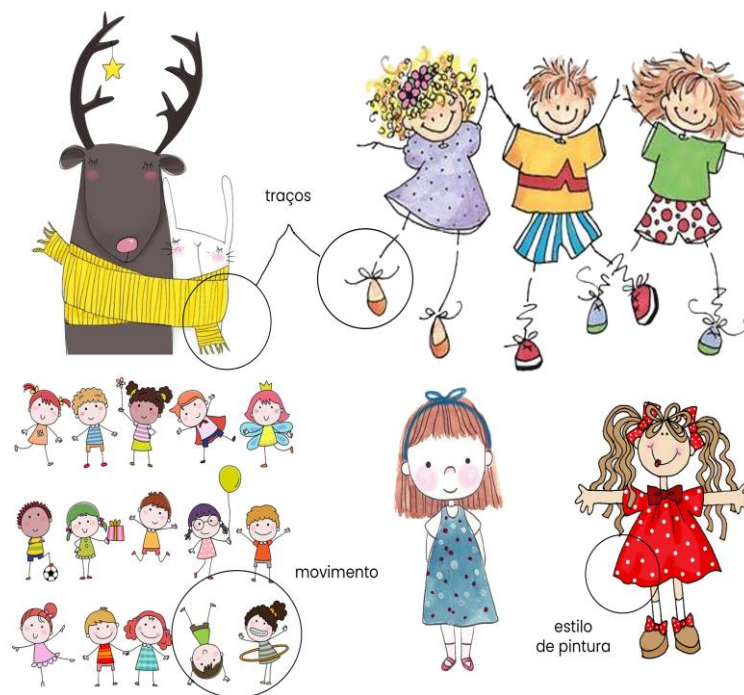
Segundo Gruzinsky (GRUZINSKY, 2008), o Design Gráfico é um “processo de articulação de signos visuais que tem como objetivo produzir uma mensagem” (p. 6) a partir de aspectos estéticos, informativos e persuasivos. A fim de certificar-se que o conteúdo estaria dialogando com as intenções de projeto, foram feitos alguns estudos dos estilos de ilustração e tipografia que seriam utilizadas nas ferramentas.

#### 7.1.1 As ilustrações

Durante o processo de pesquisa, foi observado que os itens decorativos ocupam uma posição central na festa. O crescimento e a evolução deste segmento de mercado, trouxe uma roupagem sedutora para os cenários temáticos. A presença

de decorações cada vez mais sofisticadas, cheias de detalhes e cores, acabam por se transformar em fatores que desencorajam as produções caseiras. Por isso, ao idealizar as ilustrações, estabeleceu-se que deveria haver a predominância da simplicidade em detrimento da sofisticação, a fim de incentivar estas produções. Para guiar o processo de criação das ilustrações fez-se necessária uma pesquisa de referências visuais.

**Figura 32 - Referências visuais para criação das ilustrações**



Fonte: Pinterest (2020)

A partir das escolhas foi elaborado um esboço inicial para a validação das escolhas.

**Figura 33 - Estudos iniciais das ilustrações**



Fonte: a autora (2020)



### 7.1.2O estudo Tipográfico

Para definição da tipografia que seria utilizada nas ferramentas optou-se por pesquisar fontes com o mesmo conceito das ilustrações. Por isso, as buscas se direcionaram para as classes manuscritas. A fonte selecionada, Cardenio Modern, foi colocada junto à ilustração para validar a escolha realizada.

**Figura 34 - Validação da fonte Cardenio Modern**



Fonte: a autora (2020)

Após os estudos preliminares da parte gráfica, iniciou-se o processo de materialização das ferramentas

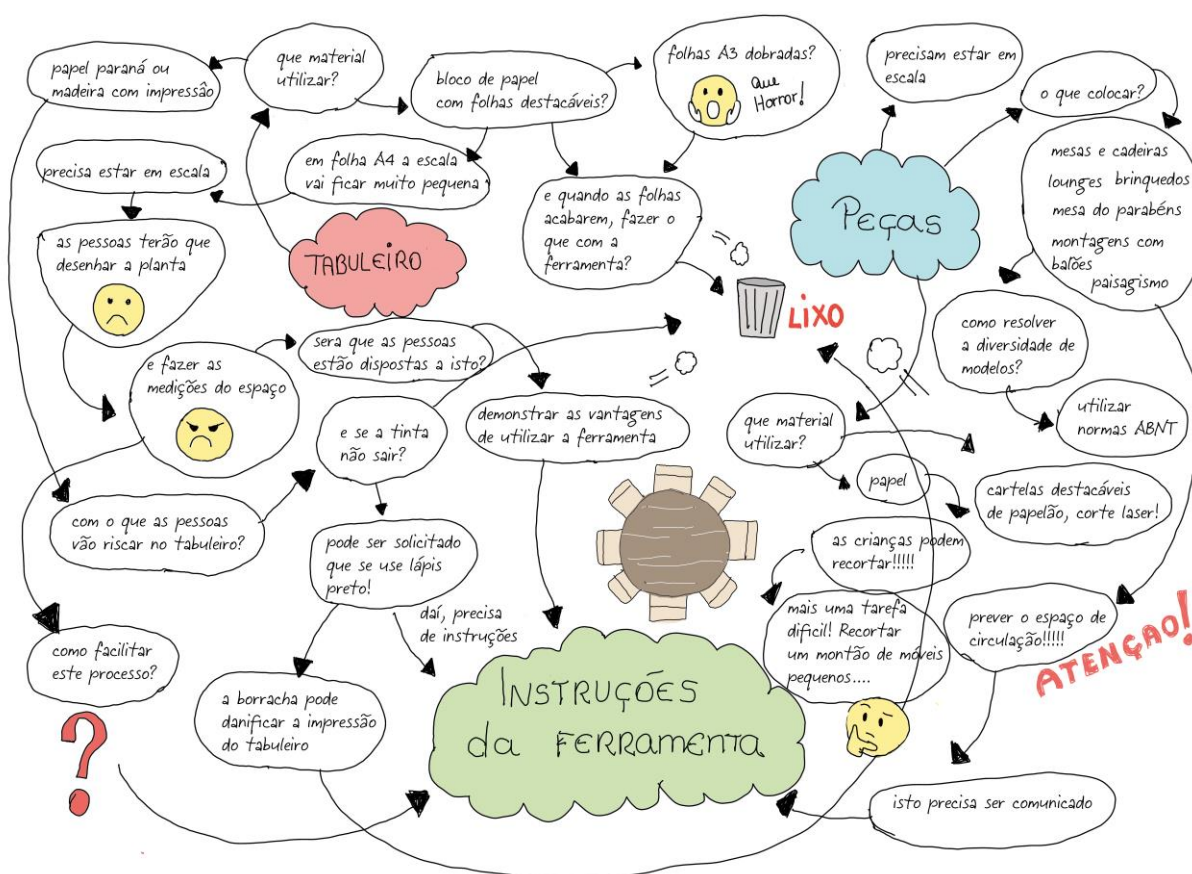
### 7.2 A FERRAMENTA ORGANIZANDO O ESPAÇO

Muitos dos questionamentos que surgem por ocasião do planejamento de um evento de aniversário caseiro dizem respeito ao espaço físico da festa. Ele é responsável, na maioria das vezes, por definir o número de convidados, o tipo de serviço de alimentação, a quantidade de brinquedos, atrações possíveis para a criançada e as decisões sobre como decorar. Dada a sua relevância e as dificuldades encontradas para vislumbrar possibilidades de organizar o espaço da festa, muitas pessoas são desistem de seguir em frente com a ideia de realizar este

tipo de comemoração. Em contrapartida, pensar o espaço físico, é um recurso amplamente utilizado por profissionais deste setor, pois permite prever aspectos funcionais e plásticos de um evento, aumentando a probabilidade de resolver demandas de forma criativa e eficiente, ainda nas fases iniciais do projeto.

A fim de trazer este auxílio para o universo das festas caseiras, começaram-se os estudos de materialização da ferramenta Organizando o Espaço. Para guiar a projeção deste artefato foi elaborado um mapa mental.

Figura 35 - Mapa mental da ferramenta Organizando o Espaço



Fonte: a autora (2020)

O mapa mental demonstrou que a materialização da ferramenta era bem mais complexa do que se havia imaginado inicialmente. Isto porque, desde as etapas Metaprojetuais, a pesquisadora idealizou trazer para o projeto o conceito da reutilização dos materiais. Como verificado nas pesquisas de campo, infelizmente, a maioria dos artigos para festa são descartáveis na atualidade. Por isso, a partir dos problemas encontrados e sem descartar o conceito de reutilização, procurou-se

alternativas para as questões encontradas. Primeiramente foram abordados os problemas relativos ao tabuleiro.

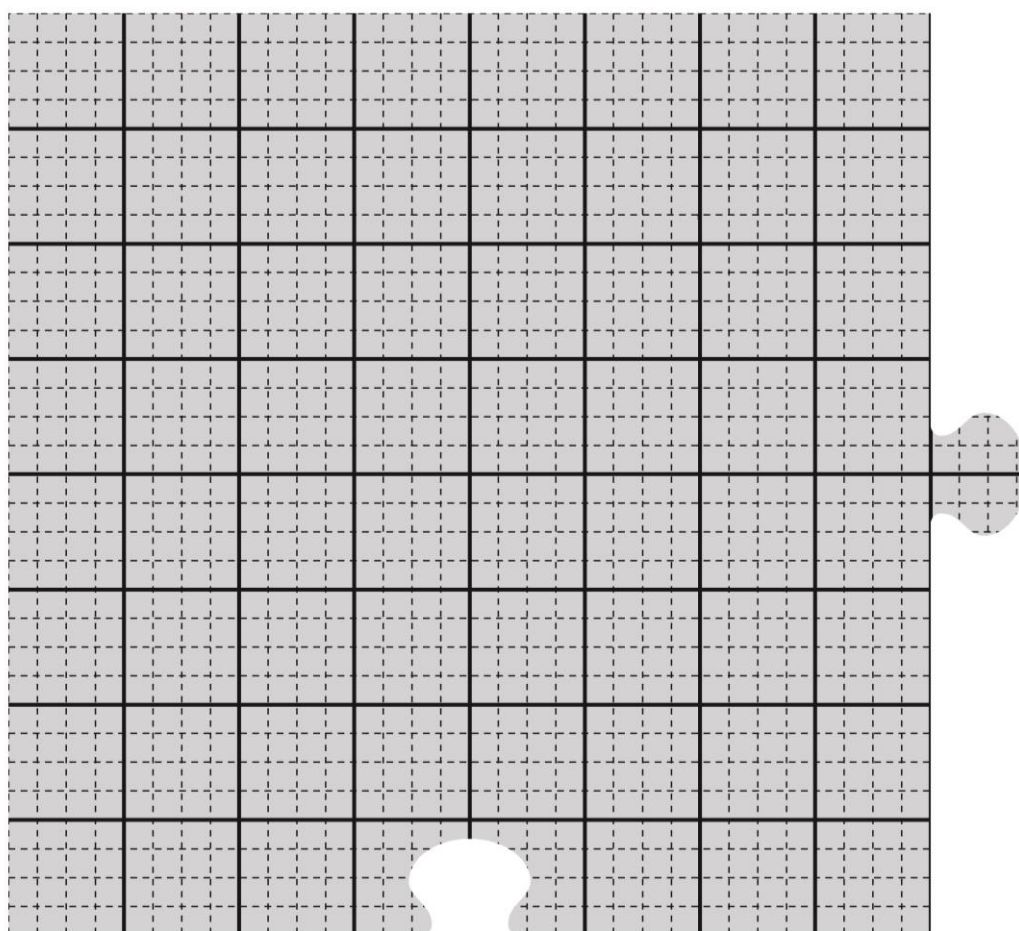
### 7.2. 1 Pensando o Tabuleiro

A necessidade de o tabuleiro ser escalonado para possibilitar o desenho de uma planta baixa, condizia com inevitabilidade de uma metragem mínima, de tamanho maior que a média dos ambientes caseiros da atualidade. Após algumas pesquisas, e, levando em consideração, não somente residências, mas salões de festas de condomínios, a pesquisadora chegou à metragem de 250m<sup>2</sup>. O próximo passo, foi encontrar uma escala adequada à execução dos desenhos das plantas, assim como ao tamanho das peças que seriam colocadas sobre ele. Após alguns testes, chegou-se à escala 1:50. Nesta escala, poderiam ser construídas 4 peças, que, unidas, formariam um tabuleiro quadrado com 256m<sup>2</sup>. Para confeccionar as peças, imaginou-se o processo de corte a laser. A partir daí, foi necessário pensar sobre como se daria o processo de desenhos das plantas baixas.

Um dos questionamentos levantados através do mapa mental, foi a quantidade de atividades, nem sempre agradáveis, que deveriam ser desempenhadas para que a ferramenta funcionasse, e, o desenho das plantas baixas se mostrou uma realidade preocupante. Esta ponderação se fez necessária na medida em que todo o projeto foi assentado na promoção de experiências, que, espera-se, sejam positivas para os usuários. Por isso, todos os esforços foram direcionados na busca de alternativas que tornassem esta atividade em particular, mais interessante e fácil de ser realizada. O primeiro passo em direção a este objetivo, foi pesquisar uma forma de possibilitar que os usuários desenhassem e apagassem à vontade sobre o tabuleiro, porque este recurso permitiria que a ferramenta se tornasse reutilizável. Após diversas tentativas, os resultados mais promissores foram encontrados com a técnica de laminação a quente - BOPP fosco – sobre papel e a caneta de giz líquido. Entretanto, apesar de a tinta desaparecer rapidamente da superfície com um pano seco, observou-se que isto ocorria após um breve tempo de secagem, aproximadamente 30 segundos. Decidiu-se por manter esta opção informando sobre isto nas instruções da ferramenta. Em relação às medições do espaço, foi testado um aplicativo gratuito para celular chamado Magicplan. Este aplicativo, com uma interface amigável e intuitiva, se mostrou uma

ótima solução. Para fazer as medições, é preciso apontar o celular para a área a ser medida, e, ao término desta atividade, o aplicativo fornece o desenho da planta baixa do espaço. Para facilitar o desenho desta planta sobre o tabuleiro, decidiu-se utilizar as mesmas referências de medida do aplicativo, com divisões que correspondem a 0,25 metros e 1 metro.

Figura 36 – tabuleiro da ferramenta



Escala 1:1

Correspondências

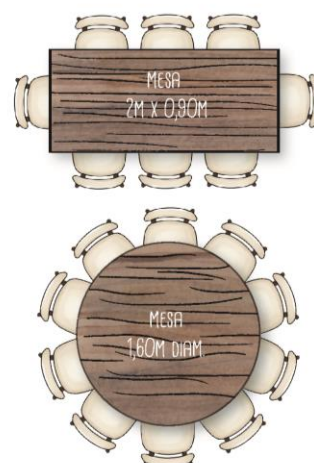


1 metro<sup>2</sup>

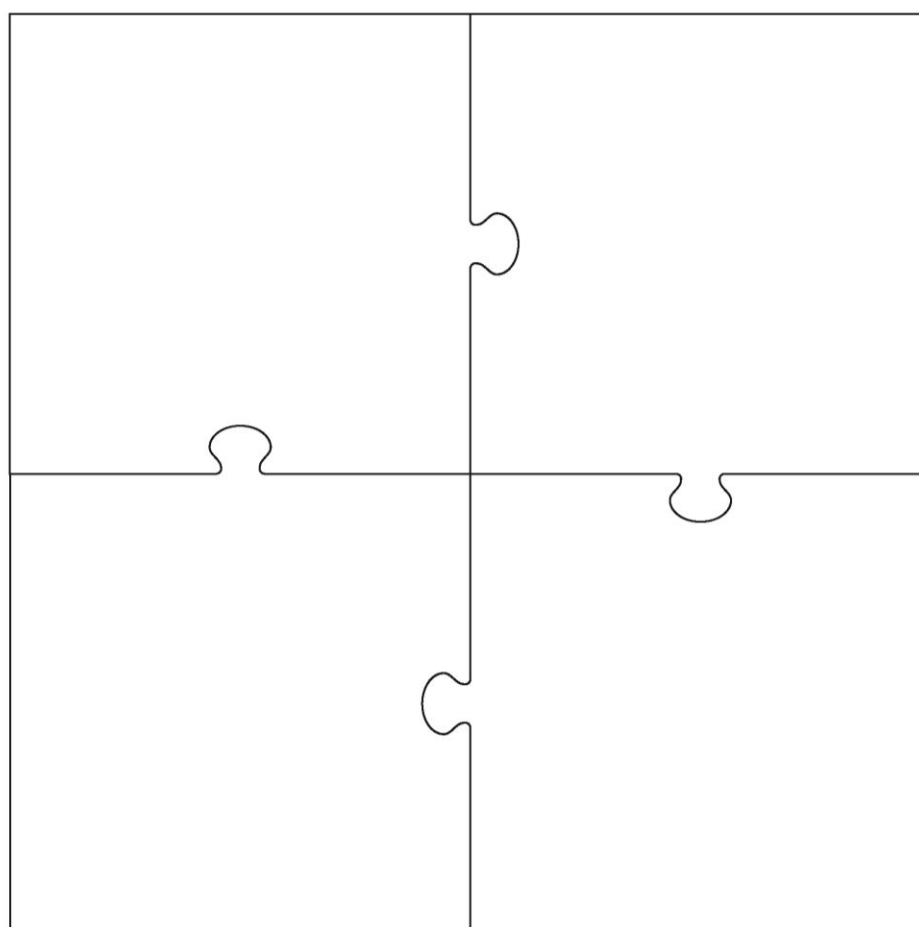


0,25m<sup>2</sup>

mobiliário



Fonte: a autora (2020)

**Figura 37 - esquema de montagem e corte do tabuleiro**

Escala 1:2

————— área de corte a laser

Fonte: a autora (2020)

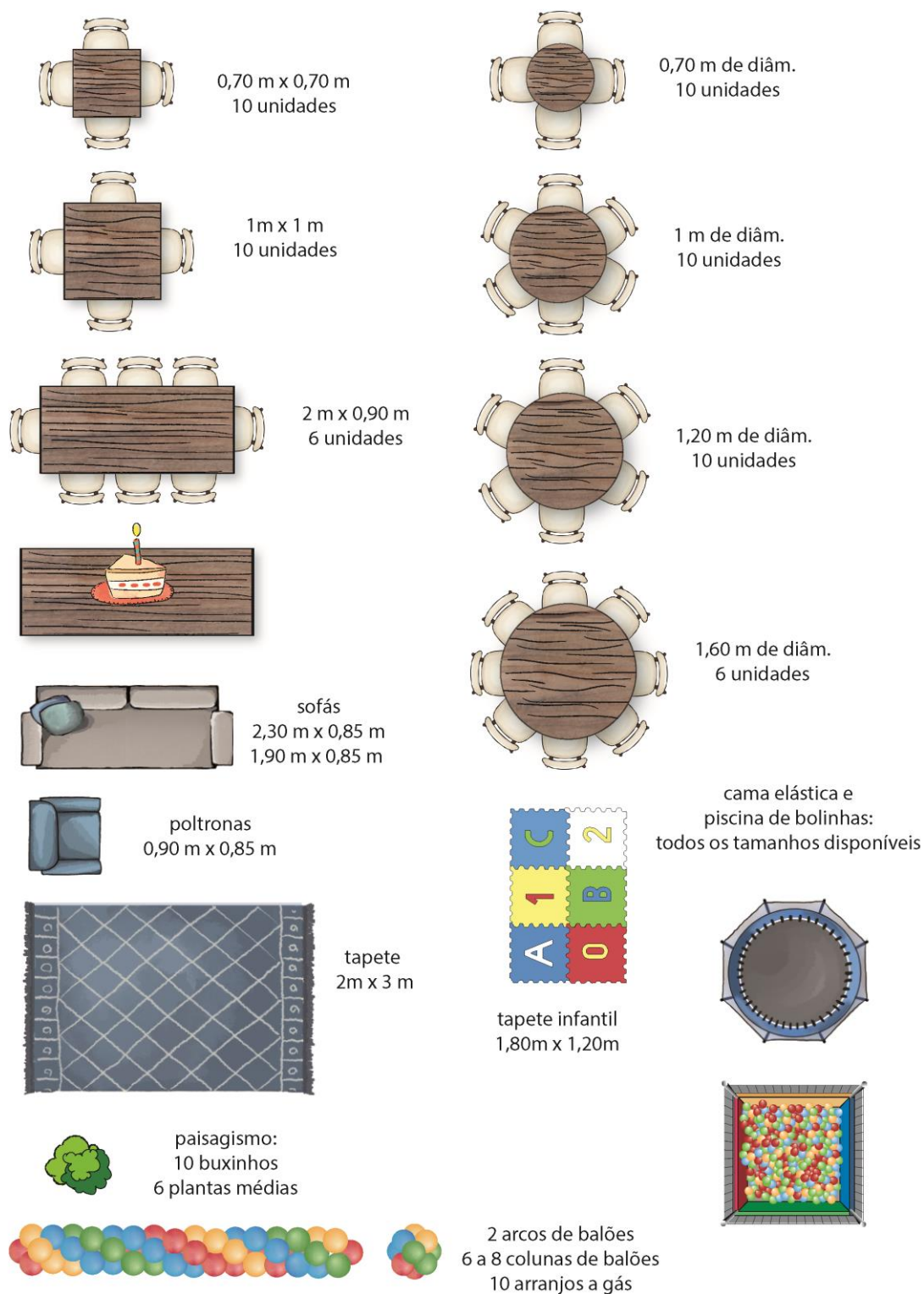
### 7.2.2 As peças de mobiliário

Para compor as peças de mobiliário, conforme observado no mapa, foi necessário a realização de pesquisas para definir os padrões de tamanho e modelos que seriam trabalhados. Para isso, recorreu-se ao que, usualmente é encontrado, em empresas de locação de materiais para eventos, em empresas que locam materiais para recreação de festas e empresas de venda de mobiliário. Após os



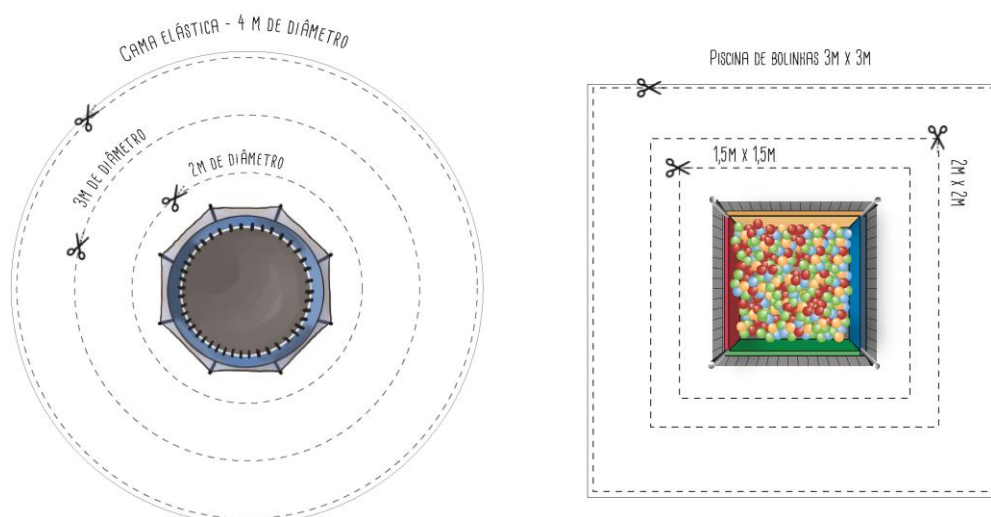
processos de pesquisa, foram definidos principais modelos e tamanhos que seriam utilizados, assim como as quantidades necessárias para compor as cartelas.

**Figura 38 - Mobiliário: modelos e quantidades**



Alguns materiais, como a piscina de bolinhas e a cama elástica, são encontrados em diversos tamanhos no mercado. Por isso, criou-se uma área para recorte do tamanho desejado para estes equipamentos, uma vez que são utilizados individualmente nas festas.

**Figura 39 - Cama elástica e piscina de bolinhas**



Fonte: a autora (2020)

Após estas definições, foi necessário acrescentar às peças o espaço de circulação de pessoas. Desta forma, ao manipular as peças no tabuleiro, poder-se-ia colocá-las lado a lado, sem comprometer o funcionamento da festa. Para obter as informações sobre a metragem destes espaços, recorreu-se à 2 organizadores de eventos da cidade de Porto Alegre. Após esta etapa, foram realizados os desenhos, utilizando uma caneta digital e o programa Photoshop. Dentre as técnicas utilizadas, cita-se o desenho livre, o desenho a partir de fotografia de objetos e o desenho sob vetores gratuitos encontrados em bancos de imagens. Também foram previstas as áreas de circulação para cada um dos móveis e objetos. Optou-se por fazer cartelas com peças destacáveis, obtidas a partir de corte a laser, assim como o tabuleiro, para aumentar a durabilidade do material. Inicialmente as cartelas foram projetadas com dimensões de 15 cm x 10 cm. Porém, no decorrer do desenvolvimento do projeto este tamanho foi alterado para 25 cm x 16 cm. Também foram pensadas texturas com a mesma divisão de medidas do tabuleiro, para que os usuários pudessem reproduzir algum item que não estivesse contemplado nas cartelas, recortando as folhas. Assim como as cartelas, inicialmente imaginou-se o tamanho A5, porém mais tarde este tamanho foi alterado para A4.

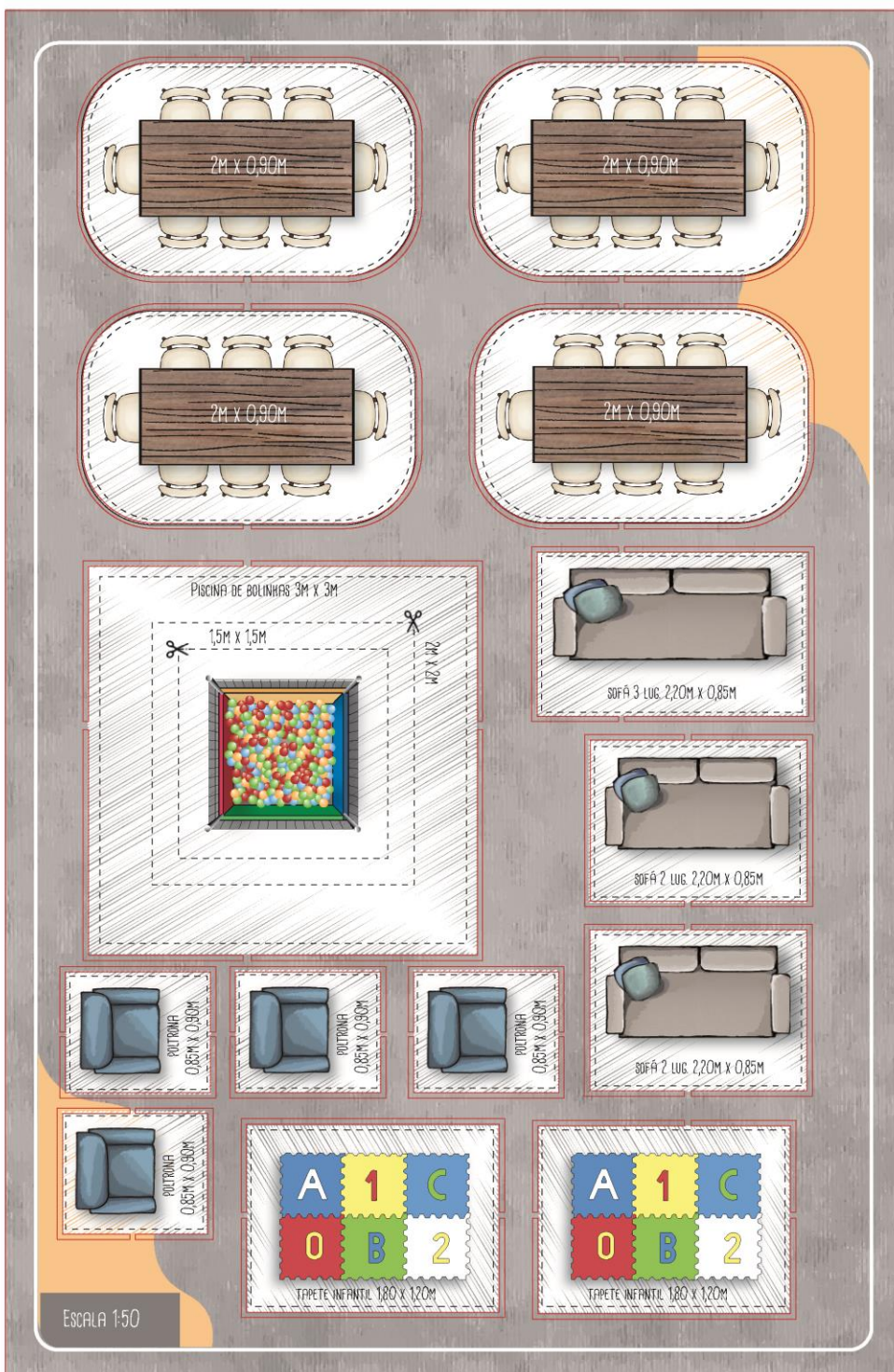


**Figura 40 - Cartelas da ferramenta**

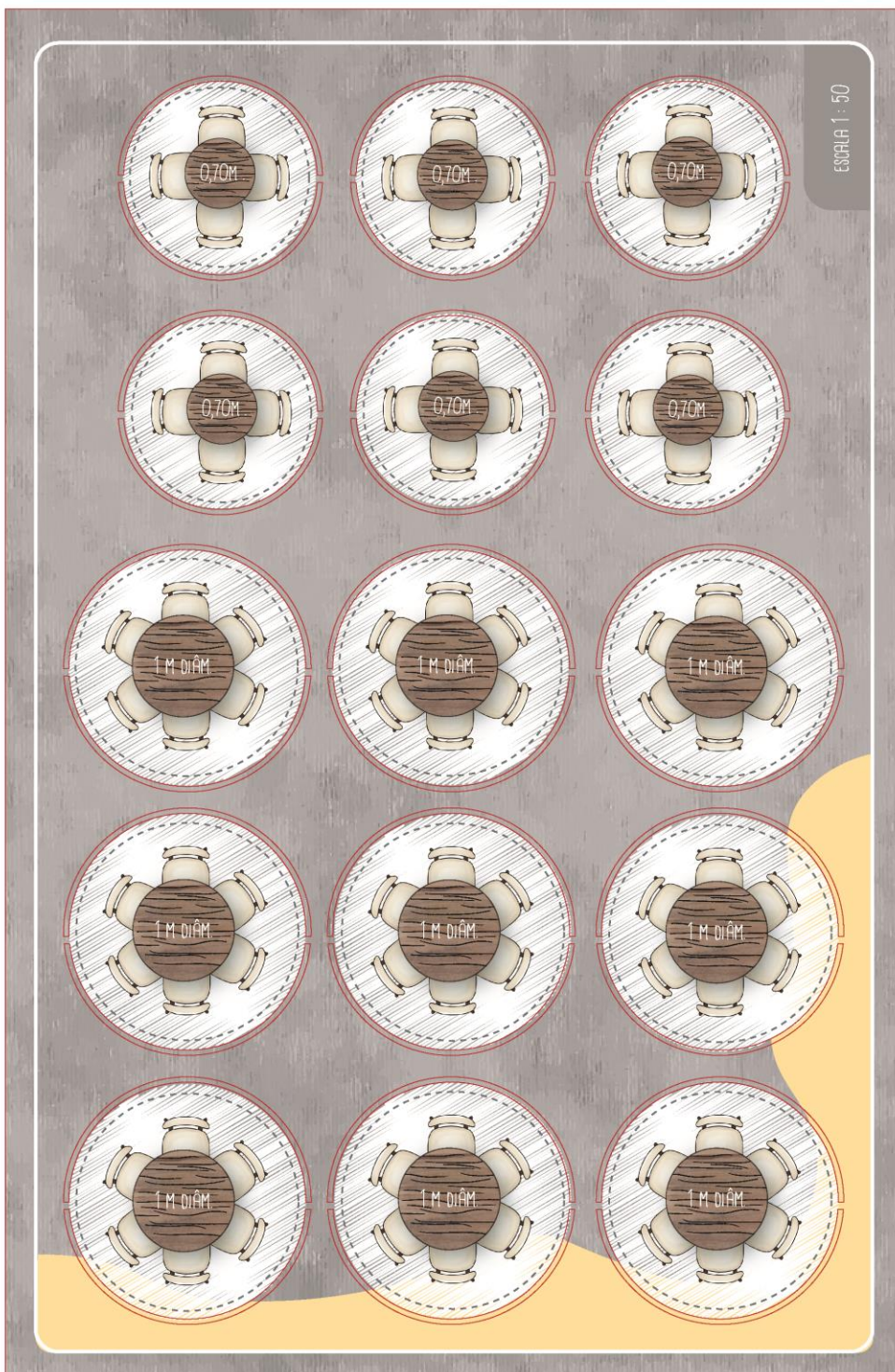
Escala 1: 1

Área de corte





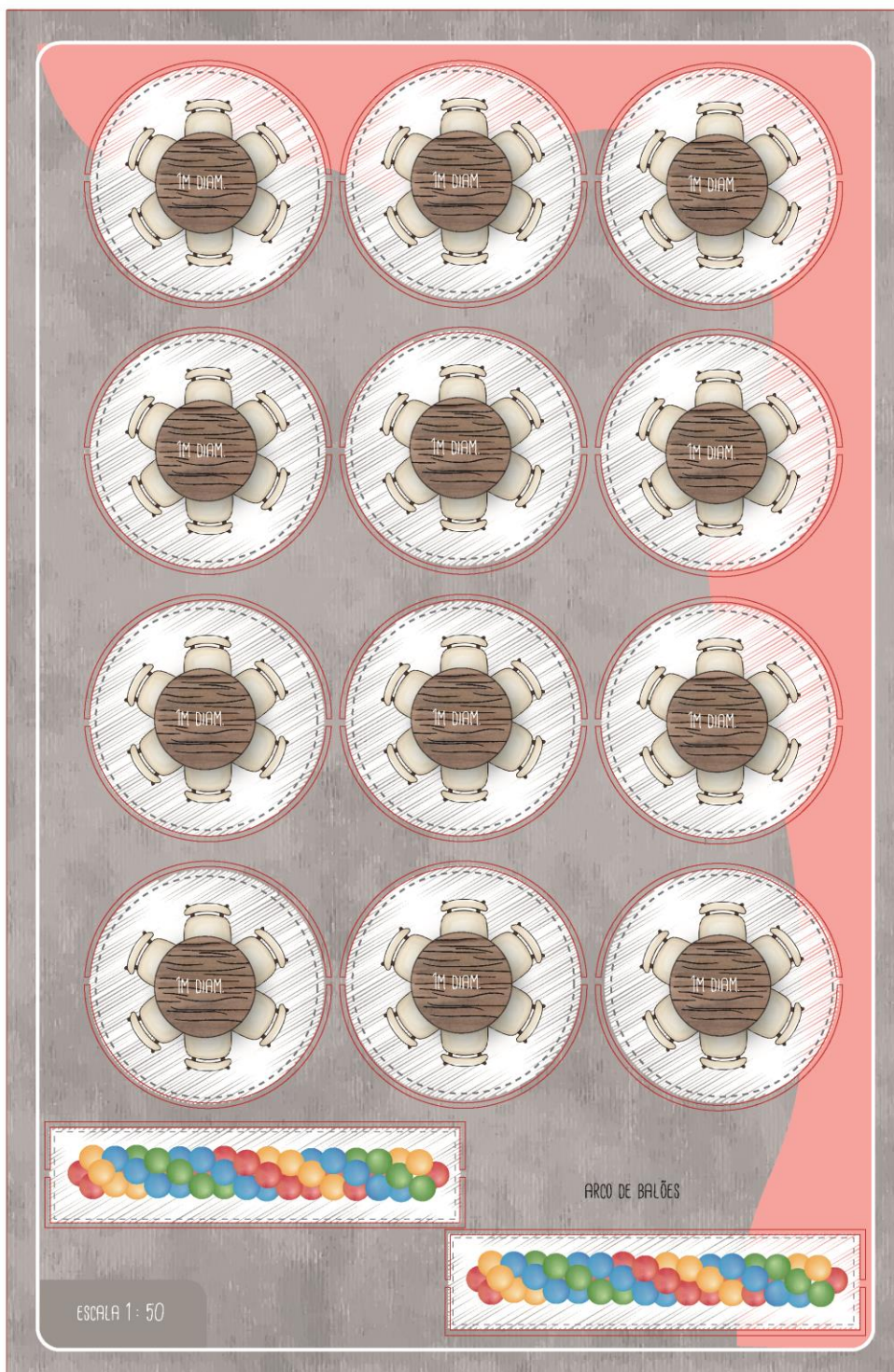








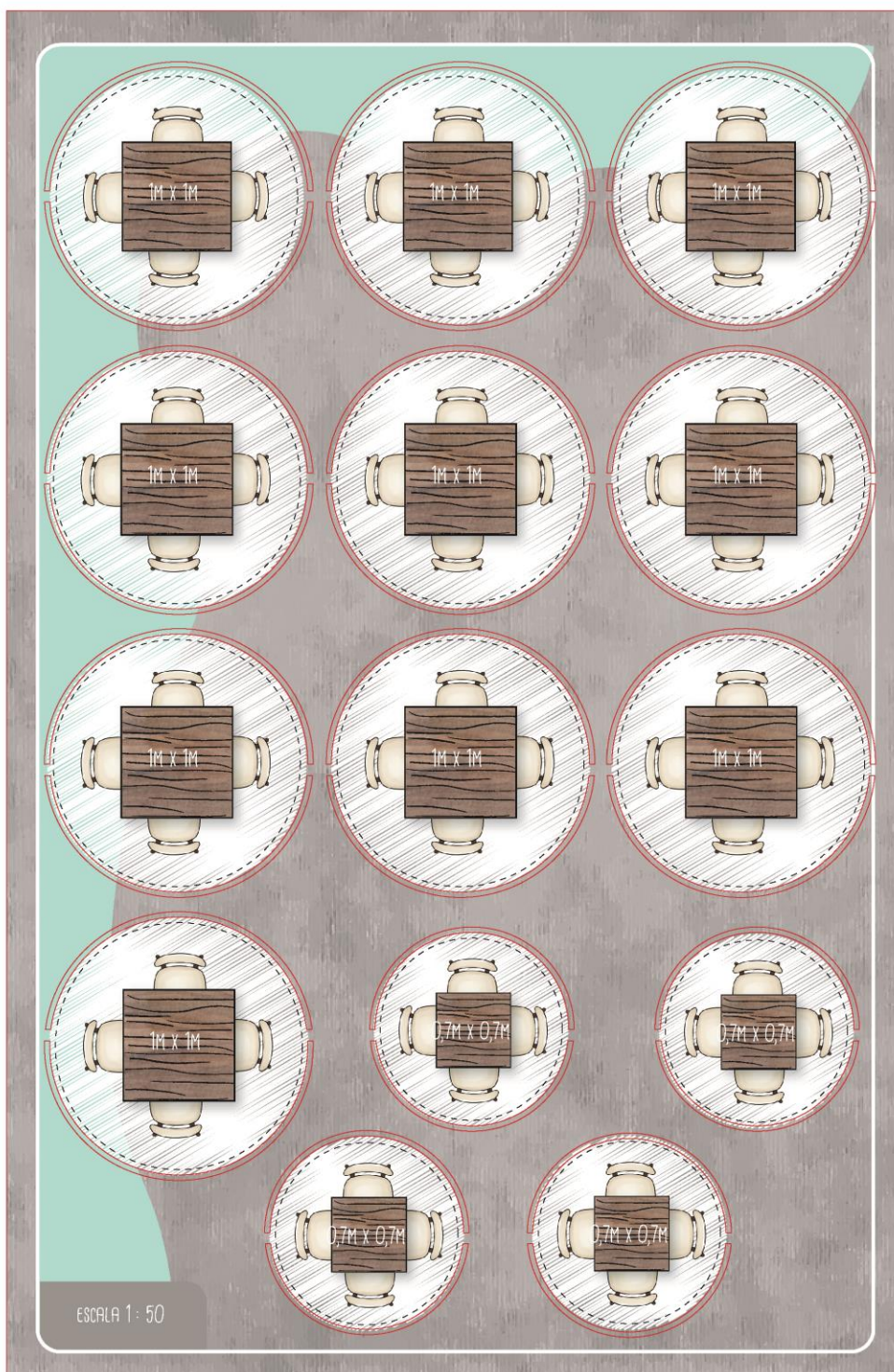


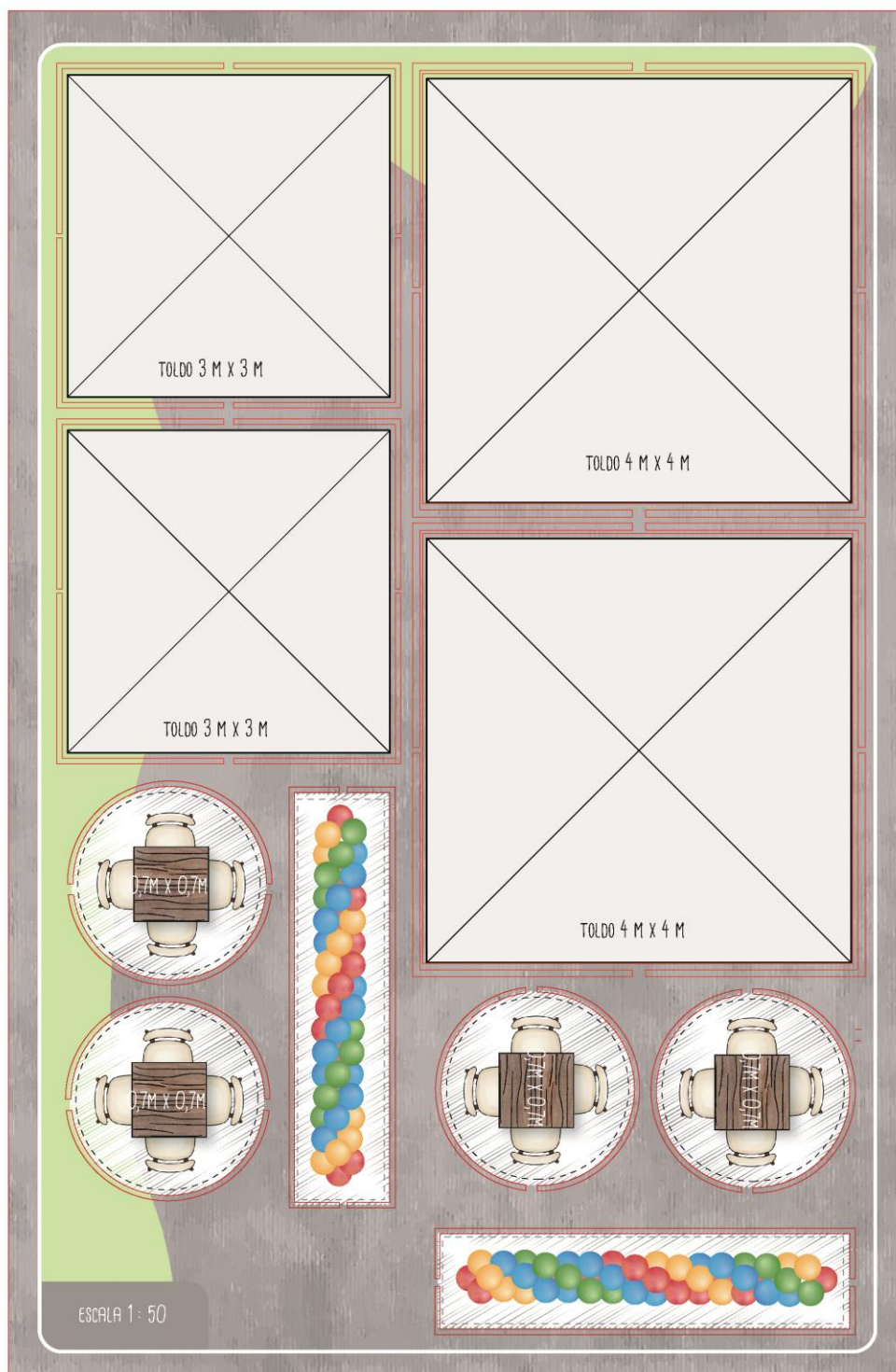


ESCALA 1 : 50

ARCO DE BALÕES





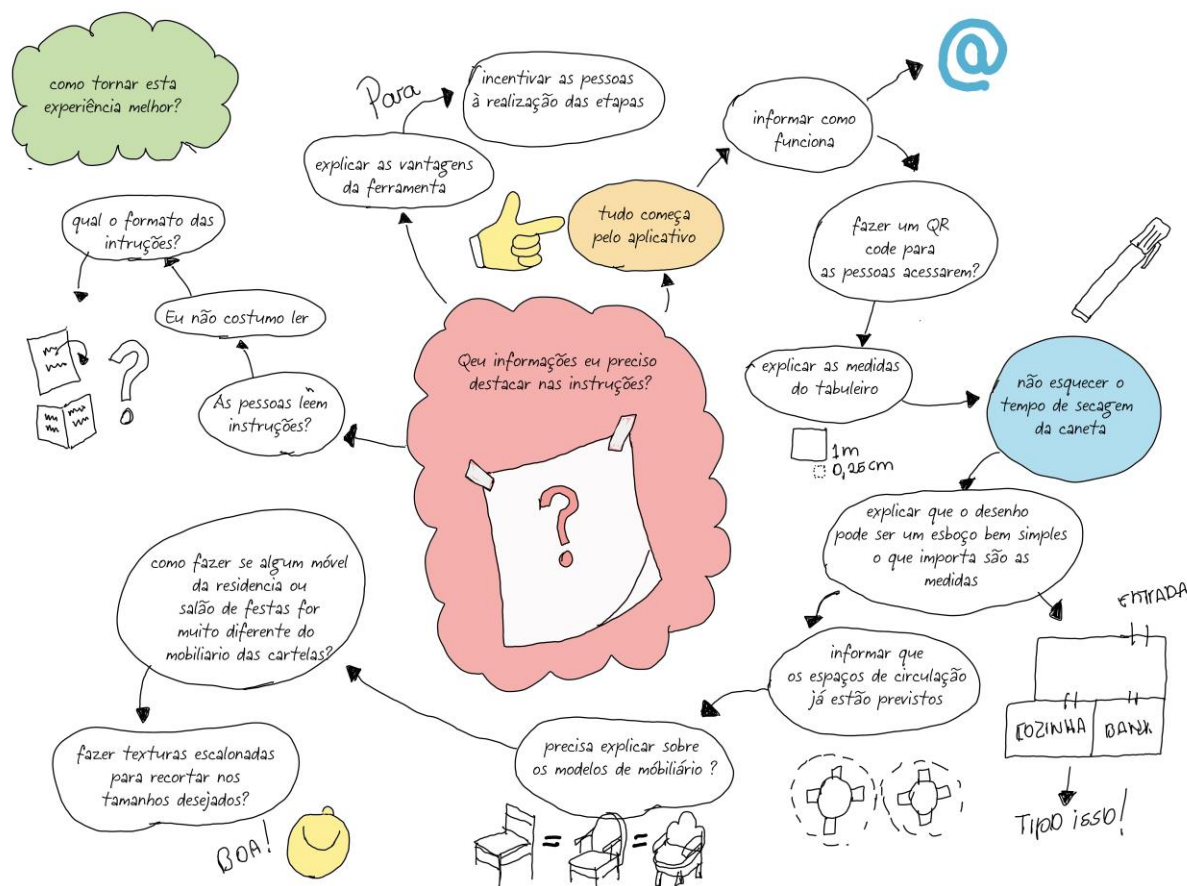




### 7.2.3 As Instruções da Ferramenta

Após a elaboração das cartelas e do tabuleiro, estudou-se formas de montar as instruções da ferramenta. Para tanto, fez-se uso de outro mapa mental, com intuito de refletir sobre este tópico.

Figura 41 - Pensando as instruções da ferramenta

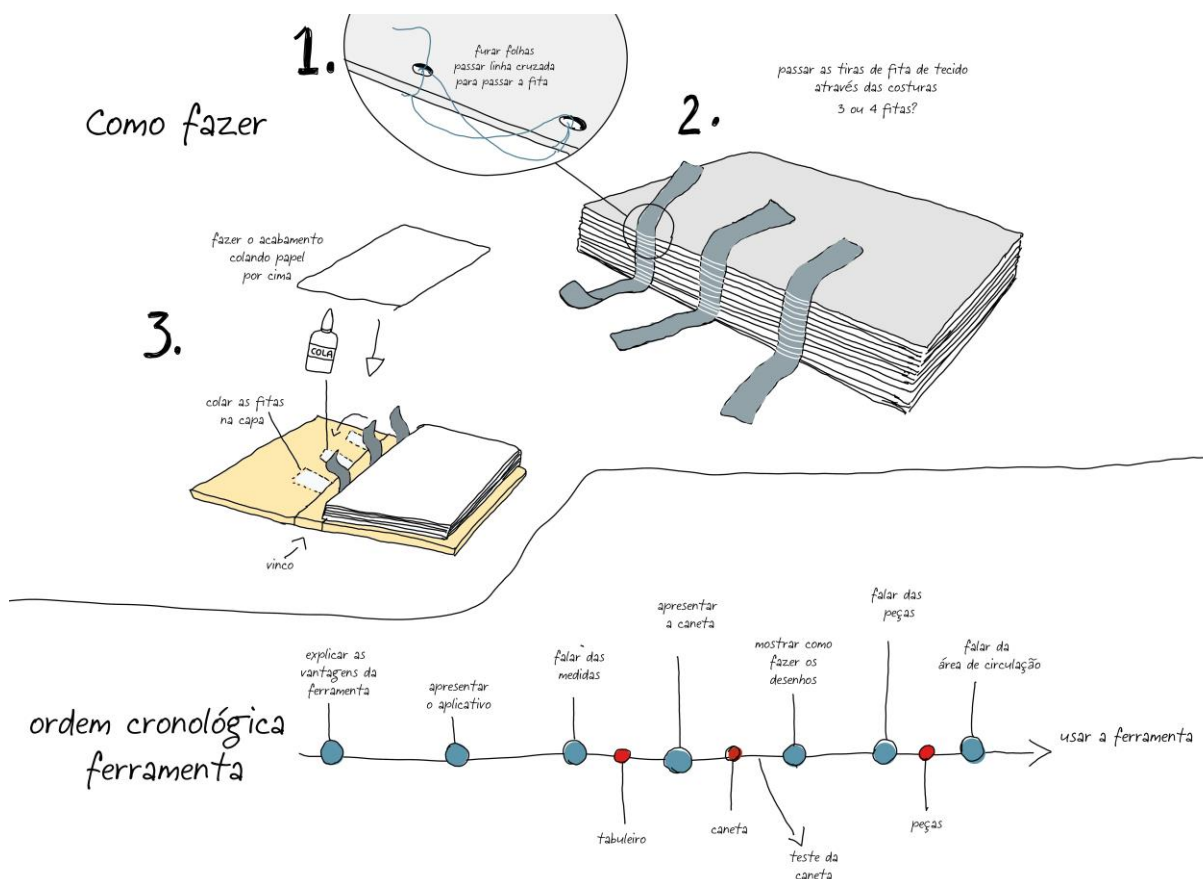


Fonte: a autora (2020)

A quantidade de informações que se julgou necessário incluir nas instruções, fez com que fosse reavaliada a ideia de apresentação desta ferramenta, inicialmente pensada como uma embalagem para acondicionar o tabuleiro e as cartelas. Concentrando os esforços no norte das experiências, surgiu a ideia de subverter a ordem das coisas: trazer as peças da ferramenta para dentro das instruções, transformando a embalagem em conteúdo. Desta forma, seria possível comunicar as instruções, possibilitar os testes com a caneta, apresentar o tabuleiro e explicar as cartelas, passo-a-passo, de uma forma mais divertida e interativa. O formato escolhido foi um livro, porque as peças poderiam ir sendo descobertas ao longo das

páginas das instruções. A partir destas escolhas, foram feitos alguns esboços para visualizar a ideia.

Figura 42 - Esboço da ferramenta



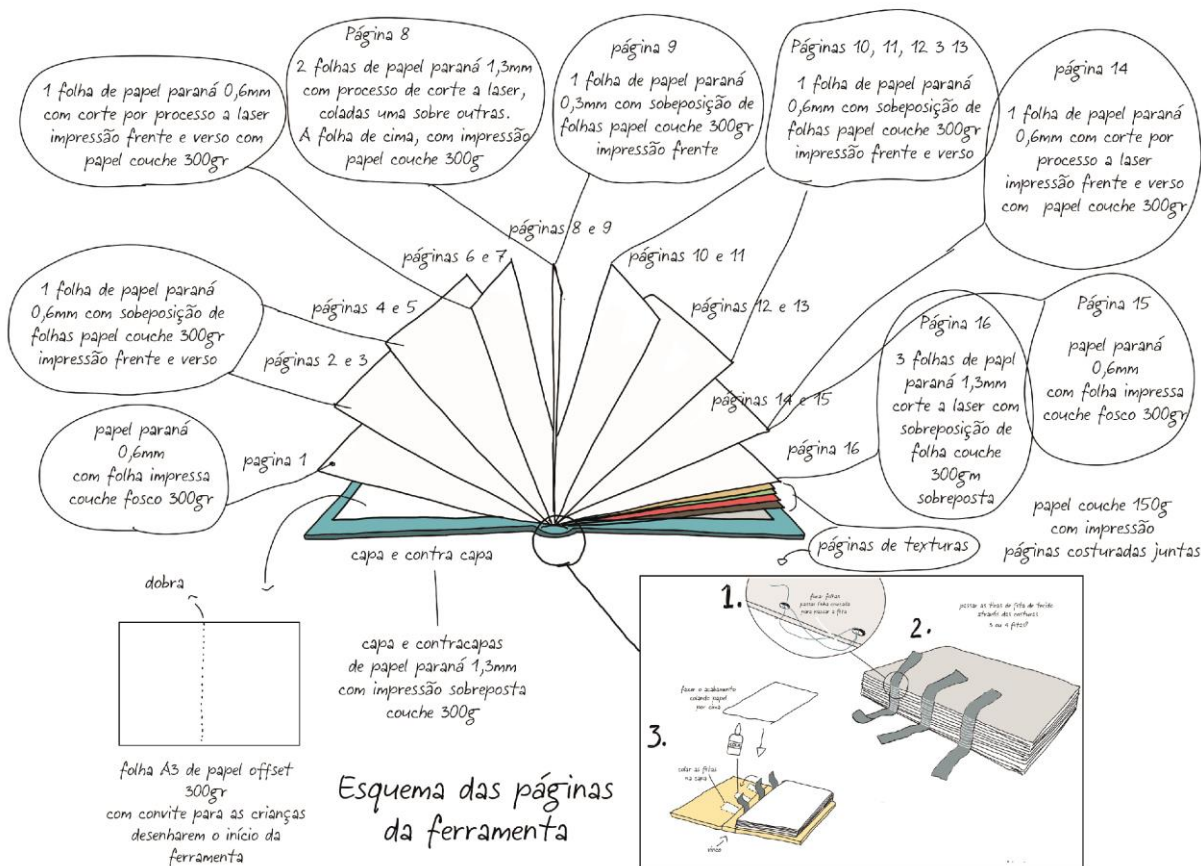
Fonte: a autora (2020)

Com o conteúdo organizado, faltava definir a forma como seria apresentado.

De todas as ferramentas imaginadas, sabia-se que esta, em particular, era uma ferramenta para adultos, mais que para crianças. Por isso, pensou-se, que, através dos processos de corte a laser, seria possível tornar o conteúdo mais atrativo para as crianças também. Por isso, a forma de apresentação da ferramenta deveria ter uma linguagem simples com a inserção de ilustrações. Para o tabuleiro caber dentro do livro, escolheu-se o tamanho de 29 cm x 21 cm.

Ao longo do desenvolvimento das peças gráficas, foram surgindo ideias de vazados que foram acrescentadas ao projeto gráfico. Quanto á caneta, a intenção da projetista era colocá-la, assim como as demais peças, dentro do livro. Porém não foi encontrada uma caneta fina o suficiente para isto. Então pensou-se em um saco de tecido, que depois, poderia acondicionar as peças destacáveis.

Figura 43 – Montagem e peças gráficas da ferramenta Organizando o Espaço



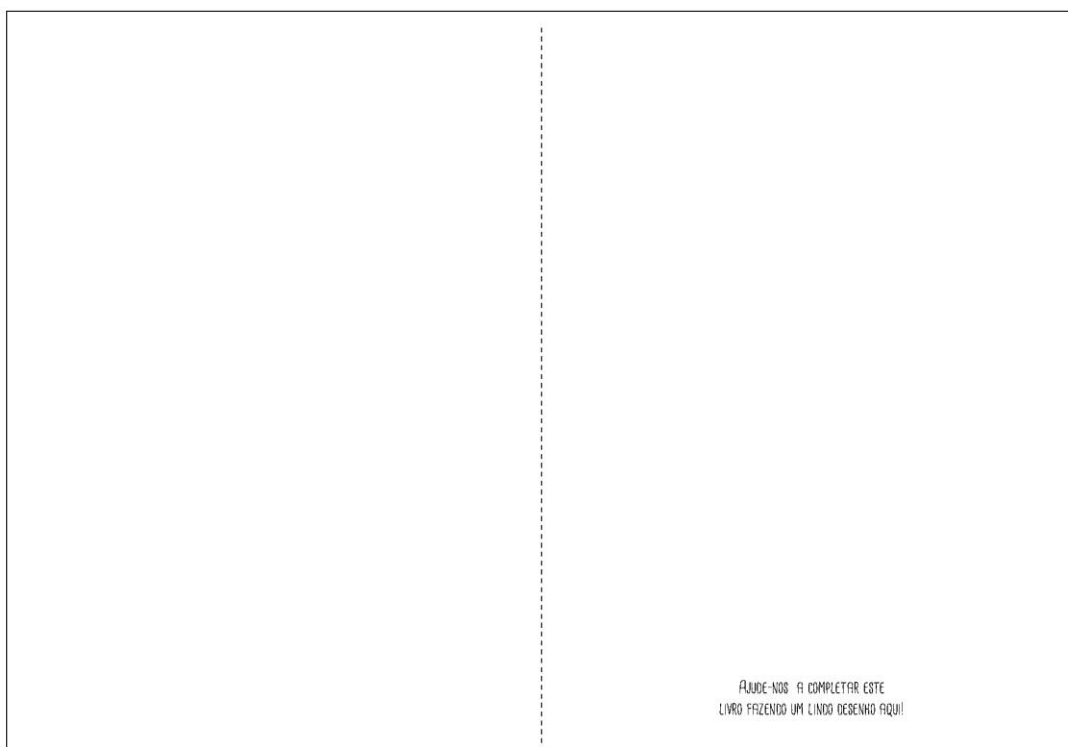
legenda

— corte  
- - - - - dobra



contra capa

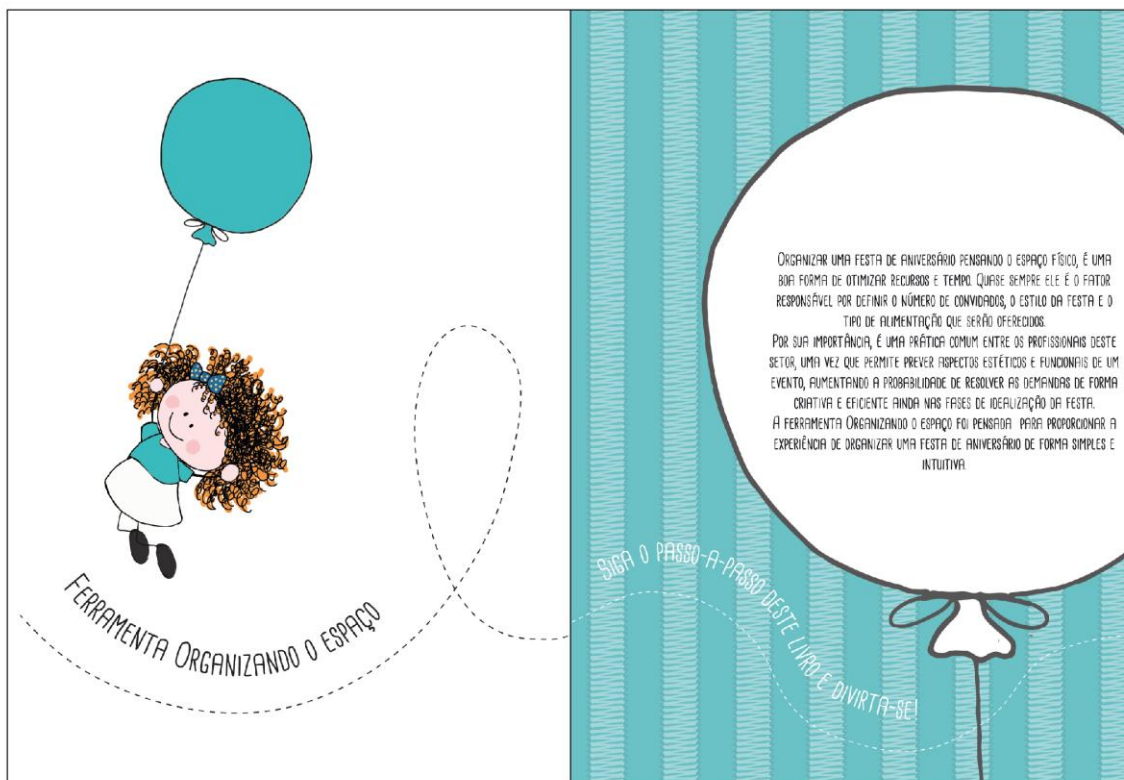
capa



AJUDE-NOS A COMPLETAR ESTE  
LIVRO FAZENDO UM LINDO DESENHO AQUI!

páginas de rosto





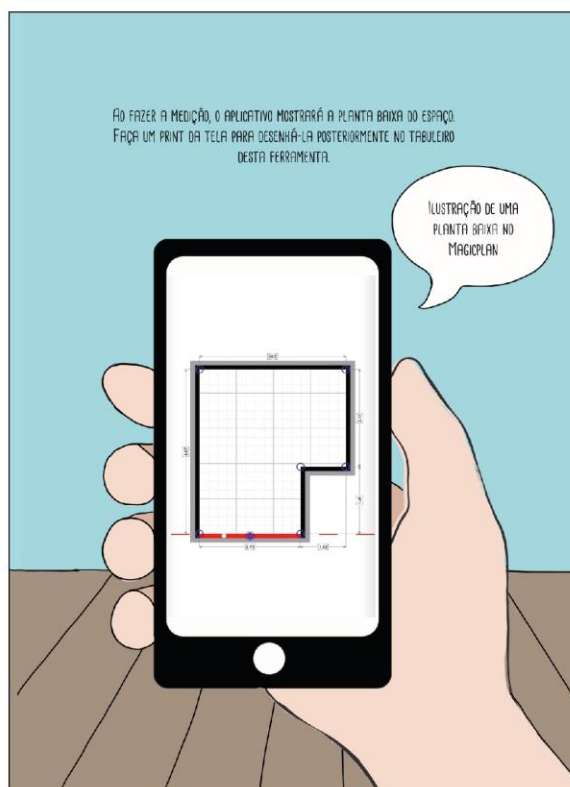
página 1

página 2



página 3


página 4



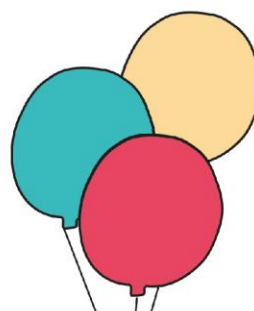
página 5

## MEDIDAS E CORRESPONDÊNCIAS

DA MESMA FORMA QUE O APLICATIVO, OS QUADRADOS MAIORES DO TABELAÇO CORRESPONDEM A 1 METRO. OS QUADRADOS MENORES (COM LINHAS PONTILHADAS), CORRESPONDEM A 0,25M.

1 METRO  : 0,25 METROS

A ESCALA UTILIZADA É 1:50!



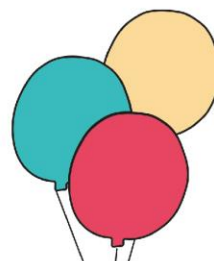
página 6

## MEDIDAS E CORRESPONDÊNCIAS

DA MESMA FORMA QUE O APLICATIVO, OS QUADRADOS MAIORES DO TABELAÇO CORRESPONDEM A 1 METRO. OS QUADRADOS MENORES (COM LINHAS PONTILHADAS), CORRESPONDEM A 0,25M.

1 METRO  : 0,25 METROS

A ESCALA UTILIZADA É 1:50!

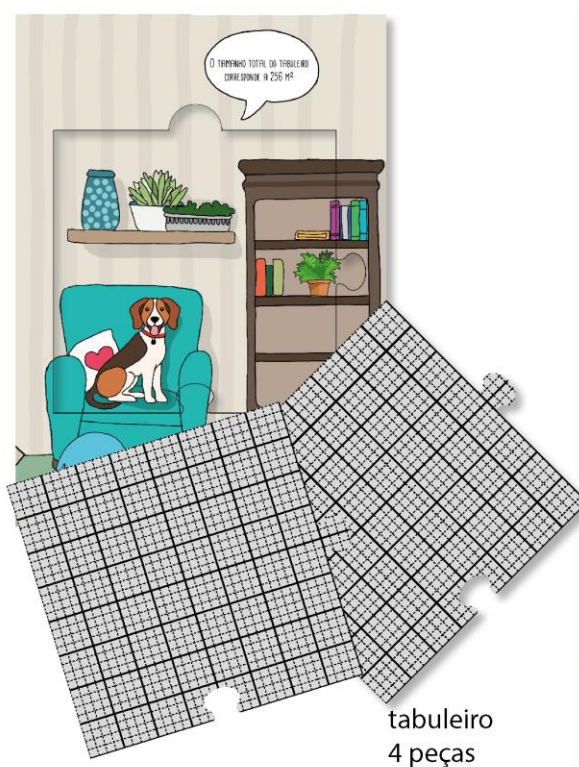


visualização da página 6 no livro

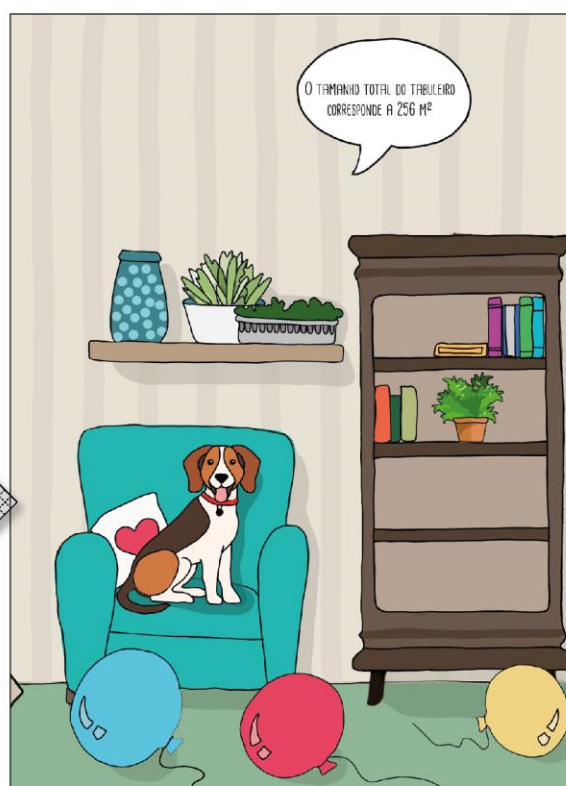


página 7

página 8, parte da frente



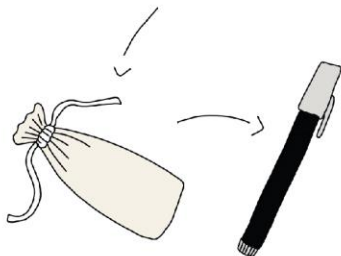
visualização da página 8 no livro



página 8, parte de trás



A CANETA QUE VOCÊ VAI USAR PARA RISCAR E DESENHAR NO TABULEIRO ESTÁ DENTRO DESTA EMBALAGEM!



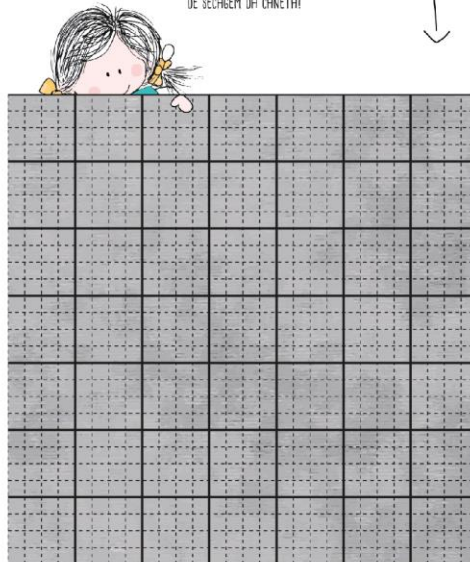
DEPOIS DE SECAR, A TINTA SAI COMPLETAMENTE!  
É SÓ PASSAR UM PANO SECO SOBRE A SUPERFÍCIE DO TABULEIRO PARA REMOVÊ-LA.

**PORÉM,**

SE A TINTA NÃO ESTIVER SECA, AO PASSAR O PANO, O TABULEIRO PODE MANCHAR.  
VAMOS FAZER ALGUNS TESTES ANTES DE COMEÇAR?

TESTE A CANETA AQUI!

RABISQUE E APAGUE DIVERSAS VEZES PARA RECONHECER O TEMPO DE SECAGEM DA CANETA!

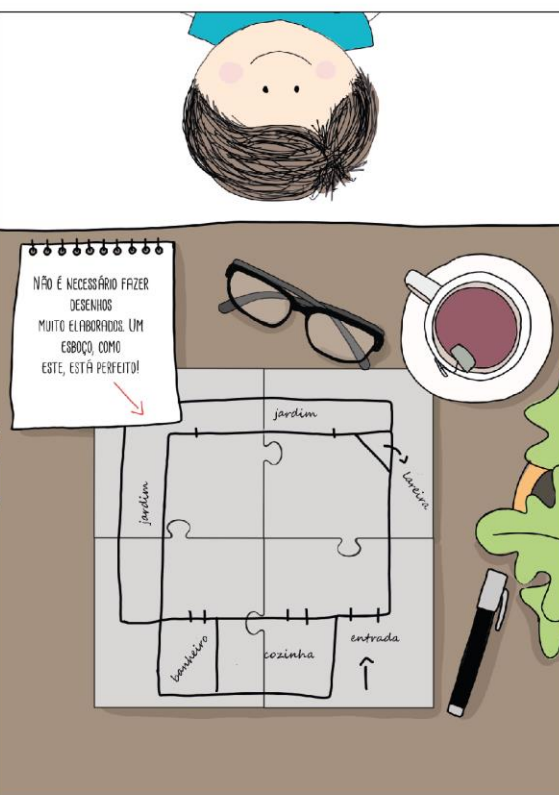


página 9

página 10

## 2. DESENHANDO A PLANTA!

COMECE A DESENHAR A PLANTA NO TABULEIRO, CONFORME AS MEDIDAS QUE VOCÊ OBTIVE NO APLICATIVO. GUIE-SE PELA MARCAÇÃO DOS QUADRADOS MENORES, QUE CORRESPONDEM A 0,25M E PELOS QUADRADOS MAIORES, QUE CORRESPONDEM A 1 METRO.



página 11

página 12

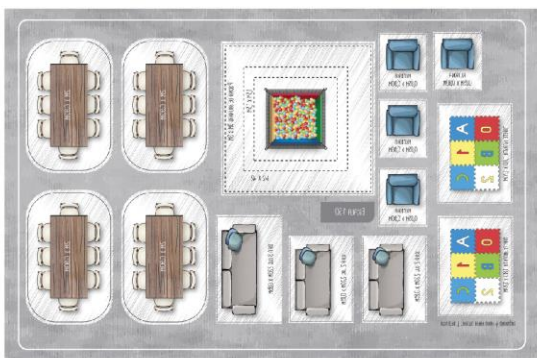


### 3. AS PEÇAS DAS CARTELAS

GERALMENTE, QUANDO FAZEMOS UMA FESTA EM CASA, É COMUM UTILIZARMOS O MOBILIÁRIO QUE HÁ NO LOCAL, ADAPTANDO-O A DIFERENTES USOS. EMBORA HAJA NO MERCADO UMA DIVERSIDADE DE ESTILOS E FORMATOS DE CADEIRAS, MESAS E LOUNGES, ESTES ARTIGOS SEGUEM UM PADRÃO DE MEDIDA COM LIGEIRAS VARIÁÇÕES.

ESTE PADRÃO FOI REPASSADO CUIDADOSAMENTE PARA AS PEÇAS. ASSIM, QUALQUER QUE SEJA O TIPO DE MOBILIÁRIO QUE VOCÊ TEM EM SUA CASA OU SALÃO DE FESTAS, ELE PODERÁ SER UTILIZADO NAS QUANTIDADES DETERMINADAS CONFORME AS IMAGENS.

ISTO SE APLICA A TODAS AS PEÇAS QUE COMPÕE ESTA FERRAMENTA.



página 13

### O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE AS PEÇAS

TODAS AS PEÇAS ESTÃO EM ESCALA, E SEUS RESPECTIVOS TAMANHOS ESTÃO ASSINALADOS. PORÉM VOCÊ VERÁ QUE, APESAR DO TAMANHO ESTAR CORRETO, HÁ UMA FAIXA BRANCA AO REDOR DAS PEÇAS.

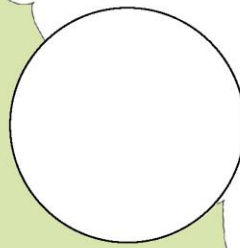
ESTE ESPAÇO EM BRANCO É MUITO IMPORTANTE!

CONDIÇÃO COM A ÁREA NECESSÁRIA PARA A CIRCULAÇÃO DE PESSOAS DURANTE A FESTA.



DESTA FORMA, AO COLOCAR AS PEÇAS NO TABULEIRO, VOCÊ PODE ENCAIXAR UMA PEÇA NA OUTRA (OU NA MARGEM DO DESENHO DAS PAREDES) COM SEGURANÇA.

ALGUMAS PEÇAS TEM MAIS DE UMA MEDIDA. ISTO OCORRE PORQUE ESTES MATERIAIS SÃO COMERCIALIZADOS EM DIFERENTES DIMENSÕES.



RECORTE NA LINHA PONTILHADA O TAMANHO QUE MAIS SE ADEQUA À SUA NECESSIDADE.

UTILIZE ESTE RECURSO SOMENTE NOS MATERIAIS QUE POSSUEM O ÍCONE DA TESOURA.

página 14

### O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE AS PEÇAS

TODAS AS PEÇAS ESTÃO EM ESCALA, E SEUS RESPECTIVOS TAMANHOS ESTÃO ASSINALADOS. PORÉM VOCÊ VERÁ QUE, APESAR DO TAMANHO ESTAR CORRETO, HÁ UMA FAIXA BRANCA AO REDOR DAS PEÇAS.

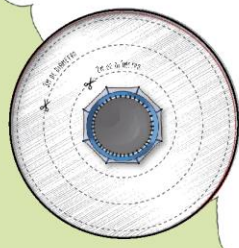
ESTE ESPAÇO EM BRANCO É MUITO IMPORTANTE!

CONDIÇÃO COM A ÁREA NECESSÁRIA PARA A CIRCULAÇÃO DE PESSOAS DURANTE A FESTA.



DESTA FORMA, AO COLOCAR AS PEÇAS NO TABULEIRO, VOCÊ PODE ENCAIXAR UMA PEÇA NA OUTRA (OU NA MARGEM DO DESENHO DAS PAREDES) COM SEGURANÇA.

ALGUMAS PEÇAS TEM MAIS DE UMA MEDIDA. ISTO OCORRE PORQUE ESTES MATERIAIS SÃO COMERCIALIZADOS EM DIFERENTES DIMENSÕES.



RECORTE NA LINHA PONTILHADA O TAMANHO QUE MAIS SE ADEQUA À SUA NECESSIDADE.

UTILIZE ESTE RECURSO SOMENTE NOS MATERIAIS QUE POSSUEM O ÍCONE DA TESOURA.

visualização da página 14 no livro

### 3. MONTANDO OS ESPAÇOS DA FESTA

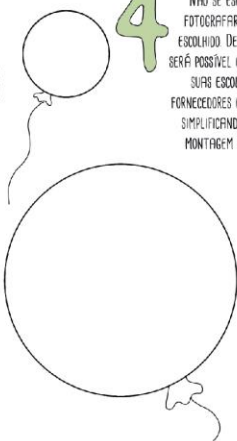
DESTAQUE AS PEÇAS DAS CARTEIRAS E UTILIZE-AS PARA FAZER DIFERENTES COMBINAÇÕES DE LAYOUT PARA A SUA FESTA

#### DICAS:

- 1 SE A SUA FESTA FOR À TARDE, É POSSÍVEL COLOCAR MAIS CADEIRAS AO REDOR DAS MESAS DE CONVIDADOS. SE FALTAR ESPAÇO, ESTA É UMA ÓTIMA OPÇÃO.
- 2 EVITE COLOCAR A MESA DE PARABÉNS CONTRA A LUZ. NAS FOTOS, TUDO FICARÁ ESCURO.
- 3 LEMBRE-SE DE COLOCAR, PERTO DO ESPAÇO DE BRINCADEIRAS DAS CRIANÇAS DE COLO, ALGUMAS CADEIRAS OU BRANOS PARA AS MAMÃES FICAREM CONFORTÁVEIS ENQUANTO ACOMPANHAM SEUS BEBÊS.
- 4 NÃO SE ESQUEÇA DE FOTOGRAFAR O LAYOUT ESCOLHIDO. DESTA FORMA, SERÁ POSSÍVEL COMPARTILHAR SUAS ESCOLHAS COM FORNECEDORES E FAMILIARES, SIMPLIFICANDO O DIA DA MONTAGEM DA FESTA.

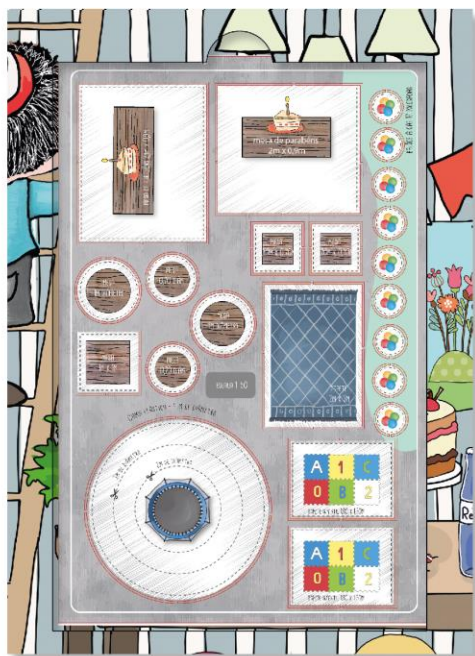
#### IMPORTANTE:

AS PÁGINAS FINAIS CONTÊM ALGUMAS TEXTURAS PARA VOCÊ CRIAR MÓVEIS E ÁREAS EXTERNAS. AS TEXTURAS ESTÃO COM O MESMO GABARITO DO TABELAÇO, ONDE OS QUADRADOS MAIORES CORRESPONDEM A 1 METRO E OS QUADRADOS MENORES, COM LINHAS PONTILHADAS, CORRESPONDEM A 0,25 M. É SÓ RECORTAR NO TAMANHO DESEJADO E UTILIZAR SUAS CRIAÇÕES PARA COMPLEMENTAR O CENÁRIO DA FESTA.



página 15

página 16, parte da frente

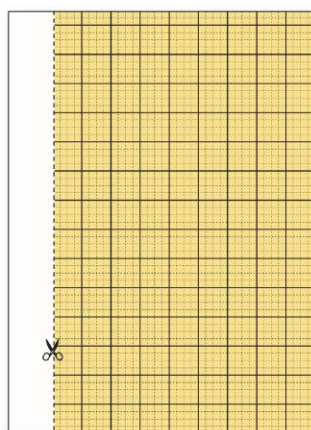
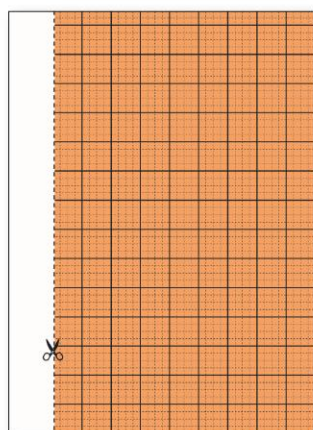
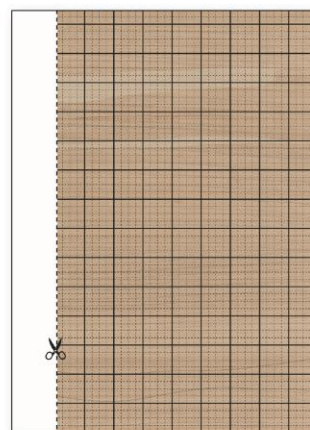
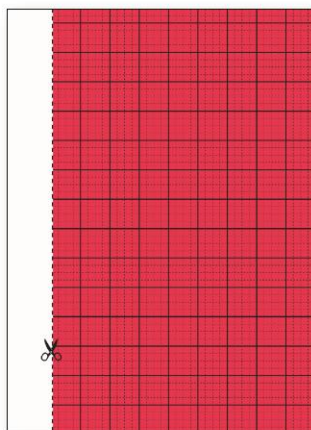
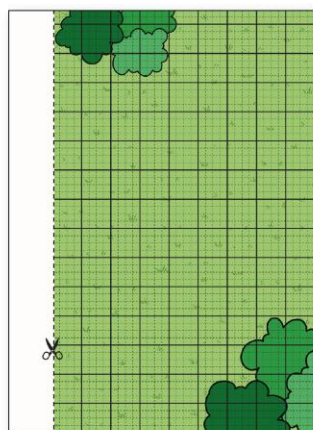
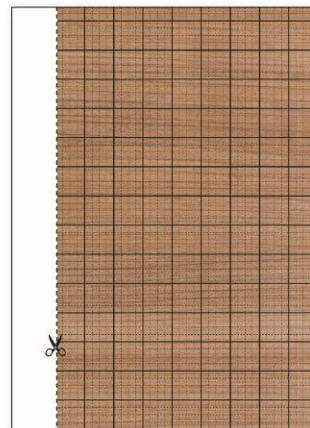
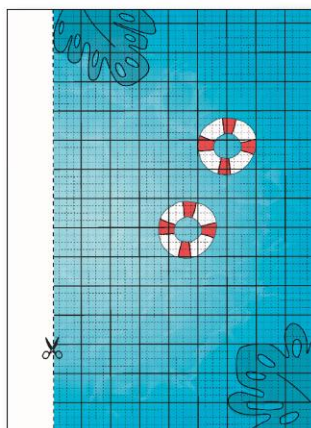
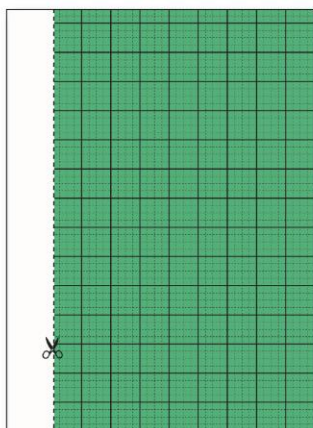


visualização da página 16 no livro



página 16, parte de trás



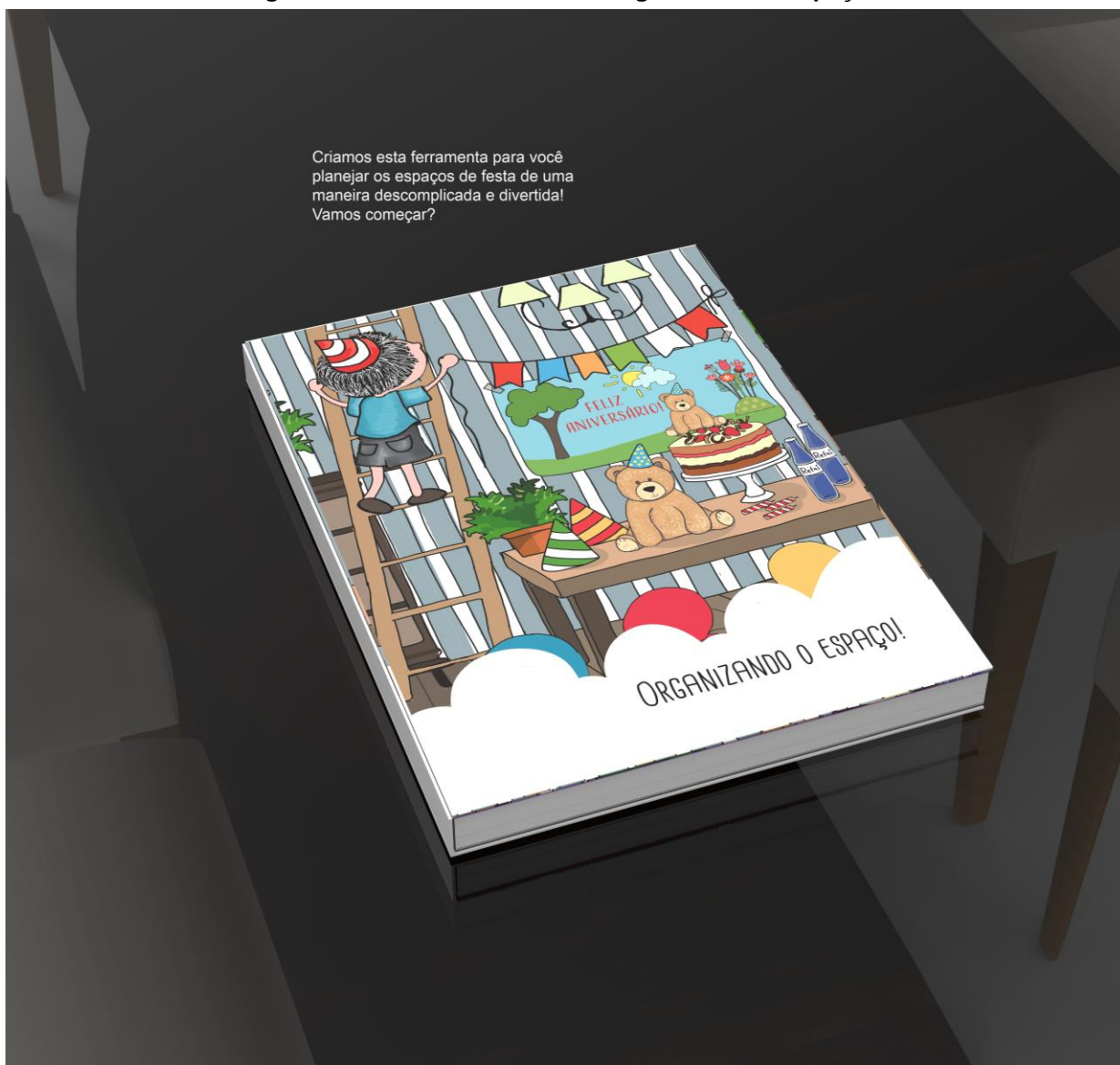


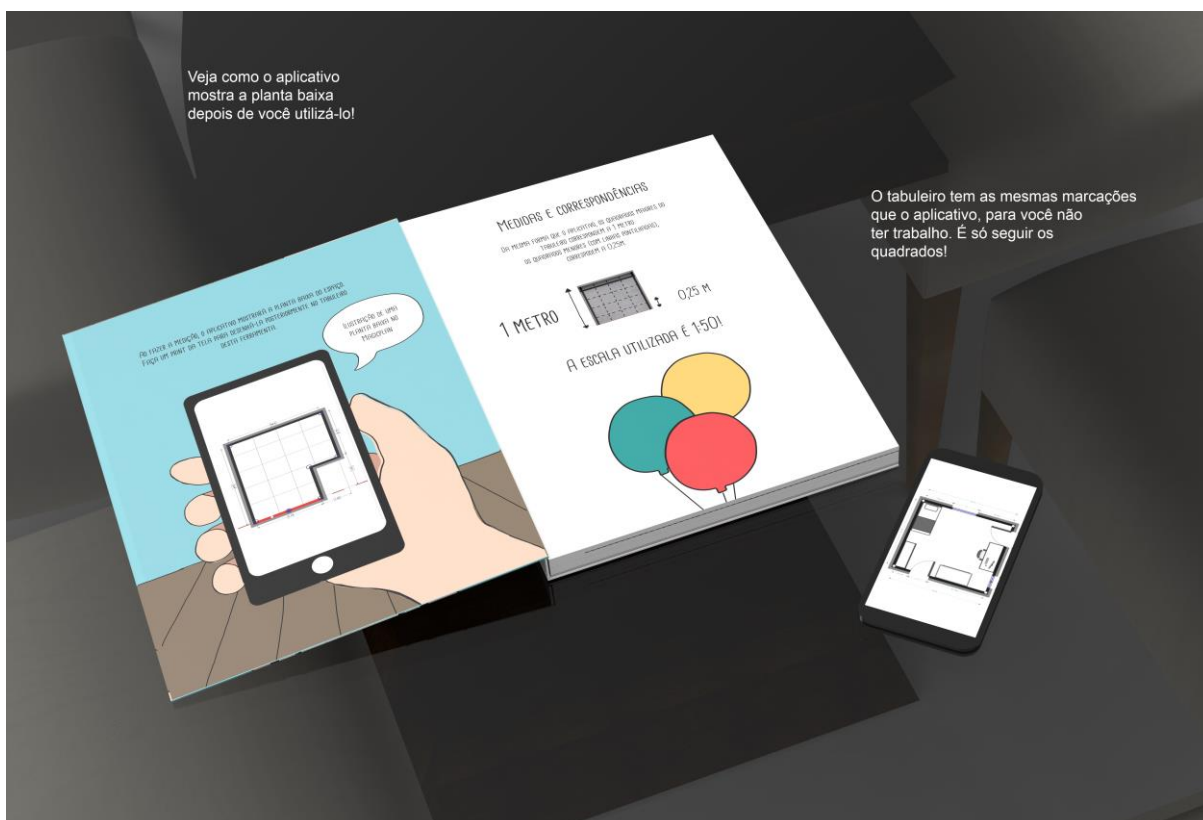
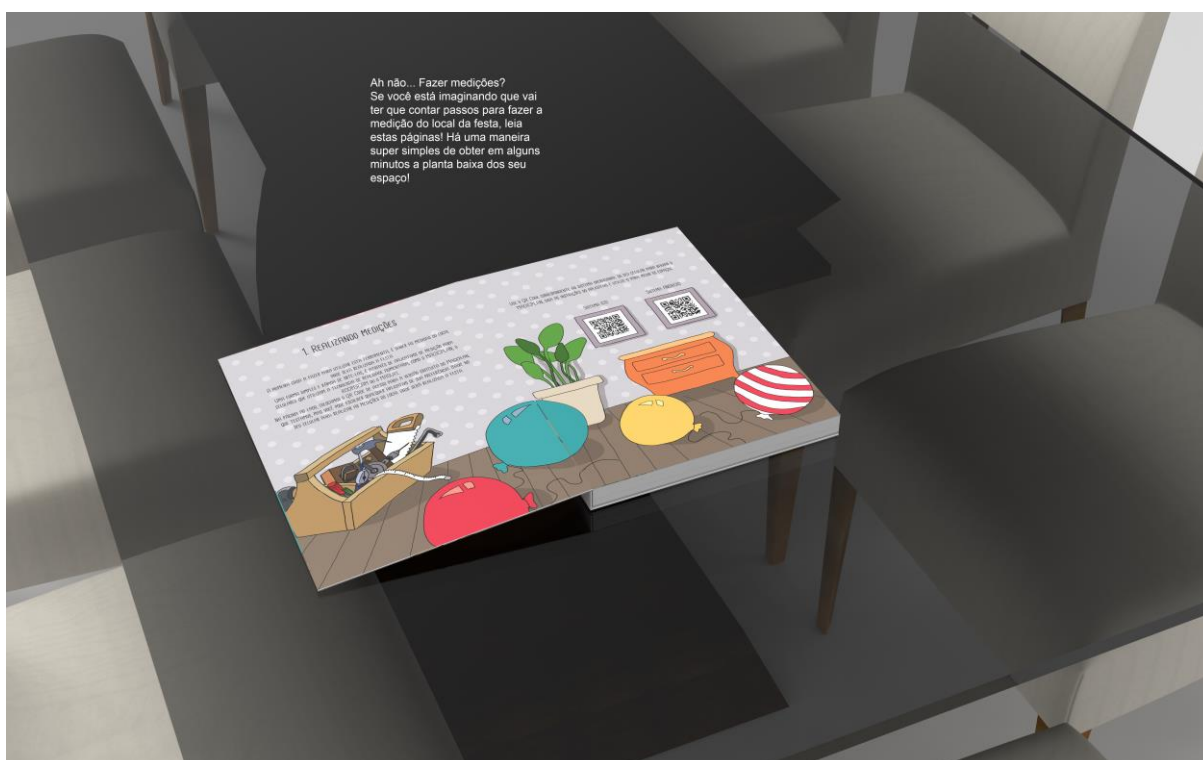
texturas para recortar  
móveis e objetos  
tamanho das páginas  
29 cm x 21 cm

#### 7.2.4 Os Usos da Ferramenta

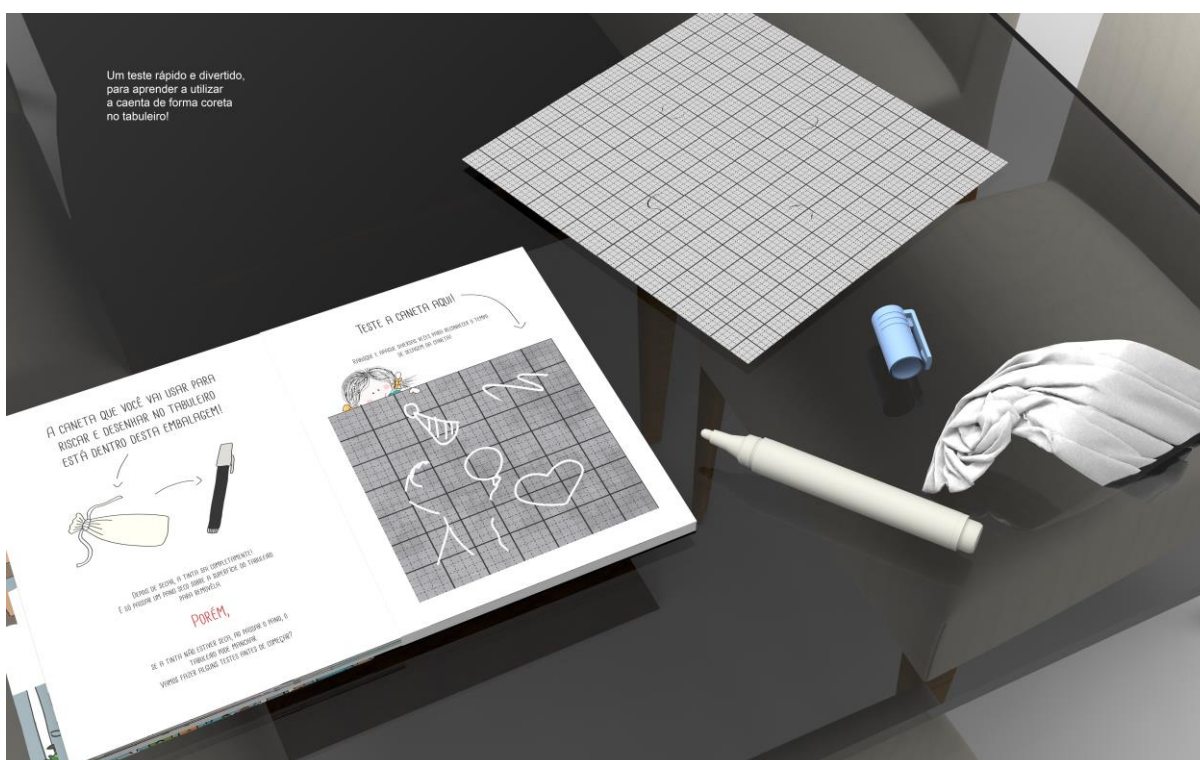
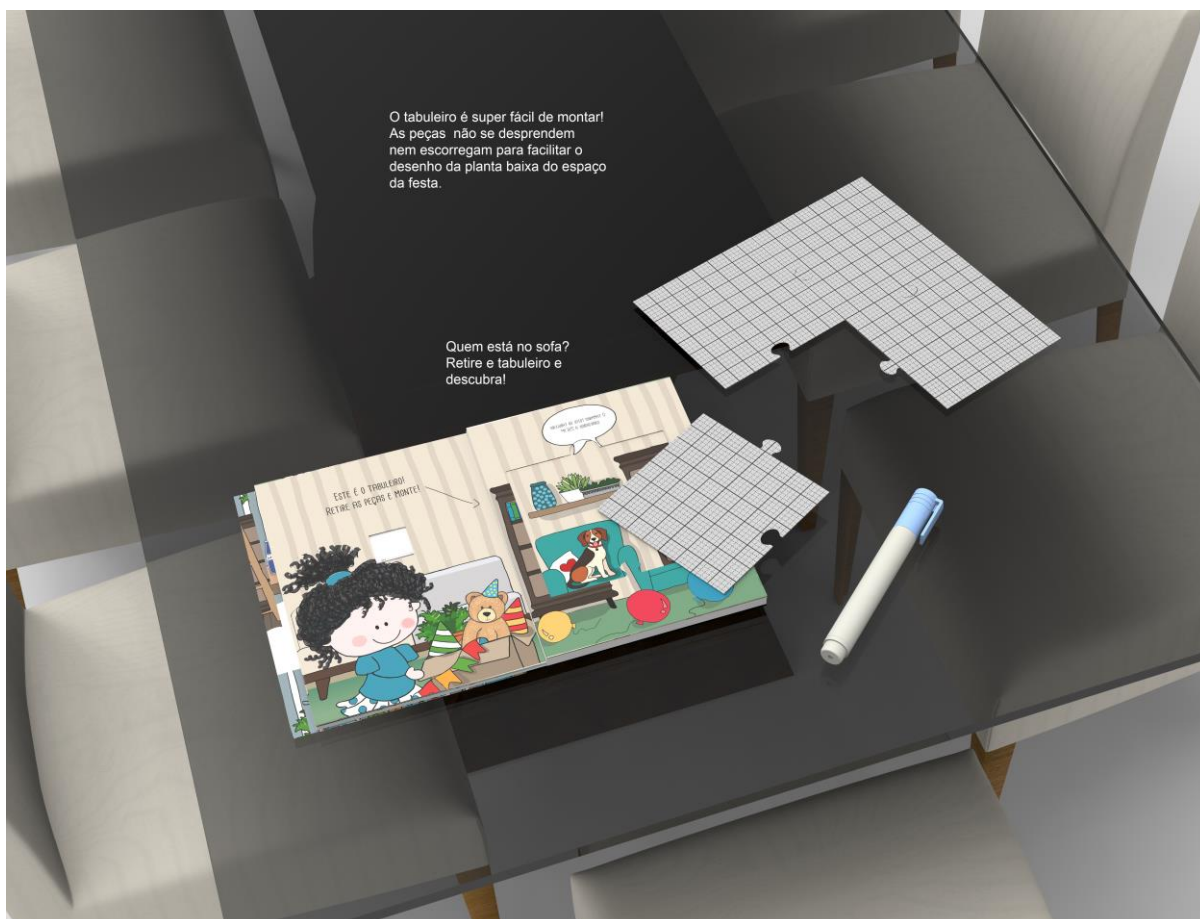
Qual é o melhor *layout* para a sua festa? A ferramenta Organizando o Espaço vai ajudar você a encontrar a resposta! A partir de técnicas utilizadas por profissionais do setor de eventos, criamos uma maneira descomplicada e divertida para você testar diferentes formas de organizar os espaços da festa.

**Figura 44 - Usos da ferramenta Organizando o Espaço**



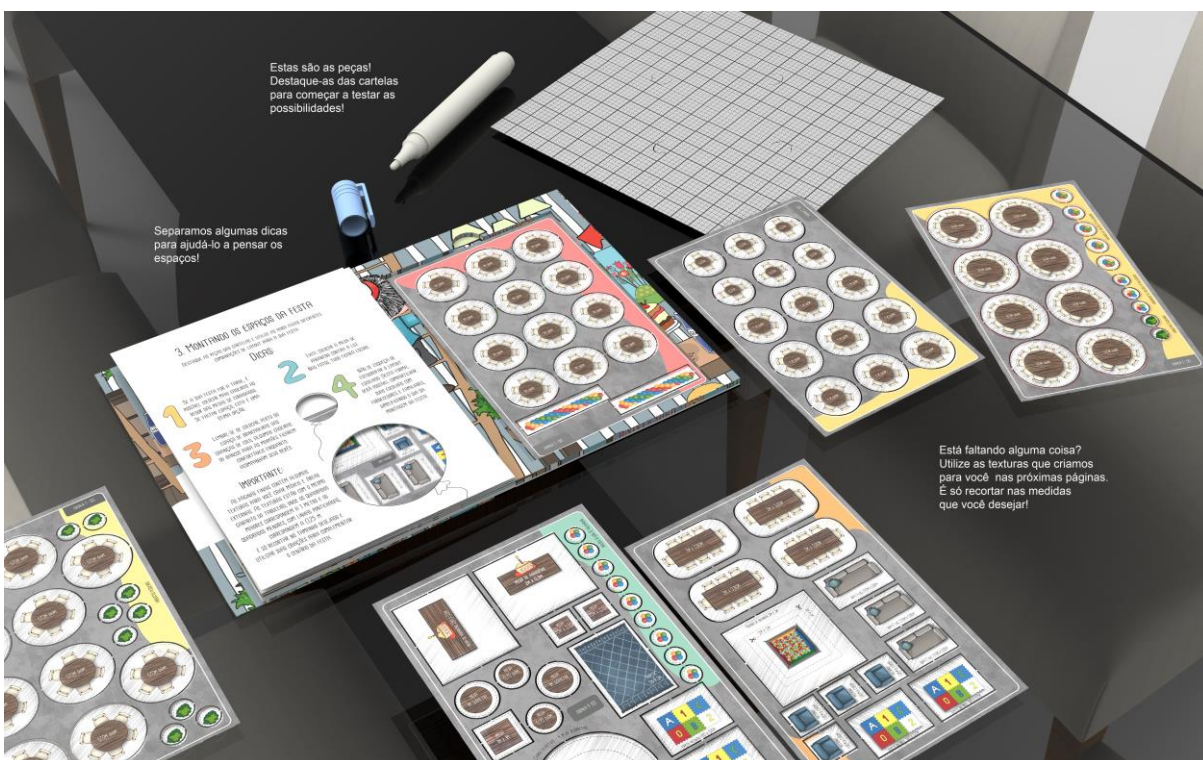








Não é preciso ser um profissional para desenhar a planta baixa, um esboço está ótimo!

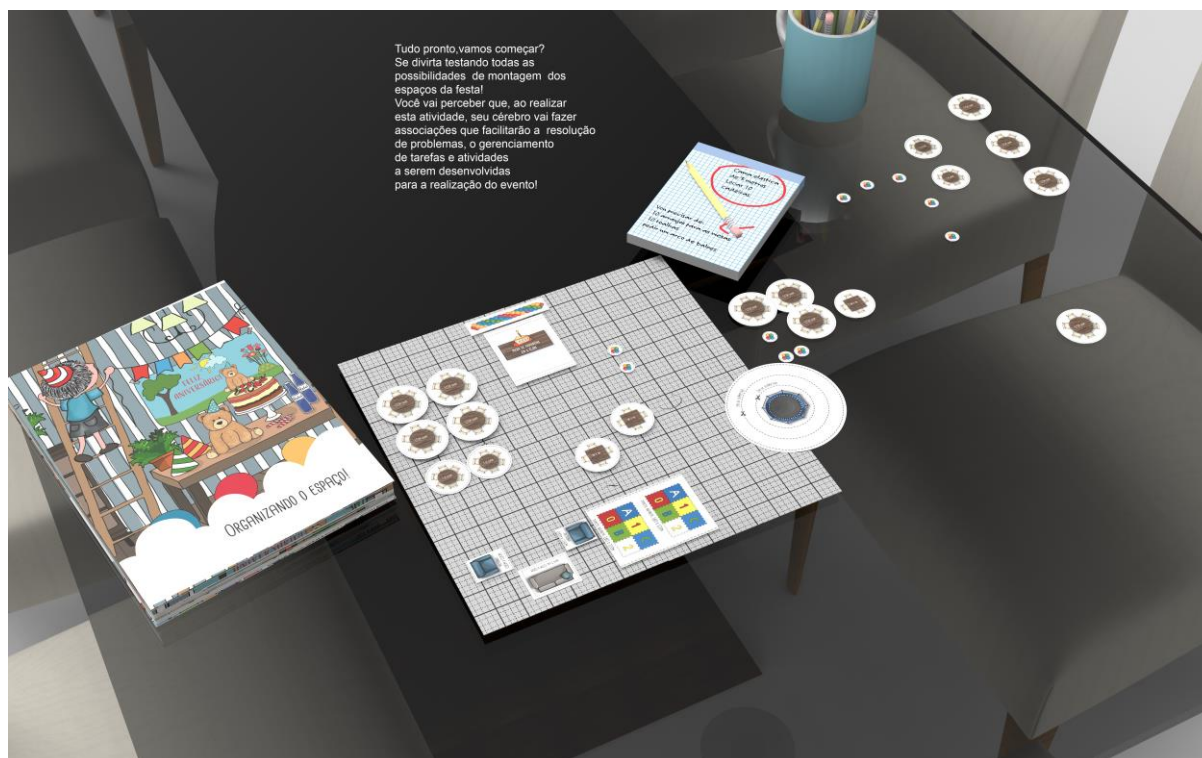


Estas são as peças! Destaque-as das cartelas para começar a testar as possibilidades!

Separamos algumas dicas para ajudá-lo a pensar os espaços!

Está faltando alguma coisa? Utilize as texturas que criamos para você nas próximas páginas. É só recortar nas medidas que você desejar!





Fonte: a autora (2020)

### 7.3 A FERRAMENTA DECORAÇÃO DA FESTA

O Design estratégico, enquanto área de atuação que se liga à valores materiais, imateriais e simbólicos, tem possibilitado que a intencionalidade do agir projetual adentre na solução de problemas cada vez mais abrangentes.

Embora saiba-se que a experiência é algo que foge a dimensão do projetista, e que, portanto, se insere no campo das abstrações do fazer projetual, a intencionalidade, ao contrário, encontra tangibilidade na fase de materialização do projeto, a partir da percepção da realidade que cerca o autor.

Sabe-se que as escolhas dos cenários temáticos são uma parte importante elaboração da festa, uma etapa em que as crianças participam ativamente das tomadas de decisão. Porém, estas escolhas geralmente são pautadas no universo do que se apresenta a elas. O que corresponde, na maioria das vezes, ao conteúdo da mídia e da cultura de consumo. E, tais conteúdos, como apontou Fortuna (2002) acabam por inibir as crianças de vivenciarem o lúdico, descobrirem-se a si mesmas, e desenvolverem a criatividade, porque preconizam a posse e o consumo.

Daí a razão do baralho com sugestões de temas. Uma chance de dar voz e vez ao imaginário infantil, um artefato para as crianças se aventurarem em direções



diferentes. Da mesma forma, oportunizar o diálogo entre pais e filhos, auxiliando a construção de um mundo de possibilidades para a festa.

Desta forma, as intenções desta ferramenta giraram em torno de incentivar a exploração de novas possibilidades quanto às escolhas de cenários temáticos e, em segundo plano, favorecer alternativas à presença da mídia nas festas de aniversário infantil e à cultura de consumo. Porém, se reitera aqui a convicção de que, apesar de todos os esforços (ainda assim) tudo são suposições no campo das experiências.

Para gerar ideias que dialogassem com estas intenções, novamente recorreu-se aos mapas mentais.

Figura 45 - Mapa mental da ferramenta Decoração da festa



Fonte: a autora (2020)

A partir do mapa mental surgiram algumas ideias para dar forma ao conteúdo do baralho. Primeiramente, foi definido que os naipes das cartas corresponderiam a três seções distintas: temas de festas, dicas para fazer itens de decoração e uma cartela de cores para a festa. Ainda faltaria definir o que seria o coringa.

Diferentemente das cartas tradicionais, onde os naipes e números se encontram na mesma face, optou-se por colocar as seções de um lado e o conteúdo do outro. Também se aumentou um pouco o tamanho das peças a fim de melhorar a visualização de adultos e crianças e obter um melhor aproveitamento do papel, o que resultou em medidas de 10,5 cm x 7,4 cm.

### 7.3.1 Os Temas de Festas

Para compor as sugestões, foi elaborada uma divisão por cenários a fim de facilitar a identificação de temas para as festas. Como esta divisão mostrou-se muito pertinente, optou-se por incluí-la no conteúdo das cartas, originando mais dois naipes. A justificativa desta inserção seria estimular a criatividade, não somente em relação aos temas, mas aos cenários à que eles pertenceriam.

Os cenários escolhidos foram festas no mar, festas na cidade e festas na floresta e no campo. No conteúdo, decidiu-se colocar sugestões de personagens e objetos que poderiam fazer parte da decoração, com intuito de inspirar pais e crianças sobre as possibilidades de cada um dos temas. Também foram pensadas ilustrações para auxiliar este processo. As ilustrações foram feitas com o auxílio de uma caneta digital, no programa Photoshop.

### 7.3.2 A Cartela de Cores, as Dicas de Decoração e a Carta Coringa

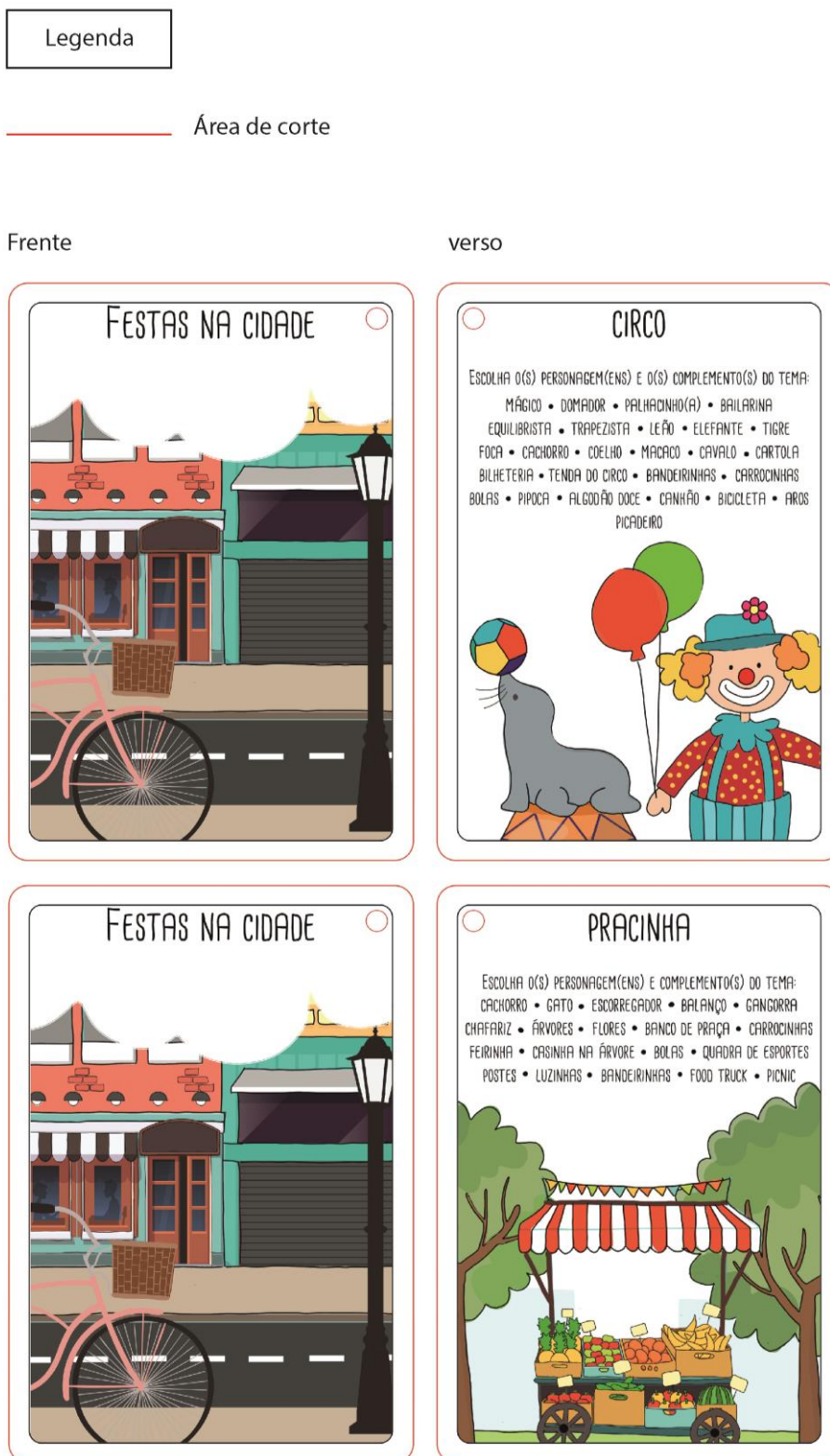
A cartela de cores foi elaborada a partir dos temas escolhidos para o baralho e a seleção foi realizada no computador. Posteriormente, foram feitos alguns testes de impressão para ajustar as tonalidades.

Quanto às dicas de decoração, foram realizadas pesquisas de referências visuais de diferentes estilos de mesas temáticas e cenários antes de elaborar os conteúdos das cartas. Estas dicas foram pensadas para auxiliar a materialização das ideias que poderiam surgir a partir das escolhas dos temas.

No decorrer dos processos de pesquisa e materialização das cartas, surgiu a ideia de o Coringa ser uma carta/atividade para inspirar ainda mais a ideia de um tema diferente, que fosse uma mistura dos personagens e cenários contidos nas cartas. Assim, se desenvolveu um pequeno passo-a-passo de como isto poderia ser feito. Por fim, adicionou-se também, um corte circular com 0,50cm de diâmetro a fim

de possibilitar a inserção de uma fita ou corrente para que o baralho pudesse se transformar em uma cartela. Ao todo, foram elaboradas 64 cartas.

**Figura 46 - A ferramenta Decoração da festa**



## FESTAS NA CIDADE



## JARDIM

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 CACHORRO • GATO • JOANINHA • CARACOL • SAPO • RATINHO  
 PASSARINHO • BORBOLETA • COELHO • ABELHA • TARTARUGA  
 CORUJA • ESQUILO • FORMIGA • ÁRVORES • FLORES • CASINHAS  
 COGUMELOS • CERQUINHA • REGADOR • CARRINHO • BOTAS  
 BALANÇO • BANCO • VASOS • CATAVENTOS • TRONCOS  
 UTENSÍLIOS DE JARDINAGEM



## FESTAS NA CIDADE



## MÚSICA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 CANTOR • INSTRUMENTISTA • PLATEIA • VIOLÃO • VIOLINO  
 PIANO • TECLADO • SAXOFONE • VIOLÃO CELO • TROMBETA  
 BATERIA • GUITARRA • SANFONA • CHOCALHO • RÁDIO • DISCOS  
 NOTAS MUSICAIS • PRATAS MUSICAIS • MICROFONE • HEADPHONE  
 TAMBOR • BAQUETAS • PALCO • CAIXAS DE SOM • VITROLA

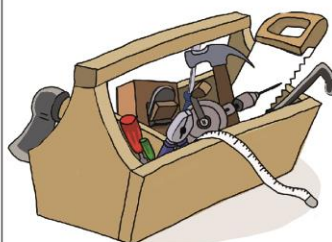


## FESTAS NA CIDADE



## MÃOS A OBRA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 CONSTRUTOR • CAPACETE • SERROTE • ESCADA • FURADEIRA  
 MARTELO • BETONEIRA • ESCAVADEIRA • GUINDASTE • TIJOLOS  
 MURO • CIMENTO • LATAS DE TINTA • CAIXA DE FERRAMENTAS  
 SINALIZAÇÃO • CARRINHO DE OBRAS • TRATOR • CHAVE DE FENDA  
 BALDE • ALICATE • EDIFÍCIOS





## FESTAS NA CIDADE



## BRINQUEDOS

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 BONECAS • BAILARINA • SOLDADINHO • ROBÔ • BICHINHO DE  
 PELÚCIA • CARRINHOS • TRENZINHO • CUBOS • BOLAS • DADOS  
 BARQUINHO • PIPA • CAVALINHO • AVIÃO • IDIÔ • FOGUETE  
 PEÇAS DE ENCAIXE • QUEBRA CABEÇA • XILOFONE • TAMBOR

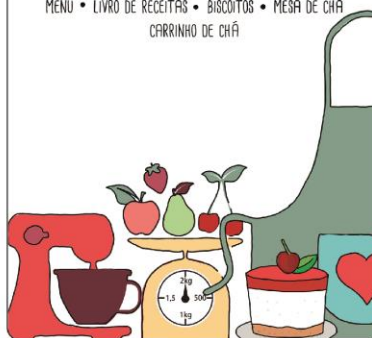


## FESTAS NA CIDADE



## COZINHA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 CHEF • CHAPÉU DO CHEF • BATEDEIRA • GELADEIRA • FOGÃO  
 PANELAS • AVENTAL • XÍCARAS • BULES • FLORES • PIRULITOS  
 CUPCAKES • BOLOS • PADARIA • CONFEITARIA • RELOÓGIO  
 BALANÇA • CHOCOLATES • ARMÁRIOS • COLHER DE PAU  
 RALADOR • TÁBUA • SORVETE • LIQUIDIFICADOR • INGREDIENTES  
 MENU • LIVRO DE RECEITAS • BISCOITOS • MESA DE CHÁ  
 CARRINHO DE CHÁ



## FESTAS NA CIDADE



## PINTANDO O SETE

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 MENINO • MENINA • PROFESSOR(A) • AQUARELA • CAVALETE  
 LIVROS • PINCEIS • CADERNO • ESCOLA • ÔNIBUS ESCOLAR  
 LETRAS • MOCHILA • MAPA MUNDI • DESENHOS • GIZ DE CERA  
 LÁPIS DE COR • LATAS DE TINTA • QUADRO NEGRO • MAÇAS



## FESTAS NA CIDADE



## CINEMA

ESCOLHA O(S) OBJETOS E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 FILMADORA • CLAQUETE • MICROFONE • ROLOS DE FILME  
 HOLOFOTES • PIPOCA • ESTATUETA • ESTRELAS • MEGAFONE  
 INGRESSOS • CARTAZES • CAMARIM • SET DE FILMAGEM • TV  
 ÓCULOS • CADEIRA DO DIRETOR



## FESTAS NA CIDADE



## PARQUE DE DIVERSÕES

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 RODA GIGANTE • CARROSSEL • TRENZINHO • BILHETERIA  
 TENDAS DE BRINCADEIRAS • CARROCINHAS • EDIFÍCIOS  
 BANDEIRAS • FOOD TRUCK • BALÕES • ALGODÃO DOCE • PIPOCA  
 ÁRVORES • BANCOS



## FESTAS NA CIDADE



## MEIOS DE TRANSPORTE

ESCOLHA O(S) OBJETO(S) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 CARRO • AVIÃO • BALÃO • ÔNIBUS • TREM • NAVIO • BARCO  
 HELICÓPTERO • MOTOCICLETA • BICICLETA • SKATE • PATINETE • RUA  
 POSTES • SINALIZAÇÃO • PNEUS • ESTAÇÃO • EDIFÍCIOS • PRAÇA  
 CASAS • LOJAS • PONTES • TÚNEL • MURO • MALAS • MAPA MUNDO  
 BANDEIRAS • BIRUTA





## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA



## FAZENDA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
FAZENDEIRO(A) • VAQUINHA • CAVALO • GALINHA • RINTINHO  
PATO • PORQUINHO • JUMENTO • OVELHA • ÁRVORES • FRUTAS  
LEGUMES • CERQUINHA • PAIOL • ESPANTALHO • CELEIRO  
ENXADA • PÂ • TRATOR • CARROÇA • CARRINHO DE MÃO • FENO  
MOINHO • OVOS • REGADOR • PLANTAÇÃO



## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA



## FLORESTA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTOS DO TEMA:  
URSO PARDO • URSO BRANCO • RAPOSA • ALCE • ESQUILO • ONÇA  
GUAXINIM • CORUJA • MACAQUINHO • ÁRVORES • FOLHAS  
TRONCOS • MONTANHAS • NEVE • CABANA • CIPÓS • MACHADO  
FOGUEIRA • BARRACA • LAGO • BARCO • VARA DE PESCAR



## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA



## DE ARREPIAR

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
MONSTROS • BRUXAS • CAVEIRAS • MORCEGOS • FANTASMAS  
MÚMIAS • RATOS • CALDEIRÃO • LIVRO DE FEITIÇOS • CASA MAL  
ASSOMBRADA • CEMITÉRIO • TÚMULOS • ZUMBIS • LUA  
ARANHAS • TEIAS • VAISSOURAS • OLHOS • ABÓBORAS  
LAMPÍOES • GATO PRETO • CHAPÉU DE BRUXA • ÁRVORES SECAS  
FOLHAS SECAS

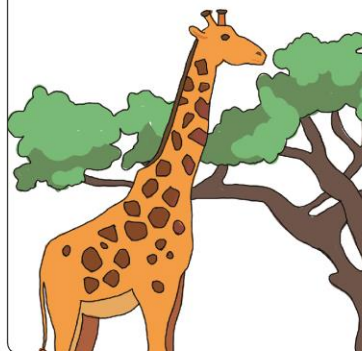


## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA

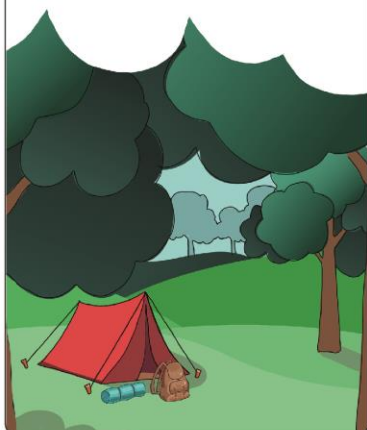


## SAFARI

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
LEÃO • GIRAFÁ • HIPOPÓTAMO • ELEFANTE • MACACO • TIGRE  
RINOCERONTE • PELICANO • JACARÉ • ZEBRA • ÁRVORES  
FOLHAS • JIPE • BARRACA • BINÓCULO • CHAPÉU • CANTIL  
MAPA • MOCHILA



## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA



## DESERTO

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
DESERTO ÁRABE:  
AREIA • OÁSIS • TENDAS • TAPETE MÁGICO • TESOUROS  
LÂMPADA DO GÊNIO • CASTELO • CAMELOS • ANFORAS • SOL  
DESERTO MEXICANO:  
LHAMAS • ÁGUA • LAGARTO • CACTUS • MONTANHAS • PEDRAS  
SOL • CHAPÉU MEXICANO • BANDEIROLAS • CAVEIRA MEXICANA  
AREIA • VIOLÃO • CHOCALHOS

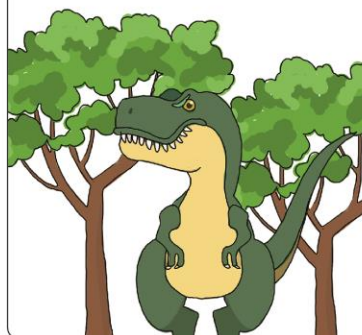


## FESTAS NA FLORESTA NO CAMPO E NA SAVANA



## DINOSSAUROS

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
TIRANOSSAURO T-REX • BRAQUIOSSAURO • VELOCIRAPTOR  
BRONTOSSAURO • TRICERÁTOPS • PTERODÁCTILO • ESTEGOSSAURO  
ÁRVORES • PALMEIRAS • FOLHAS • VULCÃO • PEGADAS  
MONTANHAS • OVOS DE DINO • ACHADOS ARQUEOLÓGICOS • MAPA



## FESTAS NO MAR



## PRAIA

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:

MENINO • MENINA • SURFISTA • SALVA VIDAS • PEIXES • SIRI  
ESTRELA DO MAR • CONCHAS • AREIA • MAR • SOL • NUVENS  
GUARDA SOL • CADEIRA DE PRAIA • BOLSA DE PRAIA • CHINELOS  
BOIAS • PRANCHA • PÉS DE PATO • ÁGUA DE COCO  
BARRAQUINHAS • BALDE DE AREIA • CASTELO DE AREIA • BOLAS  
GAVOTAS • VARA DE PESCA • ONDAS • ÓCULOS DE MERGULHO  
COQUEIROS • TOALHA DE PRAIA



## FESTAS NO MAR



## LUAU

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:

DANÇARINA • SURFISTA • BANDA • PRANCHAS • FOGUEIRA  
TENDA • TAMBORES • TOTENS • FLORES • FRUTAS • MAR  
PRAIA • AREIA • CONCHAS • ESTRELA DO MAR • CARANGUEJO  
COLAR DE FLORES • LUA • FOLHAS DE BANANEIRA • CANOA



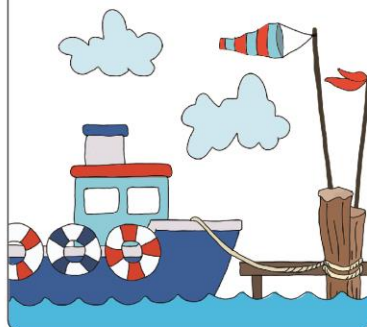
## FESTAS NO MAR



## MARINHEIRO

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:

MARINHEIRO(A) • BARCO • NAVIO • REMO • BOTE • ROUPA E  
CHAPÉU DE MARINHEIRO • BANDEIRAS • FAROL • ILHA • MAR  
PEIXES • COQUEIROS • BOIAS • ÂNCORA • ESCOTILHAS • TIMÃO  
CORDAS • BINÓCULO • BÚSSOLA • MAPA • GAVOTAS • PIER





## FESTAS NO MAR



## PIRATAS

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 PIRATAS • NAVIO • BARCO • BARRIL • BANDEIRA • CHAPÉU  
 LUNETAS • MAPA DO TESOURO • BAÚ DE TESOUROS • COQUEIROS  
 ILHA • ÂNCORA • BOIAS • GANCHO • PAPAGAIO • JACARÉ  
 PÓLVORA • DINAMITE • BÚSSOLA • MAR • PEIXES • GARRAFA DE  
 RUM • BOTE • TIMÃO • PISTOLA • RELÓGIO



## FESTAS NO MAR

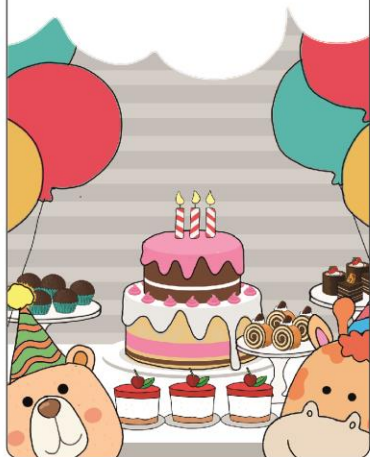


## FUNDO DO MAR

ESCOLHA O(S) PERSONAGEM(ENS) E O(S) COMPLEMENTO(S) DO TEMA:  
 PEIXES • POLVO • BALEIA • GOLFINHOS • TUBARÃO • ARAIA  
 TARTARUGA • LAGOSTA • CAVALO MARINHO • BORBULHAS  
 MERGULHADOR • SUBMARINO • ALGAS • CARANGUEJO • CONCHAS  
 ESTRELA DO MAR • CORAL • BAÚ DE TESOUROS • AREIA • SEREIA  
 ROCHAS • ROUPA DE MERGULHO • REDE DE PESCA



## IDEIAS PARA DECORAR



## FUNDO DA MESA

UTILIZE UM PEDAÇO DE TECIDO DE ALGODÃO ESTAMPADO SOBRE A PAREDE DE FUNDO. PREENDA O TECIDO COM FITA DE PAPEL KRAFT CROMATURADA 105G/M<sup>2</sup> (FAÇA UM TESTE NA PAREDE ANTES DE COLOCAR A FITA).  
 DECORE COM BANDEIROLAS, QUADRINHOS OU LUZINHAS. FAÇA O ACABAMENTO COM O PRÓPRIO TECIDO PARA ESCONDER A FITA.

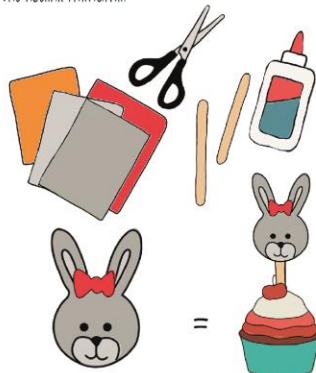


## IDEIAS PARA DECORAR



## TAGS PARA CUPCAKES

COM PAPEL COLORIDO, COLA, TESOURA, PALITOS DE PICOLÉ, CANETAS E CRIATIVIDADE VOCÊ PODE MONTAR LINDOS ENFEITES COM AS CRIANÇAS PARA COLOCAR NOS CUPCAKES E DOCINHOS DA MESA. ELAS VÃO ADORAR PARTICIPAR!

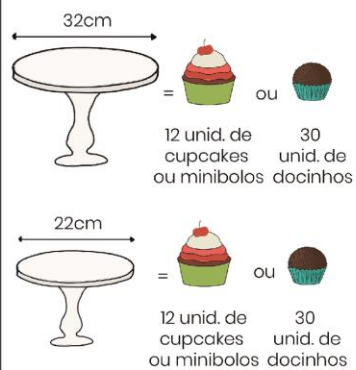


## IDEIAS PARA DECORAR



## CUPCAKES E DOCES

UTILIZE BOLEIRAS DE CORES E TAMANHOS DIFERENTES PARA COLOCAR CUPCAKES, DOCES E MINI BOLOS DECORADOS SOBRE A MESA DO PARABÉNS. VEJA AS QUANTIDADES ABAIXO:



## IDEIAS PARA DECORAR



## AS BRINCADEIRAS

CRIAR E MONTAR BRINCADEIRAS SÃO OUTRA FORMA MUITO DIVERTIDA DE ENVOLVER AS CRIANÇAS NOS PREPARATIVOS DA FESTA. EM SITES COMO O PINTEREST ([WWW.PINTEREST.COM](http://WWW.PINTEREST.COM)) É POSSÍVEL ENCONTRAR IDEIAS SUPER CRIATIVAS E FÁCEIS DE REPLICAR! VOCÊ PODE, POR EXEMPLO, FAZER ARREMESSO AO ALVO COM LATAS DE ALIMENTOS, FITA DUPLA FACE E PAPEIS COLORIDOS!



## IDEIAS PARA DECORAR



## BANCOS DE IMAGENS

ATUALMENTE, EXISTEM INÚMEROS BANCOS DE IMAGENS COM CONTEÚDOS GRATUITOS E PAGOS PARA VOCÊ BAIXAR E CRIAR IMPRESSOS, TAGS, CONVITES E DECORAÇÕES PARA A FESTA. CONFIRA ABAIXO 3 SUGESTÕES DE SITES COM MATERIAIS DE ÓTIMA QUALIDADE:

[WWW.FREEPIK.COM](http://WWW.FREEPIK.COM) • [WWW.CLIPART.COM](http://WWW.CLIPART.COM) • [WWW.PIXABAY.COM](http://WWW.PIXABAY.COM)



Fonte: FreePik.com

## IDEIAS PARA DECORAR



## PERSONAGENS DE FELTRO

OS PERSONAGENS DE FELTRO SÃO UMA GRAÇA PARA DECORAR A FESTA! HOJE EM DIA, INÚMEROS BLOGS E SITES DISPONIBILIZAM MOLDES GRATUITOS DE DIFERENTES TEMAS, QUE FACILITAM MUITO A CONFECÇÃO DESTAS PEÇAS. COMPRE FELTRO COLORIDO, ESPUMA SILICONADA PARA PREENCHER OS PERSONAGENS E BAIXE OS MOLDES. RECORTE, COSTURE, PREENCHA-OS COM A FIBRA E DISPONHA-OS NA MESA DE PARABÉNS!



## IDEIAS PARA DECORAR



## QUADRINHOS

PARA FAZER QUADRINHOS PARA O FUNDO DA MESA, UTILIZE FOLHAS DE PAPEL PARANÁ DE 0,6MM DE ESPESURA. CORTE QUADRADOS DE TAMANHOS DIFERENTES COM A AJUDA DE UM ESTILETE E RÉGUA (TAREFA APENAS PARA ADULTOS REALIZAREM). APLIQUE SOBRE ELAS SUAS ESTAMPAS, IMPRESSOS OU DESENHOS, UTILIZANDO FITA DUPLA FACE OU COLA BRANCA. FAÇA DIFERENTES COMPOSIÇÕES COMBINANDO QUADRADOS MAIORES E MENORES, UNS SOBRE OS OUTROS. PRENDA-OS NA PAREDE COM FITA DUPLA FACE DE ESPUMA (FAÇA UM TESTE NA PAREDE ANTES).





## IDEIAS PARA DECORAR

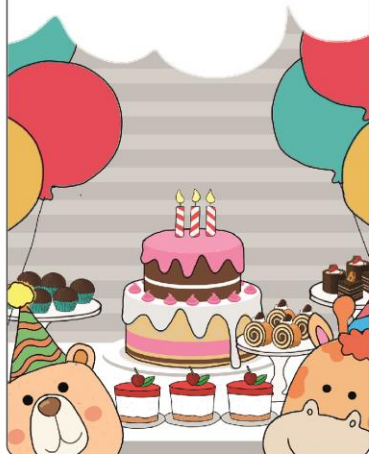


## PERSONAGENS

QUE TAL APROVEITAR OS BRINQUEDOS DE SEU(S) FILHO(S) NA DECORAÇÃO? COSTURE ROUPINHAS COM A TEMÁTICA DA FESTA, VISTA OS PERSONAGENS E COLOQUE-OS SOBRE A MESA! OBJETOS DE DECORAÇÃO QUE GERALMENTE TEMOS EM CASA COMO VASOS, BAÚS, LIVROS E PLANTAS PODEM SER CUSTOMIZADOS E USADOS NA DECORAÇÃO.



## IDEIAS PARA DECORAR

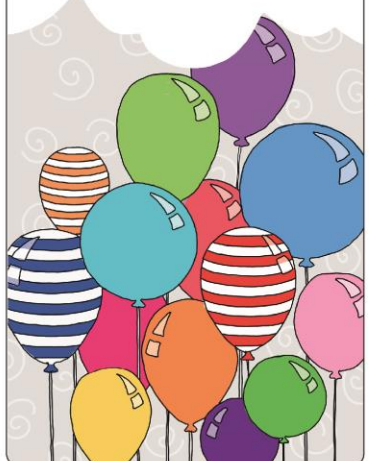


## MÓVEIS

UTILIZE SEUS MÓVEIS, TAPETES E VASOS DE PLANTAS PARA COMPOR DESNÍVEIS NO CENÁRIO DA MESA DE PARABÉNS E DISTRIBUA A DECORAÇÃO NESTES ESPAÇOS.



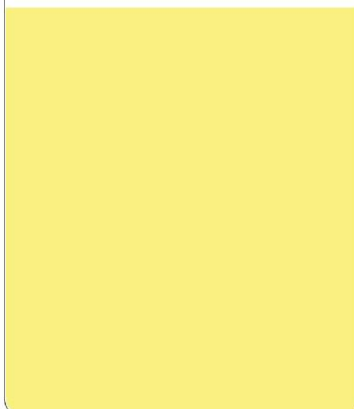
## AS CORES DA FESTA!

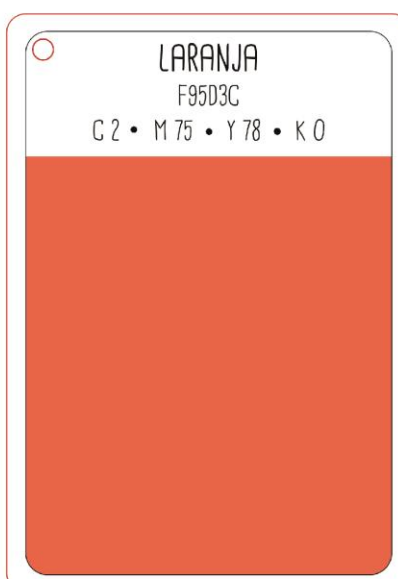
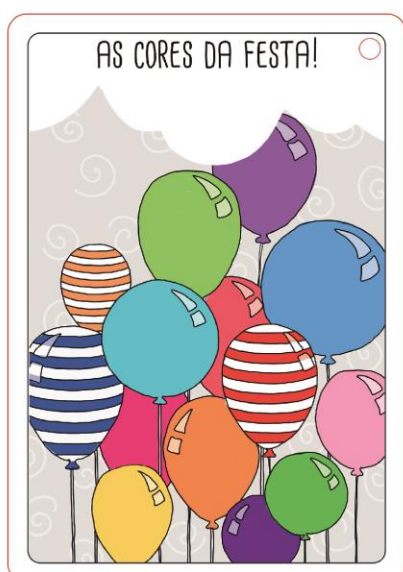
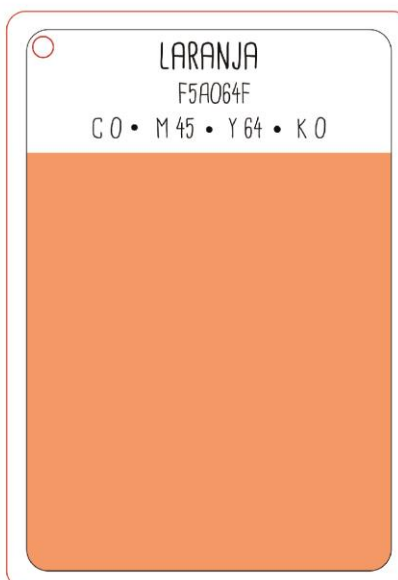
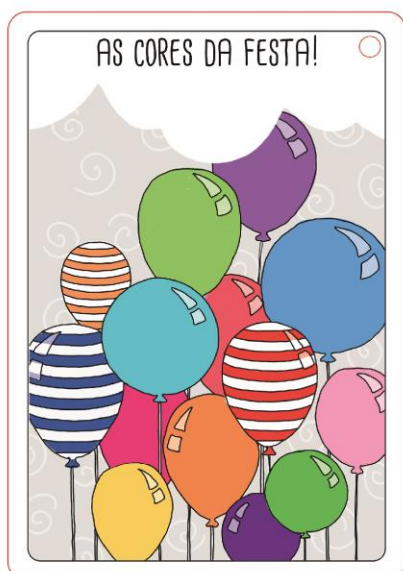
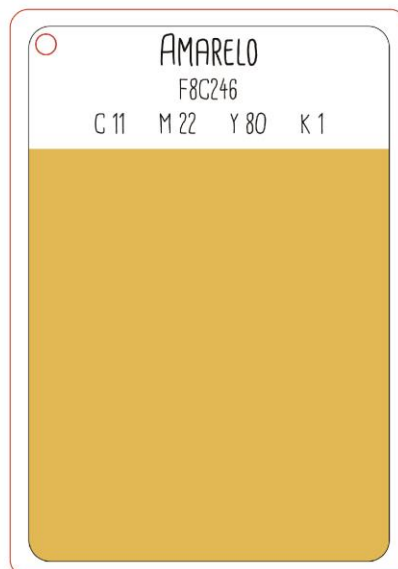
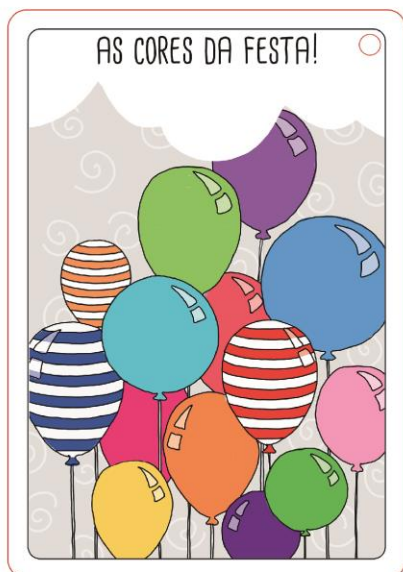


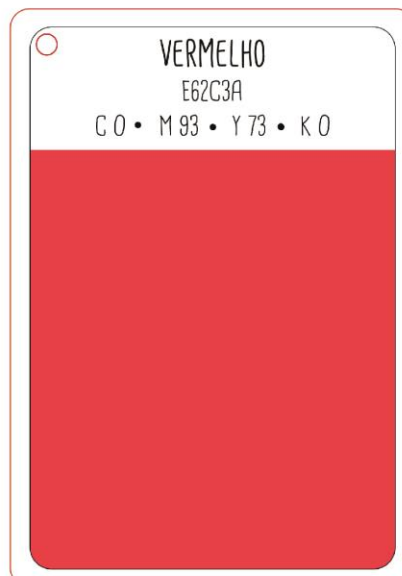
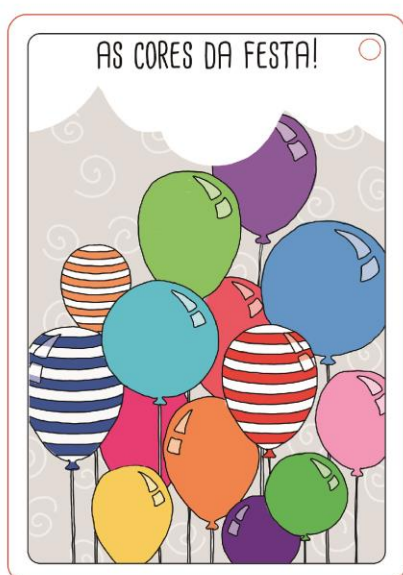
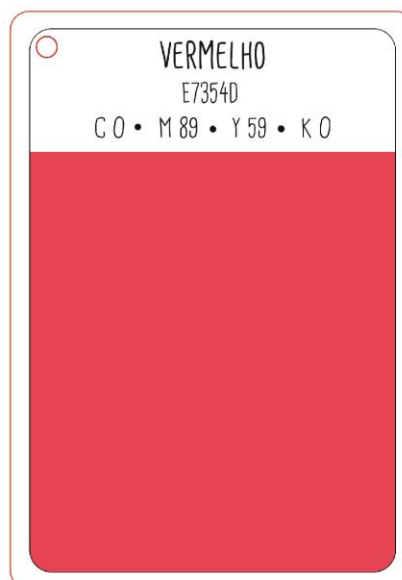
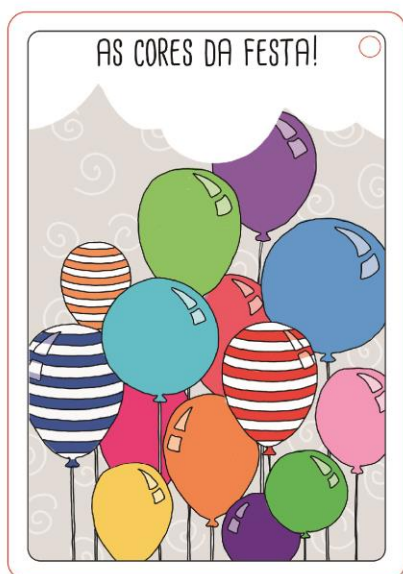
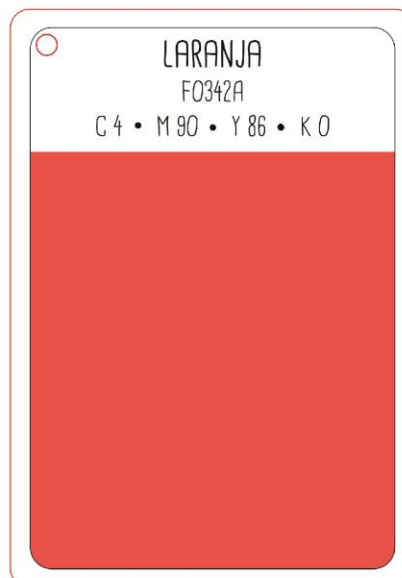
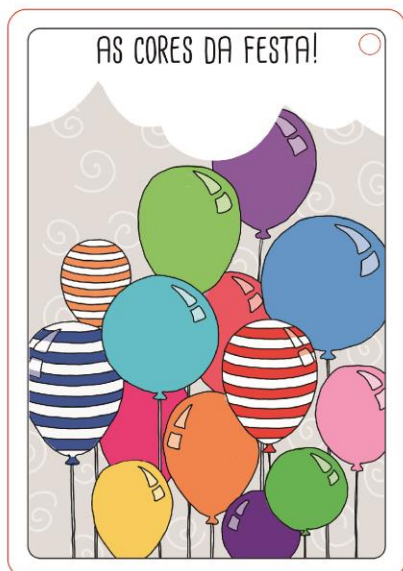
## AMARELO

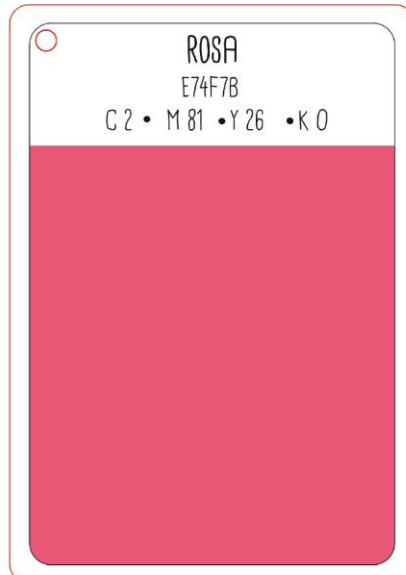
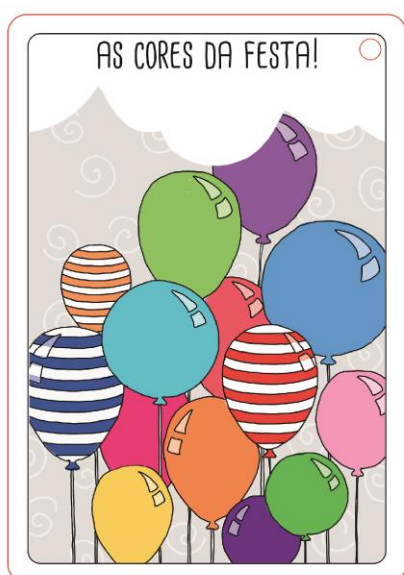
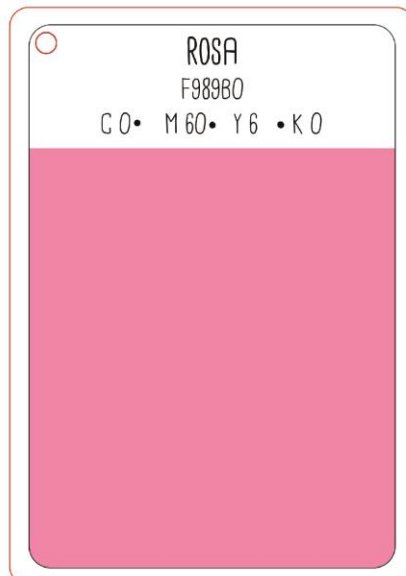
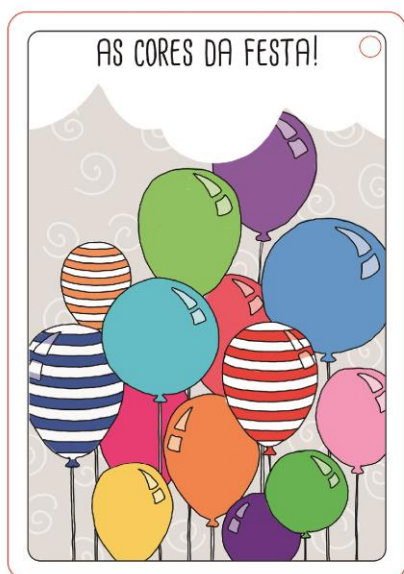
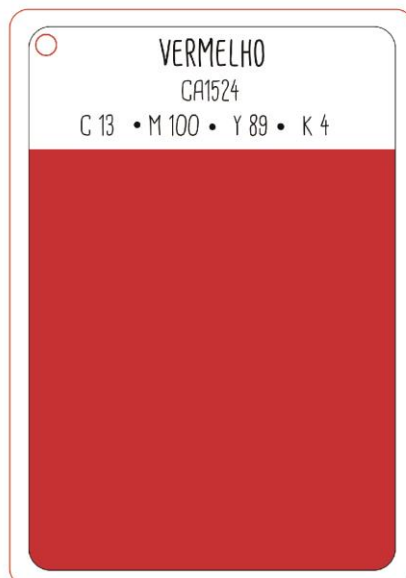
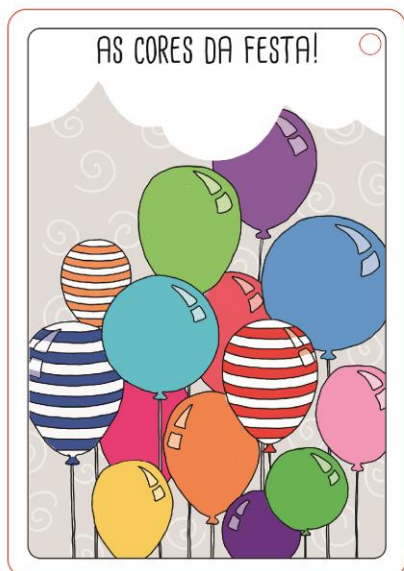
FFF37F

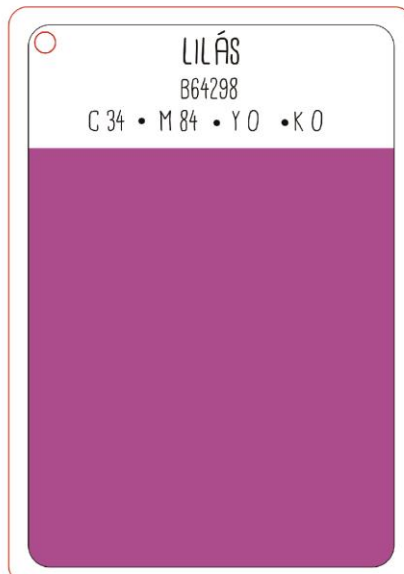
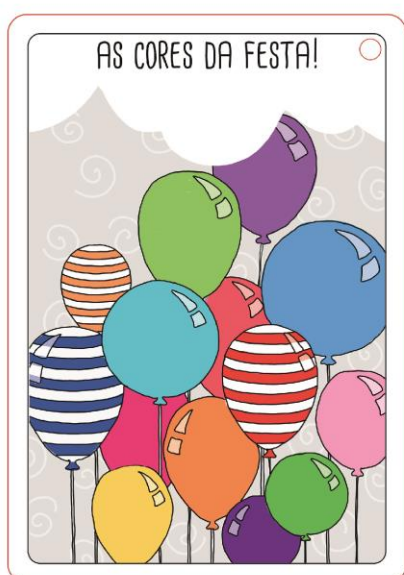
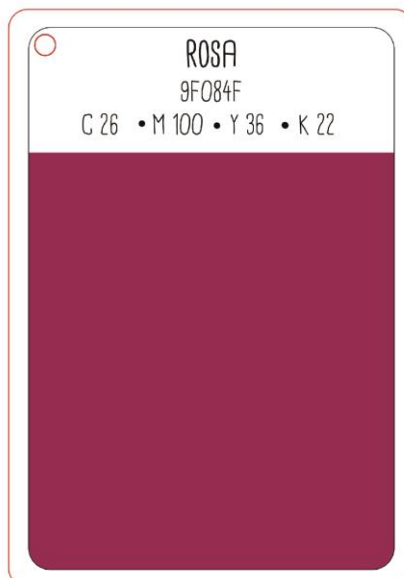
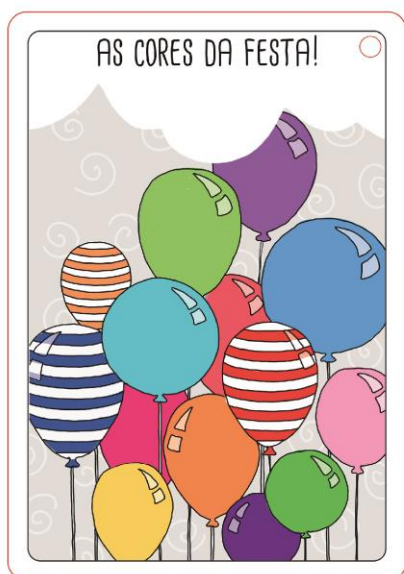
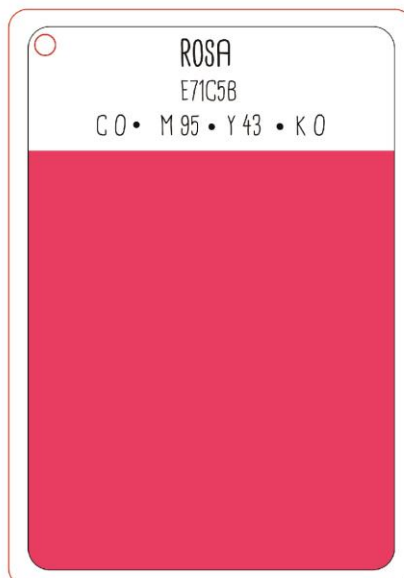
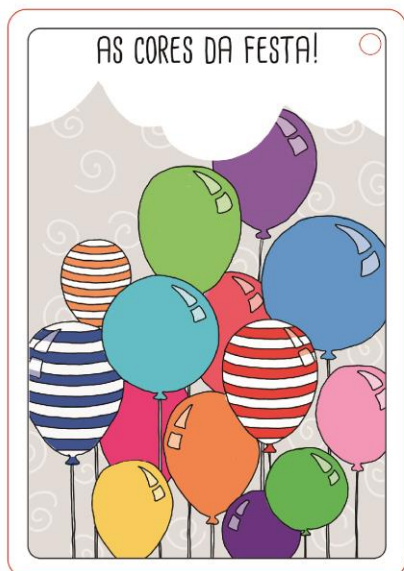
C 4 • M 0 • Y 60 • K 0



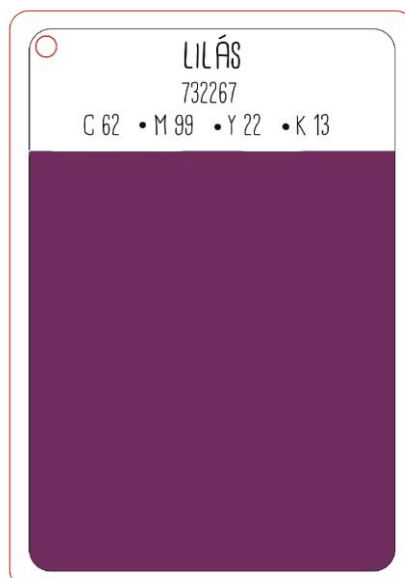
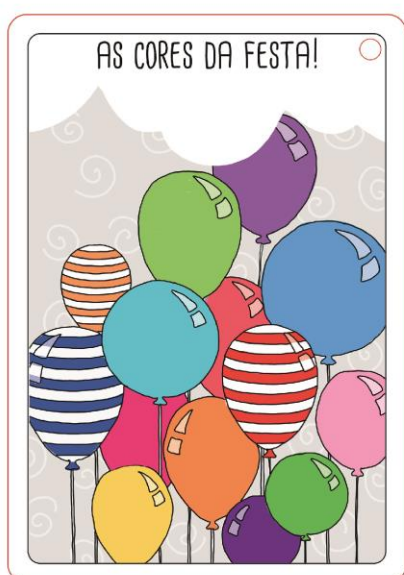
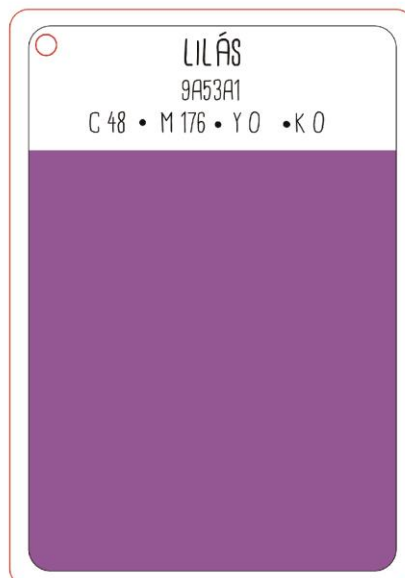
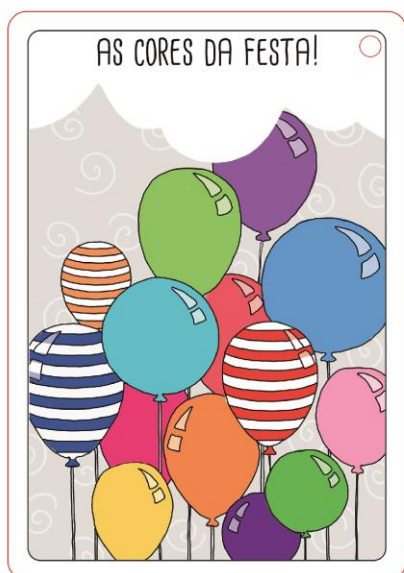
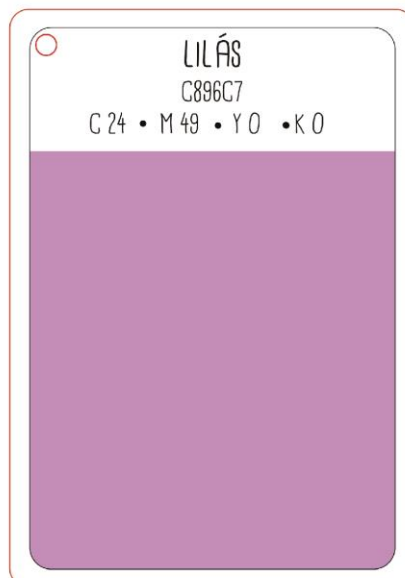
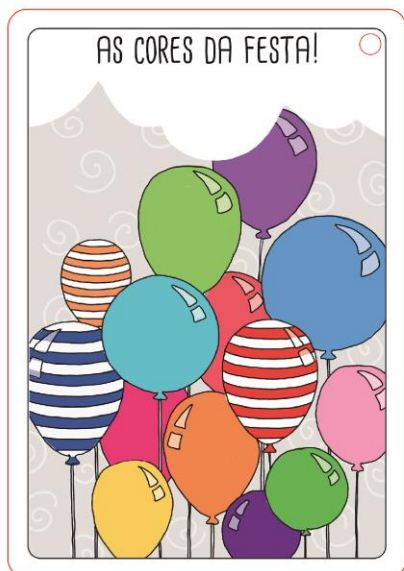




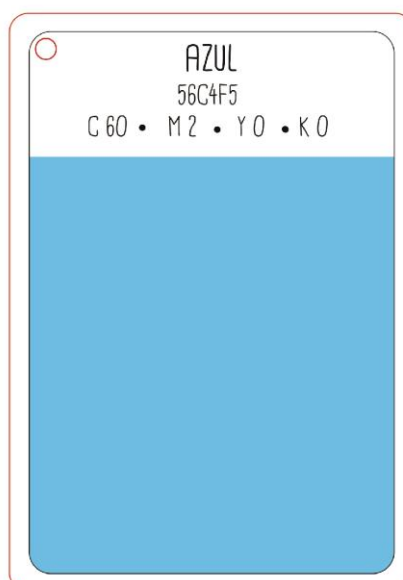
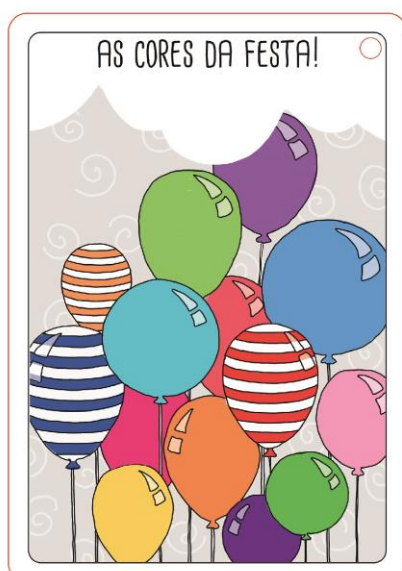
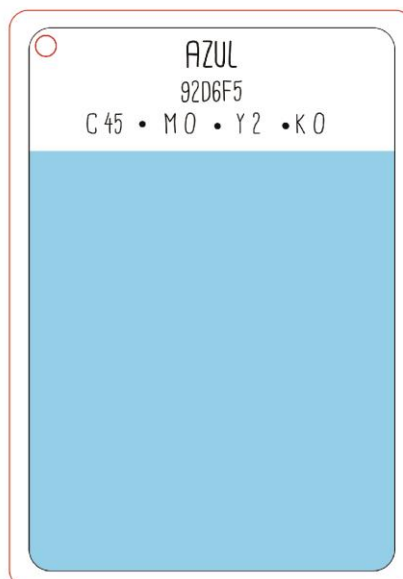
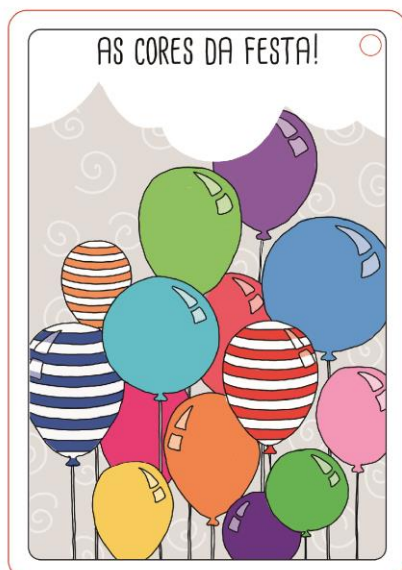
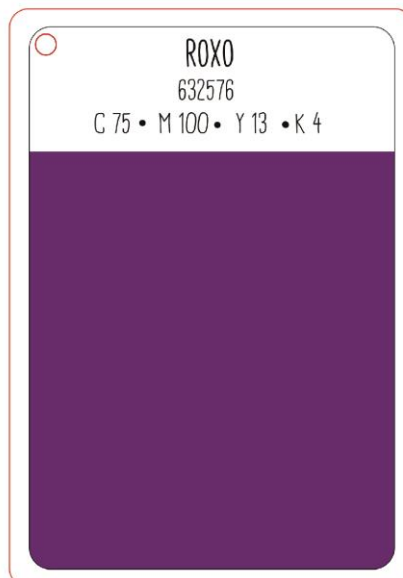
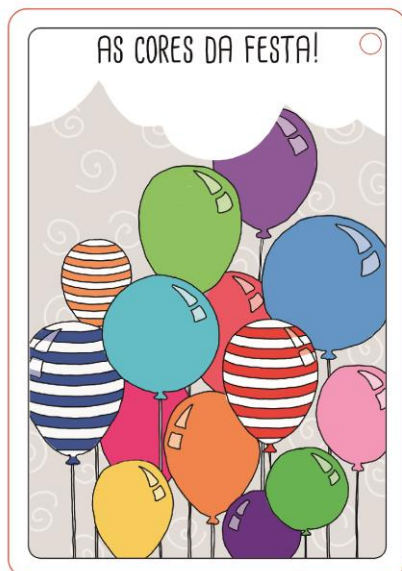


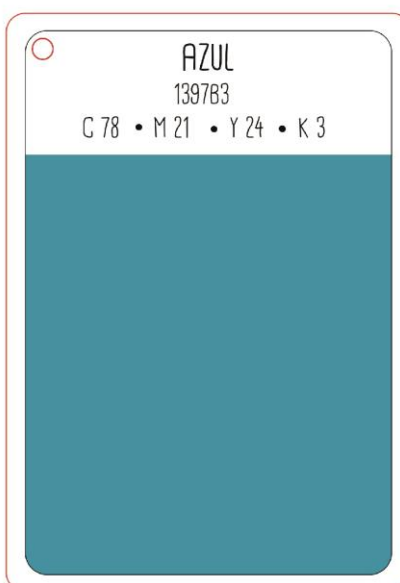
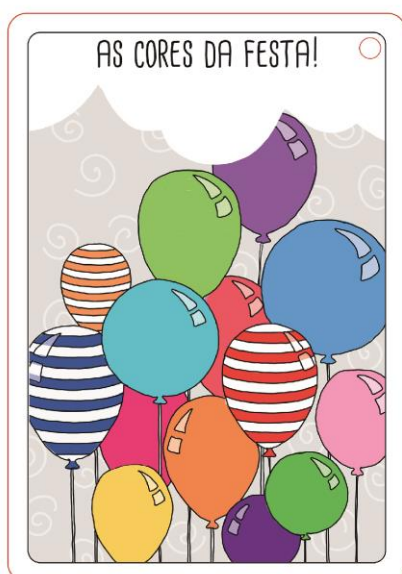
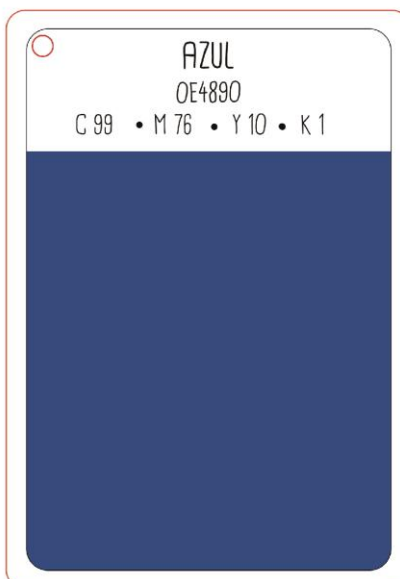
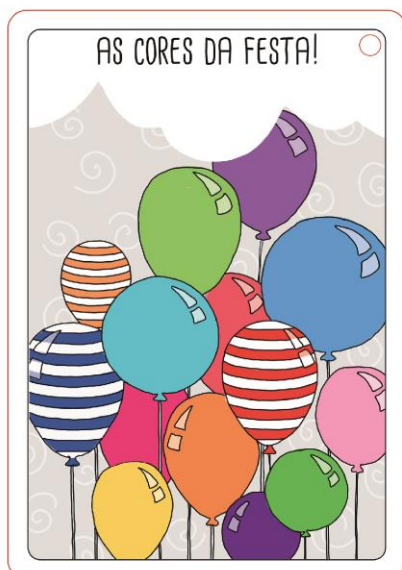
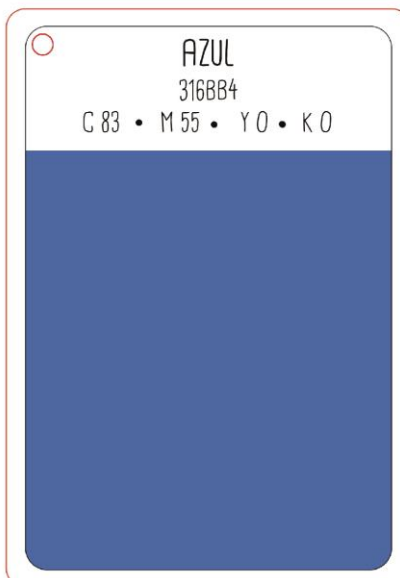
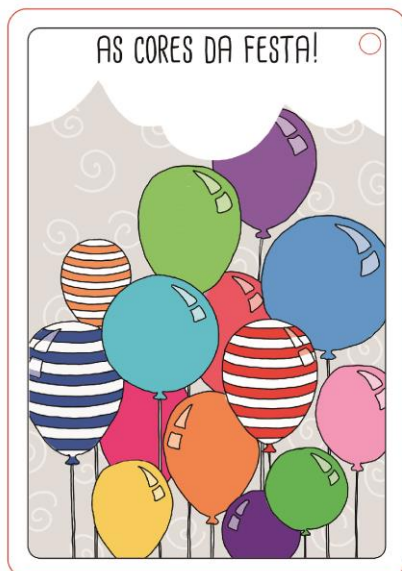


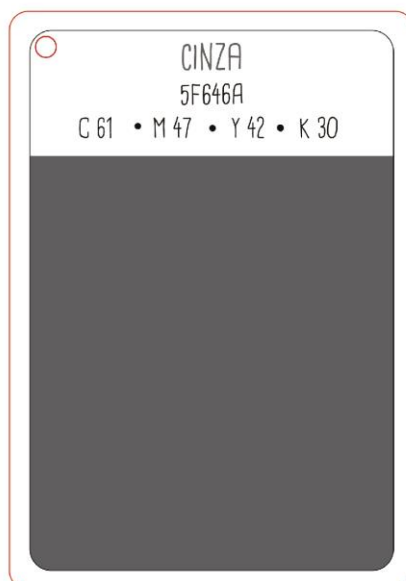
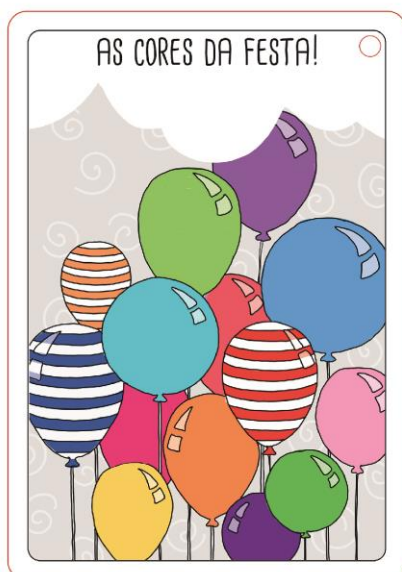
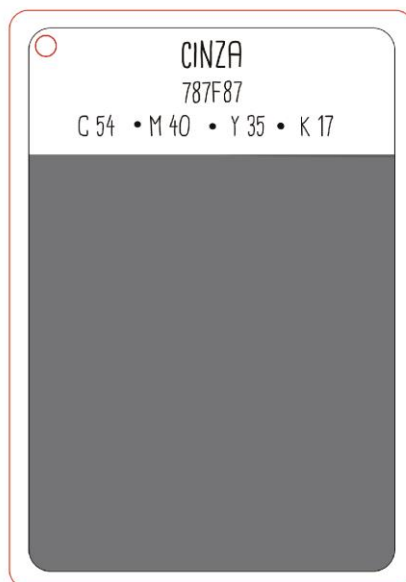
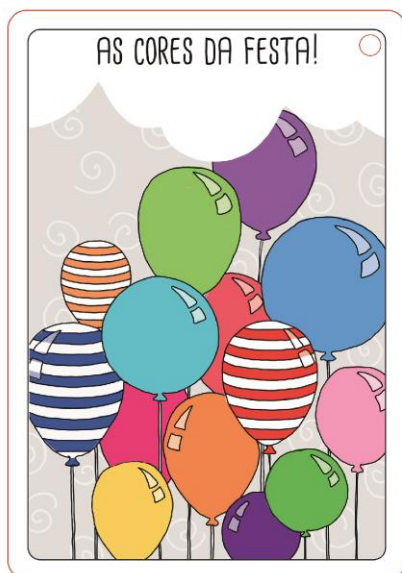
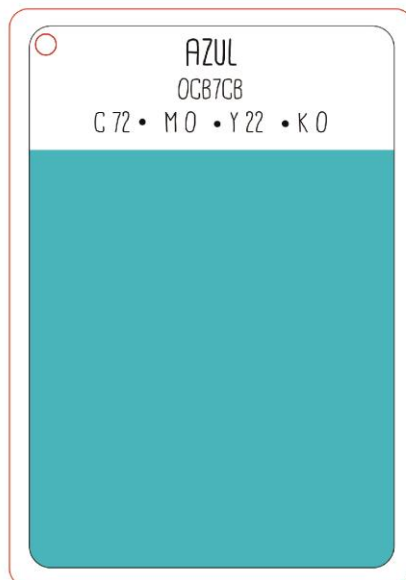
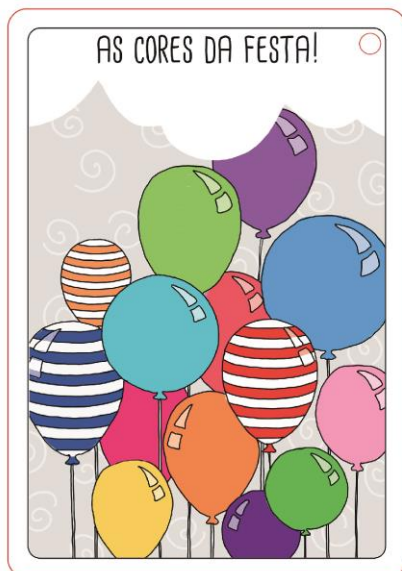


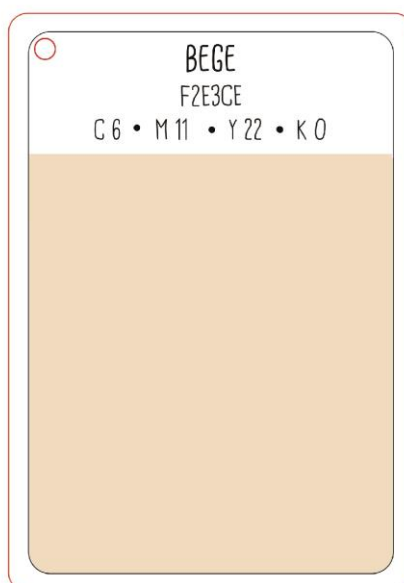
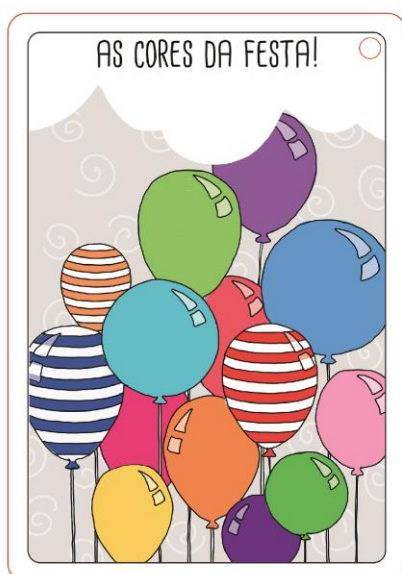
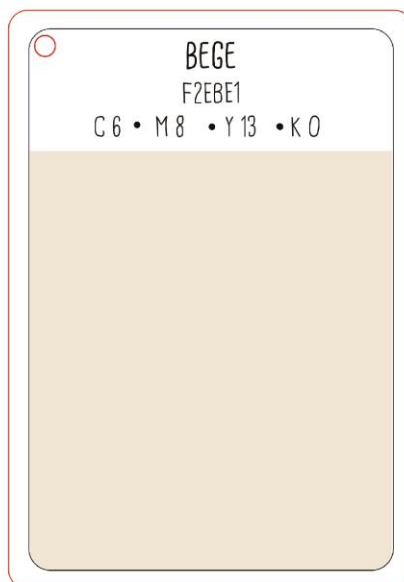
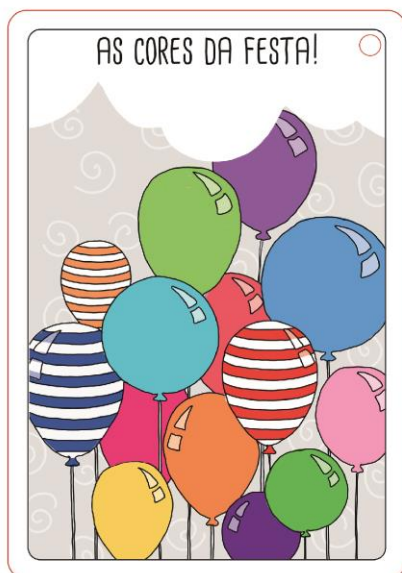
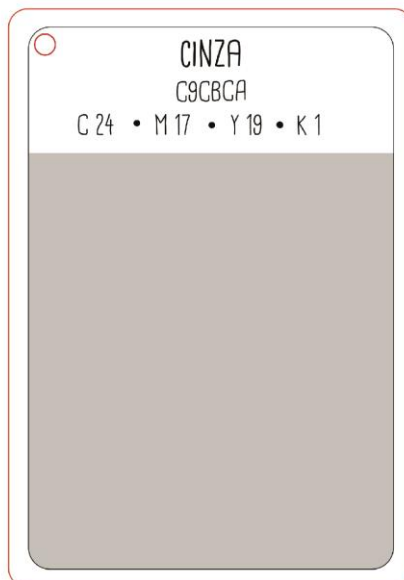
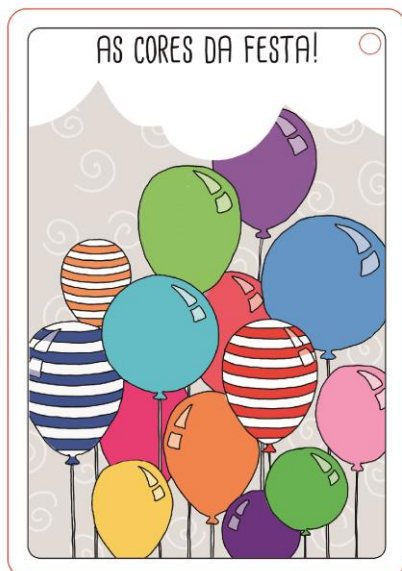


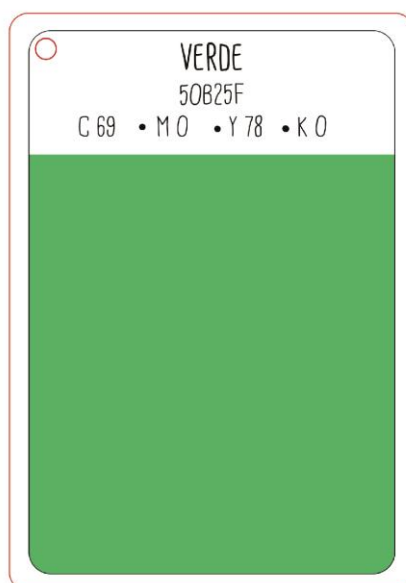
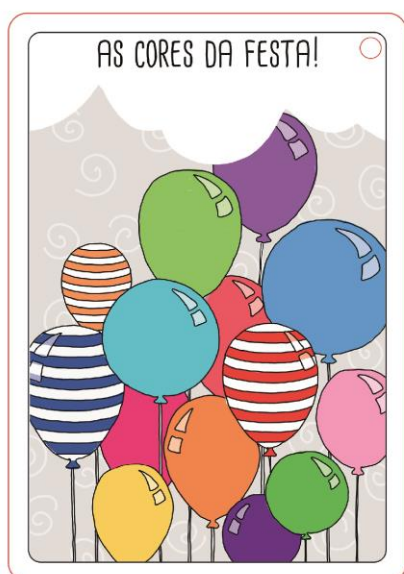
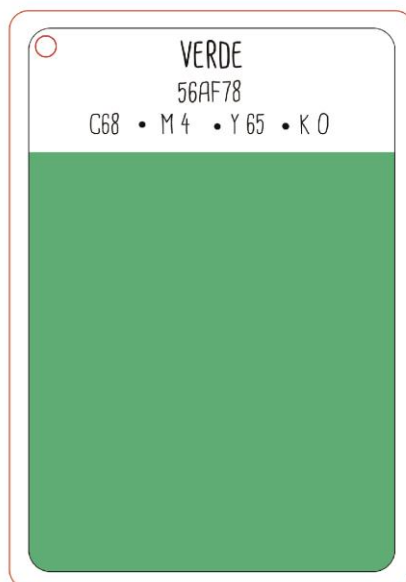
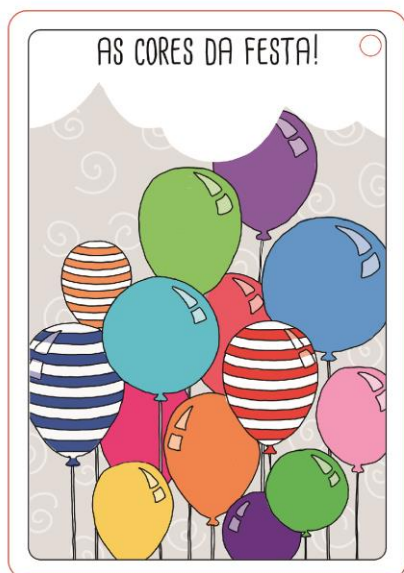
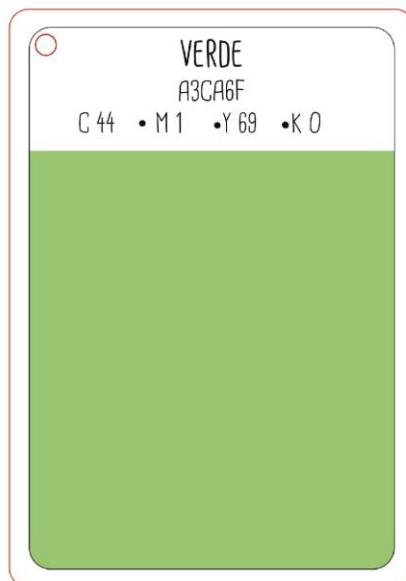
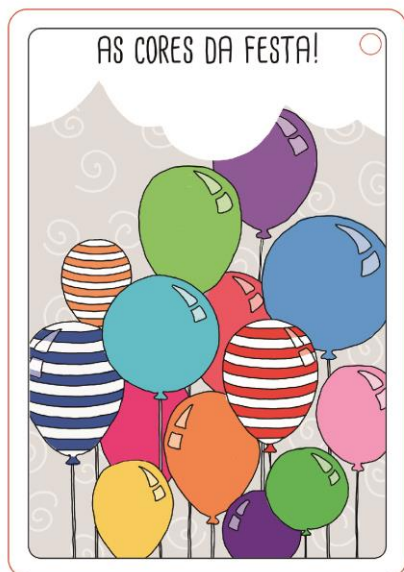














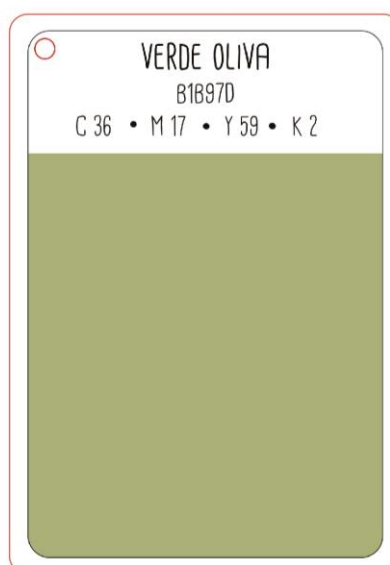
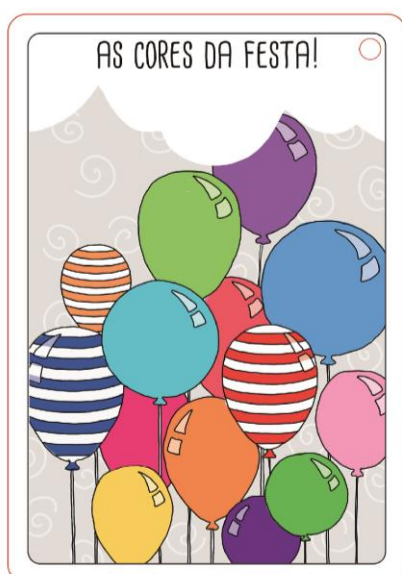
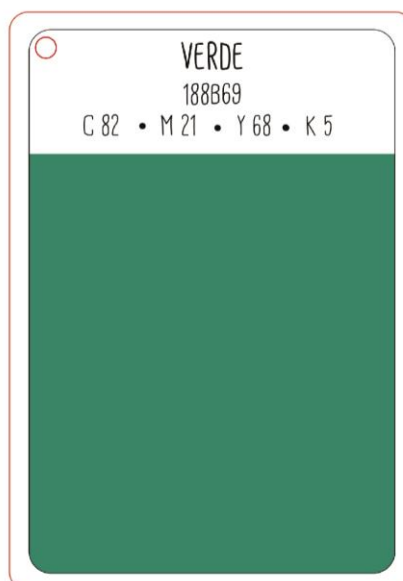
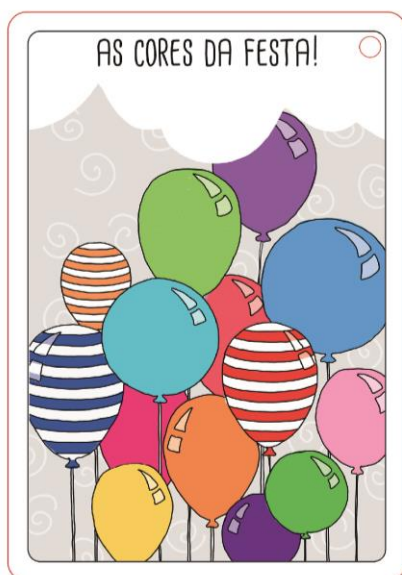
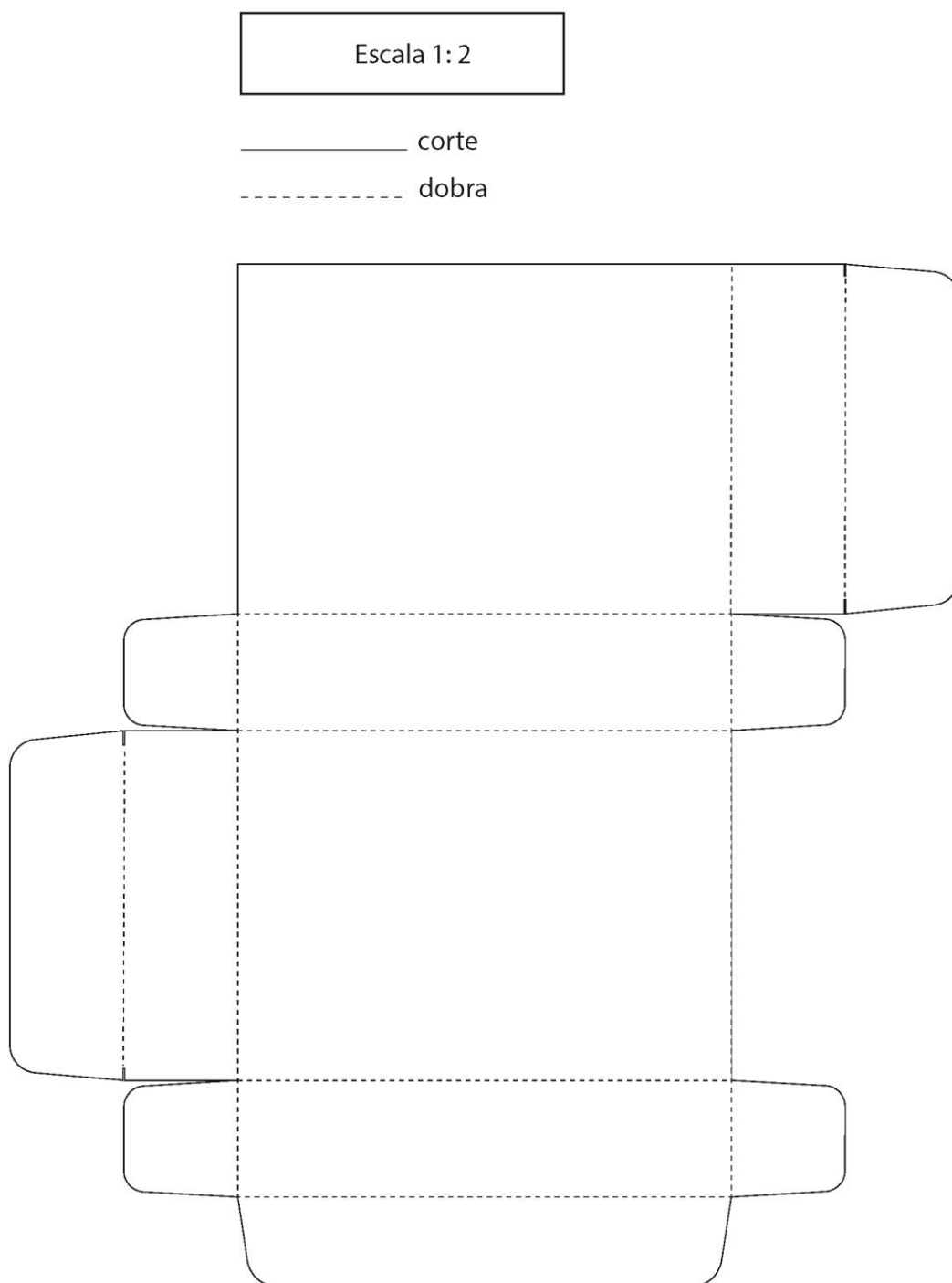




Figura 47 - Embalagem ferramenta Decoração da festa



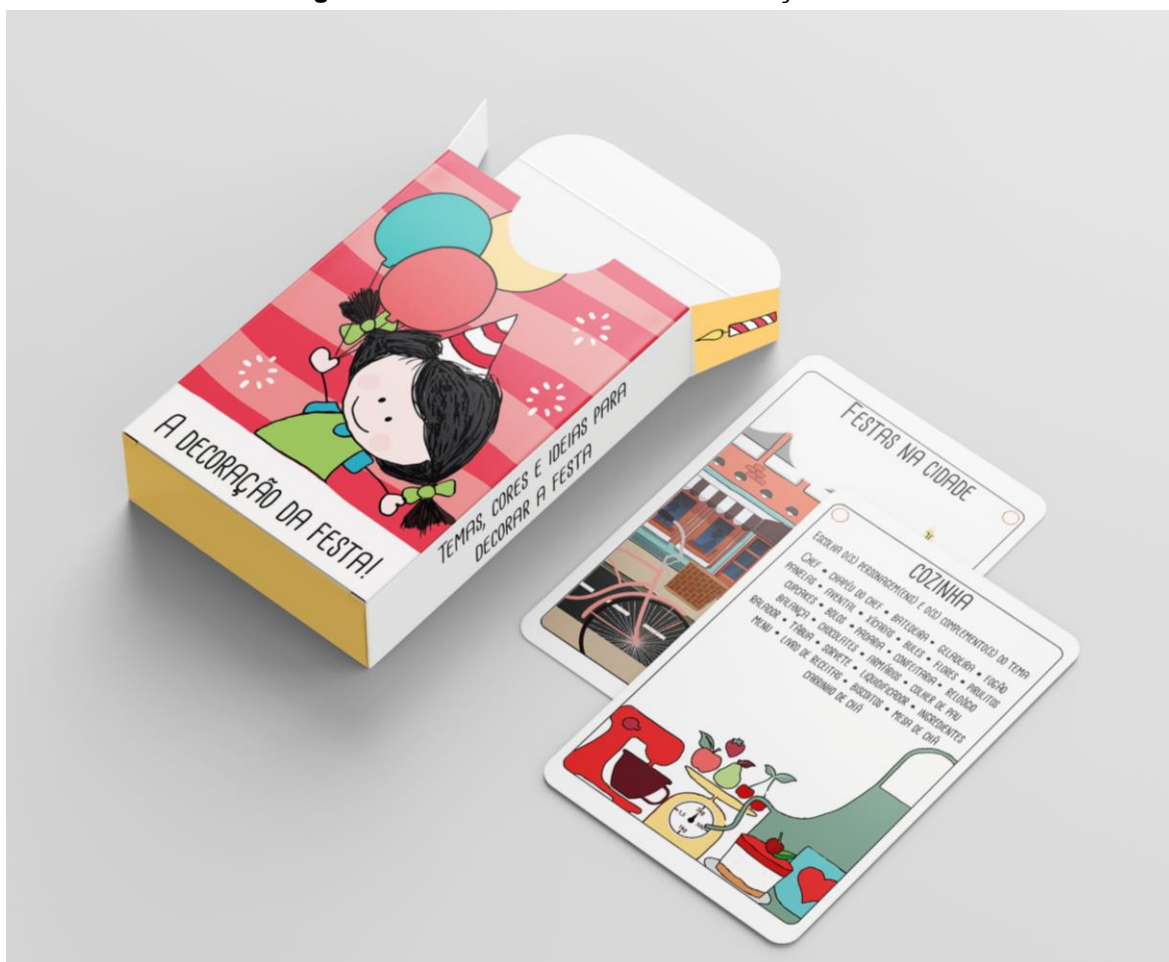
Fonte: a autora (2020)

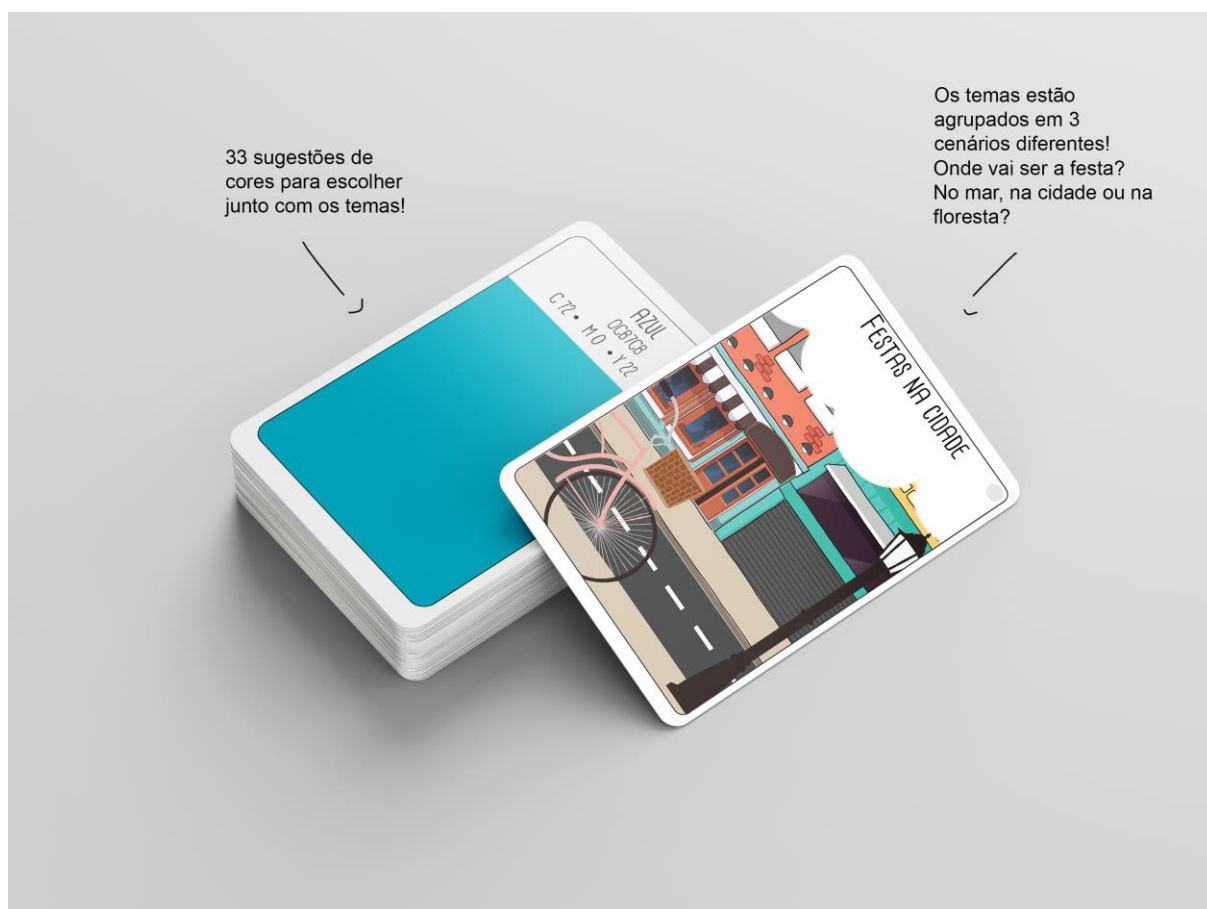
**Figura 48 - Desenho técnico da embalagem**

### 7.3.3 Os usos da ferramenta

Um jogo lúdico e interativo, repleto de cores, ilustrações e ideias para a criança escolher o tema da festa. Pensado para inspirar a imaginação das crianças em direção a novas possibilidades de construção dos cenários para a festa de aniversário.

**Figura 49 - Usos da ferramenta Decoração da festa**





## 7.4 A FERRAMENTA CARDÁPIO DA FESTA

Uma das atividades de elaboração da festa de aniversário que causam preocupação e angústia nos anfitriões, é o serviço de alimentação. A razão é justificada pelos inúmeros fatores envolvidos na elaboração do cardápio da festa.

Ao contrário de almoços e jantares, em que se pode servir apenas um prato principal e uma sobremesa, as festas infantis, comumente realizadas no período da tarde, requerem alimentos leves e diversificados. Soma-se a isto, a necessidade de um serviço de alimentação ininterrupto, o que significa que todos os alimentos são servidos ao mesmo tempo, com o agravante de haver a possibilidade de os convidados chegarem em momentos diferentes. Porém, as preocupações não terminam aí: como se trata de uma festa infantil, deve-se levar em consideração que o público terá diferentes faixas etárias, e por isso, deve-se dar atenção aos gostos de adultos e crianças e, ainda, que muitas pessoas não costumam confirmar a presença, dada a informalidade da ocasião.

Até pouco tempo atrás, quase todos os itens que compunham o cardápio eram feitos em casa. O surgimento de serviços especializados e a possibilidade de encomendar qualquer componente do menu da festa, mostrou-se uma solução alentadora para a falta de tempo da sociedade moderna. Porém, na hora de definir as quantidades, há sempre a preocupação que falte comida ou, de modo contrário, que sobre demais, ocasionando o desperdício.

Outro fator relevante, condiz com a estrutura da cozinha onde será realizada a festa. Ao longo dos anos, tem-se observado a diminuição das áreas úteis das residências. Cada vez mais compactos, os espaços são projetados para um número pequeno de pessoas, e a cozinha, não é exceção. Ainda que, a maioria dos condomínios residenciais possua um salão de festas, ele dificilmente contará com uma diversidade de equipamentos e utensílios para eventos, como nas cozinhas industriais.

A idéia de construir uma ferramenta para auxiliar este processo, igualmente se mostrou mais complexa do que se havia imaginado inicialmente. Ciente das limitações de ação neste sentido, procurou-se selecionar os tópicos em que seria possível auferir as contribuições mais significativas.

A primeira decisão tomada, foi a de elaborar um cardápio com diferentes tipos de alimentos que fazem parte do repertório de uma festa infantil para que, a

partir da visualização das possibilidades, pais e filhos opinassem sobre suas preferências e tomassem as decisões sobre o que servir. A segunda decisão tomada foi a abordar algumas questões sobre o funcionamento de cozinha durante a festa. A intenção foi trazer para o universo caseiro algumas dicas de profissionais do setor, que contribuíssem para destrinchar as tarefas no dia da festa. E por fim, buscar formas de auxiliar os planejadores da festa nas quantidades necessárias para cada tipo de alimento escolhido.

#### 7.4.1 Os componentes da ferramenta

A partir destas decisões, iniciou-se o processo de criação da ferramenta.

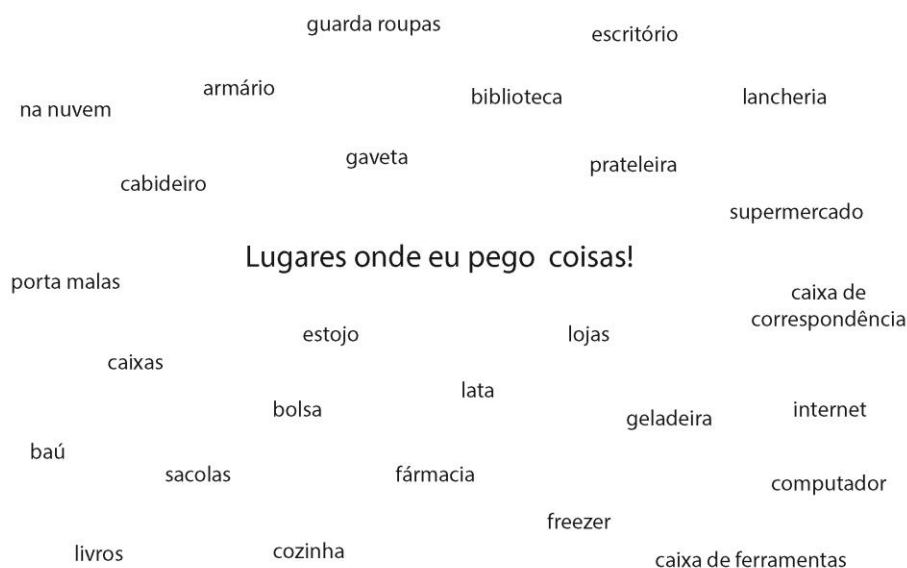
Para definir os alimentos, recorreu-se a diferentes sites de fornecimento de alimentação para festas. Após a pesquisa, fez-se uma relação dos itens escolhidos, e com a ajuda de uma chef de cozinha, estabeleceu-se as quantidades aproximadas de alimentos para adultos e crianças. Também foi realizada uma entrevista online para obter informações relevantes sobre a logística de funcionamento do serviço de alimentação em um evento. Após fazer as escolhas, analisar e selecionar as informações, as atenções voltaram-se para como o conteúdo seria formalizado.

Ao rever a ideia de confeccionar um livro, viu-se que, de certa forma, ele se afastava do propósito idealizado. Isto porque, apesar de ser um meio para alcançar os objetivos aventados, o livro não teria os requisitos de manipulação e criação livre que as ferramentas, enquanto instrumentos de uso, possibilitam.

Uma vez que o conteúdo estava definido e o problema girava em torno de como poderia ser manipulado livremente, ocorreu à projetista a ideia de buscar inspiração através de um Brainstorm com o tema “lugares onde eu pego coisas”. Apesar do tema parecer estranho, a ideia era encontrar o lugar ideal para acondicionar e dar forma para o conteúdo da ferramenta, através da perspectiva da autonomia do sujeito.



**Figura 50 - Brainstorm “lugares onde eu pego coisas”**



Fonte: a autora (2020)

Ao refletir sobre o conteúdo semântico, encontrou-se uma possibilidade promissora: a de trazer o conceito de funcionamento de um supermercado para dentro do livro. Assim, ao percorrer as páginas, que seriam divididas por categorias de alimentos, pais e filhos poderiam juntos visualizar e escolher os itens de alimentação, e colocá-los em um cesto, que seria montado pelas crianças por ocasião da utilização da ferramenta.

Este recurso também originou a idealização de uma cozinha tabuleiro. Embora não previsto no conteúdo inicial, o exercício mental de manipular os alimentos sobre a cozinha, traria a possibilidade de estabelecer associações, analisar demandas, prever atividades e necessidades para concretizar o cardápio escolhido e possibilitar divertimento às crianças. Porém, para que estas conexões ocorressem seria necessário que a cozinha tivesse as mesmas características dos espaços onde seriam realizadas as festas. Por isso, os equipamentos deveriam ser móveis.

Decidiu-se dar continuidade a estas ideias pelo entendimento que, desta forma, a ferramenta cardápio da festa reunia as qualidades necessárias à sua materialização.

Novamente recorreu-se ao processo de corte a laser para elaboração do livro, cujo tamanho foi definido em 24 cm x 21 cm em razão da visualização e quantidade de itens de alimentação.

Ao longo do processo de confecção do material, também se teve a ideia de inserir uma atividade para as crianças que consistiu em recortar e montar os equipamentos sobre a cozinha tabuleiro.

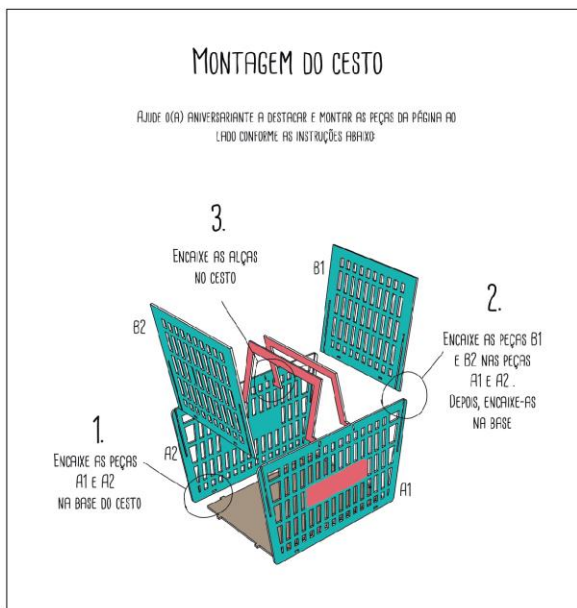
Na medida em que o projeto evoluiu, decidiu-se trazer para o conteúdo um exercício de mapa mental para auxiliar o processo de gerenciamento de tarefas e necessidades para a execução da festa.

Figura 51 - A ferramenta Cardápio da Festa

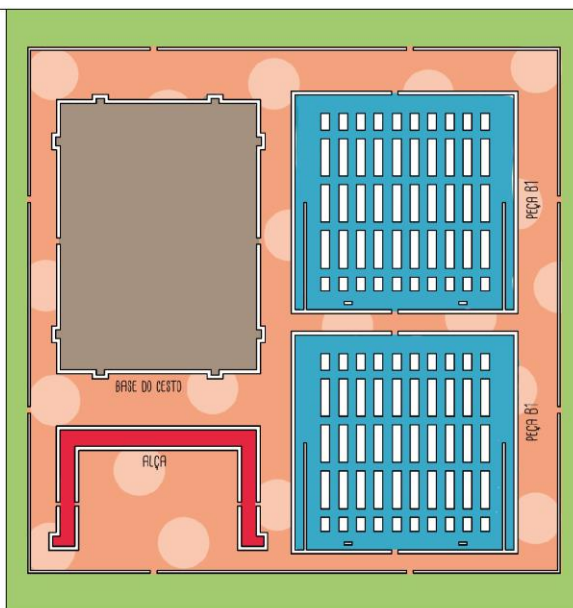


página de rosto

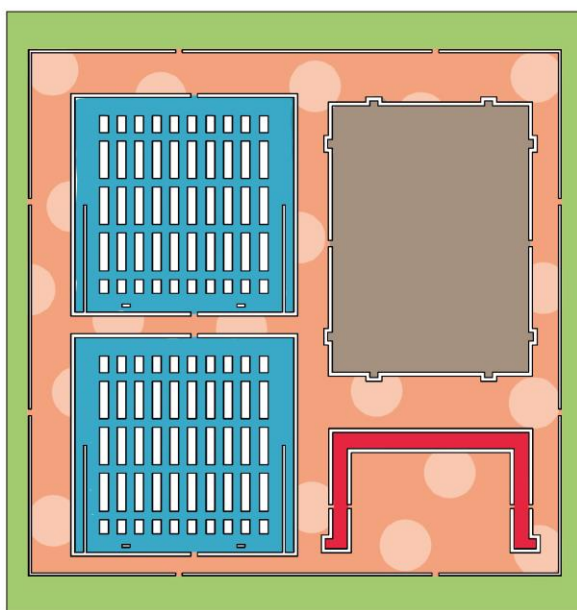
página 1



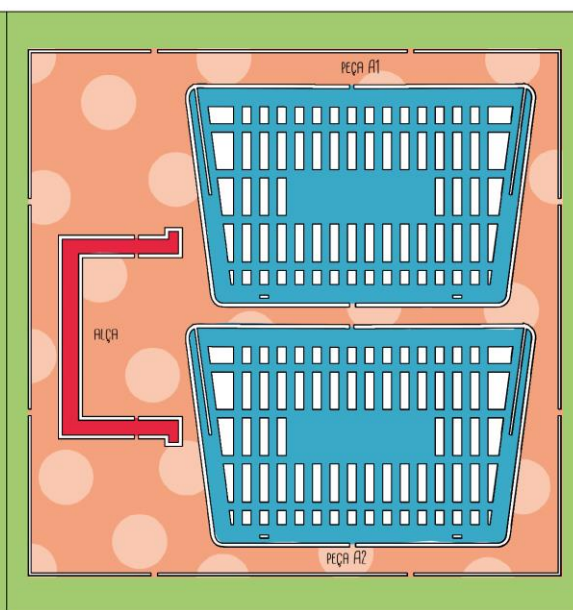
página 2



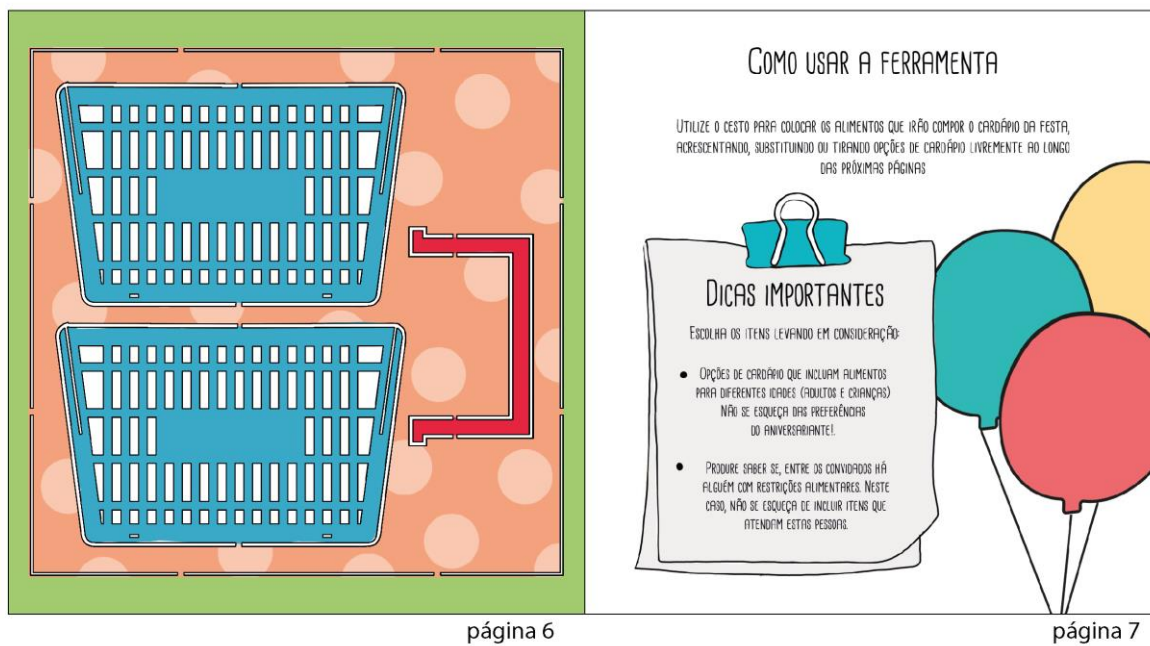
página 3

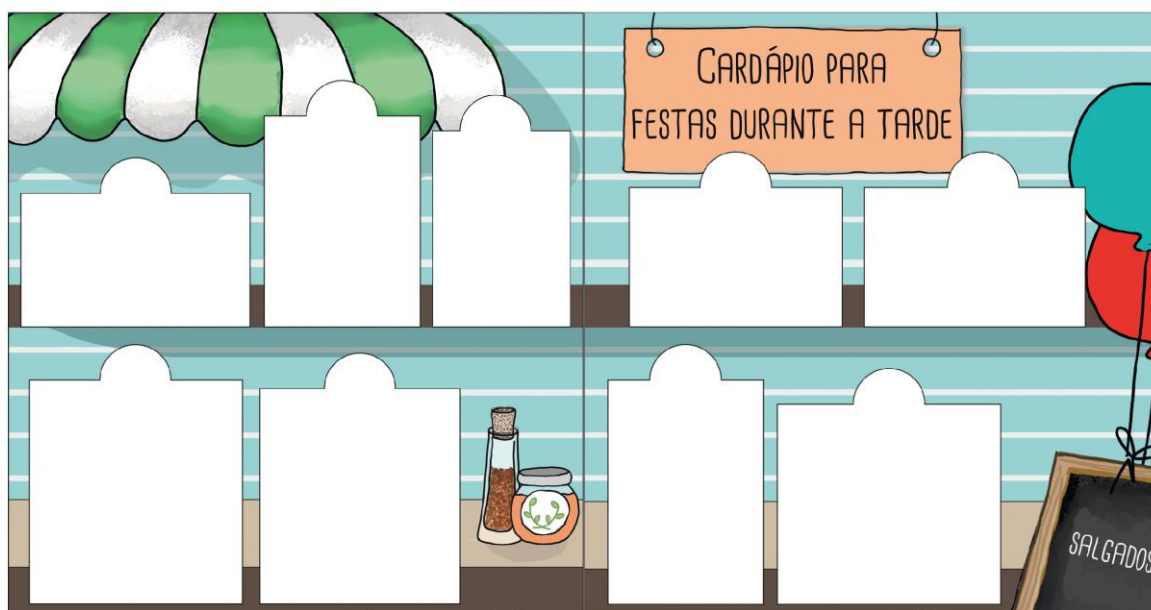


página 4



página 5





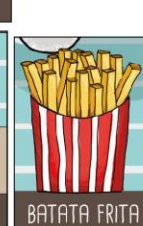
página 8, parte da frente

página 9, parte da frente



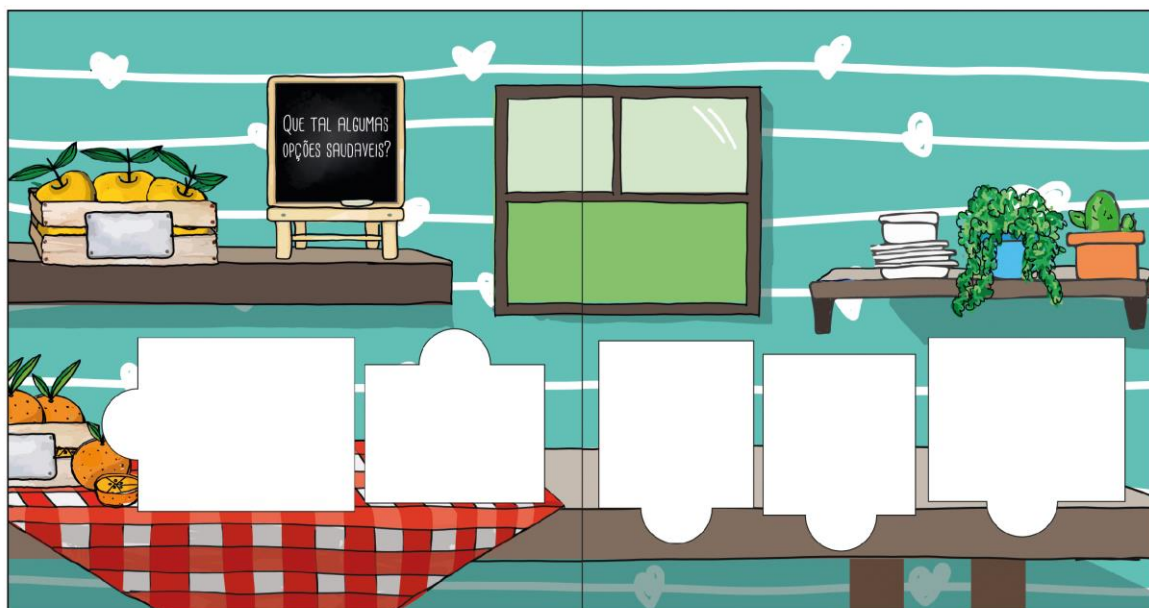
página 8, parte de trás

página 9, parte de trás



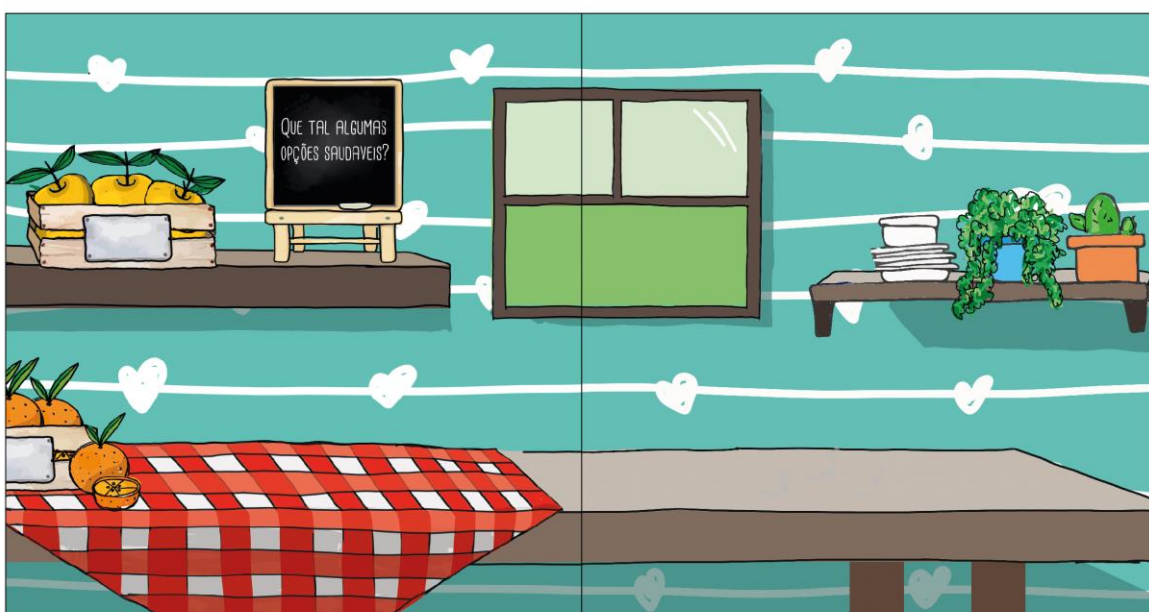
peças das páginas 8 e 9





página 10, parte da frente

página 11, parte da frente



página 10, parte de trás

página 11, parte de trás



TORTA FRIA



QUICHE



MINI SANDUICHE



CANAPÉS



ESPETINHO

peças das páginas 10 e 11



página 12, parte da frente

página 13, parte da frente



página 12, parte de trás

página 13, parte de trás



ESCONDIDINHOS



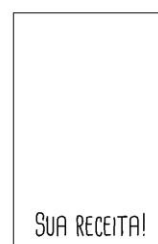
MASSAS



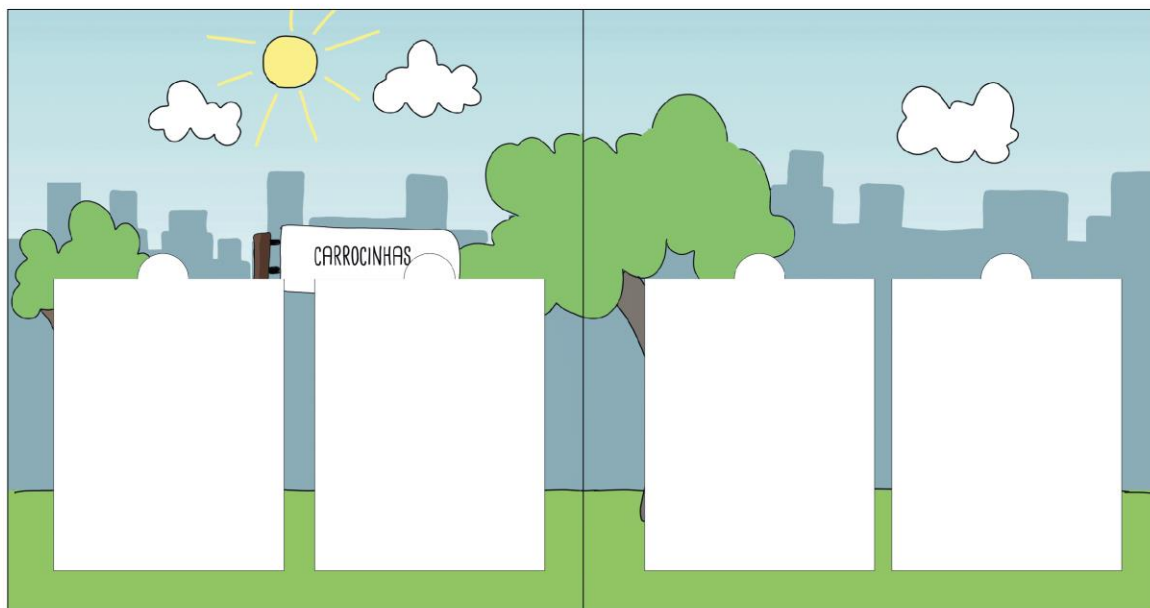
SALADAS



RISOTOS

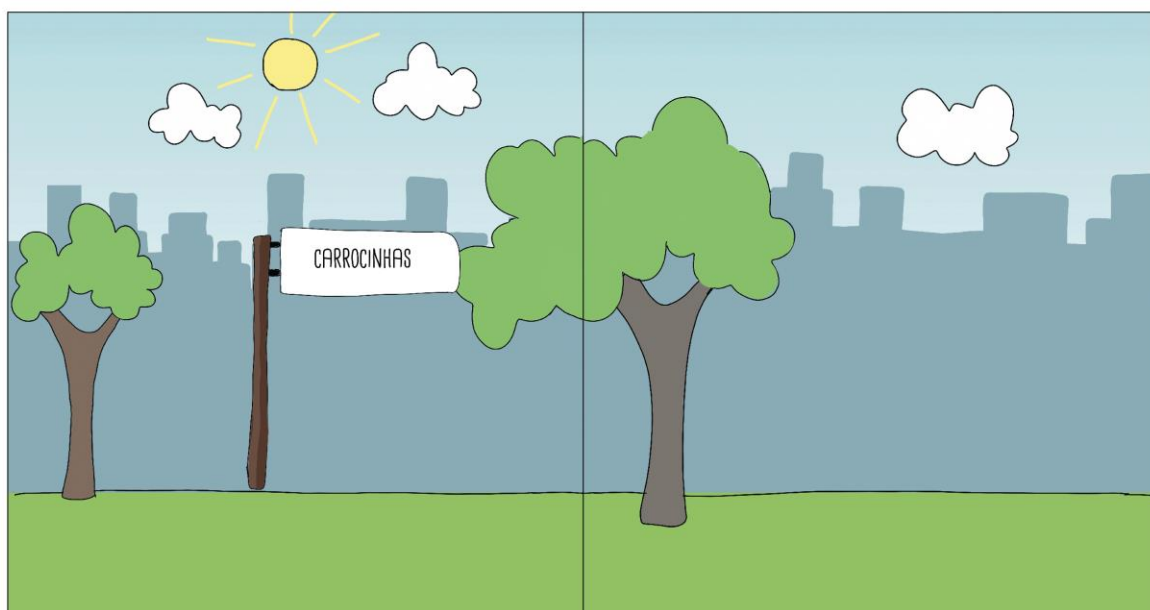


SUA RECEITA!



página 14, parte da frente

página 15, parte da frente



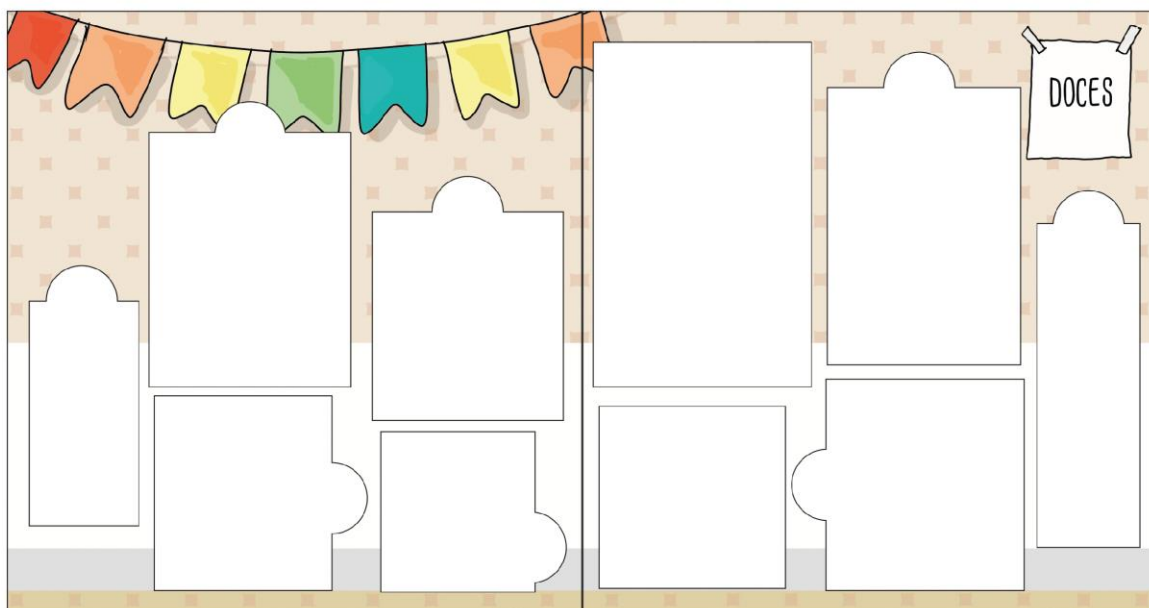
página 14, parte de trás

página 15, parte de trás



peças das páginas 14 e 15





página 16, parte da frente

página 17, parte da frente



página 16, parte de trás

página 17, parte de trás



peças das páginas 17 e 18



página 18, parte da frente

página 19, parte da frente

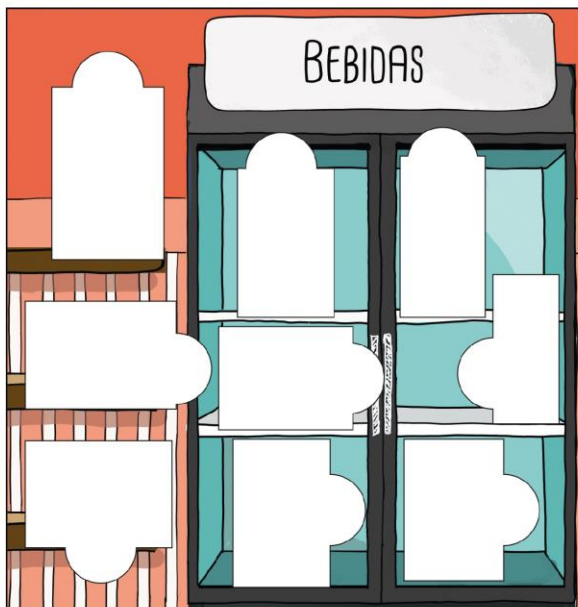


página 18, parte de trás

página 19, parte de trás



peças das páginas 18 e 19



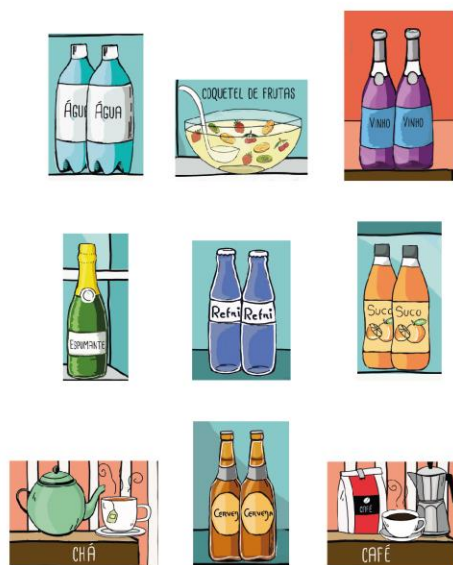
página 20, parte da frente



página 21



página 20, parte de trás



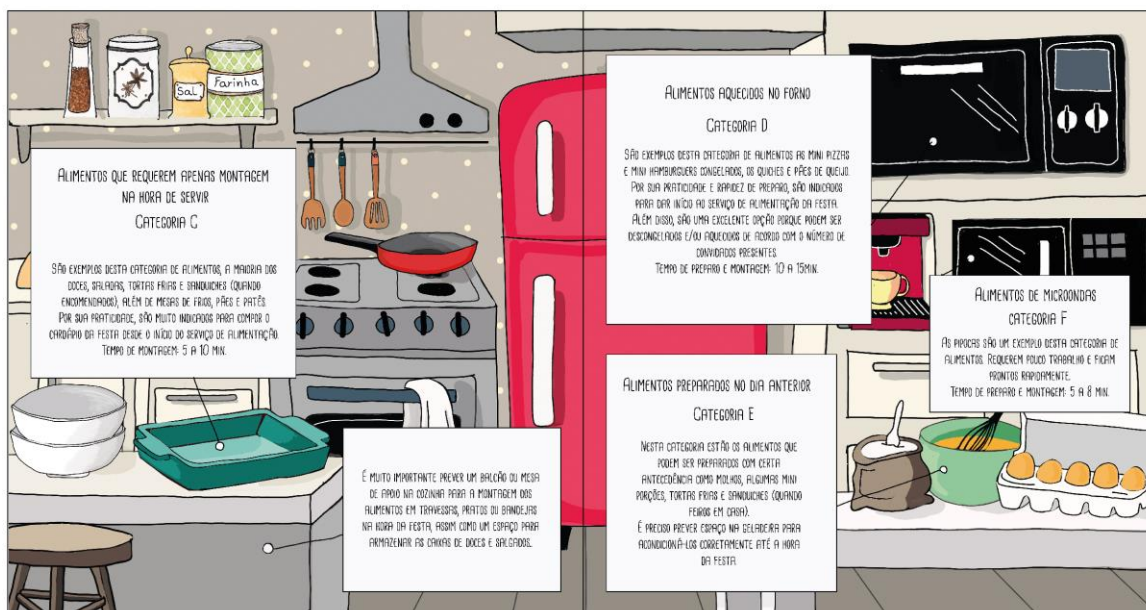
peças da página 20





página 22

página 23



página 24

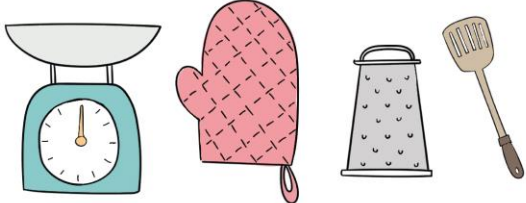
página 25

## VAMOS REPRODUZIR A COZINHA DA SUA FESTA?

INSTRUÇÕES DA ATIVIDADE:


1. AJUDE O(A) ANIVERSARIANTE A RECORTAR OS EQUIPAMENTOS DISPONÍVEIS NA COZINHA ONDE SERÁ REALIZADA A FESTA.
2. DESTAQUE O TABELAÍDO "NOSSA COZINHA" DA PÁGINA 27 DESTE LIVRO.
3. PEÇA PARA O(A) ANIVERSARIANTE MONTAR LIVREMENTE OS EQUIPAMENTOS SOBRE O TABELAÍDO.

VAMOS FAZER UM MAPA MENTAL PARA PLANEJAR AS ATIVIDADES A SEREM REALIZADAS?  
VEJA COMO NA PÁGINA 29 DO LIVRO.



página 26

EQUIPAMENTOS ↘

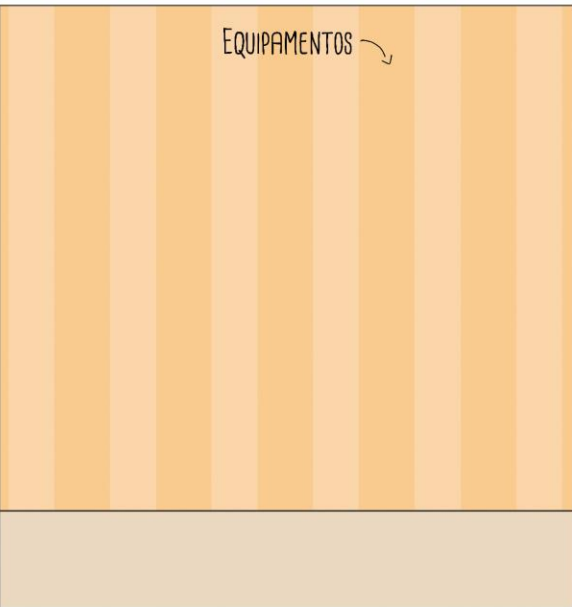


página 27, parte da frente



cartela 1 da página 27

EQUIPAMENTOS ↘



página 27, parte de trás



cartela 2 da página 27



cartela 3 da página 27

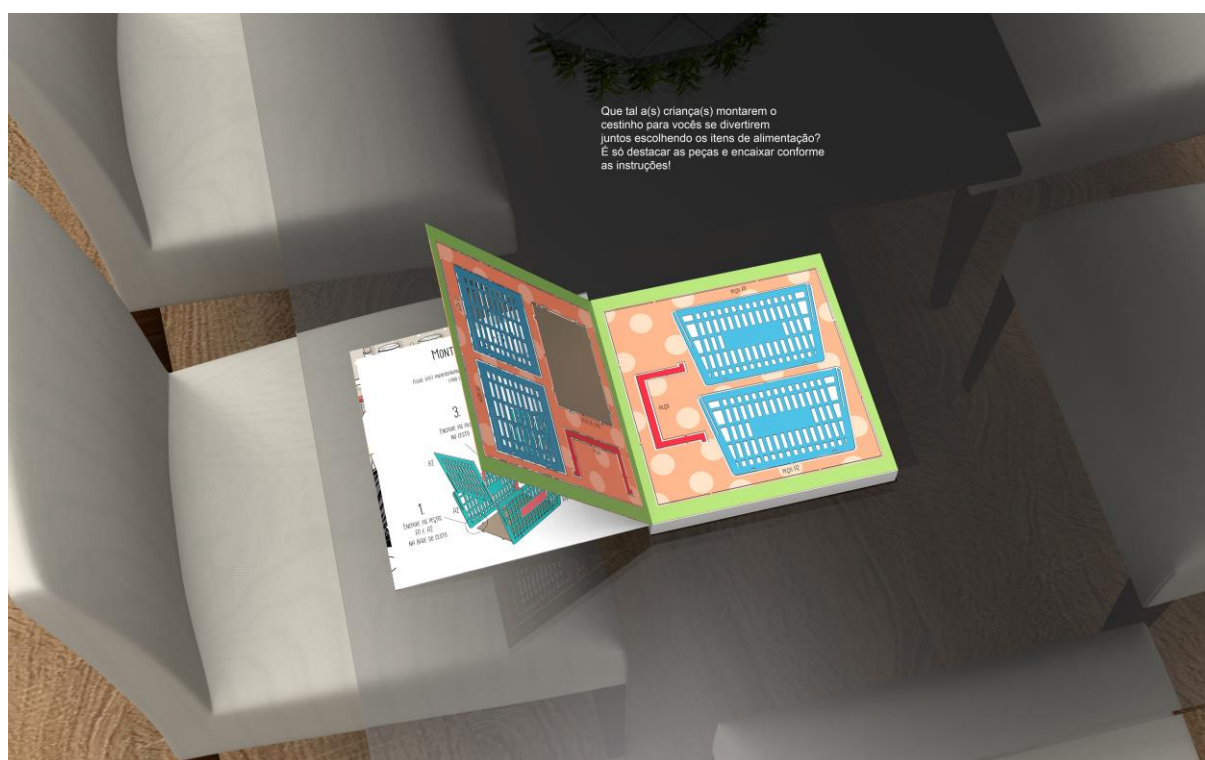
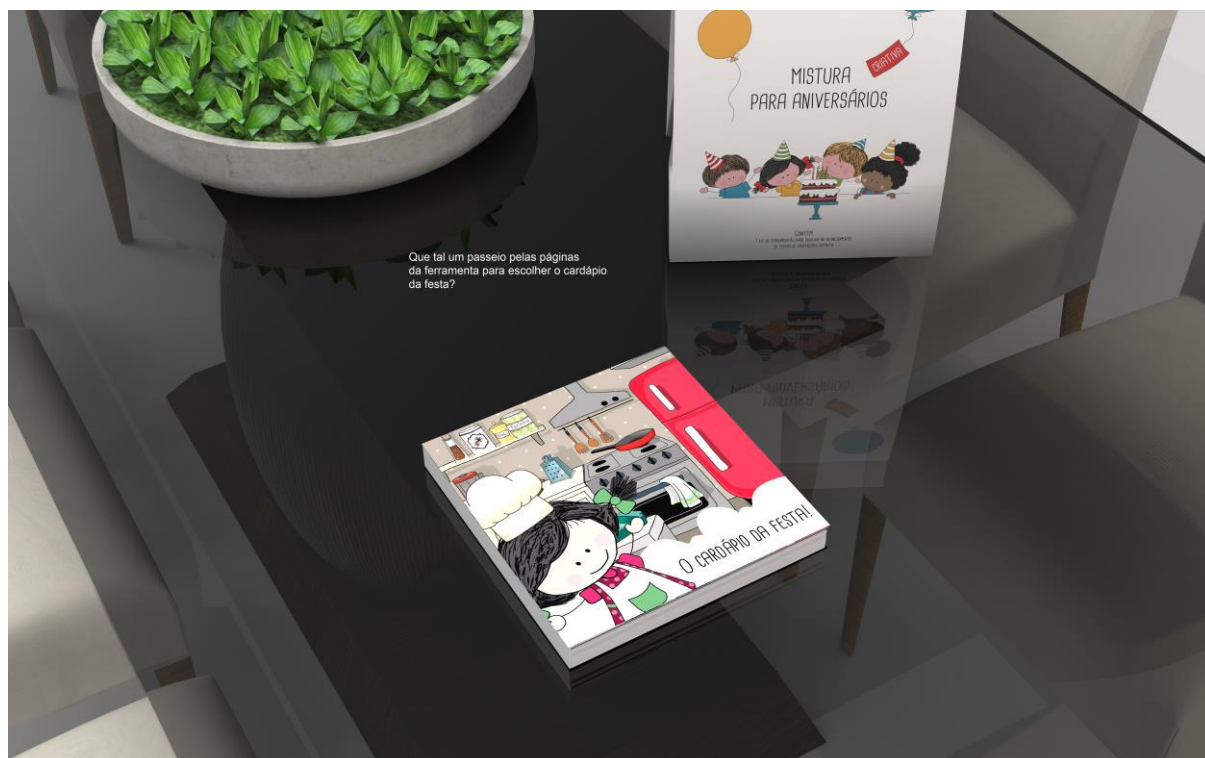


página 28, parte da frente

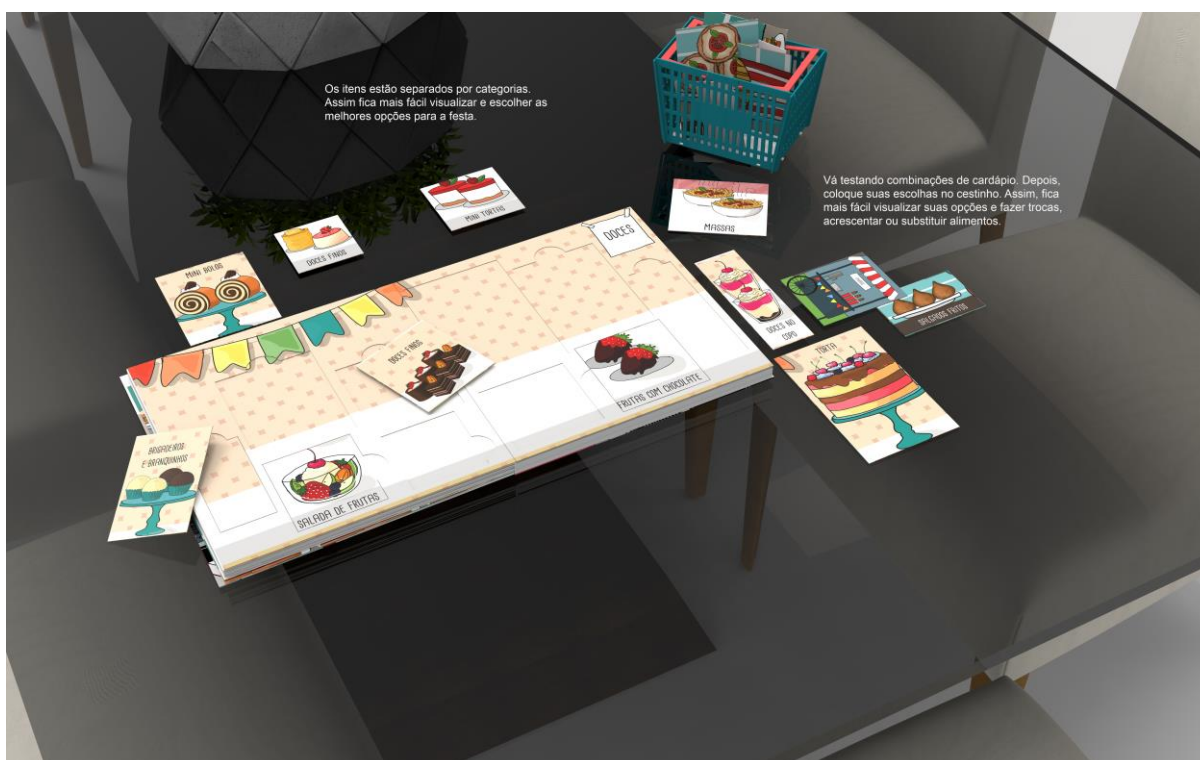
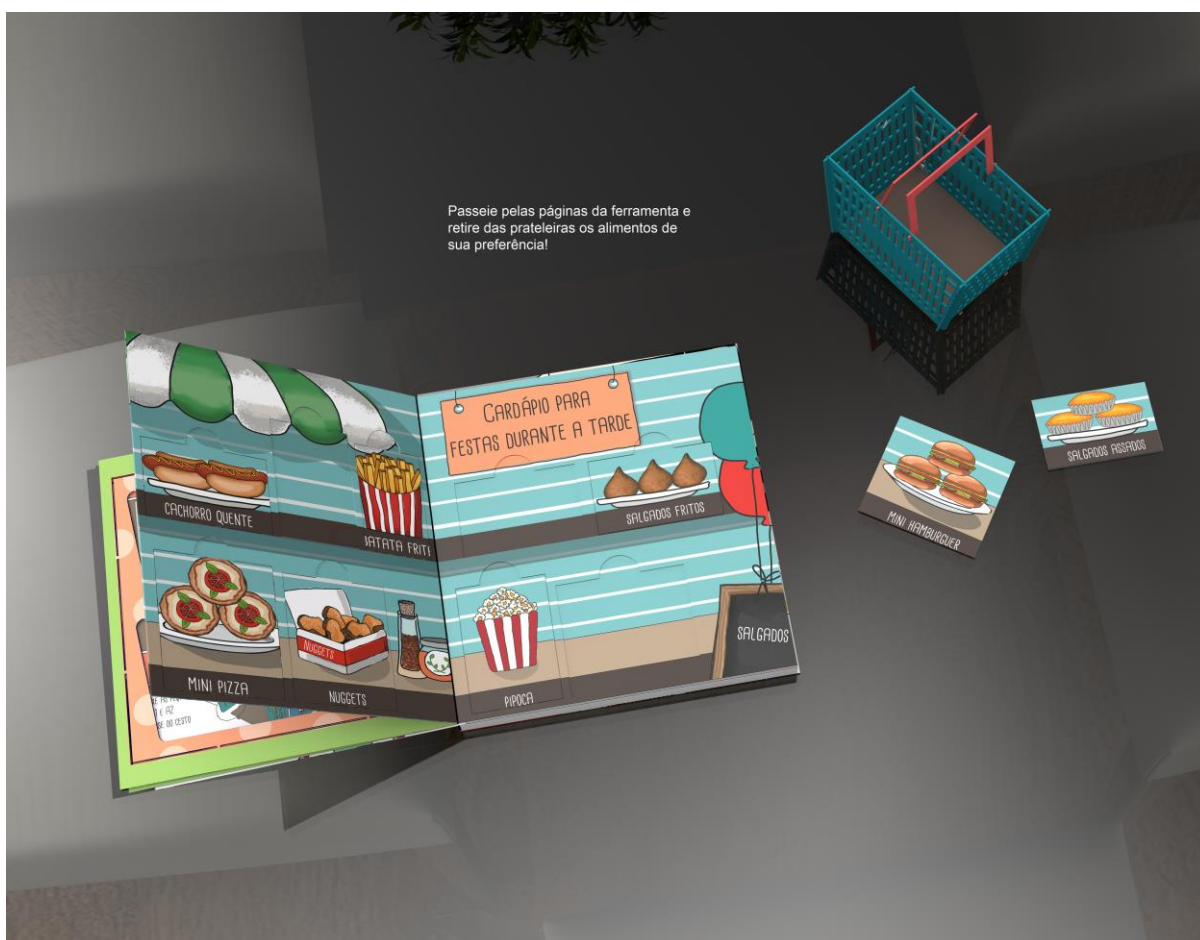
página 29, parte da frente

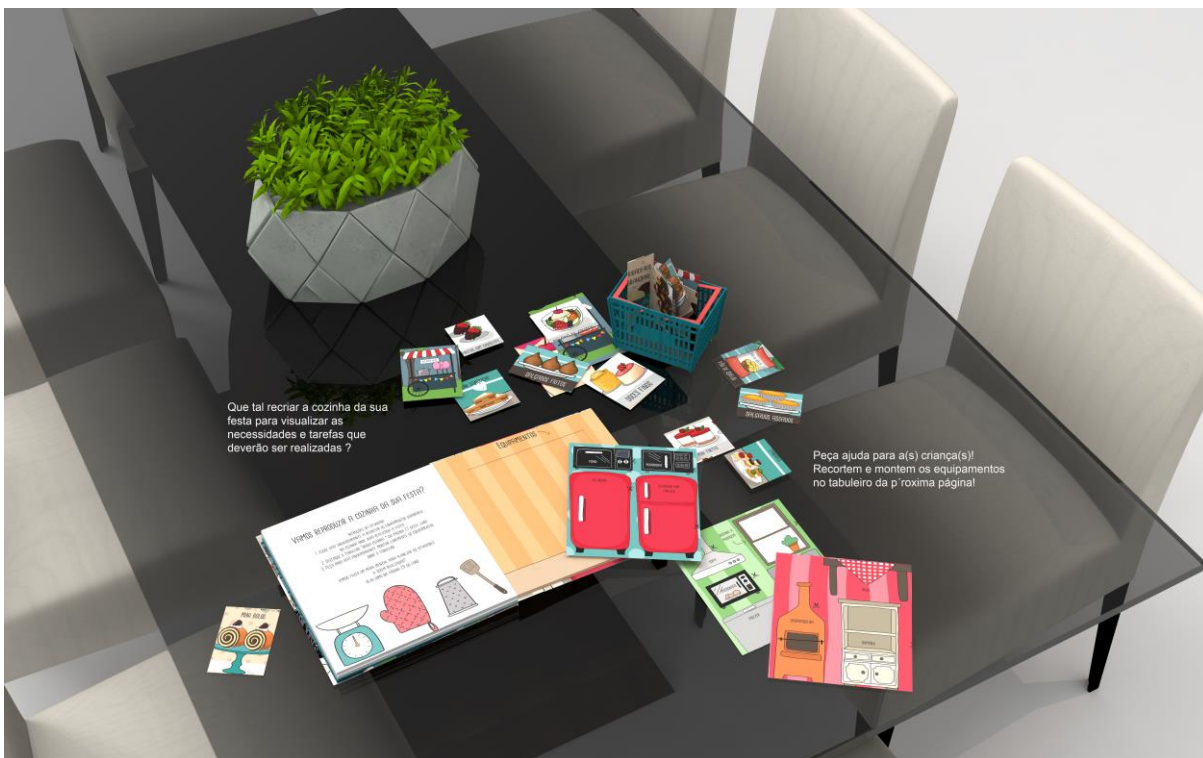
#### 7.4.2 Os Usos da Ferramenta

Que tal passear pelas páginas desta ferramenta e escolher as melhores opções de cardápio para festa? Monte o cesto, percorra as prateleiras do livro e divirta-se!













## 7.5 A EMBALAGEM DO KIT DE FERRAMENTAS

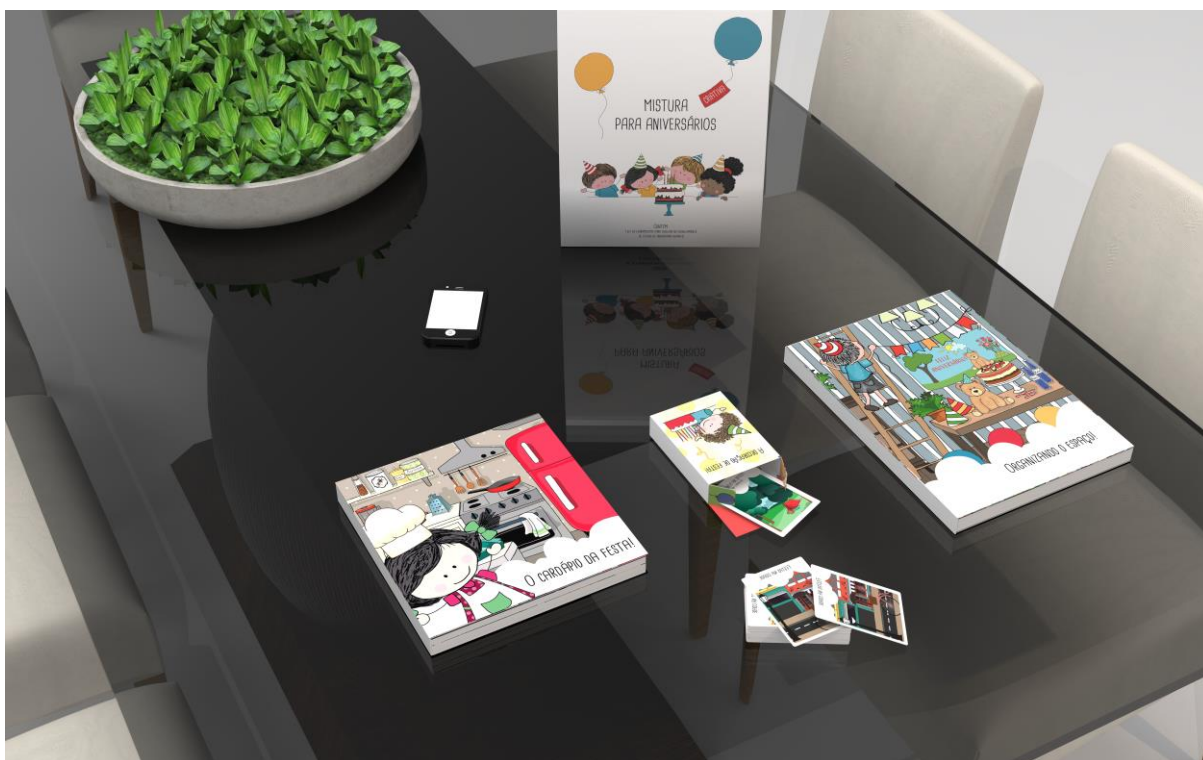
Para a embalagem do kit, pensou-se em recriar uma forma que faz analogia às embalagens de farinha. Primeiramente, porque a farinha é tradicionalmente utilizada em receitas de bolo, um símbolo popular das festas infantis. Em segundo lugar, por ser um ingrediente que confere consistência à receita. Por fim, porque espera-se que a associação mental da embalagem, facilmente reconhecida, juntamente com o nome escolhido, incitem a curiosidade sobre o conteúdo do pacote.

**Figura 52 - Peça gráfica da embalagem Mistura para Aniversários**



Fonte: a autora (2020)

**Figura 53 - Ilustração do Kit Mistura para Aniversários**



Fonte: a autora (2020)

## 8. VALIDAÇÃO DO PROJETO

Para fazer a validação do Kit Mistura para Aniversários foram realizados métodos caseiros de reprodução das peças. Para tanto, utilizou-se recursos como impressão sobre papel, corte e colagem manuais a fim de permitir uma melhor interação das pessoas com os objetos e detectar possíveis problemas de projeto.

Figura 54 – Imagem da construção das peças para validação do projeto



Fonte: a autora (2020)

A validação foi realizada com pessoas próximas ao convívio familiar e se deu através da construção de narrativas, visualização e manipulação das peças. A validação trouxe contribuições significativas para o projeto, uma vez que possibilitou ajustar o tamanho das peças da ferramenta Organizando o Espaço, a partir da constatação de que as peças teriam de ser aumentadas para melhor visualização e

manipulação dos usuários, assim como a necessidade de acrescentar alguns temas e cores que não haviam sido pensados, na ferramenta Decoração da Festa.

## 8. CONCLUSÃO

A realização do presente trabalho objetivou trazer à discussão, através de um pequeno recorte, a importância e a complexidade do tema festas de aniversário. Neste sentido, foi possível à pesquisadora, fazer alguns apontamentos.

O primeiro apontamento diz respeito à compreensão de que, as festas de aniversário infantis, enquanto artefatos materiais e imateriais, são rituais que contribuem de maneira significativa para o que nos tornamos quando adultos, e parecem estar relacionados à intensidade com que as pessoas vivenciam este fenômeno na infância. Em razão de seu forte conteúdo simbólico, demonstram a correlação entre as experiências vivenciadas nestes rituais e o processo de construção e afirmação das identidades.

Nisto resulta, que, para projetar soluções que contribuam para a construção de experiências significativas em torno destes estes acontecimentos, faz-se necessário o entendimento de que eles não se restringem à balões com uma mesa decorada em um lugar cheio de brinquedos para as crianças e petiscos para os pais. Projetar soluções para a promoção de experiências vincula-se, antes, à necessidade de ofertar subsídios para que, a partir de suas capacidades pessoais, os usuários tenham autonomia para criação de suas próprias configurações de valor.

O segundo apontamento, diz respeito à enorme contribuição da metodologia Metaprojetual à compreensão da realidade e a possibilidade de tornar esta compreensão visível e analisável. Disto resulta ao designer, a oportunidade de propor caminhos projetuais não lineares, ou seja, não centrados em um ou outro conceito específico.

Entretanto, é possível observar, que soluções para possibilitar experiências positivas em festas de aniversário, alcançam um sentido bem mais amplo que os descritos por Schor (SCHOR, 2014), pois perpassam compreensão da importância do mercado de festas para milhares de pessoas, com a boleira Luciana e a publicitária Patrícia, ou ainda das experiências do empresário Hermes, que trazem à tona as inúmeras dificuldades enfrentadas por empreendedores que buscam se estabelecer no mercado, frente à concorrência de produtos importados e as dificuldades relacionadas à carência de políticas públicas de incentivo às pequenas e médias empresas. Perpassam em um sentido mais amplo, às problemáticas urbanas, de mobilidade, infraestrutura e segurança, que possibilitariam o surgimento

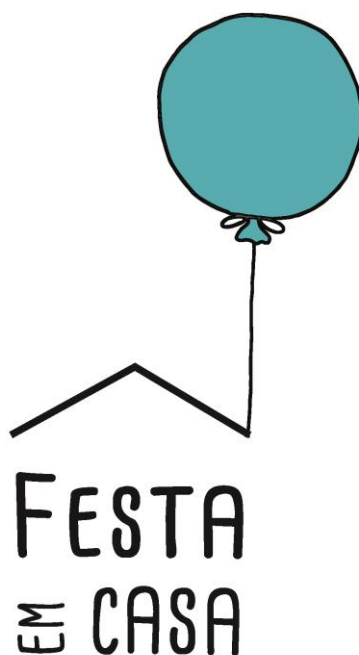


de mais eventos, impulsionando outros setores da economia como o comércio e o turismo. Por fim, perpassam por debruçar-se sobre questões como consumo e sustentabilidade.

Todo este conhecimento, além de trazer humildade ao designer, que, diante de tamanho desafio, percebe que suas soluções não serão capazes de abranger todos estes aspectos, como demonstra o enorme potencial de atuação do Design estratégico no mercado de festas e eventos.

Aproximando a definição de ação, proposta por Morin (MORIN, 2007), à do agir projetual na esfera do Design, tem-se a noção de estratégia como uma aposta frente a um certo número de cenários. Estes cenários se modificam, ao longo do percurso projetual, na medida em que novas informações vão sendo acrescentadas.

Dadas as possibilidades vislumbradas do agir projetual do objeto de estudo, criou-se uma marca para formalizar a intenção da projetista de levar adiante a proposta de uma linha de produtos que atendam as mesmas expectativas do material projetado, quanto à formulação de subsídios que permitam que as pessoas, através de suas próprias capacidades, construam suas configurações de valor por ocasião da projeção de uma festa de aniversário caseira.



## APENDICE A - O livro de pesquisas fenomenológica Auto Documental





Olá! Meu nome é Daniela!  
Estou realizando uma pesquisa para o trabalho de conclusão do curso de Design Estratégico da Unisinos sobre festas de aniversário.  
O objetivo desta pesquisa é conhecer as percepções e experiências das mães em torno do planejamento e realização de festas de aniversário para as crianças. Este caderno contém alguns questionamentos e tópicos sobre o assunto para você responder, desenhar e anotar suas percepções sobre este tema!

**Escreva, desenhe, risque e rabisque este caderno!**

Esta pesquisa foi elaborada para você expressar suas lembranças, percepções e experiências sobre aniversários. Não existem respostas certas ou erradas! Procure realiza-la em momentos tranquilos do seu dia!



**Divirta-se!**



3

## PARTE 1

### Sobre você!

Seu primeiro nome é: \_\_\_\_\_ (Escolha um nome fantasia!)

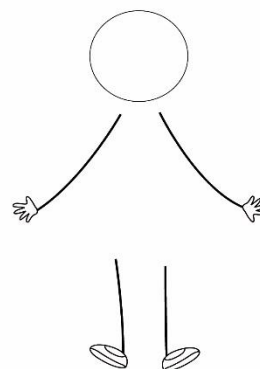
## Quem é você ?



Qual é a sua profissão e idade ?

---

Complete a imagem, desenhando coisas que descrevam você, seus "hobbies" e sua personalidade:



Quantos filhos você tem? Quais suas idades?

---



---



---

5

## Atividade primeiras memórias!

Quais são as primeiras lembranças sobre seus aniversários? Sem refletir muito, escreva:

As 4 primeiras palavras que descrevam aniversários:

1° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

3° \_\_\_\_\_

4° \_\_\_\_\_

Uma lembrança ?

**Os enfeites!**

A decoração do qual você se lembra primeiro é

Porque:

---



---

**O Bolo decorado!**

Descreva um dos bolos de seu aniversário:

---



---



Porque este bolo em especial ?

---



---

6



## Atividade voltando no tempo!

Vamos voltar no tempo para recriar suas festas de aniversário ?

### Antes de iniciar, leia atentamente as orientações abaixo:

Para fazer esta atividade você vai utilizar o envelope de atividades nº1  
Leia atentamente as instruções  
Certifique-se de ter entendido corretamente a dinâmica da atividade antes de iniciá-la.

## Vamos brincar?

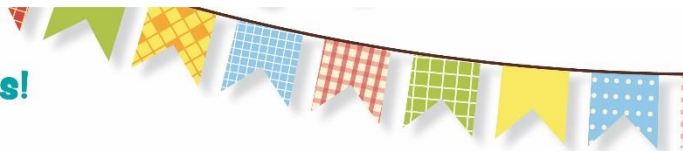


7

**As minhas festas de aniversário eram assim!**



# Diário das minhas festas!



Lined writing area for the 'Diário das minhas festas!' section, consisting of two columns of horizontal lines.

9

## Quem produzia os componentes da festa?

Para fazer esta atividade, utilize o envelope de atividades nº 2



Os balões  
(inflar e montar)

Three horizontal lines for writing notes related to balloons.



Os enfeites

Three horizontal lines for writing notes related to decorations.



Os convites

Three horizontal lines for writing notes related to invitations.



As lembranças

Three horizontal lines for writing notes related to gifts.

Decoração



Os docinhos

Three horizontal lines for writing notes related to sweets.



Bolo de aniversário

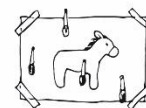
Three horizontal lines for writing notes related to the birthday cake.



Os salgados

Three horizontal lines for writing notes related to pastries.

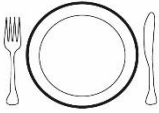


Alimentação



As brincadeiras  
(planejamento e recreação)

Recreação

Three horizontal lines for writing notes related to games.

			
	A compra de materiais	A fotografia e a filmagem	A montagem e a desmontagem
Outros	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

11

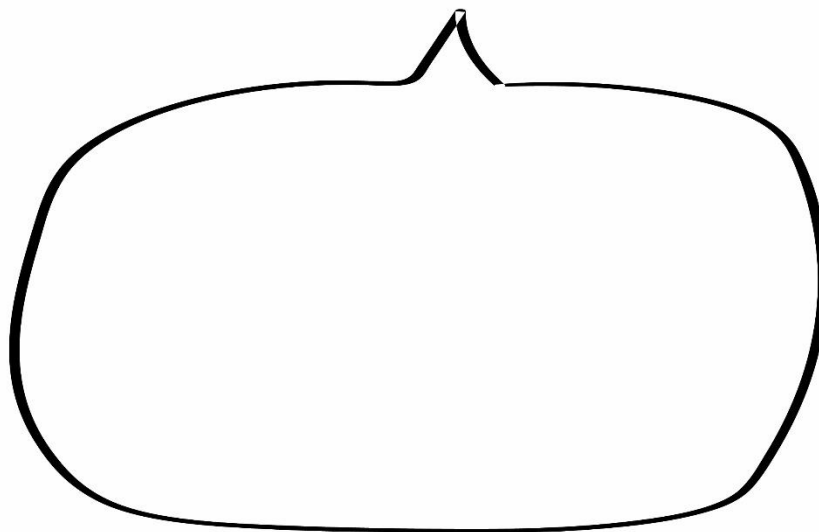
## Atividade 5 - Reflexões sobre seus aniversários!

Ao longo da infância desenvolvemos habilidades e qualidades a partir de experiências individuais e sociais. Algumas experiências são mais marcantes que outras contribuindo de maneira significativa para o que somos quando adultos. Você identifica habilidades ou qualidades pessoais associadas às experiências de seus aniversários? Em caso afirmativo, liste abaixo estas habilidades e comente, na sua percepção, as possíveis causas:

Que sentimentos você experimentou ao comemorar suas festas de aniversário?



Qual contexto/ situação influenciou ou afetou sua experiência sobre suas festas de aniversário?



13

## PARTE 2

### **Sobre o(s) aniversário(s) de seu(s) filho(S)!**

O mundo mudou! E as festas de aniversário também!  
Ao longo dos últimos anos você acumulou diferentes experiências como protagonista da organização das festas de seu(s) filhos. Esta parte da pesquisa é para você expressar suas percepções sobre as festas de hoje em dia!

## Atividade construindo narrativas:

**Imagine** que você tenha que descrever a experiência de planejar e comemorar o aniversário nos dias de hoje para alguém de outro planeta que desconhece o que significa isto.

Durante 5 minutos **desenhe** tudo o que você conseguir para expressar esta experiência. Risque e rabisque a vontade sem se importar com aspectos estéticos, preenchendo os espaços desta página como você preferir para representar a comemoração de uma festa de aniversário (por exemplo, o que significa? Qual a importância? O que é bom? O que é ruim?)



15

## Você planejando a festa!

Na página ao lado há um cenário vazio.

### Vamos recriar a festa de aniversário do seu filho(a)?


Para realizar esta dinâmica, você vai utilizar os materiais do envelope de atividades 3.

### Antes de iniciar a brincadeira, leia atentamente as orientações abaixo:

Procure desenvolver a atividade de forma contínua.

Leia atentamente as instruções que está dentro do envelope.

Certifique-se de ter entendido corretamente a dinâmica da atividade antes de iniciá-la.



Cronograma

- 1- \_\_\_\_\_
- 2- \_\_\_\_\_
- 3- \_\_\_\_\_
- 4- \_\_\_\_\_
- 5- \_\_\_\_\_
- 6- \_\_\_\_\_
- 7- \_\_\_\_\_
- 8- \_\_\_\_\_
- 9- \_\_\_\_\_
- 10- \_\_\_\_\_
- 11- \_\_\_\_\_
- 12- \_\_\_\_\_
- 13- \_\_\_\_\_
- 14- \_\_\_\_\_

16

## As festas dos meus filhos são assim!



17

### Quem produziu os componentes da festa?

Para fazer esta atividade, utilize o envelope de atividades nº 4.



Os balões  
(inflar e montar)



Os enfeites



Os convites



As lembranças

Decoração

---

---

---

---



---

---

---

---



---

---

---

---



---

---

---

---



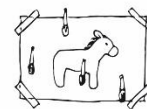
Os docinhos



Bolo de aniversário



Os salgados



As brincadeiras  
(planejamento e recreação)

Alimentação

---

---

---

---



---

---

---

---



---

---

---

---

Recreação

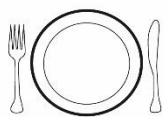
---

---

---

---





A compra de materiais

---



---



---



---



A fotografia e a filmagem

---



---



---



---

A montagem e a  
desmontagem

---



---



---



---

## Reflexões!

Que sentimentos e emoções você experimentou ao fazer a festa de seu filho(a)?

Quais contextos/ situações influenciaram ou afetaram a experiência de realizar a festa de aniversário de seu filho(a)?



## O local, a decoração e o planejamento da festa!

Você já fez alguma festa de aniversário caseira para o seu(s) Filho(s) ?  
(caseira = na residência ou no salão de festas do condomínio)

SIM  NÃO

Na sua percepção, quais são os aspectos positivos deste tipo de experiência?

Quais são as principais dificuldades relacionadas a este tipo de festa?

21

Você já criou itens de decoração para a(s) festa(s) de seu(s) filho(s) ?

SIM  NÃO

Em caso afirmativo, descreva como foi esta experiência ( o que você fez, a partir de quais referências, aspectos positivos, dificuldades, se houve a colaboração de outra pessoa...)

Você faria isto novamente? Porque?

SIM  NÃO

## Os problemas!

**Nem Tudo são flores!** Como qualquer acontecimento de nossas vidas, as festas de aniversário também possuem aspectos negativos.



Pegue novamente os cards de planejamento da festa que você utilizou para fazer o cronograma da página 16. Quais destas atividades não foram experiências positivas? Descreva as dificuldades, e problemas encontrados:

Quais suas angústias e críticas relacionadas às festas infantis da atualidade?

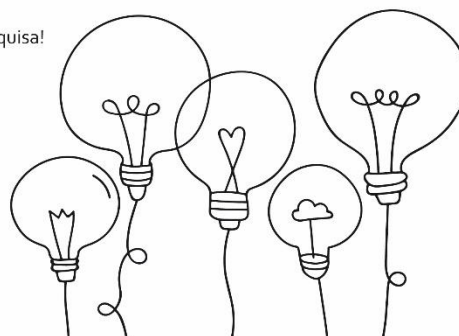
23

## As festas seriam melhores se...

O que poderia ser diferente para as festas de aniversário serem experiências mais positivas?

## Sobre esta pesquisa:

Utilize este espaço para escrever o que você quiser sobre esta pesquisa!



24



**OBRIGADO!**

## **APENDICE B - Análise textual das experiências vivenciadas pelas entrevistadas da pesquisa fenomenológica auto documental**

### As festas de Aquarela

Para Aquarela, “o sentimento de se sentir querida e importante para aquele grupo de pessoas” traduz as memórias de suas festas de infância. Elas eram marcadas “pelos detalhes e empenho na decoração e a reunião familiar”, e, segundo ela, “o envolvimento era de toda a família “.

Apenas os salgados eram encomendados, e as vezes havia a contratação de um fotógrafo. Todos os outros itens eram feitos por suas tias e mãe, e as brincadeiras eram planejadas por suas primas. Os contextos que influenciaram suas experiências nas festas de aniversário, segundo Aquarela, foram “comemorar junto com meu irmão ou prima que tinham uma ligação e cumplicidade comigo”. Entre as atividades que ela desenvolvia junto com as tias e a mãe, estavam a elaboração dos convites e das lembranças, antes da festa. A julgar pela quantidade de corações que a entrevistada colocou sobre estas atividades, ela realmente gostava de desenvolvê-las. O bolo que Aquarela escolheu para descrever na pesquisa, era um castelo “feito de vários doces e bolachas” que ela inclusive desenhou. A justificativa da escolha foi porque “era caseiro e ao mesmo tempo parecia a casa da história de João e Maria”. Entre suas lembranças, estão o salão de festas da casa da avó, os “copos decorados de princesa” - também desenhados pela entrevistada - e o fato de comemorar seus aniversários com o irmão e a prima.

O ambiente onde ocorriam as festas até os sete anos, era o salão de festas da casa de sua avó. Após os sete anos, passou a ser comemorado junto com a prima, na casa dela. A partir desta época, segundo ela, as decorações passaram a ser “mais comerciais, encomendadas de uma empresa de organização de festas”.

Quanto às habilidades e qualidades que Aquarela descreve que desenvolveu a partir destas experiências, estão a “questão da socialização” e “a dedicação na organização de um evento”. Ao comparar esta última habilidade com “o sentimento de se sentir querida e importante”, surge a hipótese de que Aquarela traz em suas memórias que dedicar-se à festa é uma demonstração de amor e afeto.

Figura 55 - Ilustração das festas de Aquarela



Fonte: a autora (2020)

Nos desenhos de Aquarela, é possível perceber que todos os elementos e pessoas representados se concentram na mesa de parabéns, à exceção do grande balão surpresa na lateral direita. Entre os componentes, Aquarela desenhou chapéus, bandeirinhas, balões pendurados em fitas, o bolo de aniversário e o personagem. Um detalhe que chamou a atenção da pesquisadora, foi a representação de uma garrafa de refrigerante sobre a mesa. Tal representação sugere que a mesa de parabéns das festas da entrevistada, tinha outras atribuições, além de comportar a decoração da festa. Quando comparado com o desenho que aquarela fez das festas de seus filhos, nota-se que a mesa de parabéns está literalmente vazia, à exceção do grande bolo decorado de aniversário ao centro. Propositadamente ou não, os elementos que preenchem com intensidade o cenário estão dispersos. Como organizadora do evento de seus filhos, talvez esta representação tenha relação com sua própria demonstração de amor e afeto. Ainda assim, permanece o questionamento de o porquê a mesa de parabéns está vazia. Outro detalhe observado diz respeito ao posicionamento das crianças. Na primeira representação as crianças estão acima e sobre a mesa. No segundo desenho, as crianças quase não a alcançam.



Figura 56 - As festas dos filhos de Aquarela



Fonte: Aa autora (2020)

### As festas de Adriana

Adriana fez um longo e emocionante relato de seus aniversários. Segundo ela “eram bons tempos. Eram tão bons que me lembro perfeitamente deles até hoje. E hoje me pergunto: as crianças vão se lembrar do dia especial delas?” Para a entrevistada era sempre “uma expectativa a data da festa de aniversário”, que era comemorado com sua irmã. “Eu ficava muito ansiosa para entregar os convites para os amigos no colégio, e, no dia seguinte, era aquela loucura para abrir os presentes”.

Segundo ela, “os dias que antecediam “o grande dia” eram de muitos preparativos! Um montão de coisas para fazer! (...) Os arranjos e enfeites começavam a ser montados, colados, esculpidos, recortados. Os convites eram feitos em série (...) as únicas ferramentas eram tesoura e cola. A cola e a vasta

imaginação da minha mãe (,,,) tudo feito com muito capricho, muitos detalhes, tudo perfeito”.

Os aniversários ocorriam sempre no salão de festas da sua escolinha. Segundo ela, “na véspera das festas, toda a comilança era produzida. Eram branquinhos e negrinhos , vendo enrolar pela minha mãe durante toda a madrugada, torta-fria, empadinhas (até hoje ela guarda aquelas forminhas pra fazer mini empadas), canudinhos com guisadinho dentro, o bolo feito com a receita de pão de ló da minha avó (...) e eu lembro que eu ajudava a enrolar balinhas de coco naquele papel crepom com umas franjinhas nas pontas”

No dia da montagem, “nós íamos cedo para o salão de festas, a gente montava tudo (...) nada era impresso, nada era comprado pronto(...) eu arrumava os pratinhos e os copinhos para os convidados, um a um (...) cada amigo que chegava era uma alegria! Se abria o presente, se agradecia, e o amigo já era puxado para o pátio pra brincar de parabéns ou qualquer outra brincadeira de correr (...) a hora do parabéns era o pico da festa, todos em volta da mesa, aquela gente cantando, aplaudindo aquele teu dia especial!”

Entre as tarefas que Adriana ajudava a realizar, estavam os convites - “eu ajudava a colar (...) tudo feito com cartolina e color Jet, e depois, saíamos de carro para entregar. Eu adorava isso”. Ela ajudava a fazer os enfeites e adorava “ver os bolos maquete que minha mãe inventava”, assim como enrolar os docinhos da festa.

O bolo que Adriana descreveu, e enviou fotos, foi a maquete da casa dos ratinhos, porque a “bota de isopor era enorme e os ratinhos, todos feitos de isopor também.”

Segundo Adriana, ver sua mãe, que é Artista Plástica, produzir suas festas de aniversário, influenciou muito nas suas preferências. “Adoro coisas/ atividades que envolvam trabalhos manuais. Sou formada em arquitetura e com certeza, estas experiências de infância influenciaram a minha escolha profissional e acadêmica”.

Adriana teve a iniciativa de digitalizar fotos de suas festas de aniversário, para entregá-las à pesquisadora. As fotografias estão no apêndice deste trabalho.

Sobre os contextos que influenciaram suas experiências, Adriana narrou que suas festas de infância eram “sempre cheias de gente”, e que por isso, hoje em dia, ela gosta de proporcionar festas em sua residência.

Figura 57 - As festas de Adriana



Fonte: a autora (2020)

Analisando as representações de Adriana, é possível observar que os elementos que se sobressaem são decorativos. Ao centro, o enorme bolo maquete da casa dos ratinhos, e sobre a mesa os mesmos copinhos que Aquarela desenhou. A não representação de pessoas no cenário, pode ser um indício de que a parte da festa que Adriana mais gostava era o planejamento e a montagem, porém estes dados são percepções da pesquisadora, e, portanto, inconclusivos.

Ao comparar o desenho das festas da sua infância com a representação das festas de seus filhos, percebe-se que os elementos decorativos desapareceram do cenário. Talvez sejam um indicativo de que a ação de experimentar e participar da construção da festa enquanto criança, é onde se situa o repertório principal da atribuição de valor dado a este ritual para Adriana.

Figura 58 - As festas dos filhos de Adriana



Fonte; a autora (2020)

### As festas de Bárbara

Para Bárbara, as festas de aniversário “eram a data mais esperada do ano. Olhava no calendário, esperando que meu aniversário caísse em um sábado ou domingo para poder comemorar no dia” Os sentimentos que experimentou, através destas experiências foram “de muita alegria, comemoração, união, carinho, amor”.

Segundo a entrevistada, “minhas melhores lembranças são dos meus aniversários e o dos meus irmãos, que eu acabava também participando muito (...) a casa se enchia de alegria e amor.” Ela ajudava em tudo, “a colocar os pratinhos de papel, os guardanapos, enrolar os docinhos, organizar o salão e inflar os balões” No dia da festa, “geralmente nós mesmos inventávamos as brincadeiras até a chegada

do mágico (...) os presentes eram abertos na chegada da festa e eram usados para brincar com os convidados (...) por vezes tinha o balão surpresa, onde ganhávamos balas, pirulitos e outras besteiras de plástico como apitos e línguas de sogra, que acabavam sendo a lembrancinha (...) e na saída as crianças levavam parte da decoração como lembrança, como os balões e doces.”

As festas de Bárbara aconteciam no salão de festas de sua residência e os componentes da festa eram organizados e executados por sua mãe, seu pai, ela e seus irmãos. Entre as atividades que ela mais gostava, estavam encher os balões, “amava a bagunça de inflar e arrumar”, enrolar os docinhos “eu gostava de rapar a panela” e comprar os materiais. Segundo ela descreve, “adorava ir ao mercado com minha mãe, escolher as cores para minha festa”. O bolo de aniversário que Bárbara escolheu descrever, tinha” vários bolinhos dentro de uma casa, todos embrulhados, e eram retirados pelo telhado dessa casinha”, porque “era diferente do tradicional e era uma delícia, feito por minha mãe”.

Quanto aos contextos e situações que afetaram sua experiência sobre festas de aniversário, Barbara descreve que “estar perto de quem se ama é o mais importante. Acredito que a festa não precisa ser algo grande, mas eu me sentia muito amada, celebrada. Tanto que um dos meus melhores aniversários, foi o de 7 anos, onde saímos com alguns amigos e familiares em uma pizzaria e até hoje lembro desse dia especial pra mim. Tinha apenas um bolo na mesa e mesmo assim só recordo a emoção de cantar o parabéns com meus amiguinhos e família.”

Bárbara acredita que as experiências vivenciadas através de seus aniversários contribuíram no seu aprendizado de sociabilidade, gratidão, compartilhamento e valorização “do que se tem”.



Figura 59 - As festas de Bárbara



Entre os componentes representados por Bárbara, relativos às suas comemorações, estão, conforme ela escreveu, o bolo de aniversário decorado, os chapeuzinhos de festa, as bandeirinhas, balões coloridos, o balão surpresa e os itens de alimentação: canudinhos com maionese, gelatina em copo plástico, docinhos, maria mole com coco e cachorro quente. Ao analisar a imagem da festa de seus filhos, observa-se que há um número bem maior de elementos decorativos, porém, os itens não foram descritos como na primeira imagem.



Figura 60 - As festas dos filhos de Bárbara



Fonte: a autora (2020)

### As festas de Aléxia

Alexia fez um relato bem mais simples de suas festas de aniversário. Os sentimentos que experimentou através destas experiências foram de “alegria, expectativa e felicidade”. Conforme ela descreve, “as festas eram simples, porém muito alegres.” Alexia não recorda de ter decoração em suas festas, e afirma que raramente ganhava brinquedos “geralmente eram pratos de criança, copos ou roupas”. Segundo ela, ter sido criada no interior e não em uma região metropolitana, assim como as “vivências dos meus pais” influenciaram “bastante no formato das festas”. Na festa havia balões e as placas de feliz aniversário. Sua mãe comprava os enfeites, os materiais, os convites e montava a festa. A alimentação era caseira e feita por sua mãe e tias. Segundo ela, eram “pasteis, enroladinhos, canudinhos e

bolo.” Não foi possível identificar se Alexia participava das atividades, porque, uma vez que ela respondeu a mesma questão para suas festas de infância e para as festas atuais, não se sabe se os adesivos de mãozinhas colocados são da sua participação ou da participação de seus filhos nas atividades. Alexia também não desenhou corações sobre atividades que gostava de participar, o que pode sugerir a sua não participação nestas atividades. O bolo que Aléxia escolheu para descrever “era redondo e tinha a imagem de um palhaço em cima”, porque foi “o bolo de meu primeiro aniversário.” Neste sentido, é possível perceber que esta memória provém de fotografias e não de uma memória episódica, uma vez que ela tinha apenas 1 ano nesta data.

Para ela, as principais habilidades e qualidades desenvolvidas a partir destas experiências foram a gratidão pelo esforço dos seus pais e a paciência para “esperar ansiosamente pelo dia da festa”.

A narrativa de Alexia, ao contrário das outras 3 entrevistadas cujas histórias estão carregadas de muitas lembranças e detalhes, é bastante concisa e quase impessoal. Ao comparar com as outras entrevistas, a pesquisadora, retomou o questionamento sobre a possível relação entre a participação ativa das crianças nas ações de preparação e execução da festa junto com os adultos, e as memórias significativas sobre as suas festas de aniversário.

Figura 61- As festas de Aléxia



Fonte: a autora (2020)

A representação que Alexia fez de suas festas de infância não confere destaque ao bolo de aniversário, ao contrário das representações das outras mães. A não ser pela vela no topo, poderia se dizer que que é um item de alimentação da festa.

O destaque da mesa é a representação de uma garrafa, provavelmente de refrigerante, que poderia sugerir, assim como no caso de Aquarela, que a mesa do parabéns tivesse outras atribuições, ou que esta bebida fosse consumida apenas em datas especiais.

Ao comparar o desenho das suas festas com a representação da festa de seus filhos, observa-se que há uma grande quantidade de itens de decoração sobre a mesa e abaixo dela. Não é possível ter certeza se o pequeno desenho de 3 retângulos empilhados é a representação do bolo da parabéns, pois não há vela em cima.

Nesta imagem, há a representação da caixa de presentes, o que sugere que os brinquedos e a decoração, antes ausentes nas suas festas, agora fazem parte do universo das festas de seus filhos.

**Figura 62 - As festas dos filhos de Aléxia**



Fonte: a autora (2020)

### As narrativas de Morgana

Para Morgana, os sentimentos experimentados ao comemorar suas festas de aniversário foram de “alegria, carinho e diversão”. Ela narra que sua festa de primeiro ano foi a maior de todas, e ocorreu no quartel militar. “Teve os *Teletubbies*, a Branca de Neve, muitas brincadeiras, eu usava um vestido vermelho lindo com um sapato branco, tinha um baú de presentes”. Da mesma forma que Aléxia, estas memórias não são episódicas, mas construídas a partir de imagens. Em todas as suas festas, até os cinco anos, sua mãe e sua tia faziam os docinhos, seu pai decorava o salão com balões, “arcos e flores de balões” e o resto da decoração “era sempre locado pela Big Festas de Esteio, as decorações eram lindas!”. Os materiais

da festa eram comprados por sua mãe e sua avó e havia sempre um fotógrafo contratado para registrar a festa. Os bolos de aniversário eram encomendados de uma padaria, e “eram bem caseiros, com bastante merengue, mas um deles era rosa” e por isso, ela descreveu este bolo como especial para ela. Entre as atividades que ela participava e atribuiu corações, estavam inflar balões com o pai, ajudar a fazer as lembrancinhas e a enrolar os docinhos. “Toda a família se reunia e participava da festa”.

A decoração do qual Morgana recorda primeiro foi a festa do Sítio do Pica Pau amarelo, pois ela usou uma “roupa em cores laranja muito bonita”. Em suas recordações, ela narra que estão a presença dos amigos, a família reunida e a cama elástica. Em relação à sua percepção sobre o desenvolvimento de qualidades e habilidades a partir destas experiências de infância, Morgana descreve que “hoje em dia gosto muito de decoração (...) monto e faço coisas para festas e adoro comemorar meu aniversário” Para ela, o contexto que influenciou estas experiências, foi “reunir toda a família e amigos queridos, todos empenhados para um dia especial.”



Figura 63 - As festas de Morgana



Fonte: a autora (2020)

É possível observar, a partir das representações de Morgana que todos os elementos narrados, estão presentes no desenho. O tamanho dos itens do cenário em relação ao tamanho dos convidados, pode ser uma representação da importância que estes elementos possuíam no seu imaginário infantil. Quando comparado ao desenho da festa de seu filho, observa-se que há poucos itens decorativos no cenário, embora ela descreva que goste de fazer e montar coisas para festas atualmente.



**Figura 64 - As festas dos filhos de Morgana**



Fonte: a autora (2020)

#### As narrativas de Carolina

Segundo Carolina, os sentimentos que ela experimentou ao comemorar suas festas de aniversário foram “alegria, felicidade, amor, satisfação e momentos gratificantes em família”. Talvez por ter entendido que a atividade Diário de minhas festas, fosse uma espécie de cronograma, Carolina não narrou suas lembranças, mas compôs uma ordem cronológica de como aconteciam as festas. Segundo ela, esta sequência era “entrega dos convites - arrumar a mesa com toalhas, bolo, doces e salgados - colocar a faixa na parede de feliz aniversário e balões em formato de flor – se arrumar para a festa – esperar os convidados.

Ela não lembra de ter tema nas suas decorações, mas lembra dos balões. O bolo descrito por Carolina foi o “bolo de chocolate com raspas gigantes de chocolate por cima”, porque “todos gostavam e era lindo”. Entre suas lembranças, estão “os amigos chegando e correndo pela casa.” Os presentes, segundo ela, “ficavam em

cima da cama, para todo mundo ver”. Ela descreve que “as festas eram simples, mas cheias de pessoas queridas”. Não foi possível identificar quem executava as tarefas, pois nesta atividade Carolina não escreveu nada, à exceção do relato de que gostava de participar da confecção dos docinhos: “eu adorava ir provando enquanto enrolava”.

Em relação às habilidades e qualidades que ela diz ter desenvolvido a partir destas experiências estão “a organização de atividades em grupo, gostar de reuniões e função com pessoas, aprender a organizar e fazer os doces, ser prestativa com as demandas e atividades e a pró atividade.”

Para ela os contextos que influenciaram estas experiências de infância foram “momentos de extrema felicidade com as pessoas importantes de nossa vida.”

**Figura 65 - As festas de Carolina**



Fonte: a autora (2020)

O desenho de Carolina representando suas festas de aniversário condizem com alguns detalhes identificados na narrativa, porém, em virtude do não entendimento da atividade proposta, a quantidade de narrativas que a entrevistada

forneceu não permitiu à pesquisadora fazer uma análise mais aprofundada desta representação nem estabelecer relações com a representação da festa de seu filho.

Figura 66 – Ilustração das festas dos filhos de Carolina



Fonte: a autora (2020)

## Bibliografia

A MICRO, SEBRAE–Serviço de Apoio; EMPRESAS, Pequenas. II Dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil. **São Paulo, SP: Revista dos Eventos**, 2013.

ARIES, P. (1962). Centuries of Childhood: A social history of family life, trans. *Robert Baldick* (New York, 1962), 138, 310-28.

ARIENTI, Wagner Leal. **Do Estado keynesiano ao Estado schumpeteriano**. Revista de Economia Política, v. 23, n. 4, p. 97-113, 2003

BARBIERI, José Carlos et al. **Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições**. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 50, n. 2, p. 146-154, 2010.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários-Das máquinas pensantes à aldeia global**. Editora Peirópolis Ltda, 2009.

BAUMAN, Zygmunt; **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Reflexões sobre o brinquedo, a criança e a educação**. São Paulo: Ed, v. 34, 2002.

BEZERRA, Amáli Cristina Alves. **Festa e cidade: entrelaçamentos e proximidades**. Espaço e Cultura, n. 23, p. 7-18, 2008.

BRADSHAW, Corey JA; BROOK, Barry W. **Human population reduction is not a quick fix for environmental problems**. Proceedings of the National Academy of Sciences, v. 111, n. 46, p. 16610-16615, 2014.

BONSIEPE, Gui. **Design como prática do projeto**. Blucher, 2012.

BUZAN, Tony. **Mapas mentais e sua elaboração**. Editora Cultrix, 2005.

CAIN, John. **Experience-Based Design: Toward a Science of Artful Business Innovation**. Design Management Journal (Former Series), v. 9, n. 4, p. 10-16, 1998.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. Cosac Naify, 2011.

CAUTELA, Cabirio; RIZZO, Francesca; ZURLO, Francesco. **Service design logic**. IASDR 2009 Proceedings, 2009.

CHASE, Robin. **Economia compartilhada: Como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo**. São Paulo: HSM do Brasil, 2015.

COUTO, Edilece Souza. **Devoções, festas e ritos: algumas considerações**. Revista brasileira de história das religiões, v. 1, n. 1, 2008.

CRESWELL, John W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa:- Escolhendo entre Cinco Abordagens**. Penso Editora, 2014.

DAMAZIO, Reinaldo Luiz. **O que é criança**. Brasiliense, 2017.

DORMER, Peter. **Os significados do design moderno: a caminho do século XXI**. Centro Portugues de design, 1995.

DURKHEIM, Émile. **O que é fato social**. Durkheim E, organizador. As regras do método sociológico. São Paulo: Abril Cultural, p. 87-109, 1978.

- DEL PRIORE, Mary. **Festas e utopias no brasil colonial**. [S.l: s.n.], 1994.
- FREIRE, Karine de Mello. **Inovação social dirigida pelo design**. *Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil*. Editora Blucher, pg 111, 2017.
- FREIRE, Karine de Mello; UNISINOS, PPG Design. **Design estratégico: origens e desdobramentos**. *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4, p. 2815-2829, 2014.
- FREIRE, Karine de Mello. **Design de serviços, comunicação e inovação social: um estudo sobre serviços de atenção primária à saúde. 2011. 254 f.** 2011. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, Rio de Janeiro.
- FREIRE, Karine de Mello. **Design para serviços: uma intervenção em uma Unidade Básica de Saúde do Sistema Único de Saúde Brasileiro**. *Estudos em Design*, v. 24, n. 2, 2016.
- FORTUNA, Tânia Ramos. **Vida e morte do brincar**. *Escola e sala de aula: mitos e ritos*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 47-59, 2004.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. Rosari, 2008.
- GUARINELLO, Norberto Luiz. **Festa, trabalho e cotidiano**. *Festa: cultura & sociabilidade na América Portuguesa*, 2001.
- ITANI, Alice. **Festas e calendários**. UNESP, 2003.
- KOSACHENKO, c. (19 de 07 de 2019). *Festa do pijama vira mania em aniversários infantis*. Fonte:gauchazh.clicrbs.com.br:  
<https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2019/07/festa-do-pijama-vira-mania-em-aniversarios-infantis-cjy7mlwgt02lb01ms0co4ozoa.html>
- LOBATO, Lúcia. **Festa: uma transgressão que revela e renova**. Caderno do GIPE-CIT: Grupo Interdisciplinar de Pesquisa e Extensão em Contemporaneidade, Imaginário e Teatralidade. *Festas*, n. 20, 2008.
- MAGER, Birgit. **Service design as an emerging field**. *Designing services with innovative methods*, v. 1, p. 27-43, 2009.
- MORAES, Dijon de. **Metaprojeto como modelo projetual**. *Strategic Design Research Journal*, v. 3, n. 2, 2010.
- NOBLE, Ian; BESTLEY, Russell. **Pesquisa Visual-: Introdução às Metodologias de Pesquisa em Design Gráfico**. Bookman Editora, 2013.
- OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de; FRANZATO, Carlo; DEL GAUDIO, Chiara. **Ecovisões projetuais: pesquisas em design e sustentabilidade no Brasil**. Editora Blucher, 2017.
- FERREIRA, Karolina Matias et al. **Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura**. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão: INOVARSE, Rio de Janeiro. 2016.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. Ubu Editora LTDA-ME, 2010.
- FORTY, Adrian. **Objects of desire: designs and society 1750-1980**. Thames and Hudson, 1986.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. TupyKurumin, 2006.

KLEINMAN, Kathryn; MILLER, Carolyn. **Birthday Cakes: Recipes and Memories from Celebrated Bakers**. Chronicle Books, 2004.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Propositions of human centeredness; A philosophy for design**. 2000.

LURKER, Manfred; KRAUSS, Mario; BARKOW, Vera. **Dicionário de simbologia**. Martins Fontes, 1997.

MACHADO, Taís Lagranha. **Experiências territoriais: o Design estratégico e suas implicações no contexto urbano**. Tese de Mestrado, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2014.

MALDONADO, T. 1999. **Design industrial**. Lisboa, Edições 70

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade**. Unesp, 1998.

MANZINI, Ezio. **Design: quando todos fazem design, uma introdução ao design para inovação social**. Tradução Luzia Araujo. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017.

MEDEIROS, Marcelo. **A trajetória do Welfare State no Brasil: papel redistributivo das políticas sociais dos anos 1930 aos anos 1990**. 2001.

MERONI, Anna. **Strategic design: where are we now?** Reflection around the foundations of a recent discipline. 2008.

MERONI, Anna; SANGIORGI, Daniela. **Design for services**. Routledge, 2016.

MERONI, Anna. **Design for services and place development**. In: Cumulus conference Shanghai. Young Creators for Better City & Better Life. Aalto University, 2011. p. 32-40.

MORIN, Edgar; LISBOA, Eliane. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

NOGUEIRA, Vera Maria Ribeiro. **Estado de Bem-estar Social—origens e desenvolvimento**. Revista Katálisis, n. 5, p. 89-103, 2001.

PASTORI, Douglas Onzi et al. **Strategic management process design e o pensamento sistêmico: a emergência de novas metodologias de design**. Strategic Design Research Journal, v. 2, n. 1, p. 11-23, 2009.

PEREIRA, Carolina Machado Rocha Busch. **Um olhar geográfico sobre festas, aniversários e celebrações**. Revista de Humanidades, v. 31, n. 1, p. 66-85, 2016.

PIAGET, Jean. Seis estudos de Psicologia; tradução. **Maria Alice Magalhães**, 2002.

PIMENTA, C. (21 de 01 de 2017). *Festa do pijama: tradição infantil volta a moda em versão revisitada*. Fonte: vogue.globo.com: <https://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2017/01/festa-do-pijama-tradicao-infantil-volta-moda-em-versao-revisitada.html>

QUEIROZ, Norma Lucia Neris de; MACIEL, Diva Maria Moraes Albuquerque; BRANCO, Angela Uchôa. **Brincadeira e desenvolvimento infantil: um olhar sociocultural construtivista**. 2006.

REYES, Paulo Edison Belo. ST 6 **PROJETO POR CENÁRIOS: UMA NARRATIVA DA DIFERENÇA**. Anais ENANPUR, v. 16, n. 1, 2015.



RIBEIRO, Emílio Soares. **Um estudo sobre o símbolo, com base na semiótica de Peirce.** Estudos Semióticos, v. 6, n. 1, p. 46-53, 2010.

SANTOS, Núbia de Oliveira; PEREIRA, Rita Marisa Ribes. **Ritmo... É ritmo de festa! A presença da mídia nas comemorações de aniversários de crianças.** 34ª Reunião Anual da ANPED (Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação), GT Educação e Comunicação, 2011.

SCHOR, Juliet B. **Nascidos para comprar.** Editora Gente Liv e Edit Ltda, 2006.

SCHOONMAKER, Sara. **Piece of cake: Children's birthday celebrations and alternatives to consumer culture.** Sociological Focus, v. 39, n. 3, p. 217-234, 2006.

SEITER, Ellen. **Television and new media audiences.** Clarendon Press, 1998.

SIROTA, Régine. **Emergência de uma sociologia da infância: evolução do objeto e do olhar.** Cadernos de pesquisa, n. 112, p. 7-31, 2001.

SIROTA, Régine. **As Delícias de Aniversário: uma representação da infância** (Tradução). Revista Eletrônica de Educação, v. 2, n. 2, p. 32-59, 2008.

VALSINER, Jaan. **Culture and human development.** Sage, 2000.

VOVELLE, Michel. **Ideologias e mentalidades.** São Paulo: Brasiliense, 2ª ed., 1991

WILKOSZYNSKI, Artur do Canto. **A dialética das imagens e o projeto por cenários: uma articulação teórico-metodológica.** 2018.

ZURLO, Francesco; CAUTELA, Cabirio. **Design strategies in different narrative frames.** Design Issues, v. 30, n. 1, p. 19-35, 2014.