

7. Referências Bibliográficas

AAKER, David A. **Brand equity: gerenciando o valor da marca**. São Paulo: Negócios, 1998.

ACCIOLY, Ana [et al.] **Marcas de valor no mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2000.

APPADURAI, A. Introduction: commodities and the politics of value. In: Appadurai, Arjun (ed.) **The social life of things: commodities in cultural perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

BARROS, C. F. P.; ROCHA, E.; PEREIRA, C. **Do ponto de vista nativo: compreendendo o consumidor através da visão etnográfica**. Trabalho apresentado no NP03–PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING. XXVIII INTERCOM. Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br>. Acesso em: 02 ago. 2007.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Design and order in everyday life in the idea of Design**. V. Margolin and R. Buchanan, Eds. MIT Press, Cambridge, MA -1995 (118-126).

CSIKSZENTMIHALYI, M., & ROCHBERG-HALTON, E. **The meaning of things: domestic symbols and the self**. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

CUNHA, Lucas. **Pessoas Investigando “marcas que marcam”**. Trabalho apresentado no I Simpósio de Design & Emoção do LABMEMO. Rio de Janeiro: PUC–Rio, 2007.

DAMÁSIO, António. **Em busca de Espinosa: prazer e dor na ciência dos sentimentos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

_____. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DAMATTA, Roberto. **Relativizando: uma introdução à antropologia social**. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

DAMAZIO, Vera. **Artefatos de memória da vida cotidiana: um olhar sobre as coisas que fazem bem lembrar**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-

graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

_____. **Entram em cena os sentimentos no Design:** falas de Antonio Damásio. I Simpósio de Design & Emoção do LABMEMO. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2007.

DAMAZIO, Vera; DAL BIANCO, Bianca; LIMA, Júlia; MENEZES, Cristiane S. **Algumas considerações sobre a relação emocional entre as pessoas e o entorno projetado.** In: 7º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. Curitiba, 2006.

_____. **Partnership Design, first-time experiences, affective trademarks:** some thoughts on object-user relationships. In: 5TH CONFERENCE ON DESIGN AND EMOTION. Gotemburgo: Chalmers University of Technology, 2006.

DAMAZIO, Vera; LIMA, Júlia; DAL BIANCO, Bianca; MENEZES, Cristiane S.; MEYER, Guilherme. **"Brands that Touch" and anthropology of consumption:** towards an understanding of how to design pleasurable products. In: CONFERENCE ON DESIGNING PLEASURABLE PRODUCTS AND INTERFACES. Helsinki: University of Art and Design, 2007.

DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e o fetichismo dos objetos.** Design, Cultura Material e Visualidade. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1998.

_____. **Putting the magic back into design:** from object fetishism to product semantics and beyond. In: **Art on the line**, v. 2. Inglaterra, 2004. Disponível: http://www.waspress.co.uk/journals/artontheline/journal_20041/articles/index.html

DENTON, H. G., MCDONAGH, D.. **Products Loved by users: developing a tool to assist designers' awareness of user emotional responses.** Design and Emotion Conference, Göteborg, 2006.

DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens:** para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O nome da marca:** McDonald's, fetichismo e cultura descartável. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002

FRASCARA, Jorge. **Diseño gráfico para la gente.** Comunicaciones de masa y cambio social. 3. ed. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2004.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos:** desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GOBÉ, Marc. A emoção das marcas: conectando marcas às pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HEKKERT, Paul; MCDONAGH, Deana. Design and emotion. In: **The Design Journal**, V. 6. Issue 2, 2003.

HESKETT, John. **Industrial Design**. London: Thames and Hudson Ltd., 1995.

IIDA, Itiro. **Tradução condensada** do Capítulo 2 do livro *Designing pleasurable products*, de Patrick Jordan, Ed. Taylor & Francis. London, 2000. Tradutor: Itiro Iida. Brasília: set. 2004.

JORDAN, Patrick W. **Designing pleasurable products**: an introduction to the new human factors. Taylor & Francis, 2000.

KLEIN, Naomi. **Sem Logo**: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Record, 2004.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Design centrado no usuário**: uma necessidade cultural. In: **Estudos em Design**, V. 8, n. 3. Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, 2000.

KURTGÖZÜ, Aren. **From function to emotion**: a critical essay on the history of design arguments. In: **The Design Journal**, V. 6, Issue 2, 2003.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. São Paulo: Ed. Nacional, 1976.

_____. **Totemismo hoje**. Petrópolis: Vozes, 1975.

LIMA, Júlia. **Pessoas, coisas e marcas**: algumas reflexões sobre o significado das coisas na vida cotidiana. Trabalho apresentado no I Simpósio de Design & Emoção do LABMEMO. PUC – Rio, Rio de Janeiro, 2007.

LINDSTROM, Martin. **Brand Sense**: build powerful brands through touch, taste, smell, sight, and sound. New York: Free Press, 2007.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Edusp, 1974.

MCCRACKEN, David. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCKENDRICK, Neil et al. **The birth of consumer culture**. London: Europa, 1982.

MENEZES, Cristiane S. **Design & Emoção**: sobre a relação afetiva das pessoas com os objetos usados pela primeira vez. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes e Design, 2007.

MILLER, Daniel. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

- MOLLERUP, Per. **Marks of excellence**. London: Phaidon, 1998.
- MURPHY, John M. (org.) **Branding: A key marketing tool**. London: The Macmillan Press Ltd, 1987. 192 p.
- NORMAN, Donald. **The design of everyday things**. New York: Basic Books, 2002.
- _____. **Emotional Design: why we love (or hate) everyday things**. New York: Basic Books, 2004.
- PINHO, J.B. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.
- RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade: como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- _____. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. In: **Alceu: Revista de comunicação, cultura e política**. Vol 1-n. 1 Jul/dez 2000. Rio de Janeiro: PUC, Dep de Comunicação Social.
- _____. **As representações do consumo: estudos sobre a narrativa publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2006.
- _____. **Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo**. In: Rocha, Everardo; Mendes de Almeida, Maria Isabel; e Eugenio, Fernanda (orgs.). **Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- RODRIGUES, Carlos Delano. **O nome da marca e sua importância na construção de identidades de empresas e produtos**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Artes e Design, 2005.
- SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Illinois, EUA: Universidade de Chicago, 1979.
- STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memórias e dor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- VEBLIN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Pioneira, 1965.
- VILLAS, Alberto. **O mundo acabou!**. São Paulo: Globo, 2006.

Anexo 1

Transcrições da dinâmica-piloto

Turma de CVIII

Data: 05/03/2007

1. Depoimentos gravados

Marca: Lego

“Eu escolhi essa marca pela exploração, descoberta da criatividade, sabe? Você... Criança, aí você começa a construir as coisas sabe? Macacos, carros, isso é legal... E eu gostava muito disso sabe! A liberdade... Construir as coisas do meu jeito sabe? Como criança a gente gosta de fazer isso! Isso para mim é uma fonte de expressão pessoal, através dos blocos, das idéias.”

“Lego é aquela coisa da criatividade, de ver o que a gente vai construir... É para quem gosta de fazer, botar a mão na massa, construir...”

Marca: Turma da Mônica

“A Turma da Mônica bateu em todo mundo... Todo mundo lia revistinha, todo mundo assistia os filmezinhos...”

Marcas: Disney e Turma da Mônica

“Eu escolhi a Disney e a Turma da Mônica né? Eu tive um contato muito forte com os filmes da Disney desde pequena. Quando eu era pequenininha, eu morei fora, nos Estados Unidos, e a gente começou a colecionar os filmes da Disney, nessa época né? Eu tinha uns três anos... Com dois anos eu já colecionava filmes da Disney. E eu me amarrava, eu era completamente fascinada. Eu não chegava a decorar as falas, mas a música é de lei né? Eu tinha que decorar as músicas. E eu ficava trancada no quarto o dia inteiro, reproduzindo as histórias da Disney com as minhas amigas. Disney foi muito forte na minha infância! E a Turma da Mônica foi meu início pela ânsia por leitura né? Eu tinha todos os Gibizinhos, só não tinha os bonequinhos por que minha mãe não deixava... O mais divertido é que eu lia, meu irmão do meio lia, meu irmão mais velho lia e meu pai lia! todas as revistinhas passavam pela família toda! Você via uma coisa que era para divertir crianças divertindo eles também! Meu pai é o mais apaixonado... Até hoje, se tiver uma revistinha da Mônica lá em casa, ele lê., com certeza meu pai vai pegar para ler. Depois que eu fui me desfazer das revistinha sabe, eu fiquei... Caraca! Minhas revistinhas! Já tinha lido tudo mesmo... Mas meus filmes da Disney eu tenho até hoje!”

Marca: Disney

“Caramba! A cada época que você vai à Disney é uma experiência diferente sabe?”

“Eu escolhi a Disney, porque ela está no imaginário infantil... Eu assistia todos os filmes, e me fantasiava de todos os filmes, de todas as princesas... Eu fui pra Disney também em épocas que marcaram a minha vida. Com 15 anos eu ganhei uma viagem pra Disney. Fui com a família também, quando eu tinha 7 anos de idade.”

“Eu sempre amei os filmes da Disney, todos... Da Pequena Sereia até hoje eu sei todas as músicas. Era desde criança... Eu olhava os filmes da Disney e pensava: eu vou ser cantora... Fui fazer faculdade de música por causa dos filmes da Disney! Eu queria ser dubladora por causa dos filmes da Disney!”

“Eu levei minha namorada numa festa de criança e estava tocando umas músicas dos filmes da Disney... Eu vi ela cantar todas, bem baixinho do meu lado...”

“A Disney não tem idade, junta a família inteira... Mãe, vó... E tem também os filmes. Como eu tinha uma imaginação muito fértil, eu reproduzia as minhas aventuras baseada nos filmes da Disney.”

“Tem também a história que ela estava falando de ir com a família pra Disney... De integrar todo mundo, de independe da idade. A Disney como marca, une e diverte todo mundo, não tem idade. Está ligada à se divertir, independente da idade.”

“Eu tive uma experiência pessoal com a Disney porque eu fui muito novinha assim, como qualquer criança de 7 anos que começa a encher o saco pra ir; e depois fui mais velha, com 15 anos, já numa fase que você vê os brinquedos de uma outra forma, com a minha avó e com a minha mãe. Minha mãe com 40 e poucos anos, e minha avó com 60 e poucos. E o mais engraçado é que por exemplo, a “Xícara Maluca”, que é um brinquedo bem típico da Disney, e é uma coisa que criança vai, e avó vai. Os pais são adultos mas acabam virando crianças... é o único lugar que eu vejo uma integração tão forte entre pessoas de todas as idades.”

Marca: Carrefour

“Eu sempre olhava a marca e nunca entendia... Nunca entendi direito. Aí quando eu descobri eu falei: “Caraca!”

“O Carrefour por que ninguém entendia o que era... Todo mundo se perguntava né? Foi depois de muito tempo que eu descobri o que aquilo era. Foi pela curiosidade né!”

Marca: Zona Sul

“Não, comigo foi o Zona Sul! Eu sempre morei perto de um Zona Sul, e o mesmo Zona Sul porque eu mudei para uma rua paralela e eu achava o máximo por que, um coração vermelho, menina... Ficava fazendo coraçõzinho em tudo quanto é lugar para guardar na pasta... Quando eu passava na rua do Bale, eu passava NO MESMO Zona Sul. Não é o Zona Sul marca, é o Zona Sul, mesmo espaço físico. Até hoje eu passo por ele todo dia... Pra voltar da PUC de carro.”

Marca: All Star

“Nossa... All Star? C.A., primeira série, todo mundo tinha! Aquele tênis com luzinha... Mesmo se você nunca teve um, aquilo te marcou de algum jeito! Aí ficou um tempo sem fabricar, mas a Nike comprou agora voltou né? Só que tá mais caro...”

Marca: Chocolate Surpresa

“Eu comia quilos de Surpresa, só pra pegar figurinha... E dava a maior pena de comer o chocolate mesmo, porque o desenho que vinha no chocolate era tipo o da figurinha... Eu adorava o chocolate, mas era maneiro pegar as figurinhas e ficar lendo sobre o bichinho sabe? Ah, era legal completar o álbum, sabe?”

“Era irado... Ai cara era muito bom...”

“Eu lembro que sempre vinha figurinha repetida, e que eu trocava com meus colegas. Eu sempre tirava a mesma figurinha... ahahaha”.

“Eu acho que o chocolate Surpresa é mais coletivo... Por causa da vida né, ele marca uma etapa da nossa vida... Quando eu tinha uns 10 anos, eu colecionava tudo dessas coisas... Depois que eu cresci eu pensei: nossa, pra que eu guardava isso tudo? Ehehe”

Marca: Comandos em Ação

“A minha marca é Comandos em Ação... É uma marca mais de menino. Eu me amarrava, e lembro que meu irmão também tinha... Eles sempre perdiam os polegares, e a cintura ficava mole... Eles sempre perdiam a perna, ai eu tirava a perna de um e colocava no outro, porque eu gostava mais do outro...”

“Aí ficava um boneco negão com a perna branca... ahahaha”

“É sim, e tinham as arminhas também...e no final eu acabava perdendo todas...”

“Era irado o Comandos em Ação... e a embalagem também era maneira porque atrás da caixa tinha todos os personagens sabe, e uma ilustração deles em ação... Era irado, dava pra viajar naquilo...Tinha aquele cenário todo de selva...”

“E os comerciais eram animados, os bonecos em ação mesmo...”

Marca: Atari

“A minha marca é do Atari, a primeira marca de videogame... Até hoje eu uso só que não é pra jogar videogame sabe? Eram aqueles videogames antigos, com aquelas fitas enormes que tinha que botar várias vezes até funcionar... Ela me marcou muito porque era uma época em que a gente se reunia pra fazer disputa... É uma coisa acho que mais minha sabe? Minha família toda se reunia, às vezes feriado, pra jogar. É uma coisa assim que eu sinto falta sabe? Juntava a família em volta da televisão pra assistir dois jogando...”

“Eu era meio ruim jogando videogame... Porque eu era muito lesada sabe? Eu não conseguia, eu sempre morria na primeira fase...Aí eu ficava só assistindo meu irmão jogar e dizia: não, não, joga aí que eu prefiro ver...”

“Eu tinha medo de algumas músicas. Também era um pouco decepcionante porque eu era criança e não tinha muita coordenação motora...”

2. Depoimentos Escritos

“Atari. Essa é a marca de um dos primeiros video-games que eu e minha família tivemos. O mais interessante era quando juntávamos todos e fazíamos disputas dos jogos. Eu mesmo não chegava a ser viciado, mas quando havia algum feriado, era muito bom ver todos os meus parentes reunidos. É uma lembrança que hoje é a que mais gosto e que mais sinto falta.”

“LEGO. Escolhi tal marca pois ela teve um significado de exploração, de descoberta e aprimoramento da criatividade. Toda criança gosta de construir algo e é isso que o LEGO representa pra mim, uma forma de expressão através dos blocos e idéias.”

“Sempre gostei de tudo da Disney, parques, bonecos e desenhos, mas o que esteve mais presente na minha infância foram os filmes. Assisti várias vezes todos. Os meus favoritos eram A Pequena Sereia, O Rei Leão e Aladin.”

“Álbuns de figurinhas do Chocolate Surpresa. Esse chocolate fez parte de toda minha infância. Comi quilos do Surpresa pra colecionar as “figurinhas” e completar os álbuns! Depois de completo, a diversão era ficar lendo sobre os bichinhos. E mesmo que a figurinha fosse repetida, não ficava um sentimento de “dinheiro jogado no lixo”, pois o chocolate era uma delícia!”

“Eu escolhi a marca “Zona Sul” em função de ser totalmente presente na minha vida desde quando eu era criança indo para escola e sempre esperando meu ônibus escolar lá. Conforme fui crescendo “ela” permaneceu em minha vida; quando ia ao Ballet e até hoje passo por ela sempre. No Leblon ou em Ipanema supermercado Zona Sul está na minha rotina.”

All Star Converse – Essa marca “marca” muito a minha infância pois como eu só usava esse tênis, para mim ele era o mais legal.

Carrefour – A marca que muita gente não entende marca a minha infância pois quando eu descobri o que ela significava eu comecei a olhar as outras marcas de outra maneira.”

“Marca: Tatiana Figueiredo. Porque?: Local onde eu treinei Ginástica Olímpica e, posteriormente, trampolim acrobático durante um período de 10 anos. Competia todos os campeonatos representando a equipe da Tatiana e durante todo esse tempo essa equipe era minha “2ª família”.”

“Marca: Comandos em Ação. Quando criança adorava brinquedos de todos os tipos, principalmente bonecos. Teve uma marca, em especial, me marcou bastante foram os bonecos do Comandos em Ação. Era louco por eles, sempre levava comigo para a escola, está certo que eles nem sempre voltavam. A embalagem também me marcou bastante. Na parte traseira, tinha a foto de alguns personagens e as fotos dos bonecos.

Os meus bonecos estavam sempre sem polegar ou sem uma perna (no caso das pernas, as vezes acabava pegando a perna de outro boneco para completar). Hoje em dia, ainda tenho guardado alguns bonecos.”

“Eu escolhi a Disneyworld porque ela permeou minha vida em vários momentos. Quando era pequena ver filmes da Disney me fazia dormir. Depois, quando fiz oito anos, fui para Disney com meus pais, tipo a viagem dos sonhos. Me vestia de Minnie e andava pelos parques me sentindo uma princesa. Aos dez meus pais se separaram e meu pai para amenizar a situação resolveu levar a mim e a minha irmã para lá. Quando fiz 15 anos ganhei da minha avó uma viagem. Até hoje só me traz boas recordações um lugar e um mundo de fantasia que eu gostaria de estar sempre.”

“Os filmes da Disney acompanharam a minha infância. Sempre fui uma criança que elaborava diversas aventuras e os filmes da Disney “ilustravam” todas elas. A Turma da Mônica foi o início de uma vontade sempre crescente de ler. Além do mais, as revistinhas representam uma ligação clara entre a minha família. A revistinha passava por mim, depois pelos meus irmãos e por último pelo meu pai.”

Anexo 2

Transcrições da dinâmica 1

Turma de Projeto

Data: 02/04/2007

1. Depoimentos escritos

“A Garoto é uma marca que acompanha várias gerações. Sejam nos doces e chocolates, principalmente nas pastilhas de hortelã ou nas tradicionais caixas de bombom. Não há ninguém que não tenha comprado ou ganhado um serenata de Amor! Experiência Pessoal: Quando eu tinha uns 12 anos ganhei uma promoção cultural da Garoto. Recebi muitos chocolates e fiquei conhecida por todos da escola!”

“A marca que me marca é a Faber Castell porque ela esteve e está presente na minha vida, principalmente nos momentos mais importantes como na escola, com os amigos, no trabalho e em casa nas horas de diversão: desenhando e colorindo. Por tudo isso ela é especial na minha vida fazendo com que eu sempre lembre de momentos bons e pessoas muito importantes da família.”

“Minha marca escolhida foi a Coca-Cola, pois além de possuir um a forte presença no mercado de refrigerantes ela se tornou símbolo de uma cultura e de uma ideologia característica que poucas marcas foram capazes de alcançar.”

“Barbie: Escolhi essa marca porque sempre gostei muito da boneca, só brincava com Barbies. Ela me desperta boas lembranças, como a de um Natal que ganhei da minha avó só a casa com todas as mobílias. Toda vez que eu fazia aniversário esperava ganhar algo relacionado à Barbie, e até hoje quando passo por uma vitrine de brinquedos paro para olhá-los. Toddynho é outra marca marcante pra mim. Toddynho era o lanche de qualquer hora, me lembra muito a escola, as brincadeiras. Me lembro também que nem sempre minha mãe me deixava tomar achocolatado, dizia que tudo “tinha hora”.”

“Crafter é a marca do primeiro violão que tive; Essa marca é muito importante para mim, pois foi esse violão que me apresentou ao mercado da música, que hoje faz grande parte da minha vida.”

“Caloi. Está ligada à minha infância – à lembrança do play, dos finais de semana no parque, da minha fase de criança. Era Caloi a bicicleta que todo mundo tinha, desde a fase da rodinha.”

“iPod – não vivo sem”

“Desde pequeno adorava Lego e pedia de presente em todas as datas especiais. É um brinquedo que exercita a criatividade, passa noções de organização e solução de problemas.”

“Havaianas. Adoro praia, viagens, todo mundo tem. A escolha da Havaiana foi por causa do alcance desse produto. “Eu adoro o design e o conforto da sandália, levo para todos os lugares e é uma boa representação da praia.”

“A boneca Barbie marcou a infância de praticamente toda menina. Eu sempre fui apaixonada pelas minhas 500.000 barbies e todos seus apetrechos (ou 300 roupinhas à cômodos da casa), e levava toda a coleção para os lugares que ia. Até que um belo dia, indo da casa da minha avó até a minha casa, roubaram meu carro com tudo dentro. Foi um grande trauma. O Toddynho também marca a infância de muitos. Aquela embalagem faz com que todos nós nos lembremos do achocolatado que eu tomava todo dia no lanche da escola.”

“ESP. Marca de guitarras e baixos. Por ser aficionado por música e tocar guitarra, sempre me interessei pelo assunto. O design das guitarras também me chama muito atenção. É um sonho de consumo.”

“All Star. Essa marca me marca porque quando era mais nova achava lindo, sempre quis ter um, e o primeiro que eu tive foi uma realização pois comprei com meu dinheiro e acabou virando uma identidade. Grande parte dos meus amigos tem, combina com praticamente tudo, tá sempre na moda e tem um design muito peculiar.”

“All Star, porque é uma marca muito presente no meu dia-a-dia já que eu possuo 13 pares. Além disso, marcou minha ‘iniciação’ ao rock e o início da minha adolescência, sempre me expressando pelo tênis, escrevendo e desenhando neles.”

“Singer. Minhas duas avós costuravam em máquinas Singer. Eu lembro bem de pedir para minha avó materna fazer roupas para minhas bonecas e de vê-la costurando naquela velha máquina preta, com grandes letras douradas ‘SINGER’. Minha avó paterna deixou pra mim como herança sua máquina de costura Singer, e quando eu tinha 9 anos já sabia usá-la e costurar com ela melhor que qualquer um. Até hoje essa máquina é um dos meus bens mais preciosos. É uma marca que evocava tantas sensações. Eu ouço ‘Singer’ e sinto o cheiro do café que minha avó fazia.”

“Escolhi o Lego porque, afinal quantos mundos e sonhos não foram construídos com aquelas pecinhas? Foi parte de toda uma fase e nunca nenhum brinquedo com peças de encaixe conseguiu ser melhor que ele.”

“Toddynho: Tomei a vida inteira. Todo recreio eu tomava, me lembra a escola e infância. E Barbie: Lembra minha infância.”

“Nintendo: Minha infância e adolescência foram jogando vídeo-game. Até hoje em dia está presente.”

“Kellogs (sucrilhos). Faz parte da minha vida e de todas as minhas manhãs desde que me lembro.”

“Uma marca que me marcou e marca até hoje é a Nestlé. Sempre fui alguém que preferia doce a salgado. Portanto, não faltava na minha casa: biscoitos, sorvetes ou barras de chocolate. Porém, por estar mais velha e por conseqüentemente engordar com mais facilidade, hoje em dia parei de comer tanta besteira como antes, mas ainda assim é sempre possível achar um produto da Nestlé na minha dispensa.”

“Walt-Disney, porque sempre esteve presente na minha vida desde a infância principalmente com os filmes, e é uma marca que continua até hoje na minha vida com os filmes ainda.”

“Desde quando ganhei meu primeiro computador eu uso Microsoft. Hoje não me imagino sem computador. Com ele me divirto, trabalho e converso. Todos os computadores que usei era com Windows da Microsoft e é com um computador que eu pretendo trabalhar. Concluindo: a Microsoft me apresentou o computador.”

“Barbie, uma marca mundialmente adorada pelas meninas que me acompanhou a vida toda. Antes da criança querer por ser atraída pelos comercias cheios de brilhos e rosa - choque ou ver na casa da amiguinha, a mãe já comprava, pois sabia que a filha ia gostar. Montar a casa da Barbie fazendo a casa dos sonhos de qualquer uma, vestir elas de roupas lindas e ter uma mais bonita que a outra era uma brincadeira de faz-de-conta perfeita que nós manipulávamos, e eu brincava muito com a minha mãe que e arquiteta e adorava comprar e montar casinhas e mobília se tornando de novo criança. Toddyinho, cotidiano de toda criança, rotina, chocolate, gostoso, vitaminas, toda mãe gosta que o filho tome Toddyinho e todo mundo cresce e nunca deixa d gostar e cada vez parece que vem menos.”

“Miojo – Por que é prático, rápido e faz parte da minha vida.”

“Mercedes Benz. Pois praticamente todos os dias eu utilizo um veículo dessa marca, onde fiz muitos amigos, e ainda hoje faço. É graças ao ônibus que eu posso chegar a tempo em casa e ter um momento de convivência com alguns amigos, que juntos de certa forma, apresentam a minha identidade.”

Anexo 3

Transcrições da dinâmica 2

Turma de Projeto Básico 1AD

Data: 02/05/2007

1. Depoimentos escritos

“Minha marca que marca é Nintendo. Sempre gostei muito de vídeo games e jogos eletrônicos. E a primeira Marca que vem a minha cabeça quando penso nisso é a “Nintendo”. Acho que marcou muito a minha infância e adolescência.”

“Minha marca que marca é Converse All-Star. Porque é uma marca muito presente no meu dia-a-dia já que eu possuo 13 pares. Além disso, marcou minha “iniciação” ao rock e o início da minha adolescência, sempre me expressando pelos tênis, escrevendo e desenhando neles.”

“Minha marca que marca é Faber-Castell. Pois desde criança eu utilizo essa marca, e não compro lápis de cor que não seja dela.”

“Minha marca que marca é Forum. Porque, pra primeira vez que fui lá, eu fui muito bem atendido e a roupa é bonita. Lá ainda tem serviço de costura, que muitas lojas têm, mas muitas não têm. Quando fui trocar uma blusa que manchou, eles trocaram sem discussão.”

“Minha marca que marca é Revlon. Com 12 anos ganhei meu primeiro secador de cabelo da marca Revlon e foi assim que começou a minha paixão por cabelos.”

“Minha marca que marca é Havaiana. Escolhi a marca Havaianas por me acompanhar desde criança. Hoje em dia tenho coleção de havaianas, pelo fato de serem confortáveis e esteticamente bonitas. Não as considero como um simples chinelo, mas um complemento na vestimenta.”

“Minha marca que marca é Parmalat. Eu escolhi essa marca porque eu usei durante a minha vida toda, e quando eu era menor eu adorava os mamíferos da Parmalat.”

“Minha marca que marca é Coca-Cola. Escolhi esta marca porque ela me conquistou antes mesmo de eu saber o que era rótulo e marketing. As propagandas e jingles souberam me ganhar. Hoje a Coca-Cola está na minha camiseta, na mesa de cabeceira, nas meias, na cadeira, no mouse pad, no chuveiro, nas letras da Legião. No copo com gelo ou na garrafa com canudinho. Na praia pura ou na night com ruim. A Coca-Cola é a minha marca.”

“Minha marca que marca é Montana. A Montana é uma marca de tintas spray estrangeira, fabricada na Alemanha. Ela é significativa para mim, pois gosto de fazer grafite e esta tinta é a melhor para isso. A lata em si é barata, e suas cores vivas e brilhantes. Tenho em casa mais de 90 latas que guardo de minhas aventuras. Olhar para elas me traz lembranças de situações engraçadas e, às vezes, perigosas.”

“Minha marca que marca é Matte Leão. Eu escolhi a marca “Matte Leão” porque eu bebo mate desde criança e o seu gosto me lembra praia, verão, férias. Nos dias de hoje, eu bebo mate praticamente todo dia por ser minha bebida preferida.”

“Minha marca que marca é Nescau. Faz parte do meu café da manhã, desde pequena... Já tentei tomar café, mas não consigo. Minha primeira refeição do dia tem que ser com Nescau.”

“Minha marca que marca é Danone. Eu escolhi Danone porque, desde bem pequena até hoje, eu tomo todos os dias Danoninho que eu gosto muito. Há vários tipos de “danoninho”, mas nenhum é tão bom quanto o da Danone.”

“Minha marca que marca é Swatch. Eu escolhi a Swatch, pois além de possuir alguns relógios de marca, acho interessante a diversidade de modelos.”

“Minha marca que marca é Apple. A escolha da marca Apple foi feita levando em consideração as coisas mais marcantes hoje para mim: o design, a música e a tecnologia. A Apple desperta confiança, inovação e um sentimento de ordem de limpeza. Ela agrega também memórias boas, pelo uso de seus produtos em momentos interessantes da minha vida.”

“Minha marca que marca é Havaianas. Escolhi a marca Havaianas porque usei e ainda uso muito seus produtos em vários ambientes e momentos da minha vida. Ela também me faz lembrar conforto, algo que preso demais, e ainda me recorda o Brasil.”

“Minha marca que marca é Nike. Simplicidade. Gosto muito da marca por ser simples e ao mesmo tempo trazer movimento, leveza e certo otimismo. Talvez seja uma associação com o símbolo.”

“Minha marca que marca é Osklen. Escolhi essa marca porque gosto do estilo e das roupas.”

“Minha marca que marca é All-Star (Converse). Escolhi essa marca porque é o calçado que mais uso AA anos, além de gostar dos modelos e de calcá-los. Alguns me lembram pessoas e situações.”

“Minha marca que marca é... Arena VIP. Eu vivo por ela; Eu me expresso por ela; Eu trabalho a favor dela; Eu quero que ela fique famosa; Eu me orgulho por ela; Eu divulgo ela; Eu fiz ela.”

“Minha marca que marca é Oakley. Escolhi essa marca, pois, para mim, ela está presente no dia-a-dia. A Oakley é uma marca que começou vendendo óculos de sol e hoje já apresenta vestuário em geral.”

“Minha marca que marca é Disney. É uma marca conhecida no mundo todo e sempre fez parte da minha vida através de produtos, filmes e parques temáticos.”

“Minha marca que marca é Banco Real. A marca que escolhi foi o Banco Real, pois marcou e marca até hoje a minha vida. Minha mãe é gerente de uma das agências e eu sempre passei muito tempo lá. Alguns momentos importantes também aconteceram quando eu estava no banco ou foram proporcionados por minha mãe trabalhar nele.”

“Minha marca que marca é Nintendo. Escolhi a Nintendo porque os videogames fazem parte da minha vida desde a infância. A Nintendo é especial para mim porque me ajudou na integração com as pessoas da minha idade.”

“Minha marca que marca é Chiclete Ping Pong. Chiclete Ping Pong faz parte da minha infância. Tinha figurinhas ou até hoje eu as tenho.”

“Minha marca que marca é Adidas. Porque Adidas é a marca dos craques e Nike é muito clichê! Além disso é a que tem os produtos mais duráveis.”

“Minha marca que marca é Havaianas. Por que desde pequena estava presente e cresci junto com a sua ampliação e divulgação. Hoje essa marca é muito popular justamente pelas suas propagandas, porém sua essência continua a mesma.”

“Minha marca que marca é Leite Moça. Porque foi com o Leite Moça que fiz meu primeiro brigadeiro, primeiro docinho de uma arte muito conhecida na família: a “culinária”. Quando fui morar sozinho foi também o primeiro prato que cozinhei para inaugurar uma nova vida. Viva o docinho!!”

Anexo 4

Transcrições da dinâmica 3

Turma de Projeto Básico 1AA

Data: 07/05/2007

1. Depoimentos escritos

“Minha marca que marca é Garoto. A marca escolhida é se deve ao fato de trazer inúmeras lembranças da infância, comemorações de páscoa, presentes, recompensas por bom comportamento, etc. O gosto que eu tinha por chocolates, biscoitos, era muito grande quando criança.”

“Minha marca que marca é Garoto. Eu escolhi a Garoto por ser uma marca que me acompanhou a vida toda, desde pequena quando eu ganhava ovos de páscoa, até os dias atuais. Uma coisa que eu acho muito interessante nessa marca é o logo que nunca mudou, e as cores marcantes.”

“Minha marca que marca é Faber-Castell. Eu escolhi essa marca, pois ela me acompanha desde os tempos do Jardim de Infância e é uma das responsáveis pela minha escolha profissional.”

“Minha marca que marca é iPod. A marca escolhida foi o iPod, desenvolvido pela Macintosh, pois ele proporciona momentos de felicidade, alegria, paz, entre outras emoções. Tenho o meu iPod há um ano e meio. Por ser viciada em música, tem uma utilidade intensa na minha vida. Acho que não conseguiria viver sem ele.”

“Minha marca que marca é Sony. Sony, pois é a marca da minha câmera digital, que marcou minha adolescência com aproximadamente 24.000 fotos dos meus melhores momentos e ainda marca, pois foi um presente muito especial dos meus pais nos meus 15 anos.”

“Minha marca que marca é Caninha 51. Escolhi essa marca porque, junto com amigos de longa data, foi a minha introdução ao alto estado etílico, o que rendeu os momentos mais engraçados de que eu possa me lembrar.”

“Minha marca que marca é BANDAI. Lembranças de minha infância me levaram a escolher esta marca. Bandai, fabricante de brinquedos e jogos eletrônicos. Em 1995, fabricavam no Brasil os bonecos dos Cavaleiros do Zodíaco. Uma febre que marcou e marca a minha vida.”

“Minha marca que marca é Victoria’s Secret. Esta marca me traz lembranças de um lugar maravilhoso em Itaipava, onde passei um mês “morando” com uma amiga, uma experiência com a ausência de tecnologia total; única. Outra lembrança é um “amigo irmão” que trouxe meu primeiro perfume da “V.S.” de Nova Iorque, de quem eu amo muito.”

“Minha marca que marca é Halls. A Halls foi minha marca escolhida porque devo a ela eu tive a oportunidade de “ficar” com o meu atual namorado. E também porque é a única bala que eu gosto. Sempre tem um monte de sabores gostosos.”

“Minha marca que marca é OMO. Porque minha mãe conta que bem pequenininha eu cantava: “Omo tabilapampula / tabilapampulaca!”– Tradução: “Omo dá brilho a brancura, dá brilho a brancura!” Ontem eu contei isso para os meus filhos que riram muito. Tive que “cantar” várias vezes.”

“Minha marca que marca é !!Tapioquinha!! 1º porque... Ainda não almocei. 2º porque me lembra o índio guarani (que fui) e que comia ela todo dia. 3º porque é gostoso no sorvete, no biju, no creme, etc. Obs.: Se não é ainda marca... Marquemos.”

“Minha marca que marca é LEGO. Esta marca marcou toda a minha infância. Sempre passaria horas montando castelos, cenários, etc. Provavelmente esse hábito teve grande influência na calma que carrego até hoje como característica da minha personalidade.”

“Minha marca que marca é Walt Disney. Esta marca me marcou pelos filmes que produziu. Desenhos como “O Rei Leão”, “Aladdin” e “A Pequena Sereia” me fazem lembrar minha infância e ficar cantando trilhas sonoras até hoje.”

“Minha marca que marca é Sony. A Sony é a marca da minha câmera fotográfica, da filmadora velha do meu pai que funciona até hoje. Ela me marca pois sempre que eu vou comprar um eletrônico eu prefiro ela por saber que é de qualidade.”

“Minha marca que marca é Nokia. A Nokia foi a empresa que fez minha família se mudar para o Rio de Janeiro. Essa é a marca de todos os meus celulares. Foi porque meu pai começou a trabalhar nessa empresa.”

“Minha marca que marca é JBC. Mangás, quadrinhos japoneses, são mais do que diversão para mim. Depois de conhecê-los eu comecei a apreciar toda a cultura japonesa, o que refletiu nas escolhas da minha vida. O mangá me influenciou tanto que até me fez aprender uma nova língua. Minha marca é a JBC, pois é uma ótima editora de mangá no Brasil.”

“Minha marca que marca é Canson. Desenho desde pequena. Mas nunca prestava atenção no papel. Hoje em dia, usar uma folha de Canson faz toda a diferença. Ela significa desenhos planejados, com propósito. Além da questão de custo e uso constante nas aulas da faculdade. Ela marcou o momento que eu passei a desenhar criando e foi esse o “ato inicial” que guiou e guia a minha vida até hoje.”

“Minha marca que marca é Adidas. Desde os 10 anos de idade eu compro o mesmo modelo de tênis Adidas (Só com a mudança de cores). Minha mãe

sempre tentava comprar outros tipos de tênis, mas se eu achasse outro tipo legal, não usava por que me sentia traindo meus tênis Adidas. Ele também marcou a fase que morei nos EUA (e foi lá que comprei meu primeiro Adidas).”

“Minha marca que marca é TANG. Por que me acompanha desde minha infância e para mim é a melhor bebida.”

“Minha marca que marca é TAMA. Sem dúvida é uma das marcas que mais representa a minha vida. TAMA de baterias e instrumentos de percussão. Já tive três baterias TAMA que me acompanharam durante bastante tempo na minha vida e posso dizer que, sem dúvida, é uma marca esplêndida e eu adoro o logo.”

“Minha marca que marca é Barbie/Mattel. Porque as barbies da Mattel eram os meus brinquedos favoritos. Acredito que meu amor por roupas e indumentária começou através do meu contato com essas bonecas.”

“Minha marca que marca é Barbie. A Barbie fez parte de toda a minha infância. Ainda hoje sinto fascinação por ela, principalmente, pelos detalhes das suas roupas.”

“Minha marca que marca é GRAVITY. É uma empresa de jogos online. Através de um de seus jogos, conheci diversas pessoas, viajei e mais uma série de acontecimentos que inclusive contribuíram para eu estar cursando Design”

“Minha marca que marca é Yamaha. Escolhi por que há anos que eu só compro equipamentos musicais YAMAHA. Foi a única marca que ainda não me decepcionou em atualizações e durabilidade.”

“Minha marca que marca é Varig. Foi a empresa que tornou real o sonho do meu, ser piloto e através dela conheci meus familiares manauenses. Viajei por ela pela primeira vez com poucos meses para Manaus, quando criei laços muito fortes com meu bisavô, pessoa que marcou minha vida intensamente.”

“Minha marca que marca é Disney. A marca que eu escolhi foi a Disney, pois desde muito pequena até hoje, adoro ver os filmes e acho as músicas o máximo. Eu lembro que quando eu era pequena só tinha as fitas gravadas e fiquei muito feliz quando finalmente ganhei a fita oficial do desenho da Disney.”

“Minha marca que marca é Futon Eduardo & Virginia. É a marca da micro-empresa dos meus pais, que fabrica colchões japoneses de algodão. Como a marca nasceu comigo, no fim dos anos 80, eu passei 1/3 da minha vida só dormindo em Futons e os outros 2/3 no meu dia-a-dia, já que a montagem desse produto era na nossa própria casa.”

“Minha marca que marca é Fermento Royal. Desde criança eu ficava maravilhado com aquela embalagem de fermento que usava um design

“infinito”. Sempre tentava ver até onde meu olho enxergava dentro de cada latinha que ia aparecendo dentro da outra. A marca aparecia para mim quando minha avó fazia bolos e tortas.”

“Minha marca que marca é Chapolin Colorado. Durante toda a minha infância depois da escola, na hora do almoço, eu assistia Chaves e Chapolin”.

“Minha marca que marca é BIC. Escolhi essa marca porque ela está sempre presente assim como sempre esteve. A popularidade da caneta BIC faz com que todos possam ter acesso à mesma. A caneta é para mim um instrumento fundamental na vida das pessoas, já que ela possibilita a comunicação. O uso deste é muito abrangente em termos de situação, sendo elas boas, felizes ou tensas.”

“Minha marca que marca é Havaianas. Todo mundo usa! Desde o pedreiro até a modelo mais famosa. Usa-se para ir a praia ou para sair. Recuse imitações!”

“Minha marca que marca é Estrela. Apesar de há muito tempo não estar mais em contato com a marca Estrela, pensar nela e pensar nos bons momentos da infância. A grande quantidade de brinquedos que eu tinha ou queria ter dessa marca me traz lembranças ótimas.”

“Minha marca que marca é Barbie (Mattel). Escolhi essa marca porque minha infância inteira eu brinquei com Barbie. Eu guardei uma até hoje.”

“Minha marca que marca é Nike. Devido à durabilidade dos produtos, pois todos os meus relógios e tênis anteriores quebravam, ou deterioravam em menos de seus meses.”

“Minha marca que marca é Torta & Cia. A “Torta & Cia” faz lembrar bons momentos da minha vida, principalmente em família. Todas as sextas-feiras, meu pai buscava eu e meu irmão no colégio e nos levava pra lá. Não me marca pela comida, mas sim pelo passeio de volta pra casa que era bem divertido pela cantoria no carro, as risadas e a companhia.”

Anexo 5

Transcrições da dinâmica 4

Turma de Projeto Básico 1AB

Data: 07/05/2007

1. Depoimentos escritos

“Minha marca que marca é Penalty. Foi a marca da minha primeira bola de basquete a anos atrás e fiquei muito feliz com ela, por tê-la até hoje. Ajudou-me muito a aprender a jogar “basque” com uns 11 ou 12 anos. No último campeonato que participei, a bola era da Penalty e eu marquei a cesta da virada.”

“Minha marca que marca é FIAT. Durante 10 anos o carro da família foi um FIAT Elba e, quando tirei minha carteira de motorista, foi meu primeiro carro. Houve muitos momentos felizes relacionados ao carro.”

“Minha marca que marca é CONDOR. Porque, após meu envolvimento com a música, essa foi a marca que marcou meu primeiro instrumento musical.”

“Minha marca que marca é Di Giorgio. Marca do meu primeiro violão, que “sobrevive” até hoje. Já tem 11 anos de vida. Foi onde tive um dos primeiros contatos com a música tocada.”

“Minha marca que marca é Jeep 51. Lembra-me minha infância. Uma paixão passada de geração para geração, onde todos aprenderam a dirigir e eu estou nessa situação. Um carro antigo, mas com muita história. Tardes na fazenda, frutas no pé, primos, meu avô e Minas Gerais.”

“Minha marca que marca é Mate Leão. Sempre comprava na praia junto com biscoito Globo.”

“Minha marca que marca é ESP. Marca de guitarras e baixos. Por ser aficionado por música e tocar guitarra, sempre me interessei pelo assunto. O design das guitarras também me chama muito a atenção. É um sonho de consumo.”

“Minha marca que marca é Unibanco Arteplex. Porque é o cinema em que sempre vou. Acho agradável, “cool” e é perto da minha casa. Guardo sempre os ingressos para saber quais filmes assisti no ano.”

“Minha marca que marca é Disney. A Disney marcou a minha infância e despertou em mim a vontade de criar e desenhar.”

“Minha marca que marca é Nestlé. Comida. Comida. Comida. Presente em achocolatados, biscoitos, Nestea, Nescafé. Amo chocolate!”

“Minha marca que marca é Leite Moça. Leite Moça me faz lembrar bons momentos da minha infância. Momentos de alegria com meus amigos, comemorações de aniversários e sempre sensações boas.”

“Minha marca que marca é W Skimboards. A pouco tempo, quando quebrei a minha prancha de surf, por ser muito cara, não pude comprar outra. Como já conhecia o “Skimboard” desde pequeno e tinha uma prancha jogada em minha casa, comecei a praticar todos os dias antes das aulas. Por se tratar de um esporte radical que é praticado através do uso de uma prancha e na praia, faz aumentar ainda mais minha paixão em praticá-lo. Foi quando o dono da marca e “shaper” Wilson Alexandre me encontrou, conversou comigo e resolveu me incluir em sua equipe de competição / divulgação junto à ajuda com as pranchas.”

“Minha marca que marca é Guaraná Antártica. É uma marca que sempre esteve presente em meu cotidiano. Lembra-me filmes e principalmente pipoca, que só combina com esse refrigerante, com essa marca. O seu sabor não se iguala a nenhum outro, principalmente junto da pipoca.”

“Minha marca que marca é Viscaya. Por que é uma linha de produtos para cabelo, cremes, etc. e que marcam um cheiro pessoal.”

“Minha marca que marca é Granado. Essa marca já é muito antiga, meu avô usava talco polvilho granado. O que mais me marca é que a marca não mudou nada, nem o logo nem o produto. E também pois eu utilizo todos os dias. Aprendi observando meu pai.”

“Minha marca que marca é... Vespa (Lambretta). Lembranças do passado; Meu avô tinha uma.”

“Minha marca que marca é McDonalds. Meu “restaurante” favorito, nunca estou triste quando como nele. Se estiver triste, posso a ficar feliz. Sempre me satisfaço. Lembro-me de momentos felizes. Viagem sem McDonalds não existe para mim.”

“Minha marca que marca é GENEAL. Os cachorros-quentes GENEAL, por serem tradicionais, são consumidos a muito tempo por inúmeras gerações, inclusive a do meu pai. Mas o maior motivo da escolha é porque o “maraca” sem GENEAL não era “maraca”. Obs: Agora não é mais GENEAL no Maracaná.”

“Minha marca que marca é Coca-Cola. Quando eu era criança eu não podia tomar refrigerante. Até que um dia eu estava enjoada e me deram Coca-Cola para melhorar. Foi aí que eu me viciiei e, depois desse dia, ela passou a fazer parte do meu dia-a-dia. Foi amor a primeira vista!”

“Minha marca que marca é United Colors of Benneton. Porque me lembra de quando eu morava no sul, pois eu usava muito os casacos de lá que eram apropriados para o clima europeu e eram apropriados também para o clima da minha cidade. Até hoje tenho esses casacos e outros novos que trazem

lembranças super agradáveis. Na faculdade, essa marca é muito falada relacionada a fábrica da Itália, estando presente em minhas lembranças, no meu dia-a-dia e no design.”

“Minha marca que marca é All-Star. Escolhi essa marca, pois estou sempre usando, um dia ou outro muda. Uso All-Star desde 12 anos com as mais diversas estampas que agradam todos os públicos.”

“Minha marca que marca é Mercedes-Benz. É uma marca forte, tradicional, que sempre esteve em minha mente relacionada ao luxo e a beleza de seus carro, e a força e potência de seus caminhões e ônibus. Também já fui reconhecido pela marca.”

“Minha marca que marca é Faber-Castell. Essa marca reflete o que gosto e um pouco do que sou. Conheço essa marca desde pequena e ela sempre esteve relacionada com diversão, com meus hobbies.”

“Minha marca que marca é Nescau. Nescau fez e faz parte da minha vida desde muito tempo. Isso me faz lembrar minha infância, da época em que eu nem sabia arrumar meu próprio copo. Enfim, é uma marca que me lembra momentos muito especiais ao lado de minha família e amigos.”

“Minha marca que marca é... McDonalds. Desde criança eu vou direto ao “Mac” e sempre peço o “BigMac”. Fiquei muito apaixonado pelo sanduíche. É difícil pedir outro. BigMac é único e só tem no McDonalds. De tanto pedir Big Mac, uma vez, sem notar, entrei no Bob’s e pedi um de tão distraído que eu estava.”

“Minha marca que marca é Fanta Uva. Desde criança eu gosto de Fanta Uva. Não gosto de Coca-Cola e guaraná acho comum, sem graça. Em todas as festas tem que ter Fanta-Uva. É o melhor refrigerante do mundo. Rolou um boato na Internet que tava dando câncer... Mas hoje em dia tudo dá câncer, não é mesmo?”

“Minha marca que marca é Coca-Cola. Eu vi ela desde muito pequena e sempre estava de um jeito ou de outro, perto de mim. Seja na mesa, na rua, em encontros com meus amigos ou só para pegar algo que tirasse a sede (≠ de água). Via especialmente em festinhas e reunião com os amigos.”

“Minha marca que marca é Matte Leão. Desde criança bebo Mate, em todo e qualquer lugar. Sempre que eu bebo me remete a um lugar que eu frequento desde que nasci, mesmo que, às vezes, em baixa frequência.”

“Minha marca que marca é Coca-Cola. A Coca-Cola é uma marca que está presente no meu cotidiano, nos encontros de família e de amigos. Uso esta marca desde que me conheço por gente.”

“Minha marca que marca é Coca-Cola. Escolhi, pois é uma marca que me deparo praticamente todos os dias. Acho muito interessante a fonte utilizada.”

“Minha marca que marca é Nintendo. Desde pequeno eu sempre gostei de jogar videogame e NINTENDO é uma marca que marcou muito a minha infância porque depois de voltar da pracinha onde a gente brincava, meus amigos todos iam pra minha casa jogar NINTENDO. Minha mãe sempre levava pipoca.”

Anexo 7 - Folha Dirigida Modelo II

CAMPO DO PESQUISADOR

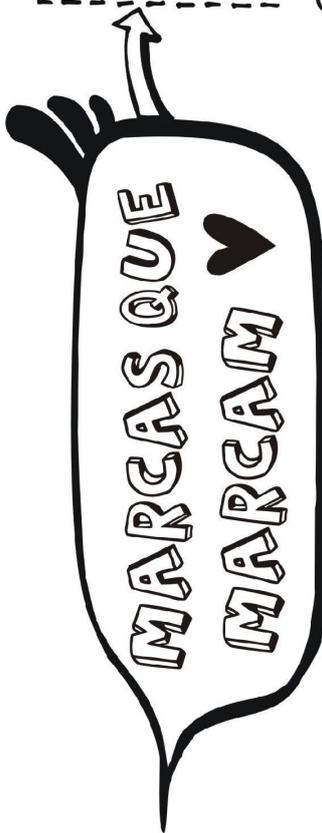
não escreva nada aqui, por favor

Fez Experiência

Faz Sentimento

Fez e Faz Lembrança

Muitas marcas estão em praticamente tudo o que nos cerca. Parte do universo do Design, as marcas são projetadas para marcar produtos, empresas e serviços, mas "marcam" também a vida das pessoas que com elas convivem.



Você tem alguma marca que te marca? A marca de um produto que você gosta muito, usa muito, que faz parte da sua vida, que faz parte do seu cotidiano. Uma marca que desperte bons sentimentos, experiências agradáveis...

Minha marca que marca é...

COLE AQUI

↓

Uma imagem da sua "marca que marca". Pode ser só a marca que você tirou da internet, a embalagem do produto, ou até uma foto sua usando esse produto.

Escreva em poucas linhas porque você escolheu essa marca?

“ ”

ESCREVA AQUI, POR FAVOR.

Seu nome: _____

Sua idade: _____

Seu e-mail: _____

Sua turma: _____

Sim, eu autorizo que minha história faça parte da dissertação de mestrado "Marcas que Marcam".



Anexo 8 – Folha dirigida preenchida

MARCAS QUE MARCAM ♥

Você tem alguma marca que te marca? A marca de um produto que você gosta muito, usa muito, que faz parte da sua vida, que faz parte do seu cotidiano. Uma marca que desperte bons sentimentos, experiências agradáveis...

Escreva em poucas linhas porque você escolheu essa marca?

Escolhi essa marca porque ela está sempre presente, assim como sempre esteve. A popularidade da caneta BIC faz com que todos tenham em casa a mesma. A caneta é para mim, um instrumento fundamental na vida das pessoas já que ela possibilita a comunicação. O uso dela é muito abrangente em todos os situações, sendo elas boas, felizes ou tristes.

Muitas marcas estão em praticamente tudo o que nos cerca. Parte do universo do Design, as marcas são projetadas para marcar produtos, empresas e serviços, mas "marcam" também a vida das pessoas que com elas convivem.

Minha marca que marca é...

BIC

ESCREVA AQUI, POR FAVOR.

Seu nome: EUGA NOBRETA KUSCHALZ

Sua idade: 18

Seu e-mail: _____

Sua turma: 14A

CAMPO DO PESQUISADOR

não escreva nada aqui, por favor

Fez Experiência
 Faz Sentimento
 Fez e Faz Lembrança

COLE AQUI

Uma imagem da sua "marca que marca". Pode ser só a marca que você tirou da internet, a embalagem do produto, ou até uma foto sua usando esse produto.

Sim, eu autorizo que minha história faça parte da dissertação de mestrado "Marcas que Marcam".