

DESENVOLVIMENTO DE FIGURINO UTILIZANDO FERRAMENTAS DE DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO – REFLEXÕES DO ESPETÁCULO “MOCOTÓ EM CENA”

COSTUME DESIGN USING USER-CENTERED DESIGN TOOLS – REFLECTIONS OF THE “MOCOTÓ EM CENA” SHOW

Gabriela Kuhnen¹
Gilson Braviano²
Giselle S. A. D. Merino³

Resumo

O figurino é uma ferramenta de expressão que permite a interação do ator com o público e o ambiente. Nesse contexto, estão envolvidos desejos e necessidades coletivas e individuais, por isso pensar o projeto de figurino centrado no usuário requer atenção adequada ao uso de certas ferramentas. Este artigo se baseia em uma experiência confrontada com a abordagem teórica no campo do design. De natureza básica, qualitativa e descritiva, o estudo teve como objetivo principal fazer reflexões sobre o desenvolvimento e a produção do figurino para o espetáculo “Mocotó em Cena”. Concluiu-se que o uso de ferramentas centradas no ser humano para o desenvolvimento de figurino permite que o processo criativo seja imerso em insights relativos às necessidades dos usuários, focando no ser humano e não no artefato. As fases imersão, ideação e implementação foram corretamente seguidas, assim como o uso de ferramentas de design que possibilitaram discussões e trocas entre os membros da equipe. Algumas necessidades foram apontadas em relação à obtenção de feedbacks, testagem e avaliação do produto, que devem ser analisadas e melhoradas para uso em projetos futuros.

¹ Docente na graduação de Bacharelado em Moda na UDESC, doutoranda no programa de pós-graduação em Design na área de Mídia na UFSC (2019), mestra pelo PPG Design UDESC na área de Ergonomia (2018). Pesquisadora nas áreas de desenvolvimento de coleção, sustentabilidade na moda, economia circular, tingimento e processos naturais de estamparia. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6294529988676049>. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0307-2360>. E-mail: gabkuhnen@gmail.com

² Doutor em Matemática Aplicada pela Université Joseph Fourier (Grenoble-França, 1995). Desde 1995, trabalha no Departamento de Expressão Gráfica da UFSC. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0394077169198868>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7967-2015>. E-mail: gilson.braviano@ufsc.br

³ Professora do Departamento de Design na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Professora do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Pós Doutora em Fatores Humanos pela UDESC (2017). Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC (2014). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4622661220646221>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4085-3561>. E-mail: gisellemerino@gmail.com.

Palavras-chave: Figurino. Métodos de Design. Necessidades do Usuário. Projeto Social. Empatia.

Abstract

Costumes are an expression tool that allows the actor to interact with the audience and the environment. In this context, collective and individual desires and needs are involved, so thinking about user-centered costume design requires adequate attention to the use of certain tools. This article is based on an experience confronted with the theoretical approach in the field of design. Of a basic, qualitative and descriptive nature, the main objective of the study was to reflect on the development and production of the costumes for the show “Mocotó em Cena”. It was concluded that the use of human-centered tools for costume development allows the creative process to be immersed in insights related to users' needs, focusing on the human being and not the artifact. The inspiration, ideation and implementation phases were correctly followed, as well as the use of design tools that allowed discussions and exchanges between team members. Some needs were pointed out in relation to obtaining feedback, testing and evaluating the product, which should be analyzed and improved for use in future projects.

Keywords: Costume. Design Methods. User Needs. Social project. Empathy.

1 INTRODUÇÃO

O figurino faz parte da narrativa e é a essência do personagem, envolve aspectos simbólicos e emocionais, assim como fatores técnicos e funcionais. Ele é o elo entre o ator, o contexto e a história, ajudando a desenvolver o potencial e integrar os participantes do grupo. O figurino assessora o ator, pois o coloca nos trajes do personagem e auxilia o espectador, dando informações a respeito da localização, do contexto histórico-social e da própria personalidade que ali está sendo narrada. No teatro, é preciso considerar a distância entre o palco e o público, em uma visão total tridimensional. Pode haver um exagero na vestimenta para que certos aspectos fiquem visíveis e, opostamente, o acabamento não precisa ser perfeito, já que não se consegue perceber os detalhes à distância. É necessário considerar, na sua criação, o uso de luzes e cores, além da adaptação aos movimentos, e ele deve conter, ainda, sinais e símbolos que definem certos aspectos culturais e sociais, representando diferentes personagens.

Quando se trata de espetáculos amadores de projetos sociais, os indivíduos estão justamente trabalhando a criatividade, a socialização, a inclusão, a comunicação e a autonomia. Nesse sentido, estar atento a essas necessidades que permeiam os atores como principais envolvidos torna-se, de fato, essencial.

A experiência que é relatada e analisada neste artigo ocorreu no contexto da instituição de ensino Estácio Santa Catarina, que desenvolveu figurinos para o espetáculo “Mocotó em Cena”. O projeto de desenvolvimento de figurino atendeu 82 crianças e adolescentes de uma comunidade carente de Florianópolis, por meio da Associação de Amigos da Casa da Criança e do Adolescente dos moradores do Morro do Mocotó (ACAM). Com a participação de uma professora coordenadora e cinco alunas da graduação de Design de Moda da Estácio Santa Catarina, o trabalho foi desenvolvido em parceria entre as instituições e ocorreu entre os meses de setembro e novembro de 2019.

A ACAM é uma organização não governamental, sem fins lucrativos, inserida no complexo do Morro da Cruz, na cidade de Florianópolis, Santa Catarina. Fundada em 1995, a partir da necessidade de sistematizar ações de cunho social e educativo na comunidade, a associação trabalha com crianças e adolescentes em situação de risco, desenvolvendo várias ações de cunho socioeducativo. O principal objetivo da ACAM é fortalecer o vínculo familiar, promovendo assistência e contribuindo para a garantia dos direitos humanos e um aumento na qualidade de vida da comunidade. Por intermédio de diferentes ações, em um espaço físico localizado dentro da comunidade, a ACAM propicia vivências e projetos que têm o foco em propostas pedagógicas promovidas por abordagens artístico-culturais.

O Projeto de extensão Núcleo de Moda, da Estácio Santa Catarina, tem como objetivo promover ações sociais na comunidade por meio da participação dos alunos que utilizam os aprendizados de sala de aula nas práticas.

Nesse contexto, o presente artigo objetivou analisar uma experiência de desenvolvimento de figurino, de modo a proporcionar percepções sobre novas formas de construir projetos de design semelhantes, voltados para ações sociais que considerem o usuário no seu centro.

2 CRIANDO EXPERIÊNCIAS ENTRE O SER E O PARECER

O figurino é a caracterização visual dos atores que estão interpretando personagens relacionados com o roteiro do espetáculo. Enquanto material e palpável, o figurino remete, da mesma forma, ao intangível, às histórias e narrativas ficcionais permeadas de símbolos e significados (CIMADEVILA, 2017).

Entretanto, o conteúdo imaterial está intrínseco a todos os produtos de moda, pois além dos aspectos funcionais ligados à ergonomia, aos fatores técnicos de uso e à

manutenção, são também altamente imbuídos de elementos estéticos. Essas concepções se relacionam com a emoção e são altamente subjetivas, associados com a experiência e interpretação de cada usuário (CIETTA, 2017).

Nesse sentido, os figurinos não são diferentes e estão inseridos dentro da indústria cultural do teatro. Tratam, então, de serem veículos de mensagens simbólicas tanto para o ator quanto para o observador do espetáculo. No entanto, seus aspectos técnicos-funcionais devem ser preservados.

Na criação de figurinos, essas questões devem ser garantidas e atuam como estratégia diretiva para a construção criativa de peças do vestuário que irão funcionar nas três principais camadas de comportamento: funcional, cognitiva e emocional. A camada funcional atua na experiência física com o produto. Já na cognitiva é possível identificar “necessidades latentes que são críticas, mas que as pessoas podem não ser capazes de articular” (BROWN, 2010, p. 50). Por fim, atenta-se às ideias ao nível emocional, articulando sentimentos, motivações e emoções.

Dessa forma, torna-se necessário adotar estratégias de desenvolvimento de figurinos que coloquem o usuário no centro do projeto. Uma delas é a utilização da empatia, que pode estabelecer conexões e conhecimento sobre as pessoas, criando experiências significativas e emocionalmente satisfatórias para todos envolvidos no processo. Segundo Brown (2010), a empatia é determinante no desenvolvimento de design, já que, possibilita colocar a pessoa que observa no lugar do observado para ver e sentir o mundo com os olhos e emoções do sujeito próximo. A empatia pode ser definida como a capacidade de compreender os pensamentos e sentir as emoções pelo contexto e olhar da outra pessoa (ELLIOTT ET AL., 2011).

A empatia nos processos de design é uma ferramenta poderosa que possibilita aumentar a capacidade de receber e processar informações. Facilita o entendimento de dados relacionais e contextuais (BATTARBEE; SURI; HOWARD, 2014), permitindo decisões de design com forte embasamento e contínua motivação de novas descobertas.

Pensar e acolher as necessidades latentes do usuário representa uma abordagem interativa, que possibilita trazer os atores para o desenvolvimento do projeto. É importante assimilar o conhecimento dos usuários, transformar esse conhecimento em conceitos adaptados aos recursos da empresa e criar produtos ou serviços de sucesso na percepção deste usuário (STOREY; LABIRG, 2018).

Outo fator importante é a equipe do projeto, que deve contar com pessoas de diferentes áreas, possibilitando uma variabilidade de olhares para libertar a criatividade,

compartilhar os pensamentos verbal e visual (COOPER *et al.*, 2014). Equipes colaborativas compartilham seus objetivos, mas enxergam o problema por ângulos diferentes. Isso deve levar às ações imprevisíveis, nas quais as pessoas saibam que podem fazer experimentos, assumir riscos e explorar suas aptidões.

2.2 O usuário em foco

Atender às necessidades do usuário é uma premissa dos designers. No entanto, como dito por Brown (2010), muitas vezes o ser humano não sabe de suas necessidades latentes, pois é mestre em adaptar-se às situações inadequadas. Sua mente engenhosa e criativa também soluciona, mesmo que de forma insatisfatória, muitas dessas carências com uso inadequado dos recursos disponíveis. Assim, o simples fato de perguntar às pessoas sobre suas necessidades não consolida informações para grandes inovações, mas pode auxiliar muito em processos incrementais.

Dessa forma, ao colocar-se no lugar das pessoas e observar seu comportamento e suas experiências, as informações de necessidades latentes podem ser reveladas na forma de *insights*. As pessoas compartilham padrões de comportamentos e pensamentos que representam motivações, desejos, necessidades e expectativas (COOPER *et al.*, 2014; VIANNA *et al.*, 2012). Sendo assim, a falta de precisão sobre o usuário pode levar à diminuição de clareza de como o produto ou serviço deve se comportar.

2.3 Técnicas e ferramentas no processo de design

Os projetos de design devem contar com métodos sistematizados na resolução de problemas. Ao projetar, a relação do homem com o produto ou serviço deve ser o ponto de partida (BÜRDEK, 2010).

Para usar as técnicas e ferramentas de design, deve-se levar em consideração que os usuários têm vasto conhecimento sobre o problema e os projetistas têm maior capacidade para inovar em soluções e criar conceitos relacionados ao projeto. Assim, colocar o usuário no centro do projeto faz dele um cocriador de valor e aumenta a capacidade de inovação nas possíveis soluções. (STOREY; LABIRG, 2018). Uma das abordagens que auxilia no desenvolvimento dessa cocriação de valor é o design thinking.

[...]o design thinking começa com as habilidades que os designers têm aprendido ao longo de várias décadas na busca por estabelecer a correspondência entre as necessidades humanas com os recursos técnicos disponíveis considerando as restrições práticas dos negócios. (BROWN, 2010, p. 03).

As técnicas e ferramentas de coleta de dados têm o objetivo de aproximar o pesquisador do usuário. Nesse sentido, promover uma interação que possibilite esta compreensão em suas particularidades coloca o usuário no centro do projeto.

2.3.1 Observação

A observação é uma das técnicas que pode ser empregada para se obter *insights*. É uma técnica de pesquisa em que se observam comportamentos e interações e se faz o registro dos fenômenos por intermédio de vídeos ou fotografias (MARTIN; HANINGTON, 2012). Porém, é necessária a conexão com as pessoas que se está observando para desenvolver a empatia. Os comportamentos que possam muitas vezes parecer contraditórios ou estranhos, na realidade representam as muitas maneiras que o ser humano tem para lidar com o mundo complexo em que vive (BROWN, 2010).

Essa imersão na realidade do outro contempla uma fase exploratória necessária para a compreensão das necessidades latentes, mas é essencial observar sem preconceitos, porém sem desprezar a intuição (FREGONEZE *et al.*, 2014). Ela é, portanto, um método investigativo que está presente em muitos momentos da pesquisa, sendo muito utilizada na coleta de dados (GIL, 2008).

2.3.2 Cenários

Na composição de figurinos, automaticamente métodos de projetos envolvem a construção de histórias e enredos, já que os espetáculos estão sempre envolvidos em uma narrativa.

Nas artes cênicas, a palavra cenário é comumente utilizada para designar elementos que constituem a cena e o ambiente, ajudando a contextualizar a história. No entanto, nas técnicas de pesquisa e projeto, o cenário é uma ferramenta de design que se baseia na prospecção de narrativas e situações futuras. Essa técnica relata o envolvimento do usuário

com o produto. Neste sentido, o cenário contribui para identificar os momentos importantes e as situações críticas de uso, assim como as motivações, as expectativas e os valores imateriais envolvidos na experiência em determinado contexto. Isso é relevante, pois permite que a equipe se concentre além dos requisitos técnicos e avance para os significados atribuídos aos produtos (MARTIN; HANINGTON, 2012).

2.3.3 Storyboards

Os *storyboards* auxiliam na visualização de futuras experiências. Uma série de painéis são ilustrados para representar as sequências de ações e cenas que seguirão. Dessa forma, consegue-se detalhar os conceitos antes de construir o protótipo. Além de considerar o contexto dos usuários, os *storyboards* focam nas emoções e no comportamento das pessoas. É uma técnica que funciona muito bem no trabalho em equipe, sendo uma forma de visualizar a essência de uma nova ideia (KALBACH, 2017).

2.3.4 Brainstorming

O *brainstorming* é uma técnica de geração de ideias que visa proporcionar um ambiente propício para o imprevisível. Os participantes devem respeitar-se mutuamente quando em equipe. O problema deve estar bem definido e todos devem contribuir sem inibições. Os outros integrantes não devem censurar ou criticar os demais (KRIPPENDORFF, 2005). Depois de examinar os resultados, inicia-se um processo de avaliação das respostas, considerando sua relevância e repetição. Ideias pertinentes podem se agrupar por conceitos e iniciar uma discussão a seu respeito para aprimoramento.

2.3.5 Mapa mental

É a organização das ideias de forma visual. Auxilia as relações entre as partes e propicia a geração de novos conceitos e a consolidação e interpretação das ideias (MARTIN; HANINGTON, 2012). A partir de um conceito central, configuram-se ramificações de tópicos-chaves. É possível utilizar cores, imagens e palavras na sua organização.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Objetivando analisar uma experiência de desenvolvimento de figurinos, ocorrida no projeto de extensão Núcleo de Moda da Estácio Santa Catarina, foram consideradas as

informações coletadas por meio da observação participante de uma das pesquisadoras no projeto, assim como as ferramentas de design centradas no usuário, que apoiaram as ações realizadas.

Tal escolha metodológica se fundamenta no fato da observação participante, enquanto técnica de investigação social, propiciar ao observador partilhar com o grupo observado as atividades, os interesses, as ocasiões e os afetos (ANGUERA, 1978). Além disso, as reflexões sobre o modo como as ferramentas de design possibilitaram colocar o ser humano no centro do projeto, levando em conta a vivência prática, abrem espaço para que outros projetos, similares e de cunho social, possam considerar a pertinência do uso de métodos de design como instrumento de apoio nos seus processos.

Nesse sentido, o desenvolvimento do projeto de figurino utilizou um método sistematizado para resolução de seu problema, estabelecido a partir de ferramentas centradas no usuário e composto por três etapas principais: imersão, ideação e implementação. As ferramentas empregadas na imersão foram a observação, o *brainstorming* e a pesquisa exploratória. Já na segunda fase, que contempla a organização e análise dos dados, utilizaram-se painéis semânticos, mapas da empatia e a técnica de cenários. Durante a implementação, fase final do projeto, responsável pela execução dos modelos, ocorreram oficinas de prototipação com a efetiva produção das peças do figurino.

Dessa maneira, o presente artigo tem natureza básica, pois seu objetivo está na exploração de conhecimentos ligados a projetos de design de figurinos. A abordagem é qualitativa, já que o estudo foi realizado por meio da descrição e análise da experiência e os dados foram coletados em observação participante.

As seções seguintes se destinam, portanto, ao relato e à análise do desenvolvimento de figurino realizado por intermédio do Núcleo de Moda da Estácio Santa Catarina, no projeto “Mocotó em Cena”, possibilitando reflexões na aplicação de ferramentas de design centradas no usuário.

4 RELATO DA EXPERIÊNCIA

O projeto “Mocotó em Cena” começou com a definição da temática a ser trabalhada e a especificação de cenas e roteiros. Assim, foi iniciada a fase de imersão, que contou com pesquisa da temática, do usuário e a delimitação das restrições técnicas e de prazos. Esse foi

um momento de várias reuniões norteadas com técnica do *brainstorming* e a pesquisa de imagens (figura 1).

Figura 1 - Brainstorming e pesquisa de imagens



Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

Na sequência, foi realizada uma visita à ACAM para conhecer as crianças e os adolescentes, bem como vivenciar e observar um pouco suas interações. Foi usada a técnica de observação e empatia, considerando os usuários em seu contexto e realidade. Percebeu-se que as crianças e os adolescentes envolvidos no espetáculo traziam em sua história situações de risco e desigualdades sociais. Com poucas oportunidades de se expressar, o espetáculo tornou-se um momento de dar voz a esses usuários.

Nessa etapa, algumas perguntas foram realizadas: Quais são as principais fragilidades das crianças? O que as motiva? Quais são as necessidades latentes referentes ao uso desses figurinos? No caso do projeto, a observação foi utilizada como ferramenta para criar empatia e tentar responder aos questionamentos supracitados. A visita à ACAM tornou-se essencial por ser este o ambiente onde as crianças vivem e interagem diariamente, possibilitando adentrar em tal universo e ouvir histórias. Foram estabelecidos, também, diálogos com a coordenadora da ACAM, a diretora teatral e os professores.

Ainda na visita, foi possível analisar os aspectos ergonômicos necessários para o desenvolvimento das peças de figurino, por meio da obtenção de medidas antropométricas das crianças (figura 2). Os grupos de trabalho foram estruturados por faixa etária, porém, ainda assim, observaram-se discrepâncias de tamanho consideráveis entre as crianças.

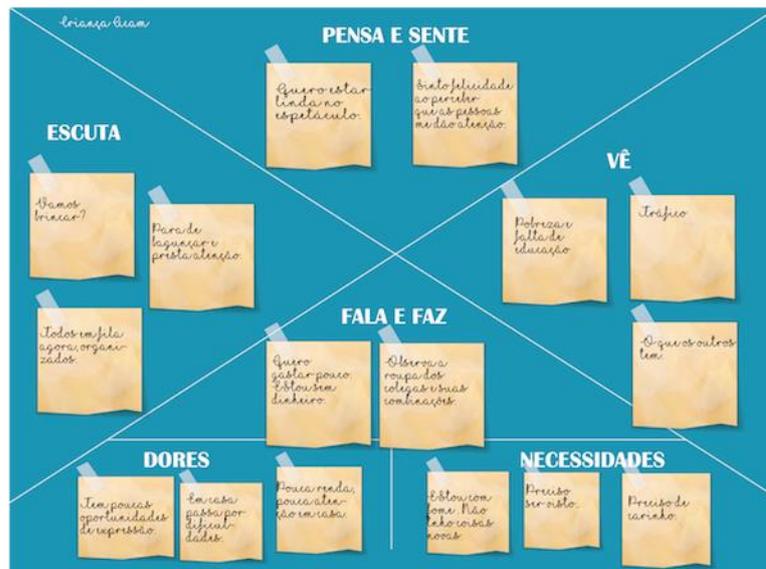
Figura 2 - Observação da interação e obtenção de medidas na ACAM



Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

Com base nas informações recebidas, iniciou-se a fase de ideação, que trata da organização dos dados coletados e definições de materiais, formas e cores. Os dados iniciais foram organizados em forma de painel semântico (imagens de referência), mapa da empatia (figura 3) e mapeamento dos usuários de cada cena, por biotipo (figura 3).

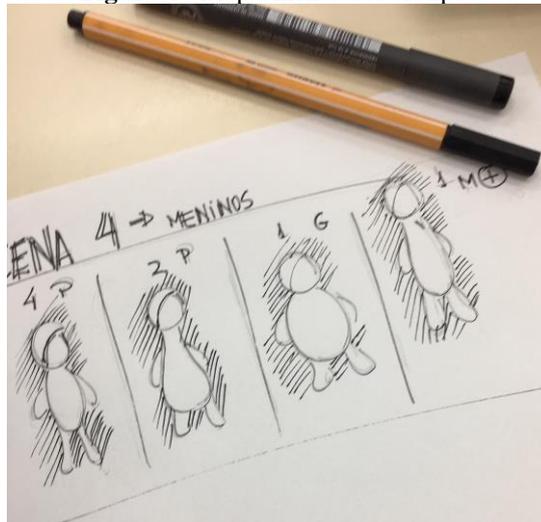
Figura 3 - Mapa de empatia das crianças da ACAM



Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

O painel semântico organizou visualmente as referências estéticas, históricas e simbólicas realizadas na pesquisa exploratória da fase da imersão. Já o mapa de empatia consistiu em arrumar as informações da observação, relativas às motivações, às fragilidades e às necessidades das crianças. Por fim, o mapeamento por cena possibilitou uma estruturação dos dados relativos às considerações técnicas e funcionais pertencentes à categoria ergonômica.

Figura 4 - Mapeamento dos biotipos

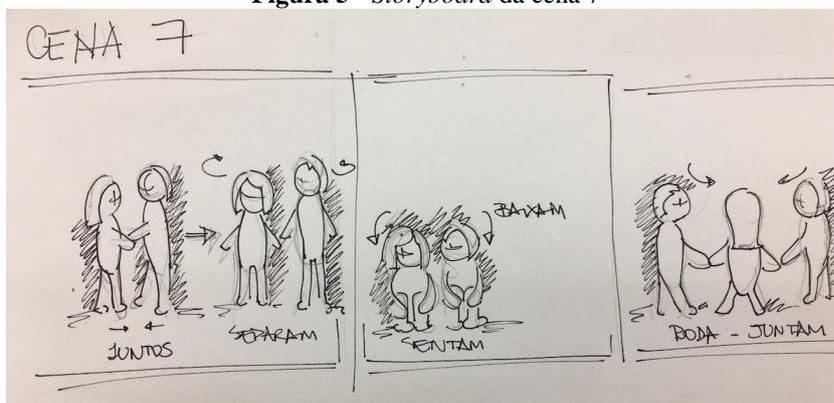


Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

Outro recurso que facilitou o desenvolvimento de figurinos foi a técnica de cenários. Com essa ferramenta, foram estruturados os dados que conectam movimento, corpo e figurino, já que tais informações devem ter coerência e precisam estar associadas. Essa

necessidade advém do fato de certos movimentos na cena poderem ser usados para enfatizar aspectos estéticos das peças e se a coreografia não for considerada, a mobilidade dos usuários pode ser afetada ou ocorrer prejuízo da narrativa e da interação entre os participantes.

Figura 5 - Storyboard da cena 7



Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

Desta forma, a preparação das cenas – com o mapeamento das ações e o principal conteúdo associado ao movimento – produz soluções para evidenciar a atuação dos personagens durante o espetáculo. No projeto, foram considerados apenas os aspectos mais relevantes, como movimentos extremos (levantar perna, se agachar, pular ou correr), visto que a quantidade de variáveis era muito extensa e não havia possibilidade de abarcar toda a coreografia.

Na sequência, reuniões com uso da técnica do *brainstorming* associada às ideias expostas nos painéis semânticos foram necessárias para se chegar a algumas alternativas na criação dos figurinos. No caso deste projeto, a quantidade de roupas era muito grande para o tempo e os recursos disponíveis. Sendo assim, foi necessário considerar também as restrições técnicas para encontrar alternativas viáveis. Uma das possibilidades encontradas foi reutilizar peças de espetáculos anteriores do “Mocotó em Cena”. A solução foi customizar e retrabalhar as vestimentas com intuito de maximizar a eficiência do processo. No início do projeto, essas peças já haviam sido catalogadas por intermédio de fotos que foram obtidas na visita inicial e, assim, colocadas em um dos painéis semânticos para que pudessem estar presentes no processo de ideação.

Para a fase de implementação e produção das peças, foram realizadas cinco oficinas, que contaram com a participação de outros alunos do curso de Design de Moda, desde a modelagem e execução dos protótipos até a customização das peças já prontas (figura 6).

Figura 6 - Oficina de modelagem para produção dos figurinos



Fonte: acervo projeto extensão Núcleo de Moda, 2019.

A fase da implementação abarca também a testagem e a avaliação dos produtos desenvolvidos. Neste projeto, não foi possível fazer a prova das peças nos usuários antes da entrega final. Dentro do cronograma do projeto, estava perceptível a falta de tempo e logística para a verificação das vestimentas nos usuários; contudo, uma solução alternativa, descrita na próxima seção, foi implementada.

A entrega foi realizada na semana do espetáculo, que ocorreu no dia 21 de março de 2019, no Teatro Álvaro de Carvalho, em Florianópolis (figura 7). O registro do resultado do projeto foi realizado por gravação de vídeo, fotos e por meio da observação. Quanto à avaliação das crianças e dos adolescentes, sabe-se que o *feedback* em relação ao figurino e, principalmente a sua experiência durante todo o processo, é de extrema importância. Neste projeto, o *feedback* não foi realizado.

Figura 7 - Espetáculo Mocotó em Cena



Fonte: acervo ACAM, 2019.

4 DISCUSSÃO

O projeto de desenvolvimento de figurino obedece às mesmas técnicas de projeto de design, porém, as especificidades da indústria cultural fazem com que algumas ferramentas e técnicas centradas no usuário auxiliem no processo.

Durante todo o percurso de desenvolvimento do projeto, observaram-se estratégias no uso das ferramentas de design, que possibilitaram a resolução de problemas. Na fase da imersão, por exemplo, a visita à ACAM, com a observação das crianças, possibilitou a consideração dos aspectos emocionais dos usuários. A percepção das especificidades de cada criança era particular e, nesse sentido, diferente das demais. Diante disso, foi necessário olhar para o contexto ampliado, no qual as relações de desigualdade e riscos predominavam em uma comunidade carente, onde as crianças se encontravam em uma situação de risco.

Essas observações surgiram das interações e do sentir de cada investigador da equipe. Ao organizá-las no mapa da empatia, pôde-se concluir que a atenção era a principal prioridade das crianças, assim como a necessidade de estarem em foco e serem percebidas com respeito e dignidade. Havia, então, a premência de transportar esses conceitos intangíveis para uma substância estética, visual e material. As soluções idealizadas foram auxiliadas por *brainstormings* e sua materialização aconteceu por meio do uso de matéria-prima que incluísse brilho e cores fortes. Tal escolha foi pautada em uma relação metafórica com a autoestima, considerando a necessidade da criança ser vista, de brilhar ou ascender (figura 8).

Figura 8: Uso de materiais com brilho e cores fortes



Fonte: Acervo ACAM, 2019.

Nesse processo, os aspectos ergonômicos, considerando o usuário no centro, claramente tiveram que ser ponderados. No que tange às proporções físicas, as crianças de mesma idade têm medidas muito diferentes. No entanto, em uma mesma cena, as roupas necessitam propor uma unicidade visual, considerando que é um espetáculo cênico com dança. Esse aspecto de igualdade confere unidade à cena, dando-lhe um caráter mais significativo e esteticamente coerente, pois, teatralmente, estão representando o mesmo personagem.

No entanto, produzir as peças de maneira personalizada não era uma opção devido à falta de tempo e de recursos para a realização da produção do figurino que contemplasse essas características. Este foi o aspecto que mais demandou tempo para se ajustar, visto que há alguns riscos na padronização dos tamanhos, principalmente na consideração dos usuários extremos. Sendo assim, a utilização da ferramenta de mapeamento dos biotipos tornou possível a padronização por três tamanhos, mas com a possibilidade de ajustes aos diferentes formatos de corpos, enfatizando sempre a ergonomia e a satisfação do usuário. Essa foi uma característica essencial da peça: que pudesse ser autoajustável pelo usuário.

Para tanto, foi considerado o uso de uma matéria-prima maleável que se adequasse a diferentes tipos e medidas corporais. Além disso, a forma de fechamento da peça deveria possibilitar a diminuição ou aumento do seu tamanho. Outra alternativa foi o uso de módulos nas peças: algumas partes foram construídas em separado, para se encaixarem e se adaptarem

às alturas ou larguras necessárias. Este foi o caso de uma calça ‘boca de sino’ que, devido às diferentes alturas dos usuários, teve a parte da “boca da calça” – que compreende a parte inferior da barra ao joelho – confeccionada de forma separada e autoajustável (figura 9). Outro exemplo foi a gola de uma camiseta, também produzida em módulo e autoajustável (figura 10), ou seja, era separada da camiseta e se regulava na parte de trás do pescoço.

Figura 9: Calça confeccionada em módulo



Fonte: Acervo ACAM, 2019.

Nessa etapa, a observação dos ensaios e a identificação dos movimentos trouxeram ideias significativas. Como exemplo, destaca-se que em cenas nas quais as crianças se abaixavam ou pulavam, a confecção de saias ou vestidos foi composta com um short por baixo, para tornar possível a dança de forma segura e confortável.

Figura 10: Gola ajustável



Fonte: Acervo ACAM, 2019.

Durante a etapa de implementação, percebeu-se que as oficinas foram extremamente importantes, tanto para gerar um senso de trabalho em equipe, de maneira organizada e sistematizada, como para angariar recursos humanos, possibilitando a realização das tarefas no tempo delimitado. As metas foram estabelecidas obedecendo ao cronograma e retrocedendo a data do espetáculo ao dia em que foi iniciado efetivamente o projeto. As tarefas foram alocadas por semanas e previstas para todos os participantes.

Ainda na etapa de execução ou implementação, a ausência de testes e avaliações das peças no usuário teve que ser substituída por outras soluções. A decisão tomada pela equipe foi provar as peças em pessoas com medidas parecidas àquelas dos usuários finais. Esse foi um recurso utilizado para minimizar possíveis problemas ergonômicos e funcionais. Além disso, na execução das vestimentas, a escolha do material e a possibilidade do autoajuste foram estratégias pensadas para solucionar essa fragilidade. Alguns dos sistemas utilizados foram o uso de fitas elásticas na cintura, fechamentos especiais por transpasse e amarrações, uso de materiais que, em sua composição, proporcionam elasticidade suficiente para diferentes biotipos, como verificado sobretudo em matérias-primas de malhas.

Com essa análise, verificou-se que as necessidades dos usuários, principalmente em se tratando de projetos sociais, devem ser fundamentalmente consideradas desde o início. No primeiro momento, é necessário caracterizar a oportunidade e o problema a ser solucionado. Neste estágio, é necessária a construção de um *briefing* que norteie o projeto: direcionamento do objetivo (tipo de espetáculo, prazos, quantidade de envolvidos, equipe e recursos).

Na etapa de coleta de dados, ao se fazer uso da técnica de observação para obter contato com os usuários finais, tem-se a oportunidade de iniciar o processo de empatia, no qual pode-se verificar as necessidades latentes dos usuários. Nesse momento, as ferramentas utilizadas podem ser anotações, gravações, fotografias, entrevistas e grupos focais para posterior desenvolvimento do mapa de empatia.

Ainda na coleta de dados, é necessário realizar pesquisas de diferentes níveis (de campo, de imagens, referências, matéria-prima, reuso de materiais, entre outras) e, ao processar essas informações, configurá-las por meio de mapas mentais ou painéis semânticos.

O tratamento das informações acontece na fase da ideação. Apesar de parecerem lineares, elas podem ocorrer de modo aleatório em alguns momentos, com idas e vindas entre as etapas. A ferramenta “cenários” é importante para mapear o sequenciamento do espetáculo e da dança. Isso pode ser executado por *storyboards* ou diferentes representações gráficas, até mesmo mapas mentais. Surge, então, o momento de realizar novas reuniões com a técnica de *brainstorming*, cruzando os dados dos painéis para obter novos *insights*. A partir deste ponto, inicia-se o uso de *sketches* para representar as ideias das soluções a que se chegou. As ideias devem solucionar as necessidades funcionais, sendo necessário considerar os aspectos técnicos, as necessidades cognitivas ou latentes (as que os usuários não são capazes de verbalizar) e as emocionais.

A fase de implementação é quando se configura a execução das ideias. Deve-se ter em mente os recursos disponíveis, já definidos no *briefing*. Por isso, uma boa organização inicial permite que a execução se mantenha dentro do esperado e com bons resultados. Após executar o protótipo, é necessário testá-lo e avaliá-lo com os usuários finais, deixando um espaço para possíveis ajustes.

Para o desenvolvimento de figurinos, é necessário estabelecer uma correspondência entre os recursos técnicos disponíveis, as necessidades práticas e as necessidades humanas. Trabalhar com a indústria cultural é produzir experiências. Isso implica em um envolvimento da equipe de design com o usuário (atores, diretores e coordenadores), para que as experiências sejam significativas.

O uso de ferramentas centradas no ser humano para o desenvolvimento de figurino permite que o processo criativo seja imerso em *insights* relativos às necessidades dos usuários, focando no ser humano e não no artefato.

As soluções a que se chegou no desenvolvimento deste projeto consideraram as necessidades de diferentes níveis: funcionais, cognitivos e emocionais. As necessidades

funcionais foram sanadas por meio do desenvolvimento de peças que se adaptavam aos diferentes biotipos, permitindo os movimentos e o desempenho durante o espetáculo. Já as emocionais foram registradas como a necessidade de estar em foco e a falta de atenção às crianças no seu dia a dia. Elas foram solucionadas mediante uso de algumas matérias-primas específicas e na composição visual e estética do figurino, considerando o brilho e a cor que motivassem essa resposta nos usuários. Por fim, as soluções cognitivas foram atingidas ao criar um figurino que, mesmo sendo a representação de um personagem, conversasse com a individualidade de cada criança ou adolescente, fazendo sentido para o mesmo. Assim, ao representar alguém, estaria também representando a si próprio. Esses aspectos são altamente subjetivos, mas foram intencionalmente projetados nas formas (modelagens), nas representações gráfico-visuais (estampa) e nos materiais. Por isso, só podem ser medidos a partir da percepção individual de cada participante.

4 CONCLUSÕES

As reflexões geradas neste artigo indicam que no desenvolvimento do projeto “Mocotó em Cena” as fases imersão, ideação e implementação foram corretamente seguidas. Da mesma maneira, foi bem empregado o uso de ferramentas de design, que possibilitaram discussões e trocas entre os membros da equipe. A criação de um cronograma mostrou-se fundamental para montar as estratégias apresentadas e suprir as necessidades de cada fase.

A experiência descrita apontou pontos fortes no uso de certas técnicas de design, como a observação, que proporcionou a empatia e o entendimento do contexto sociocultural em que as crianças e os adolescentes estavam inseridos. Ressalta-se, aqui, que, em projetos sociais, olhar para o próximo significa dar voz a pessoas que quase nunca são ouvidas. Isso permitiu aos integrantes da equipe de design terem um cuidado especial com as soluções criadas, para que a mensagem captada tivesse sentido, sobretudo para os usuários.

Na parte metodológica do projeto de extensão, foi possível perceber que as restrições de recursos com pessoal e tempo levaram a equipe a considerar estratégias que, por vezes, ignoraram as características individuais das crianças e dos adolescentes. Dessa forma, não foi possível produzir peças personalizadas, nem realizar a testagem dos trajes para verificação e avaliação do resultado nos usuários. Esse tipo de situação pode ser bastante comum em projetos sociais, que dependem de acordos e ajuda de muitas instâncias para acontecer. A solução viabilizada, neste caso, incluiu adaptações de materiais, modelagens e acabamentos

que pudessem ser ajustados para diferentes biotipos e tamanhos, sendo as testagens realizadas com indivíduos que possuíam medidas similares.

Quanto às necessidades dos usuários, foi imprescindível a percepção da equipe, o contato direto com as crianças e os adolescentes e com a coordenadora e a diretora teatral. A falta de tempo inviabilizou a aplicação de entrevistas mais diretas com as crianças, assim como uma participação maior nos ensaios. Esses momentos são pontos de contato importantes que devem ser considerados em um próximo projeto. Apesar disso, foram projetadas as necessidades funcionais na forma técnica e ergonômica das peças, as necessidades emocionais e cognitivas por meio de aspectos subjetivos representados nas formas, nas cores, nas estampas e nos materiais.

Entretanto, não houve possibilidade de fazer uma avaliação e coletar *feedbacks* das crianças. Essa fragilidade inviabilizou afirmações relativas às percepções dos usuários, as quais devem ser futuramente consideradas em outros projetos.

Como contribuição científica, foi possível verificar que o uso das ferramentas de design possibilitou uma forma sistematizada para construir projetos de desenvolvimento de figurino e trazer o usuário para o foco. Em espetáculos de cunho social, abre-se um campo de interação entre universos diferentes: o dos pesquisadores e aquele dos pesquisados, possibilitando cocriar valores em um sistema simbiótico, no qual todos contribuem para gerar soluções inovadoras.

Para estudos futuros, sugere-se aplicar esta abordagem em outros espetáculos de cunho social, realizando entrevistas e interações mais amplas com os usuários finais, assim como a testagem das peças e a avaliação do resultado final.

REFERÊNCIAS

ANGUERA, M. T. **Metodología de la observación en ciencias humanas**. Madri: Editorial Cátedra S. A., 1978.

BATTARBEE, K.; SURI, J. F.; HOWARD, S. G. Empathy on the edge. **IDEO News**, 2014.

BROWN, T. **Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BÜRDEK, B. E. **Design-História, teoria e prática do design de produtos**. Editora Blucher, 2010.

CIMADEVILA, A. C. R. Design Estratégico na Construção do Figurino: Um relato de experiência. **Revista Prâksis**, v. 1, p. 66-74, 2017.

CIETTA, E. **A economia da moda**. Editora estação das letras e cores, 2017.

COOPER, A. et al. **About face: the essentials of interaction design**. John Wiley & Sons, 2014.

ELLIOTT, R.; BOHART, A. C.; WATSON, J. C.; GREENBERG, L. S. Empathy. **Psychotherapy**, v. 48, n. 1, p. 43, 2011.

FREGONEZE, G. B. et al. **Metodologia científica**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.a., 2014. 184 p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

KALBACH, J. **Mapeamento de Experiências: Um guia para criar valor por meio de jornadas, blueprints e diagramas**. Alta Books, 2017.

KRIPPENDORFF, K. **The semantic turn: A new foundation for design**. CRC Press, 2005.

MARTIN, B.; HANINGTON, B. **Universal Methods of Design**. Beverly: Rockport Publishers, 2012. 209 p.

STOREY, C.; LARBIG, C. Absorbing customer knowledge: how customer involvement enables service design success. **Journal of Service Research**, v. 21, n. 1, p. 101-118, 2018.

VIANNA, M. et al. **Design thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.