

PONTIFÍCIA **U**NIVERSIDADE **C**ATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Leonardo Cardoso Eyer Jorás

O designer colecionador
Características e particularidades de seu pensamento
projetal

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DEPARTAMENTO DE ARTES E DESIGN
Programa de Pós-Graduação em Design

Rio de Janeiro
Janeiro de 2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Leonardo Cardoso Eyer Jorás

O designer colecionador
Características e particularidades de seu pensamento
projetal

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Design.

Orientador: Prof. Cláudio Freitas de Magalhães

Rio de Janeiro
Janeiro de 2023



Leonardo Cardoso Eyer Jorás

O designer colecionador Características e particularidades de seu pensamento projetual

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Design da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo

Prof. Cláudio Freitas de Magalhães

Orientador

Departamento de Artes e Design – PUC-Rio

Prof. Carlos Eduardo Felix da Costa

Departamento de Artes e Design – PUC-Rio

Profa. Edna Cunha Lima

Pesquisadora Autônoma

Rio de Janeiro, 10 de janeiro de 2023

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Leonardo Cardoso Eyer Jorás

Graduou-se em Design pela Faculdade da Cidade em 1994. Concluiu seu MBA em Gestão de Marcas pelas Faculdades Integradas Rio Branco em 2013. Foi curador da 11ª Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG Brasil. Participou de diversos congressos na área de design e tem projetos publicados tanto em livros nacionais como internacionais.

Ficha Catalográfica

Jorás, Leonardo Cardoso Eyer

O Designer Colecionador - Características e particularidades de seu pensamento projetual / Leonardo Cardoso Eyer Jorás; orientador: Professor Doutor Claudio Freitas de Magalhães. Departamento de Artes e Design PUC-Rio 2022.

162 f.: il. 62; 29,7 cm

1. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2022.

Inclui referências bibliográficas.

1. Design Thinking. 2. Coleção. 3. Colecionismo 4. Relações entre design e colecionismo I. Magalhães, Claudio Freitas de II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

Para minha mulher Adriana e minha filha Joana,
por tudo que significam em minha vida.

Agradecimentos

Ao meu orientador Professor Doutor Cláudio Freitas de Magalhães pelo estímulo e parceria para a realização deste trabalho.

À CAPES e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Ao meu amigo Bruno Porto por todo apoio, paciência e compreensão.

À minha amiga Patrícia Fernandes por todo companheirismo e motivação.

Aos meus pais, pela educação, atenção e carinho em todas as horas.

Aos meus colegas da PUC-Rio.

Aos professores que participaram da Comissão Examinadora.

A todos os professores e funcionários do Departamento pelos ensinamentos e pela ajuda.

A todos os amigos e familiares que de uma forma ou de outra me estimularam ou me ajudaram.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.”

Resumo

Jorás, Leonardo Cardoso Eyer; Magalhães, Cláudio Freitas de. **O designer colecionador: características e particularidades de seu pensamento projetual**. Rio de Janeiro, 2023, 162p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Esta pesquisa surgiu de meu interesse em investigar as relações entre colecionar e projetar em design. Entendendo que todo designer durante a carreira constrói uma coleção de conhecimentos e informações particular. Investigamos quais seriam as influências exercidas pelo ato de colecionar sobre o pensamento dos designers. Pressupomos que os designers que colecionam, desenvolvem relações entre este processo e o seu modo de pensar projetos. Para verificar esta hipótese foi realizada uma revisão bibliográfica, na qual pesquisamos os diferentes aspectos do *Design Thinking* e do colecionismo descritos na literatura, tais como suas formas, características, metodologias e processos. Posteriormente, foi feita uma pesquisa qualitativa realizada através de entrevistas semiestruturadas com designers colecionadores para avaliar as relações existentes entre seus modos de colecionar e projetar. A partir da revisão bibliográfica e das entrevistas, foram especificadas as relações e características comuns existentes nas práticas exercidas por designers colecionadores. Desta forma validamos a hipótese e definimos as relações existentes entre ambas as práticas, demonstrando como projetos desenvolvidos por designers colecionadores se diferenciam e são influenciados por práticas colecionistas tanto em seus métodos de desenvolvimento como em seus processos criativos. Eles constroem narrativas que refletem seus gostos, desejos e personalidades, sempre se utilizando de duas metodologias paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao seu universo particular e outra comum ao universo dos designers colecionadores.

Palavras chave

Design Thinking; coleção; colecionismo; processo criativo.

Abstract

Jorás, Leonardo Cardoso Eyer; Magalhães, Cláudio Freitas de. **The designer collector: characteristics and particularities of his design thinking**. Rio de Janeiro, 2023, 162p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research emerged from my interest in investigating the relationship between collecting and projecting in design. Understanding that every designer during his career builds a particular collection of knowledge and information, we investigated what would be the influences exerted by the act of collecting on the designers' thinking. We assume that designers who collect develop relationships between this process and their way of thinking about projects. To verify this hypothesis, a literature review was carried out, in which we researched the different aspects of "Design Thinking" and collecting described in the literature, such as their forms, characteristics, methodologies and processes. Subsequently, qualitative research was carried out through semi-structured interviews with Designers Collectors to assess the existing relationships between their ways of collecting and designing. Based on the bibliographic review and the interviews, the relationships and common characteristics existing in the practices carried out by Designers collectors were specified. By doing this, we validate the hypothesis and define the existing relationships between both practices, demonstrating how projects developed by Designers Collectors differ and are influenced by collecting practices in their development methods and in their creative processes. They build narratives that reflect their tastes, desires and personalities, always using two parallel, distinct and overlapping methodologies: one belonging to their particular universe and the other common to the universe of designers collectors.

Keywords

Design thinking; collection; collecting; creative process.

Sumário

1	Introdução	14
2	Design, designer, pensamento e processo de design	21
2.1	<i>Design Thinking</i> : uma breve história	23
2.1.1	Décadas de 1960 a 1980: reconhecendo a prática do design	23
2.1.2	Décadas de 1980 a 1990: as relações entre design e cognição	26
2.2	<i>Design Thinking</i> : conceitos e abordagens atuais	30
2.3	Designer <i>thinker</i> : características predominantes	33
2.4	<i>Double Diamond</i> : uma representação universalmente aceita do processo de design	35
2.5	Os designers e seus mundos	38
2.6	As dimensões paralelas do projetar	39
3	Coleção, colecionador, colecionismo e suas dimensões projetuais	44
3.1	Como surgiu o conceito de coleção	46
3.2	Coleção e colecionador	47
3.2.1	O que entendemos por coleção	47
3.2.2	Como definimos o conceito de colecionador	49
3.3	Definições mais recentes de coleção e colecionismo	51
3.4	As dimensões paralelas do colecionar	53
4	Conhecendo os designers colecionadores	56
4.1	Coleta de dados	57
4.2	Critérios de seleção dos designers entrevistados	58
4.3	Organização dos dados coletados	67
4.3.1	Ricardo Leite: coleção de quadrinhos e projetos de capas dos Paralamas do Sucesso	68
4.3.2	Bruno Porto: coleção de folhetos de segurança de aeronaves e projetos <i>Memórias tipográficas e Dingbats Brasil</i>	76

4.3.3 Marcelo Martinez: coleção de Batman e projetos Almanaque Anos 80 e livro-jogo das copas Globo Esporte	83
4.3.4 Batman Zavareze: coleção de retratos pintados de Mestre Júlio e show dos Tribalistas	90
4.3.5 Chris Lima: coleção de papelaria e projeto de objetos de papelaria com tiragem limitada	97
4.3.6 Giovanni Vannucchi: coleção de garrafas de azeite e projeto de embalagens da Tônica da Prata	99
4.3.7 Ana Soter: coleção de objetos e projetos expositivos editoriais	101
4.3.8 Billy Bacon: coleção de <i>memorabilia</i> pessoal e o projeto da “caixa treta”	108
4.3.9 Alex Nako: coleção de relógios e projeto da “Curva do Sorriso”	114
4.3.10 Leo Buggy: coleção de máquinas gráficas e projeto do lettering <i>Black Printer</i>	117
4.4 Análise dos dados coletados	120
4.4.1 O surgimento das coleções	120
4.4.2 O conteúdo das coleções	121
4.4.3 As razões pelas quais colecionam	121
4.4.4 A importância da quantidade de peças nas coleções	122
4.4.5 A importância do valor das coleções	122
4.4.6 O que resulta do colecionar	122
4.4.7 As relações entre colecionar e projetar	123
5 As relações entre design e coleção	126
5.1 Relações particulares e comuns aos dois processos	127
5.2 O designer colecionador	132
6 Considerações finais	134
7 Referências bibliográficas	138
Apêndice I – Termo de consentimento livre e esclarecido: questionário	142
Apêndice II – Termo de consentimento livre e esclarecido: entrevista	146
Anexo – Trechos selecionados das entrevistas	150

Lista de figuras

Figura 1: Representação do <i>Double Diamond</i> .	37
Figura 2: Representação do <i>Framework for Innovation</i> .	38
Figura 3: Desenvolvimentos críticos na análise do colecionar.	53
Figura 4: Mudanças de paradigma do estudo. Da coleção, para o colecionar.	54
Figura 5: Contrastes entre o mundo do colecionador e o do museu.	55
Figura 6: Página dupla da Revista <i>Quadrinhos</i> da coleção de Ricardo Leite.	70
Figura 7: Página dupla da Revista <i>Quadrinhos</i> da coleção de Ricardo Leite.	70
Figura 8: Página dupla da Revista <i>Quadrinhos</i> da coleção de Ricardo Leite.	71
Figura 9: Capas da Revista <i>The Face</i> da coleção de Ricardo Leite.	71
Figura 10: Página Dupla da Revista <i>The Face</i> da coleção de Ricardo Leite.	72
Figura 11: Página Dupla da Revista <i>The Face</i> da coleção de Ricardo Leite.	72
Figura 12: Capa do álbum de história em quadrinhos <i>Em busca do Tintin perdido</i> .	73
Figura 13: Página dupla do álbum de história em quadrinhos <i>Em busca do Tintin perdido</i> .	74
Figura 14: Página dupla com índice do álbum de história em quadrinhos <i>Em busca do Tintin perdido</i> .	74
Figura 15: Capa e quarta-capa do disco <i>Cinema mudo</i> dos Paralamas do Sucesso.	75
Figura 16: Capa e quarta-capa disco <i>O Passo do Lui</i> dos Paralamas do Sucesso.	75
Figura 17: Frente do encarte do disco <i>O Passo do Lui</i> dos Paralamas do Sucesso.	76
Figura 18: Verso do encarte do disco <i>O Passo do Lui</i> dos Paralamas do Sucesso.	76

Figura 19: Coleção de folhetos de segurança de aeronaves de Bruno Porto.	80
Figura 20: Capa do livro Memórias Tipográficas.	81
Figura 21: Página dupla do livro Memórias Tipográficas de Bruno Porto.	82
Figura 22: Página dupla do livro Memórias Tipográficas de Bruno Porto.	82
Figura 23: Coleção de Pictogramas Dingbats Brasília. Projeto coordenado por Bruno Porto.	83
Figura 24: Coleção de Batman de Marcelo Martinez.	85
Figura 25: Capa do livro <i>Almanaque anos 80</i> .	85
Figura 26: Página dupla do livro <i>Almanaque dos anos 80</i> .	86
Figura 27: Página dupla do livro <i>Almanaque dos anos 80</i> .	86
Figura 28: Capa do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	87
Figura 29: Página dupla do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	87
Figura 30: Página dupla do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	88
Figura 31: Página dupla do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	88
Figura 32: Página dupla do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	89
Figura 33: Página dupla do <i>Livro-Jogo das Copas Globo Esporte</i> .	89
Figura 34: Retratos pintados sobre fotos 3x4 de Mestre Júlio.	92
Figura 35: Retrato pintado do casamento de Batman e Mirian por Mestre Júlio.	93
Figura 36: Retrato pintado dos Tribalistas por Mestre Júlio.	93
Figura 37: Show Tribalistas. Música <i>Um só</i> .	94
Figura 38 Show Tribalistas. Música <i>Um só</i> .	95
Figura 39: Show Tribalistas. Música <i>Um só</i> .	96
Figura 40: Parte da coleção de papelaria de Chris Lima.	98
Figura 41: Fotos da coleção de objetos de papelaria com tiragem limitada criados por Chris Lima.	98
Figura 42: Coleção de garrafas de azeite de Giovanni Vannucchi.	99
Figura 43: <i>Render</i> da geração de alternativas para design da garrafa da Tônica Prata.	100
Figura 44: Coleção de embalagens com os diversos sabores da Tônica Prata.	100
Figura 45: Design definitivo da garrafa da Tônica Prata.	101
Figura 46: Parte da coleção de <i>push-up toys</i> de Ana Soter.	104

Figura 47: Parede “diagramada” do escritório de casa de Ana Soter. Obra de arte SE(R) PARA(R)AÇÃO, que fez no momento de luto pelo final de seu casamento.	104
Figura 48: Parte da coleção de brinquedos de Ana Soter.	105
Figura 49: Mesa de centro da sala com parte da coleção de animais e de cinzeiros Murano de Ana Soter.	105
Figura 50: Sala da casa de Ana Soter com o que chama de “Linha do Horizonte” – fruto de um agrupamento aleatório de objetos.	106
Figura 51: Linha vertical de corações na parede da sala da casa de Ana Soter.	106
Figura 52: Parte da coleção de bandejas Faiança que mora na copa da casa de Ana Soter.	107
Figura 53: “Diagramação” de quadros e objetos na sala da casa de Ana Soter.	107
Figura 54: Alguns dos projetos de design realizados por Ana Soter.	108
Figura 55: Parte da coleção de <i>memorabilia</i> pessoal de Billy Bacon.	110
Figura 56: Fotos de detalhes do portfólio “Caixa Treta” de Billy Bacon.	111
Figura 57: Fotos de detalhes do portfólio “Caixa Treta” de Billy Bacon.	112
Figura 58: Fotos de detalhes do portfólio “Caixa Treta” de Billy Bacon.	113
Figura 59: Coleção de relógios de Alex Nako e equipamentos inicialmente utilizados para gravar os conteúdos do “Curva do Sorriso”.	115
Figura 60: Imagens de posts das entrevistas realizadas por Nako no projeto “Curva do Sorriso”.	116
Figura 61: Parte da coleção de máquinas gráficas de Leo Buggy.	119
Figura 62: Fotos do Lettering <i>Black Printer</i> e de seu processo de impressão.	120

Lista de quadros

Quadro 1: Banco de dados online utilizados na pesquisa.	22
Quadro 2: Termos-chave utilizados.	22
Quadro 3: Critérios de elegibilidade de caráter eliminatório: Idioma inglês ou português/ adequação ao tema pesquisado.	22
Quadro 4: Dimensões particulares e comuns do projetar.	43
Quadro 5: Bancos dados utilizados na pesquisa.	45
Quadro 6: Termos-chave utilizados.	45
Quadro 7: Critérios de elegibilidade de caráter eliminatório.	45
Quadro 8: Designers selecionados, áreas de atuação, coleções e tempo de atuação profissional (Parte I).	59
Quadro 9: Designers selecionados, áreas de atuação, coleções e tempo de atuação profissional (Parte II).	60
Quadro 10: Descrição das dimensões particulares e comuns (Parte I).	124
Quadro 11: Descrição das dimensões particulares e comuns (Parte II).	125

1 Introdução

A pesquisa documentada nesta dissertação trata de um estudo sobre as relações entre colecionar e projetar. Sou designer acerca de 30 anos e colecionador por mais de 40, desde minha infância. Minhas primeiras coleções foram de bonecos Falcon, Thunderbird, seus acessórios, veículos, filmes e documentários. Em seguida veio a coleção de discos em vinil, sucedida pela de CDs e DVDs. Além destas, tenho também coleções de Toy Art, livros de arte e design, revistas, computadores Apple e seus periféricos, máquinas fotográficas, bonecos de chumbo e muitas outras. No entanto, minha principal coleção gira em torno do meu amor pela marca Adidas. Ela começou na infância em função do meu interesse por basquete e ampliou sua abrangência após minha formação como designer. Hoje, além dos cerca de 200 tênis, possuo livros, filmes e outros objetos ligados ao design e à história da marca. Analisando minha trajetória profissional, percebo que, tanto minhas coleções influenciaram meu pensamento como designer, como também que minha formação em design influenciou o desenvolvimento de muitas delas. De um modo geral, entendo que o ser humano coleciona muitas coisas ao longo do tempo.

Esta pesquisa começou investigando a pré-história, pois entendemos que poucas atividades cognitivas humanas têm a transversalidade e a duração do colecionismo (Menegat, 2005). Segundo Menegat (2005), esta forma de selecionar coisas e estabelecer uma significação está completamente conectada ao processo de evolução da espécie humana. Partimos daí com nossa investigação, compreendendo que as primeiras espécies de homínídeos desenvolveram suas habilidades cognitivas, tecnológicas e culturais coletando rochas nas margens dos rios e lagos ou nos sopés de vulcões e planícies da região do Grande Vale em Rifte, na África Oriental.

O desenvolvimento de artefatos a partir da seleção de materiais cada vez mais sofisticados foi aumentando suas condições de sobrevivência. Os grupos primitivos de *Homo sapiens* modernos, coletores e caçadores nômades (*Ibid.*), se organizaram durante a revolução neolítica em comunidades agrícolas fixas. Com o

passar do tempo, os objetos coletados foram sendo organizados e classificados, com funções cada vez mais compreendidas, explicadas e comunicadas.

Menegat (2005) afirma ainda que os atos de coletar e selecionar estão entranhados no processo cognitivo humano. Para entender o mundo, o homem que colecionava objetos passou a colecionar também os modos de entendimento e as teorias que buscavam explicações sobre a origem do universo, elaboradas na forma de mitos. O antropólogo belga Claude Lévi-Strauss (1976) refere-se ao mito como uma coleção de restos de fatos, restos de narrativas presentes na historicidade de um grupo; explicações que vão sobrando na sua memória e acrescentadas ao mito, como uma colagem. Isso constitui uma forma de pensar o mundo e também de organizar e classificar as coisas que o constituem.

A partir da Idade Moderna, a atividade de colecionar renova-se e recoloca-se em outros contextos, adquirindo novos significados nas artes e nas ciências. Tais significados ultrapassam as separações epistemológicas originais, seus modos de classificação, de pensar e de agir, ganhando públicos mais amplos e se desenvolvendo como práticas sociais civilizatórias. Para Lopes (2017),

As práticas individuais de colecionar, que exercitam a discriminação dos objetos dispostos no mundo para o desenvolvimento da inteligência, transmutam-se pela comunicação entre os indivíduos – como exercício de ordenação comum dos objetos dispostos no mundo – para o desenvolvimento da razão e do discurso, como práticas sociais civilizatórias. Os limites e a diversificação dos objetos dispostos no mundo, assim como a menor ou maior complexidade de seus arranjos ambientais ordenados coletivamente, seriam fatores explicativos das coleções historicamente condicionadas pelas práticas sociais (p. 377).

Lopes (*Ibid.*) sugere que as primeiras coleções foram formadas inconscientemente, no sentido de que os indivíduos não tinham a intenção de colecionar, mas provavelmente de juntar coisas que atendiam suas necessidades e desejos. Durkheim & Mauss (*apud* Lopes, 2010) supõem que a necessidade de classificar e repetir certos objetos surgiu para se garantir um sentido de permanência e de existência do mundo, constituindo assim representações coletivas. Lopes (2010) cita ainda o sociólogo francês Maurice Halbwachs ao afirmar que a concepção de colecionismo remete assim “a uma noção de memória em interação com os objetos que se repetem, pela força com que sua repetição produzia representações individuais e coletivas” (p. 217).

Por sua vez, no mundo contemporâneo, o ato de colecionar está diretamente ligado ao trabalho do designer, independente do segmento em que atue. Esta é a posição adotada nesta pesquisa e a opinião do designer industrial e professor da Bezalel Academy of Art and Design de Jerusalém, Yaacov Kaufman, curador da mostra *Designers as Collectors*, apresentada em Tel-Aviv (Neiman, 2013). Ao explorar a relação entre conhecimento e imaginação, pensamento racional e emocional e intuição, planejamento e acaso no processo de design, Pombo & Tschimmel (2005) estabelecem que, em uma perspectiva construtivista, o designer decide o que e quando fazer, com base na tarefa de design percebida e construída de forma pessoal. Entendemos, então, que as coleções particulares dos designers derivam de seus interesses e influenciam seus processos cognitivos, afetando assim o modo como desenvolvem seus projetos.

O conceito de *Design Thinking* como conhecemos hoje surge como uma abordagem centrada no ser humano baseada no modo que os designers pensam e trabalham (Brown, 2008, 2009; Martin, 2009). Pesquisas enfatizam também a importância do desenvolvimento de projetos com designers profissionais para atingirmos soluções efetivamente inovadoras (Kimble, 2011; Jahnke, 2012). Para Nigel Cross (2019): “A habilidade dos designers encontrarem soluções efetivas, eficientes e estimulantes é importante para toda a sociedade” (p. 19). Ainda, segundo o autor, o “*Design Thinking* envolve análise de contexto, identificação de problemas, criação e geração de soluções, pensamento criativo, esboço e desenho, modelagem e prototipagem, teste, avaliação e implementação” (*Idem*).

Entretanto, existe ambiguidade em torno do conceito; há uma longa tradição na pesquisa de design estudando a prática de designers profissionais (Simon, 1969; Schön, 1983; Rowe, 1987; Krippendorff, 2006; Cross, 2019). Como esta linha de pesquisa algumas vezes também é referida como *Design Thinking* (Liedkta, 2004; Johansson-Sköldberg *et al.*, 2013), o rótulo causa confusão.

No discurso empresarial, por exemplo, *Design Thinking* geralmente não se refere a disciplinas clássicas de design. É apresentado como uma abordagem geral centrada no ser humano para a resolução de problemas, através de criatividade e inovação (Cf. Brown, 2008, p. 92). Brown (2008) também descreve *Design Thinking* como forma de equilibrar viabilidade (financeira), possibilidade (técnica) e desejo (pessoas).

Tim Brown, autor do artigo mais citado sobre a temática na *Harvard Business Review*, também o define de várias maneiras dentro da mesma matéria. Por exemplo, como “uma abordagem baseada em esforço de equipe para a inovação” (Brown, 2008, p. 86), “uma disciplina” (*Idem*), e “parte de um processo de desenvolvimento” (*Op. Cit.*, pp. 88-89). Ele ainda considera que todos com a “aptidão” certa são capazes de resolver qualquer tipo de problema social usando “*Design Thinking*” (*Op. Cit.*, pp. 87/92).

David Kelley, fundador da empresa de consultoria multinacional em design IDEO, utiliza *Design Thinking* como expressão da metodologia que desenvolveu (Tischler, 2019). Segundo Kelley,

nós deixamos de nos ver como designers e passamos a nos ver como pensadores do design. Nós, como pensadores do design, temos essa confiança criativa em uma metodologia que, diante de um problema difícil, nos permite surgir com uma solução que ninguém teve antes (Tischler, 2019, n.p.).

Neste sentido, a associação da criatividade ao pensamento de design permite que as ideias surjam e amadureçam, em interação com o sistema situacional mencionado por Pombo & Tschimmel (2005). No entanto, nenhum dos estudiosos acima aborda as influências exercidas pelas coleções particulares dos designers sobre seu modo de projetar, seja no seu processo de adquirir, selecionar e organizar conhecimento, ou sobre sua forma de imaginar e intuir soluções, associar ideias e planejar projetos.

Entendendo que a palavra *design* vem do latim *designare*, que significa destacar, marcar, dar significado, podemos então dizer que fazer design é dar significado às coisas. Por este prisma, é possível estabelecer uma relação entre um projeto de design e um projeto de coleção, pois pode-se perceber que as pessoas também dão significados aos projetos e itens de suas coleções. Na medida em que certos objetos são afastados de seu contexto “natural”, ocorre uma transformação e lhes são atribuídas características que os diferenciam dos semelhantes, conferindo a eles propriedades distintas. Atribuindo-lhes sentido, passa-se a entendê-los como coleção. Esse processo cria uma familiaridade com eles. Trata-se de uma forma de extrair o objeto de seu contexto e de aproximá-lo de um contexto pessoal, metamorfoseando suas propriedades a partir do sentido de familiaridade, o que,

acrescido de uma perspectiva de duração, adquire valor. Esse afeto é uma forma de valorização decorrente da familiaridade que se estabelece com as coleções.

Levando em consideração as afirmações de que “não há inteligência sem emoção, considerando que, antes de qualquer processo cognitivo, o desejo é uma condição prioritária” (Pombo & Tschimmel, 2005, p. 69), entendendo que todos os seres humanos, em diferentes graus, são tanto colecionadores como designers, e partindo da premissa de que precisamos entender o novo papel do design em uma sociedade na qual “todo mundo pode e faz design” (Cross, 1976, p. 36), quais são as relações existentes entre seus projetos de design e de coleção?

Mas o que define os critérios de escolha e seleção do que guardamos conosco e o que descartamos? Por que nos encantamos com algumas coisas e não damos atenção a outras? E como organizamos esses conjuntos de coisas, como agrupamos e relacionamos esses grupos entre si com suas particularidades, similaridades e diferenças?

Até o início dessa pesquisa, não havia encontrado nenhum conteúdo específico sobre o assunto e achei que esta seria uma oportunidade para estudar e aprofundar minha compreensão sobre as relações existentes entre os atos de colecionar e os modos de pensar e projetar do designer, avaliando suas semelhanças e diferenças, com a intenção de contribuir para a compreensão das relações e da influência do colecionismo sobre o pensamento de design nos dias de hoje. Haveria, por exemplo, características do pensamento dos designers influenciadas pelo seu ato de colecionar?

Para que isso fosse possível precisávamos investigar o que seria considerado pensamento de design (*design thinking*) por diferentes autores, pesquisar os conceitos de coleção e colecionador, avaliar e compreender como designers pensam suas coleções, analisar a relação entre pensamento de design e pensamento de coleção, compreender como os designers pensam seus projetos e verificar se os designers estabelecem relações entre o modo de pensar suas coleções e o modo como pensam seus projetos.

Primeiramente fizemos uma revisão bibliográfica sobre os conceitos de *coleção*, *coleccionismo* e *design thinking*. Em um segundo momento, fizemos entrevistas online com designers colecionadores, utilizando um questionário no qual levantávamos aspectos gerais da relação entre *design thinking* e colecionismo. A partir deste levantamento, selecionamos designers gráficos colecionadores para

entrevistas em profundidade. Foram realizadas, tanto de forma presencial como remota, dez entrevistas semiestruturadas com cerca de duas horas de duração com os designers escolhidos. As entrevistas foram registradas em áudio e vídeo, sendo transcritas e revisitadas posteriormente. Foi considerado oportuno também fazer uma segunda rodada de entrevistas em profundidade, na qual investigamos relações específicas entre determinados projetos de coleção e design de cada um dos participantes. Selecionamos também imagens representativas, tanto das coleções como dos projetos de design mencionados. A organização e a análise dos dados da pesquisa foram realizadas através de uma Análise de Conteúdo, em que selecionamos os tópicos mais relevantes de cada resposta. O autor utilizado como referência para esta parte da pesquisa foi Roque Moraes, que apresenta no artigo *Análise de conteúdo* (Moraes, 1999) uma explicação clara do método.

Todos os designers entrevistados são brasileiros, têm entre 20 e 45 anos de carreira, responderam inicialmente que existem relações entre seus modos de pensar e desenvolver coleções e projetos, e demonstraram interesse em participar da pesquisa.

Portanto, a estrutura deste trabalho se organiza em um capítulo que apresenta revisões sistemáticas da literatura sobre diferentes aspectos do *Design Thinking* (Capítulo 2) e sobre o ato de colecionar (Capítulo 3), tais como suas formas, características, metodologias e processos.

Na segunda parte da pesquisa foram realizadas entrevistas semiestruturadas com designers colecionadores para entender as relações entre seus processos de projetar e colecionar, buscando identificar características e conceitos comuns a ambas as práticas (Capítulo 4).

Por fim, no Capítulo 5, apresentamos as relações entre design e coleção, as relações particulares e comuns aos dois processos e o *designer colecionador*.

A oportunidade para estabelecer uma relação direta entre o pensamento de design e o pensamento de coleção é o que motiva a pesquisa. Entendemos que, estabelecida esta relação, conseguiremos avançar no campo do design com novas perspectivas em relação ao pensamento de design e na relação entre projeto e coleção. Entendendo que os objetos de coleção não precisam ser necessariamente físicos, assim como as soluções em design, e que pesquisa, conceito, lógica e criatividade estão presentes nos dois campos de estudo, consideramos relevante

entender melhor como estes fatores se relacionam, para apresentarmos uma nova compreensão dos processos envolvidos no desenvolvimento de projetos de design.

2

Design, designer, pensamento e processo de design

Este capítulo busca examinar as relações entre o designer e seu modo de pensar e projetar. Para isso, foi realizada uma revisão sistemática da literatura para os conceitos listados abaixo. Este método prevê alguns passos definidos para se concretizar, tais como: conhecimento da literatura; compreensão da literatura; aplicação de revisão; análise de resultados; compilação dos resultados e avaliação dos resultados (Conforto, Amaral e Silva, 2011). Diversos conteúdos na literatura de *Design Thinking* foram identificados e coletados. O quadro 1 lista e descreve os bancos de dados online e sites que foram utilizados durante a pesquisa, cujo foco foi acessar documentos de texto completos usando vários termos-chave tais como: *design thinking*, *literature review*, *designerly thinking*, *concept*, e *definition*. O quadro 2 apresenta a relação entre os termos chave e os operadores lógicos utilizados na pesquisa. O quadro 3 apresenta os critérios utilizados para a seleção dos textos, salientando-se que limitamos a investigação a publicações feitas nos idiomas inglês e português, a partir de 2008. Ao todo, cerca de 800 documentos foram coletados. Deste total, 12 atenderam aos critérios de inclusão na pesquisa.

ERIC	Um banco de dados que fornece amplo acesso à literatura relacionada à educação das duas seguintes revistas impressas: <i>Resources in Education</i> (RIE) e <i>Current Index to Journals in Education</i> (CIJE).
ProQuest	É um repositório de diferentes bancos de dados que fornece acesso a milhares de periódicos, revistas, jornais, dissertações e outras publicações para organizações acadêmicas, corporativas e de pesquisa em mais de 150 países.
Banco de Teses e Dissertações CAPES (BTD)	O BTD da Capes é uma plataforma que tem como objetivo facilitar o acesso a informações sobre teses e dissertações defendidas junto a programas de pós-graduação do país, além de disponibilizar informações estatísticas acerca deste tipo de produção intelectual, e faz parte do Portal de Periódicos da Instituição.
Science Direct	Uma das maiores coleções online de publicações de pesquisas científicas. É operada pela editora Elsevier e contém quase 10 milhões de artigos de mais de 2.500 periódicos e mais de 6.000 e-books, obras de referência, séries de livros e manuais.
Google Scholar	O Google Acadêmico é um site que fornece artigos revisados por pares, teses, livros, resumos e artigos de editores acadêmicos, sociedades profissionais, universidades e outras organizações acadêmicas.

Quadro 1: Banco de dados online utilizados na pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo autor.

DESCRIÇÃO DAS PALAVRAS CHAVE E OPERADORES LÓGICOS
Combinação A - Critérios de busca – “design thinking” and “literature review”
Combinação B - Critérios de busca – “design thinking” and “definition”
Combinação C - Critérios de busca – “design thinking” and “concept”
Combinação D - Critérios de busca – “design thinking” and “literature review” and “definition”
Combinação E – “designerly thinking” and “literature review”

Quadro 2: Termos-chave utilizados.

Fonte: Elaborado pelo autor.

E1	Não fala sobre as definições do conceito de “design thinking”
E2	Aborda minimamente as definições do conceito de “design thinking”
E3	Aborda parcialmente as definições do conceito de “design thinking”
E4	Aborda as definições do conceito de “design thinking”

Quadro 3: Critérios de elegibilidade de caráter eliminatório: Idioma inglês ou português/ adequação ao tema pesquisado.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Foram selecionados artigos que se enquadrassem no critério E4.

Os critérios de elegibilidade apresentados acima foram aplicados nos oitocentos (800) textos que retornaram da busca e estavam disponíveis na base de dados. O critério E1 eliminou setecentos e trinta (730) textos, cujos conteúdos não abordavam definições do conceito de *design thinking*. Os critérios E2 e E3 eliminaram cinquenta e oito (58) textos em função de seu grau de relação com o tema. Foram selecionados ao todo doze (12) textos que se enquadravam no critério E4.

2.1 *Design Thinking*: uma breve história

2.1.1 Décadas de 1960 a 1980: reconhecendo a prática do design

A década de 1960 marcou o início de um debate sobre o processo, a teoria e a metodologia do design. Estudiosos como Bruce Archer, John Chris Jones, Peter Slann e Horst Rittel criaram uma conferência chamada *The Conference on Systematic and Intuitive Methods in Engineering, Industrial Design, Architecture and Communications*, em Londres em 1962. Ela, mais tarde, inspirou o desenvolvimento da *Design Research Society* (Jones, 2002). Esta conferência desencadeou o início de um movimento que visava a definir o design em seus próprios termos, teorizando propostas para profissionalizar e distinguir sistematicamente a prática do design do movimento “artes e ofícios”. Durante este período, Herbert Simon foi pioneiro na pesquisa sobre a ciência do design, enquanto Horst Rittel e Melvin Webber argumentaram contra a rígida lente científica através da qual seriam visualizados problemas de design. Rittel & Webber (1973) introduzem então o conhecido termo *wicked problems*, utilizado até hoje e traduzido como “problemas complexos”.

Em seu livro de 1969, *The sciences of the artificial*, Herbert Simon descreve o design como um processo com o objetivo de melhorar ambientes artificiais buscando resultados “preferidos” (Simon, 1969, p. 111). Em sua descrição do artificial, Simon (1969) se baseia em técnicas e disciplinas como Engenharia, Ciência Política e Medicina por terem, segundo ele, processos preocupados com a melhoria do mundo artificial.

Nosso mundo, segundo ele, não é natural, mas construído a partir de “objetos” criados pelo homem (Simon, 1969, p. 2). Isso deu a Simon motivos para acreditar que as profissões que visam a produzir ou reconstruir o artificial refletem o ato de projetar. Ele traça também comparações entre os processos de um computador e a cognição humana (*Ibid.*). Estende sua teoria em descrições detalhadas sobre as “limitações” de ambos os mecanismos (*Ibid.*, p. 59). Para ele, o computador é um produto da cognição humana e, portanto, suas limitações refletem as limitações do cérebro humano.

Essa linha de pensamento levou Simon a acreditar que, num projeto de design, nossas limitações cognitivas construirão limites que dificultarão nossa compreensão da complexidade do ambiente para o qual projetamos. Esses limites, principalmente em projetos de larga escala, vão exigir uma evolução do processo de design, concluindo que o ambiente artificial complexo que criamos requer uma ciência do design que utilize técnicas de simulação e uma teoria fundamentada na lógica.

Em 1973, Rittel & Webber escrevem um dos mais importantes artigos da teoria do design, intitulado *Dilemmas in a general theory of planning*. Nele, pela primeira vez é apresentado o termo *wicked problems*. Eles acreditam que problemas complexos são únicos e ambíguos, e não têm soluções definitivas (Rittel & Webber, 1973). Justificam sua posição argumentando que a solução de um problema complexo levará ao surgimento de novos problemas complexos, impossibilitando, desta forma, o encontro de uma solução definitiva.

Essa ideia é semelhante à teoria de satisfação por meio da otimização de Herbert Simon. Eles acreditam que para problemas complexos não se aplica o conceito de verdadeiro/falso. Para este tipo de problema o que existe é a possibilidade de “satisfação” através de melhorias decorrentes das melhores soluções possíveis.

Rittel & Webber (1973) forneceram um método de raciocínio e perspectiva sobre a resolução de problemas que apoia a implementação de processos de design para lidar com problemas, estabelecendo bases teóricas para os estudiosos do design contemporâneo.

Na década de 1970, Victor Papanek lança um novo ponto de vista, introduzindo o argumento de que o design deveria ser socialmente consciente, defendendo a necessidade de soluções sustentáveis e inovadoras que respondessem

às necessidades humanas fundamentais. No livro *Design for the real world: human ecology and social change* lançado em 1972, Papanek introduz o conceito da responsabilidade moral do designer. Ao longo do livro, declara que as responsabilidades sociais e morais do design vão além de relatórios de produtos e lucros. Muito do ponto de vista de Papanek surge como uma resposta à evidência de que “o design recente satisfaz apenas vontades e desejos efêmeros, enquanto as necessidades genuínas do homem têm sido muitas vezes negligenciadas” (Papanek, 1985, p. 15). Sua principal preocupação é chamar a atenção para as necessidades sociais fundamentais, defendendo que os designers precisam levar em conta responsabilidades morais mais amplas.

Enquanto Simon acredita em “satisfazer” e “otimizar” soluções, Papanek acredita no poder da experiência, do conhecimento e da intuição para a resolução de problemas da forma mais simples possível (Papanek, 1985). Ao contrário de Simon e Rittel, Papanek destaca a natureza intuitiva do design quando diz que “Design é o esforço consciente e intuitivo para impor ordem significativa” (*Ibid.*, p. 4). Ele ressalta a importância e a propriedade da intuição, mas entende a impraticabilidade de tentar descrevê-la.

No final da década de 1970, Bruce Archer, cocriador do *Design Methods Movement*, defendeu uma revolução no ensino do design. Postulava que o design fosse visto como uma terceira forma de conhecimento distinta da ciência e das humanidades. Sua contribuição para os estudos em design foi holística. Ele não se concentrou em nenhuma área específica de atuação, se dedicando ao estudo de suas metodologias. Suas ideias foram inovadoras e influenciam as práticas do design até os dias atuais.

Em um de seus primeiros artigos sobre design, *Systematic method for designers*, originalmente publicado em 1965, Archer foi um dos primeiros a utilizar o termo *design thinking* num trecho onde fala sobre as mudanças no cenário do design industrial.

No mesmo artigo, apresenta as características que, para ele, distinguem o design de outras práticas profissionais, concluindo que o design pode ser definido por 10 elementos principais:

1. Um projeto deve ser baseado na formulação de um modelo;
2. O modelo deve ser incorporado como um artefato;

3. Deve haver uma etapa criativa no processo de design;
4. O processo deve ser baseado em um propósito e favorecer a intenção sobre a exploração;
5. O processo deve ser intuitivo, mas não espontâneo;
6. O processo deve começar com uma necessidade;
7. O processo deve conciliar variáveis conflitantes;
8. O processo deve ser holístico e considerar o artefato em um sistema mais amplo;
9. Os problemas de design são complexos;
10. O design deve otimizar soluções (Archer, 1965, pp. 58-62).

Nesta lista, Archer reconhece que problemas de design são complexos, destacando essa característica 8 anos antes do artigo publicado por Rittel & Webber sobre *wicked problems*. Além disso, fez declarações que só recentemente vieram à tona no design. Archer (1965), ainda a década de 1960, previu que “aproxima-se rapidamente o tempo em que as técnicas de tomada de decisão em design e de tomada de decisão gerencial terão muito em comum, a ponto de uma se tornar apenas a extensão da outra” (p. 51).

A gestão em design cada vez mais está associada ao *design thinking* e, como Archer havia previsto, o *design thinking* foi apropriado pelo discurso de gestão empresarial (Liedtka, 2000; Beckman, 2007; Martin, 2009).

Fica claro através da investigação das teorias estabelecidas por Simon, Rittel & Webber, Papanek e Archer que todos eles, apesar de diferentes abordagens, compreendem a complexidade de projetos de design. As dificuldades e incertezas associadas aos projetos levaram à investigação do que podemos fazer para sermos bem-sucedidos num projeto de design.

Após o avanço das teorias de design de primeira geração introduzidas nas décadas de 1960 e 1970, o foco na teoria do design começou a mudar para a reflexão sobre as questões cognitivas da prática do design, em oposição à compreensão do design como um conjunto de ciências.

2.1.2 Décadas de 1980 a 1990: as relações entre design e cognição

Após o início do *Design Methods Movement*, a pesquisa em design passou por um renascimento durante as décadas de 1980 e 1990. Os estudiosos desse período se concentraram em reavaliar as bases científicas estabelecidas durante a primeira geração da teoria do design (Cross, 2007). Esta segunda geração teve um interesse maior no estudo das questões cognitivas que envolvem o design e registra-

se o primeiro relato formal do termo *design thinking*, no livro de mesmo nome de Peter Rowe, de 1987.

Nigel Cross, Donald Schön e Richard Buchanan foram figuras chave nas discussões de conceitos neste período. Eles se afastaram do pensamento que buscava compreender o design por seus aspectos científicos e exploraram os aspectos cognitivos do processo de design, avaliando suas características ambíguas, intuitivas e humanas. Essas discussões levaram a uma análise das questões intuitivas e particulares dos designers, denominadas por Cross (2001) como “*designerly ways of knowing*” (p. 49).

Nigel Cross, Norbert Roozenburg e Kees Dorst iniciaram o primeiro simpósio dedicado à pesquisa sobre *design thinking* em 1991. O evento tinha como objetivo unificar experiências e pesquisas científicas sobre os aspectos cognitivos das práticas de design. Tal evento solidificou a importância do *design thinking* na pesquisa e na prática de design (The Design Group, 2012). Durante o simpósio, o termo *design thinking* foi utilizado para denotar o raciocínio oculto utilizado pelos designers em suas práticas (Cross, Dorst & Roozenburg, 1992). Após sua conclusão, seus conteúdos foram reunidos no livro *Research in design thinking* (1992). Nele, os autores discutem a relação entre design e *design thinking*, tentando entender exatamente como é que as pessoas fazem design.

Cross (2001) afirma que o processo de design é intuitivo. Para ele, esse tipo de intuição é exclusivo da prática do design e não precisa se basear em teorias históricas das artes ou ciências. Cross, Dorst & Roozenburg (1992) destacam que “designers especialistas tendem a enfatizar o papel da ‘intuição’ na geração de soluções, e que a ‘criatividade’ é considerada elemento essencial no *design thinking*” (p. 6). Foi essa percepção que permitiu a Cross (1999) estabelecer uma nova teoria do design. Apoiando os argumentos apresentados por Archer, ele afirmou que a história do design e seus processos poderiam ser independentes da arte e da ciência (Cross, Dorst & Roozenburg, 1992). Segundo Cross (2001):

Percebemos que não precisamos transformar o design em uma imitação da ciência, nem temos que tratar o design como algo misterioso, arte indescritível. Reconhecemos que o design tem sua própria cultura intelectual distinta, seus conhecimentos e formas de aprendizagem (p. 7).

Cross colocou o designer no centro de sua teoria, levando-o a se concentrar nos aspectos cognitivos da prática do design. O discurso de design de Cross (1999) se concentra em compreender a intuição inerente ao designer, inspirando-o a investigar o mistério por trás do que ele chama de “salto criativo”.

As impressões convencionais da prática de design assumiam que explosões espontâneas de criatividade, chamadas de “saltos criativos”, dominavam o processo de solução de problemas. Cross (1997), no entanto, entende que parte do processo de design é mais sobre a construção de “pontes criativas”, conectando ideias para formar soluções. Ele afirma que esse processo depende muito do pensamento analógico e de saltos abduativos – processos de pensamento que conectam ideias de domínios não relacionados – influenciados pelo universo de conhecimentos específico de cada designer.

Cross, Dorst & Roozenburg (1992) enfatizam que a capacidade de projetar faz parte da inteligência humana, e essa capacidade é ao mesmo tempo natural e particular. Os autores reconhecem também as contribuições dos primeiros teóricos do design para o desenvolvimento dos conceitos por essa segunda geração de pensadores (*Ibid.*). Donald Schön, Bryan Lawson, Peter Rowe e Bruce Archer são todos citados como influentes na pesquisa de *design thinking*.

Já Donald Schön, em seu livro *The reflective practitioner*, de 1982, desafia o conceito de Simon de que existe uma ciência do design. Ele acredita que Simon propôs preencher a lacuna entre ciência natural e prática do design com uma ciência do design. Acredita que este conceito de ciência defendido por Schön (1982) pode ser aplicado apenas a problemas bem formados já extraídos de situações práticas.

Schön contextualiza o argumento de Simon explicando que, nesse período, as profissões que estavam buscando um status mais elevado – como o design – sentiram a necessidade de fundamentar sua prática na ciência (*Ibid.*).

O autor argumenta sobre a importância de entender o processo de resolução de problemas de design. No entanto, seu foco é direcionado para definir e delimitar o problema ao invés de analisar o processo. Entende que, quando perguntados sobre seus métodos, os designers falam de experiência, tentativa e erro, intuição e confusão (Schön, 1982). Fica claro que ele acredita no caráter intuitivo do designer quando, ao invés de dissecar cientificamente o processo, foca em entender o tipo de abordagem individual do designer. Como ele mesmo diz:

Busquemos, em vez disso, uma epistemologia da prática implícita nos processos artísticos e intuitivos que alguns praticantes trazem para situações de incerteza, instabilidade, singularidade e conflito de valores (Schön, 1982, p. 49).

O processo de design para Schön (1982) é uma conversa pessoal e interna entre o objeto projetado e o designer. Essa afirmação o direcionou a discutir o caráter reflexivo do design, argumentando que o processo pessoal e incerto de reflexão no design é um “dom” adquirido pela prática que pode ser elevado a um status igual ao da pesquisa científica rigorosa. Para ele, o processo de reflexão em ação é a ‘arte’ de lidar com situações problemáticas de incerteza complexa.

Já Richard Buchanan discute o conceito de *design thinking* em seu conhecido artigo de 1992, *Wicked problems in design thinking*. Buchanan (1992) descreve o *design thinking* como uma arte liberal com uma prática singularmente flexível. Ele acredita na natureza interdisciplinar do *design thinking* e na importância de integrar disciplinas com o propósito de “enriquecer a vida humana” (Buchanan 1992, p. 6).

Assim como Simon, Papanek e Archer, Buchanan reconhece que o design é um processo que faz parte da rotina. Mas, ao invés de afirmar que todos somos designers, acredita que o design e *design thinking* são habilidades dominadas por poucas pessoas, que praticam a disciplina e que às vezes avançam a novas áreas com propostas inovadoras (Buchanan, 1992).

O maior impacto de Buchanan foi sua teoria sobre a expansão da prática do design. Ele sugere que existem quatro “ordens” primárias habitadas pelo *design thinking*.

1. Comunicação simbólica e visual;
2. Design de objetos materiais;
3. Atividades e serviços organizados;
4. O projeto de sistemas ou ambientes complexos (*Ibid.*, p. 9).

A lista acima apresenta um dos primeiros relatos de identificação explícita do *design thinking*. A teoria das quatro ordens da prática do design de Buchanan forneceu uma estrutura revolucionária que guiou a expansão do *design thinking* e a prática do design.

A primeira e a segunda geração da teoria do design destacam ideias que forneceram a base para o pensamento e a prática do design. Apesar de perspectivas

divergentes apresentadas por estudiosos ao longo da história, três questões parecem claras. A primeira é o entendimento de que o design é centrado no ser humano; ele é criado por humanos e seu propósito é atender às necessidades humanas. A segunda é a compreensão do design como uma disciplina distinta das artes e ciências. Entende-se que o designer possui uma forma única de trabalhar, possuindo e criando sua própria história e prática pessoal. A terceira é que o design lida com problemas complexos e ambíguos, sempre na busca por melhores soluções, mas entendendo que evoluções ocorrem durante e após o processo.

Esta breve história do *design thinking* procurou esboçar os desenvolvimentos ocorridos no campo do design durante essas quatro décadas, ilustrando como as práticas contemporâneas possuem um embasamento e uma evolução ao longo do tempo. Compreender o passado foi fundamental para sintetizar e esclarecer as definições sobre *design thinking* apresentadas até o momento.

2.2 Design Thinking: conceitos e abordagens atuais

Como vimos, o *Design Thinking* surge como um estudo sobre como os designers pensam e quais ferramentas e métodos utilizam em sua profissão. Durante as últimas décadas, o *design thinking* se tornou um tópico popular no design e no universo empresarial. Líderes e gerentes de negócios utilizam o *design thinking* como parte do processo de gestão e inovação de suas empresas, agregando ao termo um novo conceito.

A pesquisa entende que o *design thinking* se tornou um fenômeno contemporâneo e que virou moda na década de 2010. São percebidas duas abordagens distintas para o conceito: uma no campo empresarial e outra no campo do design. Constatou-se que os dois conceitos discutem e entendem o *design thinking* de maneiras diferentes: o discurso do design vê o *design thinking* como uma característica fundamental do designer, enquanto o discurso empresarial entende o *design thinking* como um conjunto de ferramentas e métodos que podem ser utilizados por qualquer pessoa. Além disso, percebe-se que, com o tempo, algumas das principais figuras de pensamento que participam da discussão do *design thinking* mudam sua opinião original.

Como sabemos, *Design Thinking* não é um termo novo. Foi usado oficialmente pela primeira vez na década de 1980, quando Peter G. Rowe publicou o livro *Design thinking*, em 1987. Em sua tese Rowe estudou o processo de projeto e a atividade intelectual dos arquitetos desenvolvendo projetos. Até mesmo antes de Rowe, muitas pesquisas em design estudavam a maneira como os designers pensavam e trabalhavam, incluindo que tipo de problemas podiam resolver em sua profissão (Simon, 1969; Rittel & Webber, 1973; Lawson, 1980; Schön, 1983; Buchanan, 1992). Esse tipo de pesquisa e discussão acadêmica era focada no processo criativo intelectual e no trabalho profissional dos designers. Já as discussões gerais sobre *design thinking* na última década são mais focadas em como transpor, para campos fora do design, ferramentas e métodos que os designers utilizam ao projetar, com diferentes propósitos.

Diversas pesquisas afirmam que designers pensam diferente de engenheiros, e matemáticos. Os três tipos de profissionais possuem habilidades para a solução criativa de problemas, compreensão de como assuntos diferentes se relacionam e muitas vezes conseguem pensar “fora da caixa”, sendo respeitados em suas profissões.

As características acima são utilizadas, por exemplo, para descrever o *Design Thinking*. Entendendo que os seres humanos têm capacidades semelhantes para processar seus pensamentos, o que faria então as pessoas dizerem que os designers pensam diferente? Segundo Nigel Cross, os designers parecem ter sua própria maneira de pensar e um processo criativo particular. Além disso eles usam ferramentas e métodos especiais para apoiar o desenvolvimento de seus projetos.

Para entendermos melhor o termo *design thinking* precisamos ver como ele é percebido e discutido por diferentes autores, seus significados e discursos. Constatamos que existem duas diferentes vertentes do conceito: uma na comunidade de design e outra na comunidade empresarial. Para esta pesquisa vamos focar na compreensão do conceito pela comunidade de design.

Desde o início dos anos 2000, no campo do design, as figuras-chave na discussão do *design thinking* são o pesquisador em design Nigel Cross e o CEO da IDEO, Tim Brown. Cross estudou *design thinking* por muitos anos e seus pensamentos são apresentados em muitas pesquisas relacionadas ao assunto. Tim Brown é reconhecido como uma das principais figuras envolvidas no fenômeno do *design thinking*, assim como também está muito presente no material utilizado

durante a pesquisa. Ele também é reconhecido por palestrar sobre o assunto internacionalmente.

A discussão acadêmica sobre *design thinking* existe há quase trinta anos. Johansson e Woodilla referem-se ao modo de pensar do designer como *designerly thinking* de modo a separá-lo do *design thinking* associado aos negócios a partir dos anos 2000. Elas acreditam que o discurso do design é mais focado sobre a prática profissional do designer e o referencial teórico da profissão, visando a entender e caracterizar os profissionais da área (Johansson & Woodilla, 2009).

No discurso do design, a primeira referência ao *design thinking* é de Herbert Simon, que em *The sciences of the artificial* (1969) descreve a resolução de problemas e o design como parte do domínio das profissões que estão preocupadas com o que deveria ser (ao invés do que é). Simon (1969) acredita que o design é a criação do artificial e que uma pessoa está projetando quando uma situação existente é alterada (*designed*) para um resultado final preferido. Simon também enfatizou a importância da compreensão do processo de design.

Outra figura importante na história do *design thinking* dentro do discurso de design é Schön, que descreveu como os designers têm um “diálogo” com a realidade ao projetar. Schön enfatiza a forma como os designers analisam os problemas dentro de uma realidade, entendendo que o momento, as possibilidades tecnológicas e industriais e os custos afetam a geração da solução.

No entanto, provavelmente o marco mais significativo no discurso do design foi quando Rowe publicou o livro *Design thinking*, em 1987. Ele foi o primeiro a escrever sobre o modo de pensar dos designers ao projetar, chamando-o de *design thinking*. Embora seu estudo tenha dado muita atenção à arquitetura, falou de designers e o estudo aplica-se à profissão de modo geral.

Lawson publicou *How designers think – the design process demystified* em 1980 e, embora a pesquisa de Cross seja publicada posteriormente, eles têm o mesmo tópico enfatizando como o designer pensa e qual seria o processo de design.

Cross publicou seu livro *Designerly ways of knowing* em 2007. Ele estuda principalmente as habilidades do designer e como os designers agem e pensam de forma diferente. Enfatiza que a tarefa do designer não é apenas a de resolver problemas, mas também a de “pensar na solução” (Cross, 2007, pp. 23-24). A abordagem de Cross para o *design thinking* é muito semelhante à de Lawson, mas este se refere muitas vezes a arquitetos como designers, enquanto Cross escreve

sobre designers com uma visão mais generalizada. No livro *Design thinking* de 2019, Cross adota uma abordagem ainda mais precisa de como os designers pensam com foco em trabalho interdisciplinar. Lawson e Cross acreditam que o designer possui uma habilidade, de certa forma, especial, e que, independente da área de atuação, a capacidade de design é inerente a todos os profissionais (Cross, 2007).

A maioria dos autores citados concorda que todos os seres humanos possuem, em alguma medida, capacidade de design. Mas, que a educação em design, associada às experiências profissionais e práticas, favorecem o desenvolvimento dessa habilidade (Lawson, 2006; Cross, 2007).

Percebeu-se durante a pesquisa que há uma grande quantidade de pessoas discutindo e opinando sobre o assunto publicamente. Independentemente das diferenças de opinião, Kimbell (2011) observa que o termo *design thinking* tem sido usado para caracterizar o que os designers sabem (individualmente) e como eles abordam e dão sentido ao seu trabalho. Apesar de compreenderem que o saber é individual e próprio do designer, e que ele influencia a abordagem do designer em relação ao projeto, não fica claro como esse conhecimento – resultante de sua coleção de conhecimentos e experiências – influencia seu saber e pensar.

2.3 Designer *thinker*: características predominantes

Em nossa compreensão, a definição que mais se aproxima do que entendemos como *design thinking* é a de Nigel Cross (2019), quando afirma que “o pensamento de design envolve análise de contexto, identificação de problemas, criação e geração de soluções, pensamento criativo, esboço e desenho, modelagem e prototipagem, teste, avaliação e implementação” (p. 22).

Além das características acima, quais seriam os traços de personalidade comuns aos diferentes profissionais? Diferentes pesquisadores citam as características abaixo como predominantes entre os profissionais:

Otimismo: a maioria dos designers parece ter uma abordagem otimista ao projetar. Cross (2019) explica que os designers pareçam altamente motivados e dispostos a assumir riscos em seu trabalho profissional. Isso inclui um certo tipo de autoconfiança, é claro; trabalhar sob pressão para apresentar novas ideias requer otimismo e determinação (*Ibid.*).

Multidisciplinaridade: o trabalho em equipe multidisciplinar é considerado uma das principais características do *design thinking*. Como Brown (2009) menciona, as equipes sempre existiram, mas para o *design thinking* o ingrediente especial é o fato de que cada membro da equipe representa diferentes áreas de especialização, do design gráfico às ciências humanas e engenharia civil (*Ibid.*). Apesar da característica multidisciplinar das equipes, entendemos também que cada vez mais o designer tem precisado adquirir conhecimentos complementares aos originais da profissão. É o caso dos *Polymath Interpolator Designers*, conceito apresentado por Rodgers na conferência internacional realizada na Northumbria University em 2007. Para ele, cada vez mais os designers precisam adquirir conhecimentos complementares e híbridos que os habilitem a enfrentar os desafios promovidos pelas mudanças internas da profissão, pelo surgimento de novas tecnologias e pelas mudanças econômicas globais.

Empatia: é frequente a menção da palavra “empatia” ao descrever o *design thinking*. É evidente que os designers desenvolvem algum tipo de inteligência emocional e empatia pelas pessoas para quem projetam. Sem empatia, os designers provavelmente não entenderiam para quem estão projetando e que tipo de bens, serviços ou recursos o usuário precisa. Os métodos usados de modo geral caminham em direção a uma abordagem mais empática. Conhecer a bagagem cultural do usuário, acompanhar o comportamento do usuário em determinadas situações e entender como ele se sente ao enfrentar algum problema são características de projetos de design. Os designers observam, tomam notas e baseiam sua abordagem nas observações. Entender o valor da solução para o usuário é fundamental e requer empatia acima de tudo.

Pensamento holístico: o pensamento holístico contempla entender todos os possíveis interessados envolvidos no projeto de design. Não basta apenas entender o usuário final; trata-se de entender todos os pontos de contato. Como dissemos anteriormente, reforçamos que, para que isso aconteça, é fundamental que o designer tenha conhecimentos multidisciplinares, abrangentes e complementares que o permitam lidar com todos os atores envolvidos em um projeto de design.

Criatividade e imaginação: além da autoconfiança e do otimismo, os designers também são muito criativos e possuem um certo tipo de inteligência, que não pode ser recebida apenas através da educação em design (Lawson, 2006; Cross, 2007, 2019). A criatividade e a imaginação andam juntas, mas a criatividade é mais

sobre encontrar maneiras de conceber, enquanto a imaginação é mais a respeito de divagar sobre o que poderia acontecer, mesmo não sendo possível. Percebe-se, portanto, a importância da criatividade para o desenvolvimento de projetos de design. Cross (2007) enfatiza que a criatividade é “amplamente considerada como um elemento essencial no *design thinking*” (p. 107). Fundamentalmente, muitos dos métodos que os designers usam podem ser descritos como “criativos”. Esboçar soluções pode ser usado como exemplo de forma criativa de visualização de ideias e também como processo de pensamento, pois durante o desenvolvimento dos esboços, o designer vai tomando decisões, alterando-os e se aproximando de soluções para o projeto.

Os designers, de modo criativo, entendem contextos, experimentam caminhos, combinam ideias e avaliam os resultados dessas combinações. Lawson (2006) observa que os designers precisam direcionar continuamente seu processo de pensamento em uma determinada direção, tentando encontrar a solução para um problema (*Ibid.*). Não-designers, por outro lado, não fazem isso conscientemente; eles deixam sua mente vagar mais livremente. Em algumas profissões, o processo de pensamento funciona de maneira semelhante ao processo do designer (por exemplo, consultores em diferentes áreas de especialização precisam tentar encontrar uma solução para o mesmo tipo de problema que muitos designers). Como diferenciamos, então o processo de pensamento do designer do de outro profissional? O Design Council da Inglaterra desenvolveu uma representação chamada de *Double Diamond* que facilita essa compreensão.

2.4 *Double Diamond*: uma representação universalmente aceita do processo de design

O *Double Diamond* é uma representação visual do processo de design. É uma forma simples de descrever os passos dados em qualquer projeto de design, independentemente dos métodos e ferramentas utilizados (Design Council, 2014).

Em 2003, o Design Council da Inglaterra promovia a adoção de uma abordagem estratégica para o design e o valor da “gestão de design” como prática. No entanto, eles não tinham uma maneira padrão de descrever o processo. Richard Eisermann, então Diretor de Design e Inovação do Design Council, achou que isso

era incompatível com o que queriam transmitir e pediu para sua equipe desenvolver uma descrição visual do processo de design. O modelo desenvolvido, chamado de *Double Diamond*, é usado e referenciado mundialmente.

Um de seus primeiros passos foi o estudo dos métodos e práticas de design. Sua ambição era criar algo que fosse aplicável em qualquer campo; para criar um modelo que o Design Council pudesse usar com qualquer pessoa com quem trabalhasse.

Havia (e há) muitas maneiras de descrever o processo de design, e os modelos em forma de diamante já eram conhecidos por Richard. Ele sabia que a forma de diamante duplo já estava presente na IDEO no final dos anos 1990, embora não fosse chamada desta forma.

Sabia também que Herbert Simon, Thomas Marcus, Thomas W. Maver, Bela H. Banathy, Barry Boehm, Paul Souza e Nigel Cross, da década de 1960 até a década de 1990, haviam proposto modelos contendo elementos de divergência e convergência, ciclos e estruturas iterativas.

A equipe do Design Council ficou encarregada, então, de avaliar individualmente os métodos utilizados em projetos de design. Eles exploraram os conceitos de pensamento divergente, convergente e de iteração – as características repetíveis que fazem parte do processo de design. Eles também avaliaram o impacto do uso sistemático de métodos de design, incluindo pesquisa de usuários, prototipagem e testes.

Ao desconstruir o processo em torno dos métodos usados em diferentes projetos, perceberam semelhanças e padrões. Isso permitiu que eles trabalhassem juntos para mapear um possível processo de design comum.

Ao longo de várias sessões, o grupo criou um modo simplificado para descrever de maneira geral qualquer processo de design, desenvolvido com quatro fases distintas que a equipe nomeou como Descobrir, Definir, Desenvolver e Entregar (*Discover, Define, Develop, Deliver*), como é apresentado na figura 1.

Descobrir (*Discover*): o processo começa questionando o desafio e rapidamente leva à pesquisa para identificar as necessidades do usuário.

Definir (*Define*): a segunda fase é dar sentido às descobertas, entendendo como as necessidades do usuário e o problema se alinham. O resultado é criar um *briefing* de design que defina claramente o desafio com base nesses *insights*.

Desenvolver (*Develop*): a terceira fase concentra-se em desenvolver, testar e refinar múltiplas soluções potenciais.

Entregar (*Deliver*): a fase final envolve selecionar uma única solução que funcione e prepará-la para o lançamento, como podemos ver na figura abaixo.

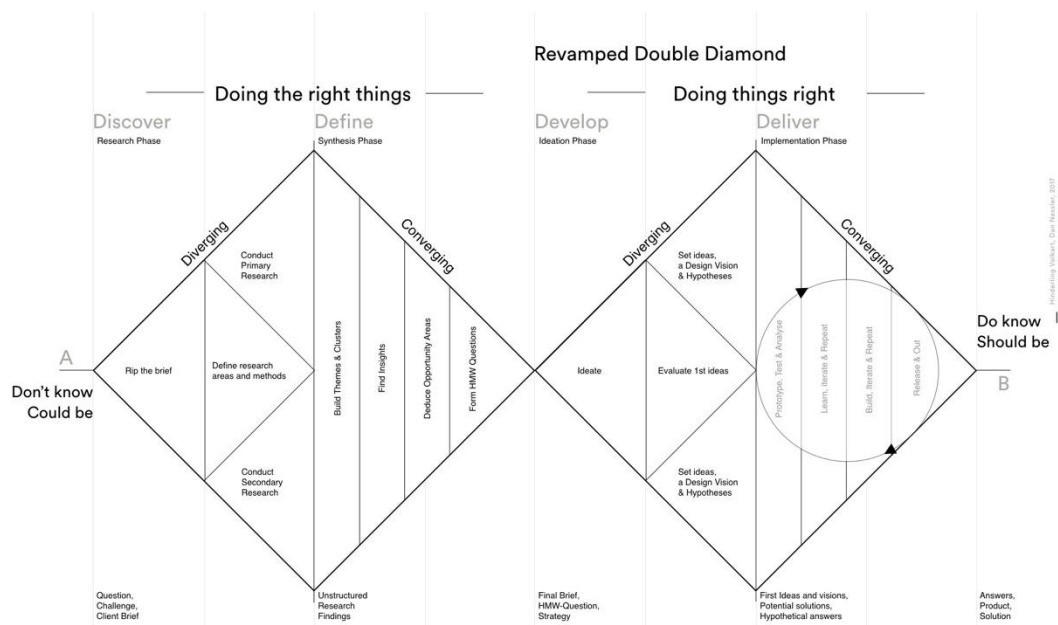


Figura 1: Representação do *Double Diamond*.

Fonte: Design Council (2020).

Esta representação do *Double Diamond* permanece inalterada até hoje. Duas formas de diamante começando com o desafio inicial ou a declaração do problema à esquerda, passando por uma definição do problema a ser abordado no centro e terminando com a solução à direita. As formas de diamante representam como o pensamento divergente e convergente se encaixam em cada estágio. Percebeu-se que a simplicidade na simetria do diagrama ajudou na introdução do conceito e na sua posterior aplicação.

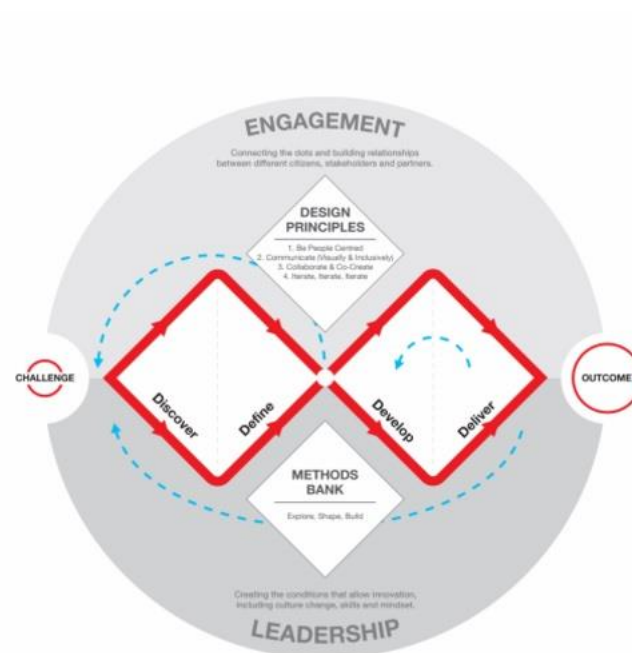
Em 2004, o Design Council começou a compartilhar o *Double Diamond* em conferências e apresentações e passou também a utilizá-lo e referenciá-lo no seu trabalho com clientes nos programas do Conselho.

A versatilidade do *Double Diamond* é evidente na variedade de maneiras diferentes que ele pode ser usado hoje, o que inclui: (i) avaliação inicial do tipo de projeto e a abordagem necessária para enfrentar um desafio específico; (ii) facilitar uma conversa em torno de uma série de projetos, para ajudar a decidir sobre sua prioridade em termos de relacionamento, estágio ou abordagem; (iii) como uma

ferramenta para ajudar a focar as equipes no início de um projeto; (iv) como um método para começar a moldar a estratégia e o gerenciamento de um projeto, e; (v) para verificar um projeto em termos de “onde estamos no processo”.

O *Double Diamond* teve sua origem como resposta a uma pergunta simples, mas seu impacto foi de longo alcance. Ele fazia parte de um esforço para desmistificar o processo de design e torná-lo acessível a um público de não-designers, que ia de formuladores de políticas e CEO’s de empresas a tecnólogos e educadores. Isso foi bom, entretanto, o mundo do design também abraçou o modelo.

O *Double Diamond* permanece até hoje no centro do trabalho do Design Council; não apenas onde tudo começou – como uma visualização do processo de design e inovação e como um método para entender o tipo e a forma do projeto que está sendo realizado – mas também no coração do *Framework for Innovation*, estrutura desenvolvida pelo Design Council para definir o *design thinking* em um contexto estratégico, como apresentamos na figura 2.



© Design Council 2019

Figura 2: Representação do *Framework for Innovation*.

Fonte: Design Council (2020).

2.5 Os designers e seus mundos

Como sugere Lawson (2004), o design é claramente um processo que sugere como o mundo pode ser, e não um que descreve como ele é agora. Esse

conhecimento é preditivo, mas incerto e carregado de valores. Para Lawson (2004), a aplicação desse conhecimento é um processo altamente seletivo e resulta no fato de que designers têm uma interpretação pessoal e única de problemas, bem como as respectivas soluções de projeto. Podemos, portanto, concluir que tanto problemas quanto soluções de projeto dependem, além das informações compiladas e das análises feitas durante o projeto, do conjunto de conhecimentos trazido a ele pelo designer.

2.6 As dimensões paralelas do projetar

Analisando o pensamento dos teóricos do design ao longo do tempo, percebemos algumas características referentes aos processos de design como um todo e também às características individuais dos designers durante a execução dos projetos.

A década de 1960 marcou o início de um debate sobre o processo, a teoria e a metodologia do design. Herbert Simon foi pioneiro na pesquisa sobre a ciência do design, enquanto Horst Rittel e Melvin Webber argumentaram contra a rígida lente científica através da qual seriam visualizados problemas de design.

Para Simon, por exemplo, nosso mundo não é natural, mas sim construído a partir de objetos criados pelo homem. A partir dessa premissa, podemos concluir que todas as profissões que de algum modo produzem ou reconstróem o artificial estão em última instância refletindo o gesto de projetar.

Já Rittel e Webber acreditam que problemas complexos são únicos e ambíguos e não têm soluções definitivas (Rittel & Webber, 1973). Eles justificam sua posição argumentando que a solução de um problema complexo levará ao surgimento de novos problemas complexos, impossibilitando, desta forma, o encontro de uma solução definitiva.

Em contraponto a Simon, Rittel e Webber, Papanek destaca o poder da experiência, do conhecimento e da intuição para a resolução de problemas (Papanek, 1985). Ele destaca a importância da natureza intuitiva do design quando diz que “Design é o esforço consciente e intuitivo para impor ordem significativa” (Papanek, 1985, p. 4).

Bruce Archer tinha uma outra abordagem, defendendo que o design fosse visto como uma terceira forma de conhecimento, distinta da ciência e das humanidades. Para ele, algumas características que diferenciavam o design das demais profissões eram as questões estruturais e as variáveis complexas presentes nos projetos, mas também os aspectos criativos e intuitivos ligados a eles.

Já nas décadas de 1980 e 1990, questões ligadas aos aspectos cognitivos do processo de design ganharam maior relevância e foram avaliadas suas características ambíguas, intuitivas e humanas.

Nigel Cross, Donald Schön e Richard Buchanan se afastaram do pensamento que buscava compreender o design por seus aspectos científicos e exploraram os aspectos cognitivos do processo de design, avaliando suas características ambíguas, intuitivas e humanas. Como vimos, essas discussões levaram a uma análise das questões intuitivas e particulares dos designers, denominadas por Cross como “*designerly ways of knowing*” (Cross 2001, p. 49).

Cross afirmava que o processo de design era intuitivo. Para ele, esse tipo de intuição era exclusivo da prática do design e não precisa se basear em teorias históricas das artes ou ciências (Cross, 2001, p. 55). Ele destacava também que “designers especialistas tinham a tendência de enfatizar o papel da ‘intuição’ na geração de soluções, e que a ‘criatividade’ era considerada elemento essencial no *design thinking*” (Cross, Dorst & Roozenburg, 1992, p. 6).

Ele dizia também que o processo criativo dependia muito do pensamento analógico e do que ele chamava de “saltos abduativos” – processos de pensamento que conectavam ideias de domínios não relacionados – influenciados pelo universo de conhecimentos específico de cada designer.

Schön tinha outra abordagem. Seu foco era direcionado a definir e delimitar o problema de design, ao invés de analisar o processo. Ele entendia que, quando questionados sobre seus métodos, os designers falavam de experiência, tentativa e erro e intuição (Schön, 1982). Percebemos que o autor acreditava no caráter intuitivo do designer quando, ao invés de dissecar cientificamente o processo, focava em entender o tipo de abordagem individual do designer. O processo de design para Schön é uma conversa pessoal e interna entre o objeto projetado e o designer.

Buchanan (1992) entendia que o design e o *design thinking* eram habilidades dominadas por poucas pessoas que praticavam a disciplina e que às vezes avançam

a novas áreas com propostas inovadoras. Postulava que o *design thinking* atuava em quatro áreas: (i) na comunicação simbólica e visual; (ii) no design de objetos materiais; (iii) no desenvolvimento de serviços e atividades organizadas, e; (iv) no projeto de sistemas ou ambientes complexos (Buchanan, 1992).

Os discursos acima, apesar de desenvolvidos por diferentes perspectivas, enxergam o *design thinking* como uma característica fundamental do designer.

Nas últimas duas décadas, destacamos como figuras-chave na discussão do *design thinking* os pesquisadores em design Nigel Cross e Tim Brown. Cross estudou *design thinking* por muitos anos e seus pensamentos são apresentados em muitas pesquisas relacionadas ao assunto. Tim Brown é reconhecido como uma das principais figuras envolvidas no fenômeno do *design thinking* e um dos responsáveis pela popularização do conceito.

Nigel Cross (2019) afirma que “O pensamento de design envolve análise de contexto, identificação de problemas, criação e geração de soluções, pensamento criativo, esboço e desenho, modelagem e prototipagem, teste, avaliação e implementação” (p. 32).

Já Tim Brown, define *design thinking* de diversas formas diferentes: como “uma abordagem baseada em esforço de equipe para a inovação” (Brown, 2008, pp. 86), “uma disciplina” (*Idem*), “parte de um processo de desenvolvimento” (*Op. Cit.*, pp. 88-89). Ele ainda considera que todos com a “aptidão” certa são capazes de resolver qualquer tipo de problema social usando “*Design Thinking*” (*Op. Cit.*, pp. 87/92). Ele foca mais no aspecto empresarial e geralmente não se refere a disciplinas clássicas de design. Porém afirma que questões ligadas à inovação e criatividade estão sempre presentes no processo.

Além dos aspectos do *design thinking* apresentados acima, são vistos pelos pesquisadores diversos traços de personalidade característicos dos designers. Nigel Cross (2019) entende que os designers são otimistas e altamente motivados e que estão dispostos a assumir riscos em seu trabalho profissional.

Além da autoconfiança e do otimismo, os designers são muito criativos e detêm um certo tipo de inteligência que não pode ser recebida apenas através da educação em design (Lawson, 2006; Cross, 2007, 2019). Lawson (2006) acredita que os designers, de modo criativo, entendem contextos, experimentam caminhos, combinam ideias e avaliam os resultados dessas combinações. Observa também que

os designers precisam direcionar continuamente seu processo de pensamento em uma determinada direção, tentando encontrar a solução para um problema (*Ibid.*).

Já Brown destaca a importância da multidisciplinaridade de equipe como uma das principais características de projetos de *design thinking*. Ressaltamos, no entanto, a importância da multidisciplinaridade de conhecimentos por parte do designer como colocado por Rodgers quando ele afirma que cada vez mais os designers precisam adquirir conhecimentos complementares e híbridos que os habilitem a enfrentar os desafios promovidos pelas mudanças internas da profissão, o surgimento de novas tecnologias e as mudanças econômicas globais.

A empatia é outro traço presente na avaliação de diferentes teóricos. Eles reforçam que entender o valor da solução para o usuário é fundamental e que isto requer empatia acima de tudo. Conhecer a bagagem cultural do usuário, acompanhar seu comportamento em determinadas situações e entender como ele se sente ao enfrentar algum problema, são características de projetos de design.

Somado à empatia está o pensamento holístico, pois precisamos entender todos os possíveis interessados envolvidos no projeto de design. E, para que isso aconteça, é fundamental que o designer tenha conhecimentos multidisciplinares, abrangentes e complementares que o permitam lidar com todos os atores envolvidos em um projeto.

Podemos perceber que, desde a década de 1960 até hoje, os teóricos destacam características comuns dos processos de design, mesmo com o uso de diferentes metodologias. Eles veem também traços de personalidade comuns aos diversos designers. Entretanto, afirmam que o uso de metodologias de projeto são escolhas próprias dos designers, e avaliam que existem traços característicos de cada personalidade, variando, assim, de pessoa para pessoa.

Afirmam também que tanto as características de personalidade, tais como intuição, otimismo, autoconfiança, criatividade, multidisciplinaridade, empatia e pensamento holístico são somadas às percepções cognitivas dos designers e diretamente influenciadas pela coleção de conhecimentos, experiências e vivências particulares de cada um.

Mesmo num projeto cujo processo possa ser apresentado pela ótica do *Double Diamond*, percebemos influências de todas as características pessoais e únicas de cada indivíduo, com toda a particularidade de seus processos mentais em diálogo com cada um de seus projetos.

Assim, percebe-se com clareza que num projeto existem duas dimensões paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao designer e outra aos processos e metodologias de design.

Dimensões particulares dos designers	Dimensões comuns do projetar
Intuição	Compreensão de contextos
Otimismo	Experimentação de caminhos
Autoconfiança	Combinação de ideias
Criatividade	Esboço e desenho
Multidisciplinaridade	Modelagem e prototipagem
Empatia	Teste, análise e implementação
Pensamento holístico	Avaliação de resultados

Quadro 4: Dimensões particulares e comuns do projetar.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3

Coleção, colecionador, colecionismo e suas dimensões projetuais

Neste capítulo, busca-se examinar as relações entre o colecionador, o processo de colecionar e os objetos da coleção. Para isso, foi feita uma nova revisão estruturada da literatura, abordando os seguintes assuntos: (i) como surgiu o conceito de coleção; (ii) o que pode ser considerado uma coleção; (iii) quais são os diferentes tipos de coleção; (iv) o que seriam itens colecionáveis e (v) quem podemos entender como colecionadores.

Diversos conteúdos na literatura de Colecionismo foram identificados e coletados. Num estreitamento do que já foi apresentado no capítulo 2, o quadro 5 lista e descreve os bancos de dados online e sites que foram utilizados durante a pesquisa, visando a acessar documentos de texto completos via o uso de termos-chave, tais como: “coleção”, “*collection*”, “coleccionismo”, “*collecting*”, “coleccionador”, “*collector*”, “conceito”, “*concept*”, “definição”, “*definition*”. No quadro 6 se apresenta a relação entre os termos-chave e os operadores lógicos utilizados na pesquisa. Já no quadro 7 se apresentam os critérios utilizados para a seleção dos textos, salientando que limitamos a investigação a publicações feitas nos idiomas inglês e português, a partir do ano 2000. Ao todo, cerca de 600 documentos foram coletados. Deste total, 20 documentos atenderam aos critérios de inclusão na pesquisa.

Banco de Teses e Dissertações CAPES	O BTD da Capes é uma plataforma que tem como objetivo facilitar o acesso a informações sobre teses e dissertações defendidas junto a programas de pós-graduação do país, além de disponibilizar informações estatísticas acerca deste tipo de produção intelectual, e faz parte do Portal de Periódicos da Instituição.
Science Direct	Uma das maiores coleções online de publicações de pesquisas científicas. É operada pela editora Elsevier e contém quase 10 milhões de artigos de mais de 2.500 periódicos e mais de 6.000 e-books, obras de referência, séries de livros e manuais.
Google Scholar	O Google Acadêmico é um site que fornece artigos revisados por pares, teses, livros, resumos e artigos de editores acadêmicos, sociedades profissionais, universidades e outras organizações acadêmicas.

Quadro 5: Bancos dados utilizados na pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo autor.

DESCRIÇÃO DAS PALAVRAS-CHAVE E OPERADORES LÓGICOS
Combinação A - Critérios de busca – “coleção” and “conceito”
Combinação B - Critérios de busca – “coleção” and “definição”
Combinação C - Critérios de busca – “coleccionismo” and “conceito”
Combinação D - Critérios de busca - “coleccionismo” and “definição”
Combinação E - “coleccionador” and “conceito”
Combinação F - “coleccionador” and “definição”
Combinação G - “collection” and “concept”
Combinação H - “collection” and “definition”
Combinação I - “collecting” and “concept”
Combinação J - “collecting” and “definition”
Combinação K - “collector” and “concept”
Combinação L - “collector” and “definition”

Quadro 6: Termos-chave utilizados.

Fonte: Elaborado pelo autor.

F1	Não fala sobre as definições do conceito de “coleção” e/ou “coleccionismo” e/ou “coleccionador”
F2	Aborda minimamente as definições do conceito de “coleção” e/ou “coleccionismo” e/ou “coleccionador”
F3	Aborda parcialmente as definições do conceito de “coleção” e/ou “coleccionismo” e/ou “coleccionador”
F4	Aborda as definições do conceito de “coleção” e/ou “coleccionismo” e/ou “coleccionador”

Quadro 7: Critérios de elegibilidade de caráter eliminatório.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Foram selecionados artigos que se enquadrassem no critério F4.

Os critérios de elegibilidade apresentados acima foram aplicados nos seiscentos (600) textos que retornaram da busca e estavam disponíveis na base de dados. O critério F1 eliminou quinhentos e dez (510) textos, cujos conteúdos não abordavam definições do conceito de *design thinking*. Os critérios F2 e F3 eliminaram setenta (70) textos em função de seu grau de relação com o tema. Foram selecionados ao todo vinte (20) textos que se enquadravam no critério F4.

3.1 Como surgiu o conceito de coleção

Como dissemos na introdução, poucas atividades cognitivas humanas têm a transversalidade e a duração do Colecionismo. Esta forma de selecionar coisas e estabelecer uma significação remonta à pré-história e, mesmo, ao processo de evolução da espécie humana. As primeiras espécies de homínídeos desenvolveram suas habilidades cognitivas, tecnológicas e culturais coletando rochas nas margens dos rios e lagos ou nos sopés de vulcões e planícies aluviais da região do Grande Vale em Rife, na África Oriental (Menegat, 2005).

O desenvolvimento de artefatos a partir da seleção de materiais cada vez mais sofisticados foi aumentando as condições de sobrevivência dos homínídeos. Os grupos primitivos de *Homo sapiens* modernos, coletores e caçadores nômades (*Ibid.*), se organizaram durante a revolução neolítica em comunidades agrícolas fixas. Com o passar do tempo, os objetos coletados foram organizados e classificados, tendo funções cada vez mais compreendidas, explicadas e comunicadas (*Ibid.*).

Menegat (2005) afirma ainda que os atos de coletar e selecionar estão entranhados no processo cognitivo humano. Para entender o mundo, o homem que colecionava objetos passou a colecionar também os modos de entendimento e as teorias que buscavam explicações sobre a origem do universo, elaboradas na forma de mitos. Conforme já adiantamos no início da dissertação, o célebre conceito de “colagem” ou “bricolagem” lévi-straussiano deriva precisamente da consideração de que o mito seja, em sua origem, fruto de um colecionar. Esta é uma forma de pensar o mundo e também de organizar e classificar as coisas que o constituem.

Os tipos de coleção, seus conteúdos, semelhanças e distinções continuam mudando até os dias presentes sendo importante, portanto, sua melhor compreensão e o estudo de suas classificações, organizações e significados.

3.2 Coleção e colecionador

3.2.1 O que entendemos por coleção

Lopes (2010) sugere que as primeiras coleções foram formadas inconscientemente, no sentido de que os indivíduos não tinham a intenção de colecionar, mas provavelmente de juntar coisas que atendiam a suas necessidades e desejos. Durkheim & Mauss (*apud* Lopes, 2010) supõem que a necessidade de classificar e de repetir certos objetos, surgiu para garantir-se um sentido de permanência e de existência do mundo, entre outros, constituindo assim representações coletivas. Lopes (2010) cita ainda o sociólogo francês Maurice Halbwachs ao afirmar que a concepção de colecionismo remete assim “a uma noção de memória em interação com os objetos que se repetem, pela força com que sua repetição produzia representações individuais e coletivas” (*Ibid.* p. 217).

Para Walter Benjamin (1987), uma coleção é fruto das novas relações estabelecidas pelo colecionador entre os objetos que a compõem, criando novas semelhanças. Já Baudrillard (1994) discute o conceito e afirma a importância da ressignificação dos itens da coleção, dizendo que um objeto comum, com seu uso primordial e prático, “é uma máquina” (p. 94). No entanto, não é todo e qualquer objeto que pode fazer parte de uma coleção; deve ser cuidadosamente escolhido e selecionado para entrar nesse conjunto de objetos (Perrella, 2007). O ato de escolher ou de decidir é, por vezes, acompanhado de reflexões, justificativas e elaboração de critérios. “(...) Diante de tantas possibilidades e da potencialidade de novos critérios surgirem, o trabalho de criação se dá em meio a inúmeras recusas e aceitações, que envolvem muitas escolhas” (Salles, 2006, p. 76).

Blom, jornalista e historiador alemão, discorre também sobre a mudança de status dos objetos de coleção, visto que “(...) sua inutilidade em relação à existência anterior, na qual tinham um objetivo no contexto das coisas, destaca-se e unifica-os como objetos colecionados, tirados de circulação (...)” (Blom, 2003, p. 94). Para ele, objetos colecionados perdem seu valor utilitário e adquirem outro; estão

imbuídos de significado, de qualidades e de representação que vão além de sua situação original.

O colecionar, por essa perspectiva, pode ser entendido como um processo criativo que consiste na busca de objetos de maneira seletiva e contextualizada, em que cada objeto é destacado de seu uso ordinário e concebido como um elemento de um conjunto de objetos dotado de significados a ele atribuídos pelo indivíduo ou pela sociedade em determinado contexto cultural.

Russell Belk (1995) acrescenta a importância tanto da paixão, como da posse e da experiência quando afirma que “coleccionar é o processo de adquirir e possuir coisas de forma ativa, seletiva e apaixonada. Essas coisas são retiradas de sua utilidade ordinária e percebidas como parte de um conjunto de objetos ou de experiências” (p. 67). Também apresenta o colecionador como consumidor quando o compreende e afirma que seu comportamento consumista é diferente: o colecionador compra ou adquire “objetos”, não para serem utilizados com seu uso primário. Só fazem sentido quando parte de um conjunto. Assim, o autor entende que o consumo de objetos é parte fundamental do processo de formação de uma coleção.

Baudrillard (1994) diferencia “coleccionar” de “acumular” quando menciona que a etimologia da palavra latina da qual coletar é derivada é *colligere*, o que significa coletar e montar, uma etimologia que captura a essência dessa forma comum de comportamento. Define que acumular é apenas o ajuntamento de objetos, como por exemplo, velhos jornais ou revistas. Da mesma forma, o autor diferencia o colecionismo da acumulação serial de objetos idênticos.

Para Baudrillard (1994):

O colecionismo adequado surge em primeiro lugar com uma orientação para o cultural: aspira discriminar objetos, privilegiando aqueles que têm algum valor de troca ou que também são ‘objetos’ de conversação, de comércio, de ritual social, de exibição – possivelmente até uma fonte de lucro. Enquanto incessantemente se referindo um ao outro, eles admitem dentro de suas orbitas a dimensão externa das relações sociais e humanas (p. 95).

Defende, portanto, a importância primordial da coleção para a cultura, a conversação, o comércio, a socialização e também a exibição.

Francisco Marshall (2005) também discorre sobre a etimologia da palavra “coleccionar”, mencionando que possui um nexos semântico com “comunicar – do latim *collectio*, e também em seu núcleo semântico, a raiz *leg*, com o sentido de ordenar” (p. 15). No núcleo semântico da compreensão do significado da palavra “coleção”, o autor encontra a relação entre pôr ordem, raciocinar, *logein*, e discursar, *legein*, inferindo que o sentido de comunicar é também derivado do de coletar: “(...) a fala é coleção. Coleção de quê? De sinais sonoros? De gestos e expressões? De palavras e sentenças? De fórmulas e símbolos? De memórias e de poderes mágicos? De números e espécimes?” (*Idem*).

O entendimento de que “todos os objetos de nosso interesse são, de modo potencial, uma possível versão daquilo que pode vir a ser ainda modificado” (Salles, 2006, p. 162), faz com que seja possível relacionar as coleções que funcionam como obras inacabadas ao processo criativo. Nesse caso, a coleção é o seu próprio processo criativo, a sua construção. Nas diferentes relações entre obras e processos discutidos por Salles, algumas coleções funcionariam, inclusive, como obra que é processo, isto é, uma obra que se transforma.

Muitas vezes um projeto de coleção apresentado necessita de melhorias e acréscimos com o decorrer do tempo, quando há algo novo a se buscar. Seja uma nova relação, um novo desafio, uma nova solução ou até mesmo uma nova compreensão do objetivo do projeto da coleção.

Desta forma, compreendemos que um projeto de coleção, mesmo em coleções de um mesmo tipo de objeto ou tema, apresenta diferenças nas formas de pensamento, organização, exposição, dentre outras. Sendo assim, fica claro que tanto o projeto de uma coleção como sua conclusão são definidos por cada colecionador.

3.2.2 Como definimos o conceito de colecionador

Walter Benjamin (1987) considera o colecionador um indivíduo particular, “pois sua mente é habitada por fantasmas... O que lhe assegura a relação mais íntima possível com os objetos que possui: não que esses objetos vivessem nele, é ele que vive por meio deles e dentro deles” (p. 95). Ele também afirma que, para o colecionador “(...) o mundo está presente e, de fato, ordenado em cada um de seus

objetos. Ordenado, sem dúvida, segundo uma configuração surpreendente e ininteligível para o profano” (*Op. Cit.*, p. 94). Como *profano* entende-se o leigo, que tem uma compreensão mais limitada do que o colecionador sobre sua coleção e as relações que ele estabelece entre seus elementos. Wajda (2003) também aborda os aspectos ocultos da coleção, em que, para o iniciante, o sistema de relações estabelecidas pelo colecionador pode ser ininteligível, enquanto que para conhecedores será claramente mais compreensível. Este sistema invisível para um principiante e mais inteligível para um especialista é sempre projetado e definido pelo colecionador.

Lopes (2010) acrescenta que é perceptível que os colecionadores também possuem um sentimento de afetividade em relação a suas coleções, no sentido da preservação. Na medida em que certos objetos são afastados de seu contexto natural, ocorre uma transformação e são criadas relações que os aproximam e distanciam de outros objetos, sejam eles semelhantes ou distintos; os pertencentes ou não àquela específica coleção. Desta forma passam a fazer sentido enquanto coleção e se faz necessário dedicar certo cuidado à sua manutenção. Esse processo, acrescido de uma perspectiva de duração, adquire valorização e é uma forma de valorização do projeto, do colecionador e da própria coleção em si.

Percebe-se também que os colecionadores utilizam dois tipos de olhar para exercer a ordenação de suas coleções. Um é o olhar global, que organiza a coleção como um todo. O outro é o local, que observa os detalhes da coleção. Ou seja, se por um lado o colecionador acumula e arquiva, por outro, com o excesso de informação, precisa fazer um recorte lógico da sua coleção. Entende-se também que o processo criativo se define justamente pela proposição de novas relações entre elementos e informações já existentes. Belk (1995) observa ainda que os colecionadores

(...) criam, combinam, classificam e selecionam os objetos de tal maneira que a própria coleção se transforma em um novo produto. No processo, os colecionadores também produzem significados. Eles participam do processo de reconstruir socialmente significados compartilhados para os objetos que colecionam (p. 68).

Entendemos, portanto, que o colecionador, ao projetar sua coleção, tem ao mesmo tempo um olhar global e singular sobre o assunto, classificando, combinando, selecionando e criando um recorte no qual estabelece relações entre

seus itens. Ele produz também significados sociais, que geram conhecimentos e agregam valor à própria coleção, que pode até mesmo se transformar em um novo produto.

3.3 Definições mais recentes de coleção e colecionismo

Danet & Katriel (1989) acreditam que “até muito recentemente o colecionismo não era objeto de pesquisa acadêmica séria”, mas observam que essa situação mudou. “Na segunda metade da década de 1980, houve um crescimento de publicações sobre o assunto em várias disciplinas acadêmicas (...)” (p. 254). De fato, a literatura sobre colecionismo está crescendo com muitos artigos e livros dedicados ao tema (Alsop, 1982; Belk, 1995; Pearce, 1998).

Apontam também que uma coleção obedece a quatro regras básicas. A primeira é a “regra de ressignificação”, ou seja, um objeto deve ser ressignificado como um item colecionável “(...) com o potencial de fazer parte de uma categoria que pode ser tratada como objeto estético” (Danet & Katriel, 1989, pp. 259-260). Em seguida, afirmam que os objetos devem seguir a “regra de classificação”, ou seja, devem poder ser categorizados entre superiores e subordinados. Em terceiro, reiteram que existe uma “regra utilizada pelos colecionadores” para criar e seguir procedimentos para coleção. Finalmente, apresentam a “regra de discriminação”, afirmando que “(...) para ser considerada uma coleção, cada item deve ser diferente de todos os outros de forma perceptível pelo colecionador” (Danet & Katriel, 1989, p. 260).

Pearce (1998) afirma que colecionar implica ordem, sistema e, talvez, conclusão. Acredita que o conceito de coleção pode evoluir e cita Durost, que define uma coleção como um conjunto de valores e relações.

Uma coleção é basicamente determinada pela natureza do valor atribuído aos objetos possuídos. Se o predomina valor de um objeto ou uma ideia para a pessoa que o possui é intrínseco, isto é, se for valorizada principalmente para uso, finalidade ou qualidade esteticamente agradável ou outro valor inerente ao objeto de acordo com ele em qualquer circunstância de costume, treinamento ou hábito, não é uma coleção. Se o predomina valor é representativo ou representacional, isto é, se o objeto ou a ideia é valorizada principalmente pela relação que mantém com outros objetos ou ideias, como ser um de uma série, parte de um todo, um espécime de uma classe, então este é o assunto de uma coleção (Durost, 1932, p. 10).

Já Alsop (*apud* Pearce, 1988), concentra-se na mentalidade do colecionador, afirmando que uma coleção é o resultado do que o colecionador coletou, ou seja, uma coleção é o que um colecionador acredita existir. Belk *et al.* (1982 *apud* Pearce, 1988) descrevem o processo de coleção como

a seletiva, ativa e longitudinal aquisição, posse e disposição de um conjunto inter-relacionado de objetos diferenciados (coisas materiais, ideias, seres ou experiências) que contribuem e derivam um significado extraordinário da entidade (a coleção) da qual esse conjunto é considerado constituinte (Belk *et al.*, 1982, p. 70 *apud* Pearce, 1988, p.33).

A própria Pearce (1998), em última análise, extrai das várias definições de Colecionismo as seguintes relações: (1) objetos mantidos como parte de uma sequência; (2) a ordem e possibilidade de conclusão; (3) o elemento subjetivo da coleta; (4) um conjunto inter-relacionado que seja maior que o soma de suas partes, e; (5) uma atividade prolongada que se estende através do tempo. São estes aspectos que consideramos mais sintéticos, sistemáticos e metodológicos no desenvolvimento de um projeto de coleção.

Já os seguintes aspectos denotados por Danet & Katriel (1994) nos parecem mais relacionados aos paradoxos do colecionador: (1) existe “descontextualização/recontextualização”, ou seja, o colecionador é um “criador de mundos”; (2) há a dicotomia “concreta/imaginária” pela qual uma coleção se torna um “trampolim para a imaginação”; (3) a “ordem/caos” capturando a noção de que os colecionadores atribuem uma ordem implícita ou explícita que possa estar relacionada a uma série (livros, moedas, selos postais, e assim por diante); (4) a oposição “aberta/altamente ordenada” que reflete o desejo de concluir uma coleção e os limites da possibilidade de fazer isso; (5) o contraste “racionalidade/irracionalidade” que reflete na obsessividade da busca por uma solução para completar uma coleção; (6) a polaridade “controlar/ ser controlado” que remete ao desejo de controlar os objetos possuídos sem ser possuídos por eles; (7) a antítese de “isolamento/afiliação” que se refere à necessidade de tempo pessoal privado para raciocinar, e também da necessidade de compartilhar os pensamentos com seus pares; (8) a bipolaridade “energizante /relaxante”, que significa que o colecionador pode obter um sentimento de exaltação com uma determinada conclusão que posteriormente permita que tenha tempo para desfrutar.

A partir disso, entendemos que existem dois processos paralelos: um que trata das metodologias para o desenvolvimento de coleções e outro que trata dos interesses/paradoxos dos colecionadores durante o desenvolvimento e projeto de suas coleções.

3.4 As dimensões paralelas do colecionar

Pearce (1998) nos apresenta o processo de mudança de interesse no estudo das coleções, gerando modelos e tabelas que ilustram estas questões, como podemos ver nas figuras a seguir.

Vemos que pesquisas desenvolvidas entre as décadas de 1930 e 1960, que estudam o processo de colecionar, são caracterizadas pela valorização da cultura material como campo de estudo, a análise estrutural/linguística da comunicação e a crítica da ideologia e da produção de conhecimento. Nelas não é avaliada a possibilidade da influência do colecionador sobre o conteúdo da coleção. Existe também presente o papel da metodologia de coleta de informações e da etnografia, e todas têm suas raízes nos estudos tradicionais e nas análises culturais desenvolvidas no período, conforme é apresentado na figura 3 que segue:

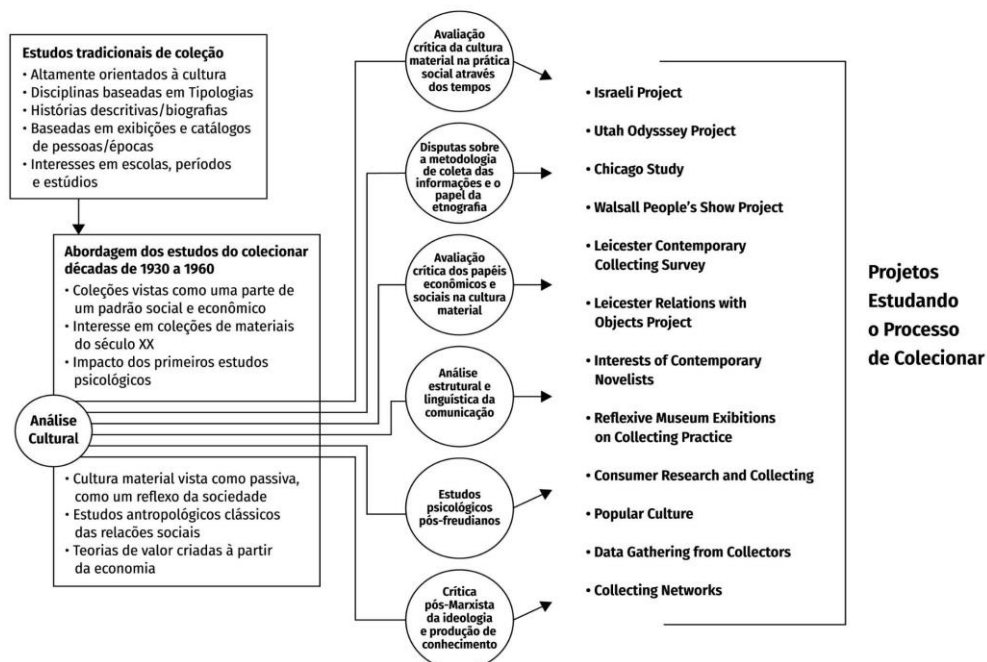


Figura 3: Desenvolvimentos críticos na análise do colecionar.

Fonte: Pearce (1998, p. 7, tradução nossa).

Mais recentemente, a partir da década de 1980, podemos perceber que os estudos mudam de objetivo, passando a oferecer explicações sobre a coleção em vez de descrições de coleções, e explorando o processo cultural em vez da história cultural. O pensamento envolvido passa a ser exploratório em vez de presumido, ou seja, procede de uma ideia ou hipótese, testando-a em relação aos dados e revisando a hipótese com base nos resultados, em vez de coletar dados e examiná-la em busca de padrões. Isso tem o efeito de admitir a presença do autor, ao invés de tentar ocultá-lo por trás de dados supostamente não engajados (figura 4).

MUDANÇA NA NATUREZA DO ESTUDO	
DE	PARA
Foco Estudo da coleção	Foco Estudo do Colecionador
Retórica Pretenciosa/ Autoritária	Retórica Reflexiva/ Exploratória
Campo de Estudo Ex: História	Campo de Pesquisa Ex: Práticas Sociais
Para Aprender Mais Natureza (do mundo, da humanidade, do passado)	Para Descobrir Por Quê. Cultura (como ideias sobre o mundo, a humanidade, o passado são construídas)
Estilo Descritivo/Impessoal	Estilo Explanatório/Pessoal
Produto	Processo
Conhecimento	Significado
Pesquisa Acumulo de Dados	Pesquisa Projeto de Design
Interesse no Conteúdo O que?	Interesse em como Projetar Como?

Figura 4: Mudanças de paradigma do estudo. Da coleção, para o colecionador.
Fonte: Pearce (1998, p. 11, tradução nossa).

Percebemos também que existe uma clara diferença de percepção entre colecionadores: pessoas cujo ato de colecionar é visto como uma atividade de lazer, sem engajamento profissional, e; curadores de museus que são percebidos como profissionais com trabalho focado em coleções cujas características estéticas, epistemológicas, históricas e sentimentais são consideradas relevantes para a sociedade (figura 5).

COLECIONADOR	MUSEU
Profano	Sagrado
Leigo	Profissional
Colecionador	Curador
Popular	Elitista
Baixa Cultura	Alta Cultura
Temporário	Integral
Espaço Casual	Galerias
Exibição Informal	Exibição Formal
Preservação	Gestão de Coleção
Interesse	Pesquisa
Bem Informado	Qualificado
Privado	Público
-----	-----
Prazer Pessoal	Educação do Público
Colecionar = Lazer	Curadoria = Trabalho

Figura 5: Contrastes entre o mundo do colecionador e o do museu.
 Fonte: Pearce (1998, p. 67, tradução nossa).

Desta forma, percebemos que o projeto das coleções vem atraindo mais interesse por parte dos pesquisadores, que, atualmente, são mais atraídos pelo processo do que apenas pelo conteúdo das coleções, como acontecia anteriormente. Analisando as relações explicitadas por Pearce (1988), nas quais a autora ressalta os aspectos subjetivos da coleta e os aspectos metodológicos da coleção e ainda as colocações de Danet & Katriel (1994), conforme dito anteriormente, podemos perceber com clareza que existem aspectos metodológicos na construção das coleções, assim como também existem questões ligadas ao universo particular do colecionador. Compreendemos, então, que o colecionar é a combinação de duas metodologias paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao colecionador e outra pertencente à coleção.

4

Conhecendo os designers colecionadores

Após entendermos as características do pensamento dos designers, dos colecionadores e de seus processos e metodologias de trabalho, passamos agora a um dos objetivos desta pesquisa, qual seja, aprofundar o conhecimento sobre como pensam pessoas que são tanto designers quanto colecionadoras, avaliando as relações existentes entre as duas áreas. Através das entrevistas com estes profissionais, conseguimos compreender se existem influências comuns do colecionar sobre seus processos de design ou se elas são específicas e particulares de cada designer colecionador.

Através das entrevistas foi possível comparar os aspectos que pesquisamos na revisão de literatura com os utilizados na prática pelos designers colecionadores. Através delas espera-se aumentar o conhecimento das práticas utilizadas pelos designers colecionadores de modo a incluir na teoria novas percepções em relação a elas. Espera-se também, validar aspectos teóricos pesquisados, verificando sua presença nas práticas dos designers colecionadores.

Desta forma, conseguimos alimentar a prática com reflexões obtidas através da pesquisa das teorias, além de acrescentar informações à teoria, conhecendo efetivamente de que forma pensam e trabalham os designers colecionadores. Esta é uma contribuição importante da pesquisa, considerando a carência de literatura específica relacionando colecionismo e design.

Em função disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com designers gráficos colecionadores brasileiros, de modo a conhecer melhor seus processos de trabalho e compreender como cada um deles aborda as questões levantadas após a revisão bibliográfica.

Segundo Duarte (2001), as entrevistas são fundamentais em pesquisas de mapeamento de práticas, crenças e valores de universos específicos que, no nosso caso, é o de designers colecionadores. Tal como Pearce (1988), entendemos a importância da investigação do autor para conhecer melhor sua coleção, e somado ao entendimento de Cross (2001), para quem questões intuitivas e particulares dos

designers influenciam seu modo de pensar e desenvolver projetos, concluímos que, somente através das entrevistas, poderíamos fazer uma investigação mais profunda do tema pesquisado.

A compreensão do olhar destes profissionais sobre seus processos e práticas de projeto e sua relação com suas práticas e processos colecionistas é fundamental para ampliarmos o conhecimento das relações existentes entre ambas.

Através de entrevistas individuais, como as que conduzimos, conseguimos ampliar questões específicas e aprofundar pontos relevantes que surjam durante sua realização.

4.1 Coleta de dados

Publicamos um post no Facebook convidando designers interessados a participar da pesquisa. Aos interessados, enviamos o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido do questionário remoto. Após sua aceitação, realizamos entrevistas através de questionários remotos (vide Apêndice I) no qual avaliávamos a pertinência das questões e confirmávamos se o designer era também colecionador, e se via alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design.

Após os questionários remotos, realizamos entrevistas individuais com os designers colecionadores brasileiros selecionados, tanto pessoalmente como virtualmente, sempre respeitando as escolhas pessoais de cada um e considerando as necessidades de distanciamento em função da covid-19. Foram realizadas gravações em áudio via celular nas entrevistas presenciais e vídeo através das plataformas *zoom* e *meet* nas entrevistas online, de modo a termos a possibilidade de rever as colocações sempre que necessário.

Primeiramente, entramos em contato com os voluntários selecionados através de telefone celular e Whatsapp. Nessa conversa inicial foram apresentados os objetivos da pesquisa e agendadas as entrevistas, de acordo com as preferências e disponibilidade de cada designer.

Antes de realizarmos as entrevistas individuais, enviamos aos designers selecionados o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido da entrevista individual (Apêndice II). As entrevistas agendadas foram gravadas, posteriormente

transcritas e resumidas. Seu roteiro foi desenvolvido levando em consideração os pontos principais encontrados durante a revisão bibliográfica. Este roteiro semiestruturado foi apresentado ao Comitê de Ética da PUC-Rio para validação antes de sua aplicação. Foi organizado de modo a iniciarmos as questões pelo tema do colecionismo, conduzindo-o então em direção às questões que buscavam compreender as relações entre seus projetos de design e de coleção.

As perguntas foram pensadas de modo a deixar o entrevistado livre para responder, mas buscamos conduzir o processo, evitando que ele fugisse ao tema. Apesar disso, muitas vezes foi importante trazer o foco do entrevistado para o tema da pesquisa, evitando que suas divagações tomassem outro rumo.

A quantidade reduzida de perguntas permitia um maior aprofundamento de cada resposta por parte do entrevistado, de modo a termos aspectos particulares abordados por cada um deles. As entrevistas foram programadas para serem realizadas em cerca de duas horas. Algumas delas, porém, se estenderam para além do programado, em função do interesse do entrevistado sobre o assunto e do caráter inusitado de certas questões. Sempre que necessário, foi agendada uma segunda conversa, de modo a não cansar em demasia o entrevistado e concluir as perguntas levantadas de modo adequado.

4.2 Critérios de seleção dos designers entrevistados

Dentre os designers interessados em participar da pesquisa, selecionamos os que eram tanto designers quanto colecionadores e viam uma relação entre seus processos de colecionar e projetar. Além disso, consideramos importante que todos os escolhidos tivessem reconhecida produção prática e profissional, estivessem ativos e tivessem tempo suficiente de mercado, de modo que pudéssemos realizar uma análise abrangente de seu trabalho. Não existindo uma definição teórica do termo “designer colecionador”, assumimos como colecionador todo designer que, segundo Alsop (1982), realiza “uma seletiva, ativa e longitudinal aquisição, posse e disposição de um conjunto inter-relacionado de objetos diferenciados (coisas materiais, ideias, seres ou experiências)” (p. 70).

Foi desenvolvida, após a aplicação do questionário remoto, uma lista com 20 designers que atendiam aos critérios da pesquisa. Estes designers foram

contactados via telefone celular e Whatsapp. Dos 20 designers contactados, 10 se prontificaram a participar das entrevistas (quadros 8 e 9 abaixo). As entrevistas foram marcadas via contato telefônico e Whatsapp, com suas datas, horários e locais definidos. Pode-se perceber que todos os entrevistados, assim como eu, começaram sua atuação profissional no campo do design gráfico e foram expandindo sua abrangência para outras áreas, tais como shows, exposições, design de ambientes, design de produtos, branding, dentre outros. Acreditamos que esta é uma característica dessa geração de profissionais que pode influenciar os resultados desta pesquisa.

Designer Entrevistado (a)	Áreas de atuação	Coleções	Tempo de atuação profissional
Ricardo Leite	Design gráfico, branding, comunicação e ambientação corporativa e ilustração	Quadrinhos, cartoons, ilustrações de imprensa, artes originais, revistas e livros.	40 anos
Bruno Porto	Design gráfico, editorial e identidade	Álbuns do Tintin, do Capitão América e dos Heróis da TV, revistas Mad, álbuns dos Beatles, folhetos de bordo de aeronaves, fotografias de letreiros, Dingbats Brasil, imãs de geladeira.	28 anos
Marcelo Martinez	Direção de arte, design gráfico, editorial, cartoon e ilustração	Gibis, caixas de fósforo da Copa de 58, brinquedos antigos, robosinhos retrofuturistas, action figures, itens do Batman.	27 anos
Batman Zavareze	Design gráfico, direção de arte e curadoria	Moedas antigas, 3x4, filmes super 8, slides, bonecos originais, artesanais e revistas em quadrinhos do Batman, estatuetas de vaca, objetos com estampa de vaca, arte popular brasileira.	28 anos
Chris Lima	Design gráfico, identidade, branding, cartonagem	Cartazes de cinema, materiais gráficos de forma geral, itens de papelaria, papéis de presente, canetinhas coloridas, livros em geral, bonecos de filmes, miniaturas de Coca-Cola.	27 anos

Quadro 8: Designers selecionados, áreas de atuação, coleções e tempo de atuação profissional (Parte I).

Fonte: Elaborado pelo autor.

Designer Entrevistado (a)	Áreas de atuação	Coleções	Tempo de atuação profissional
Giovanni Vannucchi	Design gráfico, branding, comunicação e ambientação corporativa e embalagens	Embalagens diversas, garrafas de azeite, bancos de madeira, esculturas de animais, latas de fumo, motos de lata, copinhos de licor e cachaça, borrachas de desenho.	45 anos
Ana Soter	Design gráfico, editorial, identidade, branding, comunicação e ambientação corporativa	Push up toys, brinquedos analógicos, papéis de carta e etiquetas adesivas, bandejas Faiança, objetos e móveis que compra em leilões, feiras e antiquários, roupas, cartões postais do Rio de Janeiro.	30 anos
Billy Bacon	Design gráfico, tipográfico, branding, direção de arte e comunicação corporativa	Adesivos, filipetas, revistas, Adidas Superstar, bonés, baralhos, cartazes, tickets, celulares, disquetes, computadores, Hot Wheels, Miniaturas Harley Davidson.	26 anos
Alex Nako	Design gráfico, design de produto, design de produto digital, UX e UI	Relógios.	20 anos
Leo Buggy	Design gráfico, tipográfico, editorial, identidade, impressão	Gibis, revistas, catálogos de moda, livros, equipamentos de impressão, baixos, guitarras, violões, pedais.	30 anos

Quadro 9: Designers selecionados, áreas de atuação, coleções e tempo de atuação profissional (Parte II).

Fonte: Elaborado pelo autor.

O primeiro entrevistado foi Ricardo Leite, designer e sócio diretor de criação da Crama Design Estratégico. Ricardo é designer, ilustrador, curador, jurado e quadrinista. Ele realiza projetos para clientes de grande porte como a empresa de telecomunicações Oi, a mineradora Vale, o canal de notícias GloboNews, a Bienal Internacional do Livro do Rio de Janeiro e a empresa petroleira Ipiranga, dentre outros. Entre os recentes destaques da agência, está a marca Rio 450 anos. Apaixonado desde muito jovem pela arte das Histórias em Quadrinhos, iniciou sua carreira aos 13 anos na EBAL – Editora Brasil América. Ele é colecionador de revistas em quadrinhos e reúne atualmente uma grande biblioteca de publicações do gênero, bem como um vasto acervo de artes originais

de artistas brasileiros e estrangeiros, com nomes como J. Carlos, Kalixto, Ziraldo, Millôr, Cássio Loredano, Lan, Harold Foster, Schulz, Robert Crumb, Will Eisner e Alex Raymond, entre centenas de outros grandes nomes. Foi curador da 11ª Bienal de Design Gráfico da ADG e é jurado dos principais concursos de design nacionais e internacionais.

Bruno Porto, o segundo entrevistado, é designer gráfico, professor universitário e pesquisador no campo das Histórias em Quadrinhos. Doutorando no Departamento de Estudos da Cultura da Tilburg University, na Holanda, é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, pós-graduado em Gestão Empresarial pela Universidade Cândido Mendes (RJ) e bacharel em Desenho Industrial pela Faculdade da Cidade (RJ). Atuou como curador de uma dúzia de mostras de design e artes gráficas apresentadas em países da América do Sul, Ásia e Europa, incluindo três Bienais Brasileiras de Design Gráfico. Autor de livros e textos sobre design e comunicação, frequentemente participa de júris de premiações internacionais – como o *iF Design Awards*, o *Adobe Design Achievement Awards* e os Prêmios CLAP de *Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Branding y Comunicación* – e concursos nacionais de projetos de design – como os das marcas das cidades de Brasília e Porto Alegre e dos 450 Anos do Rio de Janeiro, dentre outros. Entre 2012 e 2017 coordenou o Curso de Design Gráfico do Centro Universitário IESB (DF), tendo lecionado também no Raffles Design Institute em Xangai, China, entre 2006 e 2010, e no Centro Universitário da Cidade (RJ), entre 1996 e 2006. Integrou diretorias e conselhos de diversas organizações latino-americanas e brasileiras de design, e atualmente é membro do Conselho Editorial da Litoral Press, do Conselho Consultivo da Bienal Tipos Latinos e da Associação de Pesquisadores em Arte Sequencial – ASPAS. Bruno coleciona fontes tipográficas, tanto na forma digital como através de registros fotográficos e seus desdobramentos na forma de logotipos de super-heróis.

O terceiro entrevistado, Marcelo Martinez, é designer gráfico, cartunista, ilustrador, roteirista e autor. Como designer especializado em projetos editoriais, assinou, por seu escritório, Laboratório Secreto, projetos gráficos bastante conhecidos, como os da série de almanaques de décadas (*Almanaque anos 80, 70, 90, Almanaque dos quadrinhos*), *Almanaque do cinema*, *Almanaque da TV*, dentre outros. Assinou também a coleção de mais de 40 capas de livros das edições brasileiras do autor de *best sellers* de ficção histórica Bernard Conwell (como a

série *Crônicas Saxônicas*, as trilogias *A busca do Graal* e *As crônicas de Artur*, dentre outras). Recebeu prêmios no Brasil e no exterior e possui projetos registrados em mais de vinte publicações internacionais. É autor dos livros infantis *20 disfarces para um homenzinho narigudo* da série *O Guia Secreto do Sabetudo* e organizador do *Livro-jogo das Copas Globo Esporte e Tá no Ar, no Livro*. Escreveu para programas de TV indicados ao Emmy Internacional, como *Zorra* e *Tá no Ar*, e é co-criador/autor da série *Novelei* – primeira parceria entre TV Globo e YouTube Originals. É colaborador de ilustração da Folha de S. Paulo e publica charges no canal Meio. Foi professor de direção de arte na UniverCidade RJ por 15 anos, jurado de diversas edições da Bienal Brasileira de Design Gráfico e *Brazil Design Awards*. É membro do conselho da SIB – Sociedade dos Ilustradores do Brasil. Apaixonado por quadrinhos e cultura pop, possui uma coleção de bonecos Batman e uma coleção de robôs.

Batman Zavareze, nosso quarto entrevistado, é designer de formação acadêmica, artista visual, diretor artístico, curador e sócio diretor da 27+1 Comunicação Visual, onde desenvolve projetos multidisciplinares de exposições, shows, peças de teatro, artes visuais e experiências imersivas nos 28 anos em que atua profissionalmente. Fez a direção de arte dos últimos shows de Marisa Monte, Paralamas do Sucesso, Cidade Negra, Barão Vermelho, Pedro Luis, Rubel, Silva, Roberto Carlos, Los Hermanos e Tribalistas, realizando shows em grandes estádios do Brasil. É idealizador, diretor geral e curador do Festival Multiplicidade, desde 2005 uma das plataformas culturais mais importantes de arte e tecnologia do Brasil.

No teatro, fez cenários com projeções para diversos diretores, dentre eles Gerald Thomas, Enrique Díaz, Filipe Hirsch, Guel Arraes e Marcio Abreu. Fez a concepção e a direção de arte da exposição 100 Anos Vinicius de Moraes na nova Biblioteca Parque do Estado no centro do Rio de Janeiro. Foi o diretor de criação da instalação de realidade virtual sobre Kandinsky nas unidades do CCBB espalhadas por todo o Brasil. Fez a direção de arte das projeções do encerramento das Olimpíadas 2016, com projeções no campo do Maracanã, e uma audiência de 3,5 bilhões de pessoas em todo o mundo.

Ele é colecionador de super-heróis desde seus 8 anos de idade, especialmente o Batman, HQs, brinquedos, jogos, videogames, desenhos, esculturas, dentre outros. Sua coleção é formada, em sua grande maioria, por objetos que carregam grande carga afetiva, composta em boa parte por presentes de

amigos. Ele coleciona também câmeras fotográficas antigas, arte popular brasileira, retratos 3x4, moedas antigas e vaquinhas. Estas últimas coleções, especificamente, são oriundas de memórias afetivas que nasceram com seu avô, David Zavareze, um colecionador nato que colecionava simplesmente para guardar histórias.

Chris Lima, nossa quinta entrevistada, é designer, diretora de arte e consultora em projetos criativos. Tem formação em Comunicação Social, Design, MBA em Branding, e atualmente é Mestranda em Artes e Design pela PUC-Rio. Foi diretora da Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADG), professora e assessora de conteúdo do IED-Rio, diretora de arte da SuperUber e coordenadora de comunicação e design da Escola de Artes Visuais do Parque Lage (EAV). Desde 2002 faz a direção criativa da Evolutiva Estúdio, com ênfase nas áreas da cultura e entretenimento para Editora Zahar, Museu Nacional, Grupo Estação, Sony Music, Biblioteca Nacional, Anima Mundi, e outros. Chris coleciona objetos de papeleria, com diferentes tipos de impressão, acabamento, tiragens e formatos.

O sexto entrevistado, Giovanni Vannucchi, foi durante 40 anos sócio da Oz Estratégia+Design, uma das mais reconhecidas empresas da área no Brasil, com premiações e publicações em diversos países. Desde o final de 2019 é sócio da Taba, uma consultoria de marca. É conferencista e jurado em representativos eventos e concursos de design nacionais e internacionais, como no Cannes Lions, dentre outros. Foi um dos fundadores do Comitê de Design da ABRE – Associação Brasileira de Embalagem. Foi um dos fundadores da ADG Brasil – Associação dos Designers Gráficos do Brasil, onde foi diretor em várias gestões. Foi um dos fundadores e vice-presidente da ABEDESIGN – Associação de Empresas de Design, tendo sido diretor em várias gestões. Atualmente faz parte de seu Conselho Consultivo. Desde 2007 é representante do Brasil no Comitê Assessor da Bienal Ibero-americana de Design, organizada por DIMAD – Diseñadores de Madrid. Possui diversas coleções, dentre as quais destaca a de garrafas de azeite, pela qual tem paixão.

Nossa sétima entrevistada, Ana Soter é formada em Design Gráfico pela PUC-RJ onde posteriormente lecionou por 7 anos. É sócia-proprietária da Agência Soter Design, empresa aberta em 1992, e coordenadora da ADG Brasil, de 2002 a 2004. Entre seus principais clientes está o Comitê Olímpico Brasileiro – COB, para quem criou marcas importantes como a do Time Brasil, a do Instituto Olímpico Brasileiro e a da candidatura dos Jogos Rio 2016, incluindo a criação e produção

gráfica do *Bid Book* da Candidatura do Rio 2016 entregue ao COI, o Projeto Comercial Rio 2016 (documento de captação dos patrocinadores oficiais), Relatório Final da Candidatura do Cidade do Rio de Janeiro a Sede dos Jogos Olímpicos de 2016, *Bid Book* para as empresas Oi e Cisco pleiteando patrocínio para os Jogos Olímpicos Rio 2016, a identidade visual dos VII Jogos Sul-Americanos Brasil 2002 e o selo COB Cultural, que tem como proposta divulgar o conhecimento do esporte. Foi responsável pela edição dos Guias do Espectador dos Jogos Rio2016, além de todo projeto do site de Mobilidade da Cidade dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos para a Prefeitura do Rio.

Por sete anos atuou como parceira da OSB - Orquestra Sinfônica Brasileira, modernizando e revitalizando sua imagem com a criação de uma nova identidade visual. Trabalhou durante 12 anos para Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro tendo criado e produzido os livros *Rio Cidade – o urbanismo de volta às ruas*; *Rio preservação e modernidade* (editora Sextante); *Cidade Inteira – consolidação de 5 anos da política habitacional*; *Morro da Conceição – da memória ao futuro*, além da coleção de 4 Guias da arquitetura da cidade (Art Déco, Eclética, Moderna e Neoclássica Romântica e Colonial) e de 8 volumes dos Cadernos de Políticas públicas da Prefeitura.

Editou cerca de 200 livros desde a criação da empresa, dentre eles, muitos ligados à fotografia. Foi responsável por projetos institucionais como o *Guia de Procedimentos para Grandes Eventos - Copa 2014*, *Relatório de Gestão da RioTur*, o livro *Niterói que queremos* e os três volumes do *Plano de ações do Ceará Pacífico*, dentre outros. No ano de 2019 começou a trabalhar para CBF na produção dos Dossiês de Candidatura para Copa do Mundo Sub-20 2021 e para a Copa do Mundo Feminina 2023, o *Relatório Final CONMEBOL Copa América 2019* além dos dois últimos Relatórios de Gestão da confederação.

Desenvolveu importantes projetos de sinalização para espaços públicos cariocas e cearenses: Parque do Flamengo (2004), Parque Madureira (2013-16), Parque da Catacumba (2020), Praça General Osório e o da BECE – Biblioteca Estadual do Ceará, projeto pelo qual recebeu o prêmio Brasil Design Award 2021 e do Bienal Interamericana de Design – Bid 2022 que ficará exposto em Madrid até 2023.

Ana tem diversas coleções, mas suas preferidas são as de brinquedos, objetos e bandejas Faiança.

Billy Bacon, nosso oitavo entrevistado, é um designer carioca de 54 anos, formado em Propaganda e Design Gráfico pela Rocky Mountain College of Art & Design, Colorado, nos Estados Unidos. Entre 1996 a 2005 fundou sua própria empresa de design, a Nú-Dës no Rio de Janeiro que, em 2001, foi considerada por especialistas da área uma das dez melhores empresas de design do Brasil, tornando-se referência nacional em design gráfico e tipografia.

Como entusiasta e pesquisador da tipografia, em 1997 lançou a Subvertaipe, primeira empresa de tipografia brasileira a produzir e comercializar fontes nacionais. A partir de 1999, começou a lecionar desenho gráfico em universidades privadas – entre elas a Universidade Estácio de Sá/ UNESA-RJ, Escola Superior de Propaganda e Marketing/ ESPM-RJ e a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro/ PUC-RJ – além de instituições educacionais do terceiro setor.

Como designer gráfico, expôs seu trabalho em instituições de prestígio, tais como: o Museu Nacional de Belas Artes, o Centro Cultural Banco do Brasil e o Paço Imperial, no Rio de Janeiro; em diversas edições da Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG, e; em exposições de design na Argentina, China, França, Japão, Estados Unidos e Venezuela.

De 2006 a 2008 viveu em Xangai, China, ensinando e coordenando o curso de tipografia do Departamento de Comunicação Visual da Raffles Design Institute. Em ambos os países – Brasil e China – conduziu inúmeros seminários sobre design e oficinas de tipografia.

Em 2009, em conjunto com este autor, Leo Eyer, e outros sócios, criou a Bold°_a design company, empresa de design voltada para o atendimento de clientes corporativos. Pela Bold°, recebemos diversas premiações em competições e exposições de design tanto no Brasil quanto no exterior. Nossos projetos de design foram publicados e receberam destaques em revistas especializadas de design na Alemanha, Argentina, China, Estados Unidos, Itália, Japão e Rússia.

Já organizou, coordenou e participou de diversos eventos de design nacionais e internacionais e foi membro da comissão de jurados em quatro edições da Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG – Associação de Designers Gráficos do Brasil.

Em 2014, ingressou no Medgrupo, empresa na área de ensino que prepara médicos de todo o Brasil para as provas de residência. Desde então, como diretor

de produção e design, é encarregado de criar, coordenar e produzir todos os materiais didáticos e de comunicação das empresas do grupo.

Billy é um multi-colecionador que coleta e guarda tudo que tem significado para ele durante sua vida profissional. São filipetas de festa, disquetes de fontes, cartazes, computadores, livros, revistas e muitas outras coisas que, juntas formam o que ele entende como a coleção da sua vida; projeto que pretende organizar, catalogar e expor após sua aposentadoria.

Com 30 anos de experiência, nosso nono entrevistado, Leo Buggy é mestre em design (UFPE) e especialista em gestão (Fundação Dom Cabral). Dirigiu várias empresas, fundou a 1ª digital type foundry nordestina (a Tipos do aCASO), o Laboratório de Impressos em Olinda-PE, o Laboratório de Tipografia do Agreste em Caruaru-PE, o Laboratório de Tipografia do Ceará em Fortaleza-CE e alguns cursos de graduação e pós-graduação em design pelo país. Designer premiado nacional e internacionalmente, possui trabalhos no acervo do Letterform Archive desde 2015 e foi considerado em 2019 pela ADG Brasil um dos 30 designers mais influentes do país. Em 2022 foi escolhido pelo Museum of Printing como o personagem mais importante da história da tipografia brasileira e “convocado” para representar o Brasil na World Cup of Printing History. Autor de diversos livros – um deles, O MECOTipo, referência no ensino de design brasileiro – atualmente é membro da Conselho Editorial da Estereográfica, da Editora IFCE, vice-presidente do Conselho Editorial da Serifa Fina e professor da UFC.

Buggy se considera um colecionador de coleções. Elas vão de catálogos de moda dos anos 1980, um de seus primeiros contatos com produtos de design gráfico, a coleções de tipos móveis em madeira e metal, livros, impressoras tipográficas, impressoras offset, equipamentos gráficos, instrumentos musicais e acessórios, no entorno dos quais gravitam seus interesses pessoais e profissionais.

Alex Nako, nosso décimo entrevistado, é um designer com mais de 20 anos de experiência. Sua curiosidade pela interseção entre tecnologia e expressão sempre foi o fio condutor de seus interesses. Por isso, apesar de ter começado sua carreira como designer gráfico, logo se viu enveredando por mídias interativas. Em 2006 foi convidado para se juntar ao time da Nokia Design para desenvolver suas interfaces e, desde então, consolidou-se no digital. Ele trabalhou para startups, empreendeu algumas de suas próprias ideias e hoje é Diretor de Design na Meta, liderando todos os produtos de monetização do Facebook.

Em 2020 iniciou dois projetos: o canal de conteúdos online “Curva do Sorriso” e sua coleção de relógios de pulso.

Todas as entrevistas foram produtivas e os entrevistados muito solícitos, falando de forma aberta e transparente sobre os assuntos perguntados, entendendo que era uma nova abordagem, não pensada anteriormente por eles.

4.3 Organização dos dados coletados

A organização e a análise dos dados da pesquisa foram realizadas através de uma análise de conteúdo. O autor utilizado como referência para esta parte da pesquisa foi Roque Moraes, que apresenta no artigo *Análise de conteúdo* (1999) uma explicação clara do método. Ele divide o método em cinco etapas: (i) preparação das informações; (ii) transformação do conteúdo em unidades; (iii) categorização ou classificação das unidades em categorias; (iv) descrição, e; (v) interpretação das informações.

Segundo Moraes (1999), a análise de conteúdo é uma metodologia de pesquisa que pode ser usada para descrever e interpretar o conteúdo de todos os tipos de documentos e textos. Essa análise ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além do de uma leitura comum. Ele diz também que a análise de conteúdo é fruto de uma interpretação pessoal do pesquisador com relação à percepção que tem dos dados da pesquisa, não sendo possível o estabelecimento de uma leitura neutra.

Moraes (1999) ressalta também que uma pesquisa que utiliza como metodologia a análise de conteúdo deve ter claros seus objetivos. Nossa pesquisa tem como objetivo geral contribuir para a compreensão da relação entre pensamento de design, ou “*design thinking*” e pensamento de coleção ou “*collection thinking*”. Para compreendermos melhor a relação entre os conceitos citados, seria importante primeiramente investigar como diferentes autores compreendem o conceito de *design thinking*; entender como os designers pensam seus projetos; avaliar e compreender como designers pensam suas coleções; investigar como diferentes autores definem os conceitos de coleção e de colecionador e verificar se os designers estabelecem relações entre as formas de pensar seus projetos e suas coleções.

Nesta pesquisa, que tem objetivos exploratórios, se utilizando de procedimentos de entrevistas semiestruturadas para a coleta de dados, definimos como unidades mínimas de análise as frases dos entrevistados. Para que elas possam ser analisadas durante o processo, é fundamental que contenham em si significados completos. Sendo assim, após as entrevistas, fizemos para cada designer um quadro onde selecionamos, organizamos e apresentamos as frases mais relevantes de cada resposta, agrupadas em função das perguntas realizadas. Esta foi a forma encontrada para deixar esta parte da pesquisa organizada, sintética e compreensível. Seu conteúdo está disponível no Anexo ao final desta dissertação.

A partir da última pergunta de cada entrevista, percebendo ser consistente o estabelecimento de uma relação entre projetos específicos dos designers e suas coleções, achamos importante investigar mais a fundo a relação presente em cada um dos casos citados. Fizemos, então, mais uma rodada de entrevistas com cada um dos designers, focando nos projetos mencionados e realizando também a documentação visual tanto da coleção quanto do projeto relacionado a ela.

Apresentamos abaixo resumos da segunda rodada de entrevistas realizada com cada designer, assim como o registro fotográfico específico das coleções e dos projetos a elas relacionados.

4.3.1 Ricardo Leite: coleção de quadrinhos e projetos de capas dos Paralamas do Sucesso

Ricardo entende que precisou da distância de muitos anos para se conscientizar da influência que seus projetos de design sofreram do universo simbólico e estético das histórias em quadrinhos.

Para ele, é inquestionável que sua formação cultural foi forjada pelo *blend* das revistas em quadrinhos que comprava, lia e colecionava com zelo e muito cuidado para nada danificá-las; da música (principalmente após o fenômeno da beatlemania que o pegou aos 7 anos) quando passou a viajar nas canções e capas dos discos; e das séries de TV (*National Kid*, *Bonanza*, *Perdidos no Espaço*, etc.) que assistia enfeitado. Ele não só consumia e colecionava: literalmente vivia essas mídias com intensidade e constância.

Quando, cerca de duas décadas depois, aos 26 anos assinou o design da sua primeira capa de disco – *Cinema Mudo* – inconscientemente explorou a composição gráfica das histórias em quadrinhos. Olhando hoje (já ciente dessa influência) isso fica evidente, mas na época ele não via essa clareza. Vendo mais amplamente, toda a técnica da arte sequencial, como Will Eisner denominou as histórias em quadrinhos, se fez presente nos seus projetos de design para discos e mesmo para outras áreas, afinal, diz ele: “o que é comunicação visual além de uma forma de contar histórias através de imagens?”. Destaca também que, para ele, tipografias são imagens que explora nas peças criadas. Basta olhar para a titulação na capa de *O Passo do Lui*, outro disco feito para Os Paralamas do Sucesso, para certificar-se da força gráfica obtida pelas letras.

Nesse ponto, cabe revelar a grande influência que sofreu também do trabalho de Neville Brody, designer inglês que assinava o projeto gráfico da revista *Face*, que também colecionava. Por consequência da influência de seu projeto editorial, seus projetos de design de discos se tornaram inovadores por se utilizarem de mais de uma imagem (recurso típico dos quadrinhos) em suas capas, num estilo que poderia ser chamado de editorial.

Portanto, seja das revistas em quadrinhos, das próprias histórias em quadrinhos ou das revistas inglesas da década de 1970/1980, seu design está diretamente relacionado ao colecionismo que o acompanha desde a infância.

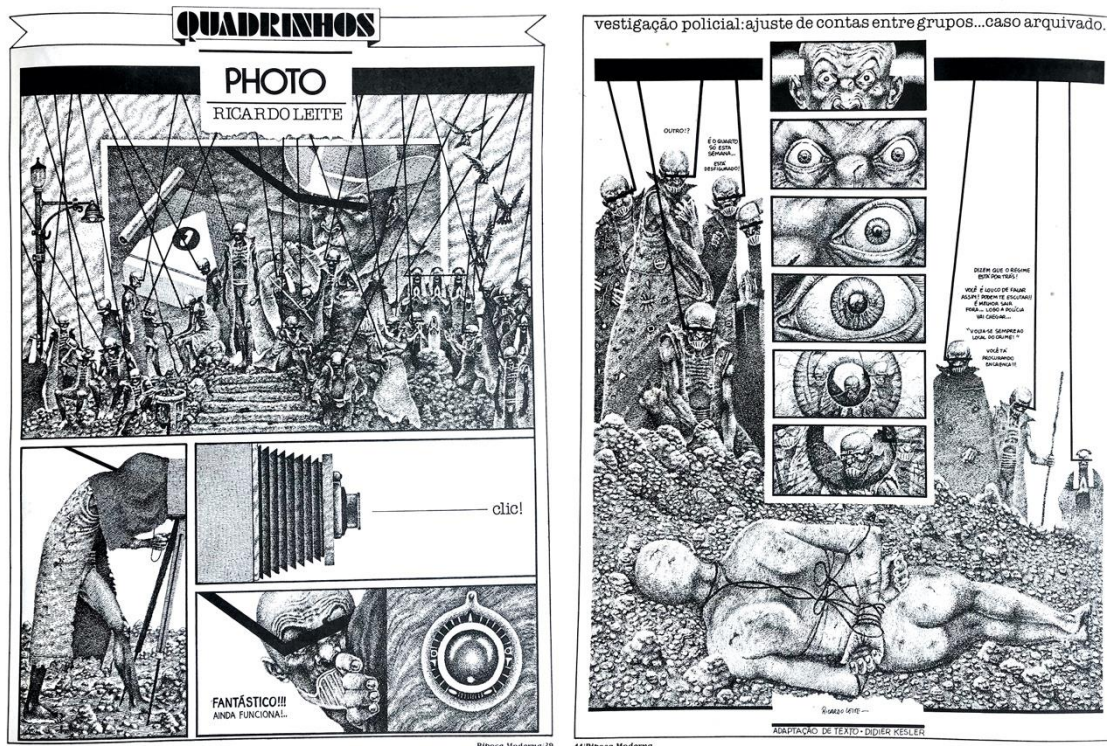


Figura 6: Página dupla da Revista Quadrinhos da coleção de Ricardo Leite.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

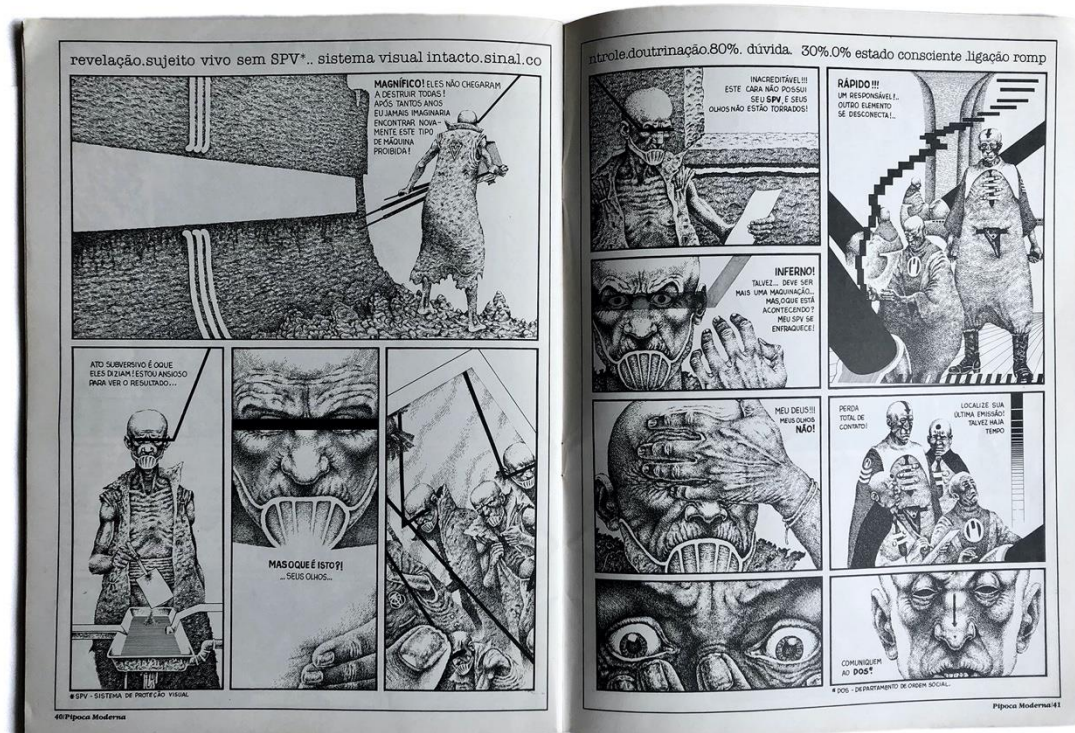


Figura 7: Página dupla da Revista Quadrinhos da coleção de Ricardo Leite.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

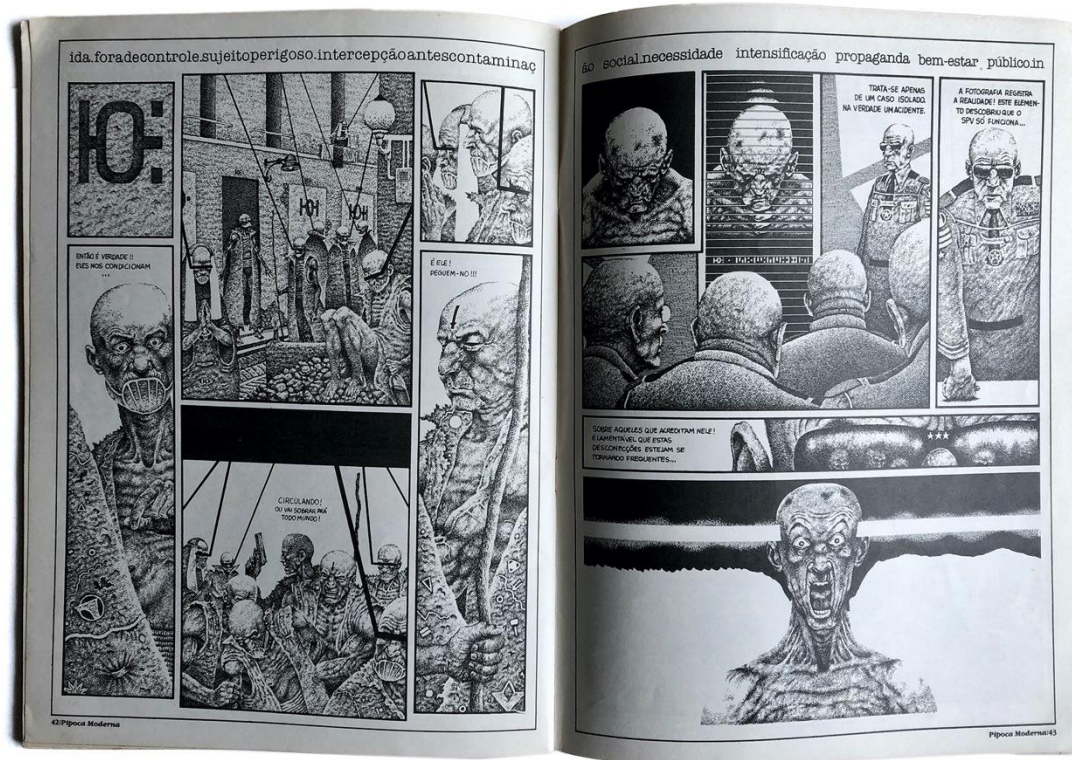


Figura 8: Página dupla da Revista Quadrinhos da coleção de Ricardo Leite.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

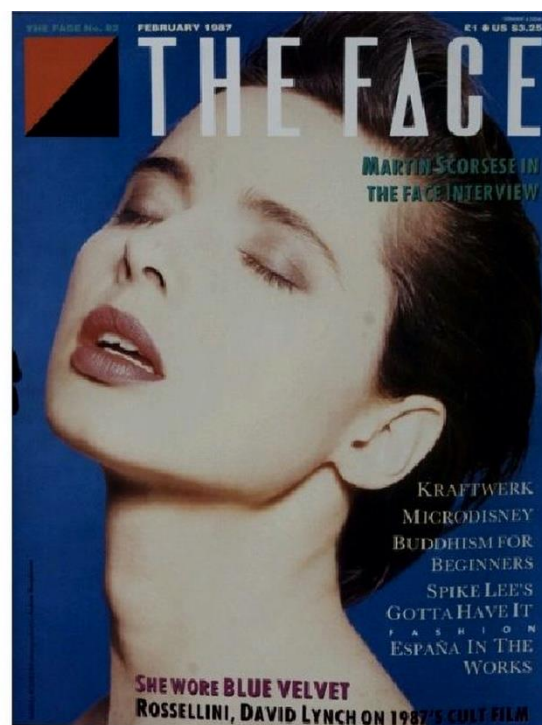
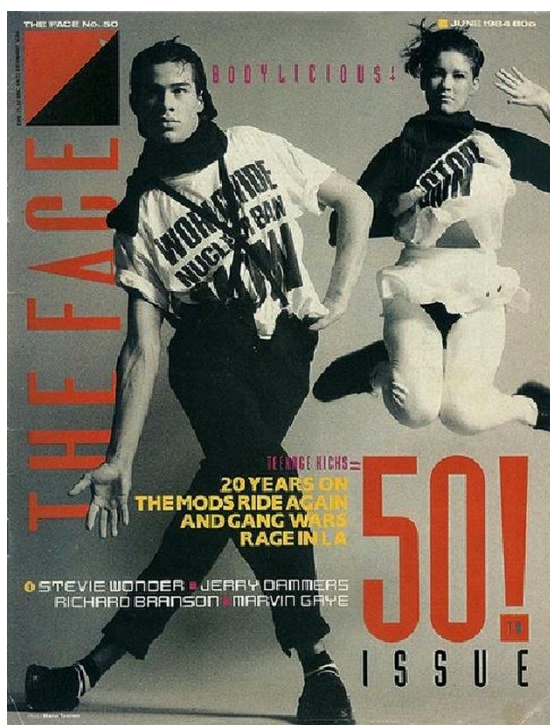


Figura 9: Capas da Revista *The Face* da coleção de Ricardo Leite.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 10: Página Dupla da Revista *The Face* da coleção de Ricardo Leite.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 11: Página Dupla da Revista *The Face* da coleção de Ricardo Leite.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

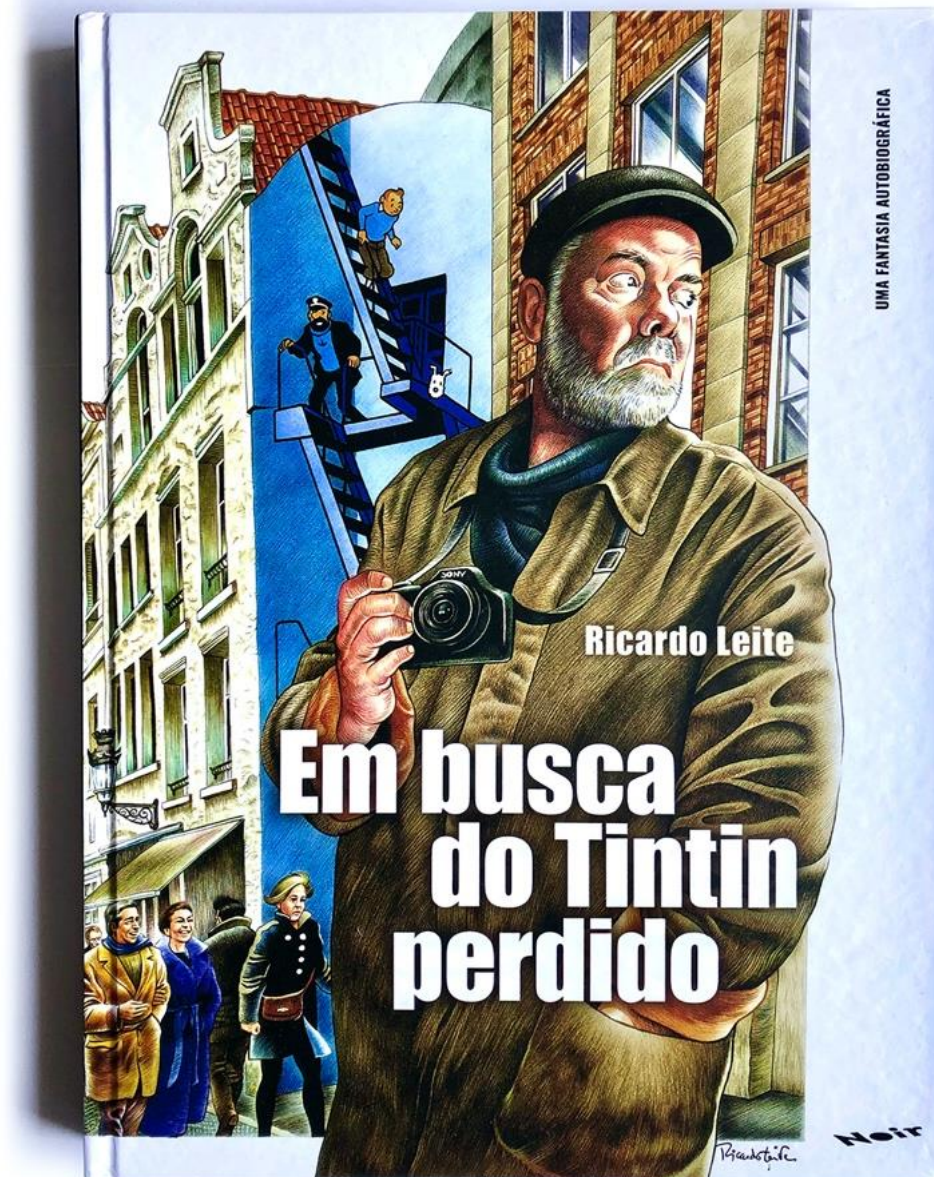


Figura 12: Capa do álbum de história em quadrinhos *Em busca do Tintin perdido*.
Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 13: Página dupla do álbum de história em quadrinhos *Em busca do Tintin perdido*.
Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 14: Página dupla com índice do álbum de história em quadrinhos *Em busca do Tintin perdido*.

Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal.

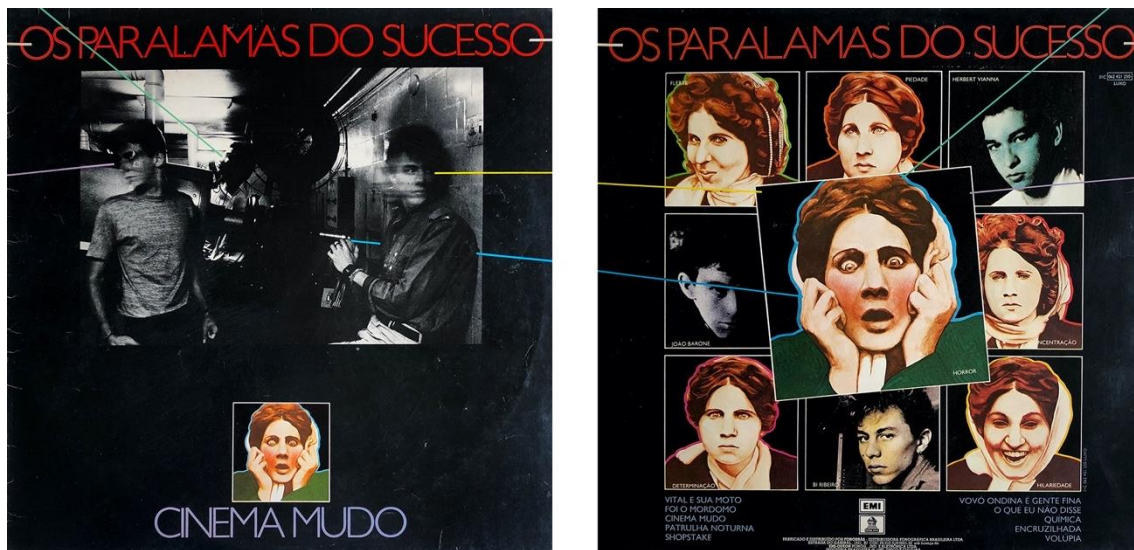


Figura 15: Capa e quarta-capa do disco *Cinema mudo* dos Paralamas do Sucesso.

Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.

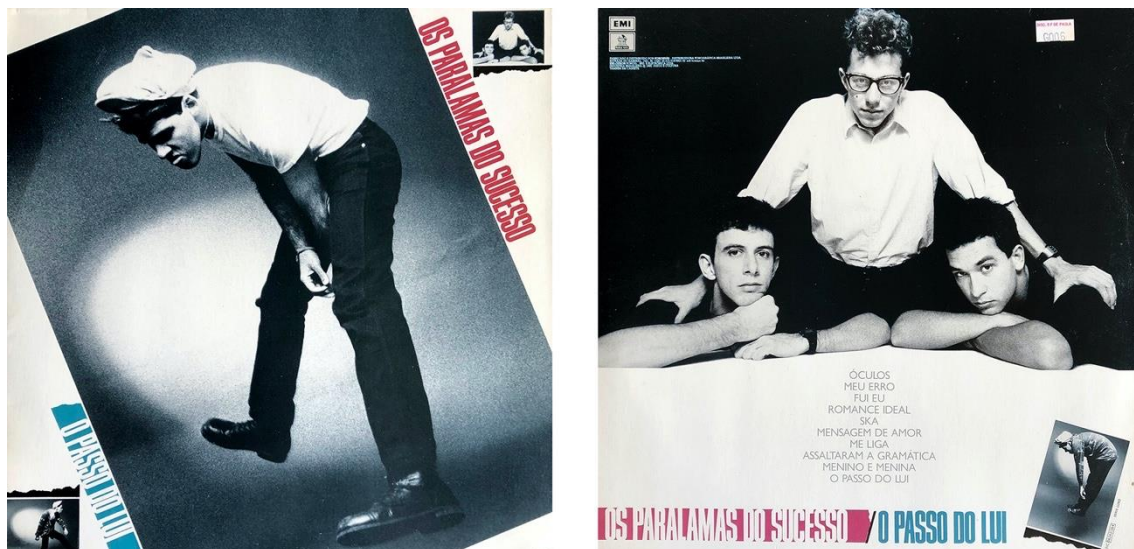


Figura 16: Capa e quarta-capa do disco *O Passo do Lui* dos Paralamas do Sucesso.

Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 17: Frente do encarte do disco *O Passo do Lui* dos Paralamas do Sucesso.

Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.

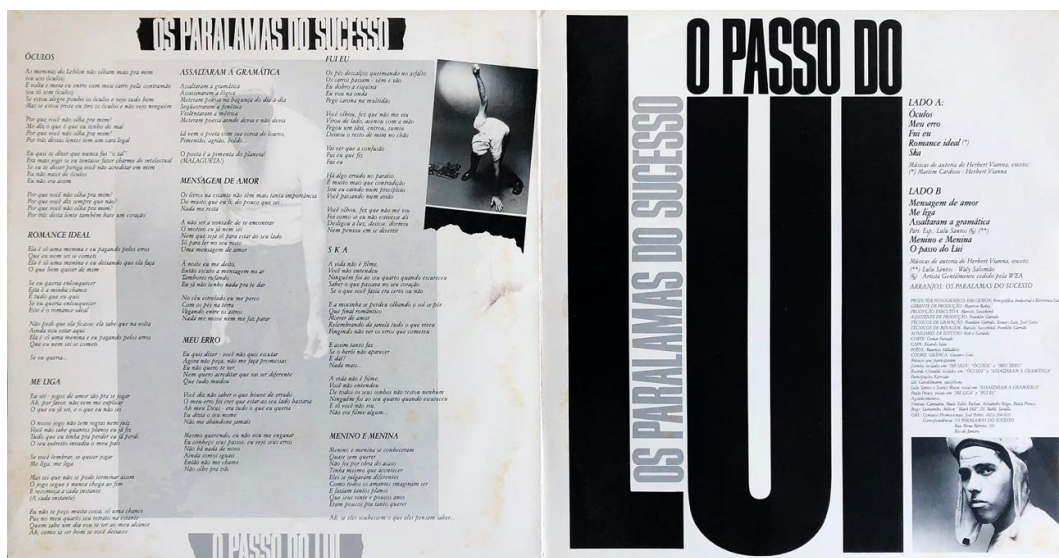


Figura 18: Verso do encarte do disco *O Passo do Lui* dos Paralamas do Sucesso.

Fonte: Projeto de Ricardo Leite / Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.2 Bruno Porto: coleção de folhetos de segurança de aeronaves e projetos *Memórias tipográficas* e *Dingbats Brasil*

Quando criança, nos anos 1970, Bruno ficava fascinado com qualquer mídia que se assemelhasse, mesmo que superficialmente, aos seus interesses principais: as histórias em quadrinhos e os desenhos animados. Qualquer representação mais estilizada do real atraía sua atenção, fossem mascotes publicitários como o Tucano da Varig e o Marreco da Casas Sendas (construído a partir da letra S) ou aberturas

de séries de TV com atores de carne e osso, como *Jeannie é um gênio* e *Terra de Gigantes*.

Foi provavelmente em uma viagem do Rio de Janeiro à São Paulo, onde a maior parte da família de sua mãe se encontrava, que descobriu uma história em quadrinhos um tanto diferente das que lia nos gibis da EBAL e na página de tiras do jornal *O Globo*. Era uma folha de papel-cartão impressa à uma cor (o que era comum, em se tratando da época), com quadrinhos e ilustrações um tanto repetitivos e fora de ordem, sem balões de diálogo, mas que mostravam o que os passageiros deveriam fazer (ou não fazer) a bordo de um avião, inclusive em caso de acidente.

Ao longo de quatro décadas, Bruno ignorou solenemente a proibição de retirar as instruções das aeronaves e veio discretamente colecionando os folhetos de instruções de segurança mundo afora. É uma coleção compatível com ele: uma pessoa que já percorreu cerca de 40 países, morou na Ásia, América do Norte e Europa, e tem amigos que também viajam.

Seu interesse inicial recaía sobre as diferenças de estilos usados para ilustrar as mesmas situações, e frequentemente se viu tentando decifrar o que levou àquelas decisões específicas. Por exemplo: usar um estilo mais cartunescos ou pictogramas para a representação dos passageiros é uma tentativa de suavizar a ideia de que todos poderão morrer na ocasião de um pouso de emergência? Ou seria mais eficiente se valer de uma representação mais realista, como a das instruções de cinto de segurança ou do local adequado para guardar as malas de mão, que apresentaria a postura correta a ser adotada por passageiras gestantes ou com crianças de colo?

À medida que a coleção crescia, percebeu que ela permitia não apenas comparar diversas formas de comunicação visual em culturas diferentes, como também através dos tempos. Para ele era evidente a evolução das ferramentas de desenho e recursos para representação visual, desde catálogos de *cliparts* das décadas de 1970 e 1980, passando pelo desenho vetorial (e uma certa banalização do degradê) feito em computadores a partir dos anos 1990, até o uso de software de modelagem tridimensional nos dias de hoje. Além disso, o aperfeiçoamento da produção gráfica no que se refere a qualidade de impressão, acabamentos e formatos se uniu a um panorama da evolução do design de pictogramas e sistemas de identidade visual deste segmento: é o design como ferramenta do registro dos hábitos e costumes (como a proibição do cigarro, por exemplo) da sociedade e da própria vida moderna. Isso inclui também, é claro, o design dos próprios aviões, de

seus equipamentos de segurança e objetos dos passageiros. Folhetos de quatro décadas atrás mostram modelos obsoletos de rádios e walkman, que foram substituídos gradualmente por pagers e celulares do tamanho de um tijolo, até chegar aos computadores laptops e smartphones de hoje. Roupas, acessórios (como bolsas, óculos e guarda-chuvas) e cortes de cabelo de outrora também são motivos de risadas, sobretudo quando representados com fotografias. Para ele, de alguns anos para cá, é possível observar também uma maior diversidade étnica na representação dos passageiros.

Este mesmo interesse pelo vernacular e pelo design como documento da percepção da realidade através do tempo pode ser observado em alguns de seus projetos.

Seu primeiro livro, *Memórias tipográficas das laranjeiras, Flamengo, Largo do Machado, Catete e adjacências* (2003), bem como sua versão ampliada *Typographic memories of Rio de Janeiro* (2019), são compostos por registros fotográficos que fez dos letreiros de estabelecimentos comerciais dos bairros cariocas onde passou sua infância e juventude, ao longo das três últimas décadas do século passado. A escolha do tema e a justaposição de imagens que adotou no layout das páginas induziu ao mesmo tipo de comparação que fez entre os folhetos de segurança aérea, só que se valendo dos elementos que compõem os letreiros, como tipografias, paletas de cores e iconografia. Compôs, por exemplo, páginas apenas com fotos de epígrafes e placas com letras no estilo Art Deco, outras só com letreiros de fundos amarelos, e uma outra ainda reunindo ícones de comida, como fatias de pizza e sorvete de casquinha.

Neste sentido, trouxe também para estes livros questões semelhantes às que sua coleção de folhetos lhe propiciava. Teria a adoção de um logotipo original — mesmo que de desenho rudimentar — em meio a dominância de letreiros padronizados, motivada pelo escasso catálogo de tipos do fornecedor — ou havia no proprietário do armário conhecimentos estratégicos superiores aos de seus vizinhos? Ou teria ele um filho com jeito para desenho? Quem veio primeiro: o ícone do letreiro ou da capa do cardápio do restaurante? Observa-se ainda a obsolescência, não de aparelhos eletrônicos ou de estilos de roupas, mas de acentuação de palavras (por conta de reformas ortográficas), números de telefone com apenas sete dígitos, e termos como “entregas à domicílio”.

Outro dos desafios que enxerga em boa parte dos folhetos de instruções de segurança que compõem sua coleção é a busca por uma linguagem uniforme na representação visual de itens extremamente desiguais, como uma aeronave e um sapato de salto alto, ou um bebê de colo e um escorrega inflável. Embora os bons projetos de design consigam chegar a uma uniformidade de traços, cores e texturas nos desenhos, observa-se a adoção de múltiplos partidos gráficos, em muitos casos de forma insatisfatória. Os típicos ícones de cigarro, computador laptop e sinal de wi-fi, por exemplo, possuem uma quantidade de detalhes diferentes que não são transpostos de forma homogênea para pictogramas que ficam dispostos lado a lado. Da mesma forma, o manuseio de um objeto pequeno como o cinto de segurança possui proporções muito diferentes de uma cena em que o passageiro deve arrastar-se pelo chão em caso de fumaça na cabine.

Esses temas específicos surgiram em um projeto que Bruno desenvolveu. No início de 2015, Santiago Mourão e Bruno coordenaram o projeto de desenvolvimento da fonte pictórica de download gratuito *Dingbats Brasília*, realizada pelo estúdio brasileiro Grande Circular. Desenvolvida como um dos legados do Festival Retrato Brasília, realização do Centro Cultural Banco do Brasil e do Correio Brasileiro, a iniciativa visava a resgatar parte da memória afetiva da cidade, que então comemorava 55 anos. A fonte apresentava uma coleção de elementos iconográficos e culturais pouco explorados da capital brasileira, distanciando-se dos conhecidos marcos arquitetônicos, urbanísticos, artísticos e políticos que compõem o *ethos* da cidade. Em outras palavras, ao invés do icônico prédio do Congresso Nacional, representaram a caixa d'água da cidade-satélite Ceilândia, ponto referencial do entorno da capital, inaugurado em 1974; no lugar do fundador da cidade, presidente Juscelino Kubitschek, selecionaram o Gurulino, personagem grafitado pelos muros e paredes das passagens subterrâneas da cidade pelo artista plástico Pedro Sangeon. A solução para representar tamanha diversidade do imaginário local — que inclui ainda animais, meios de transporte, esculturas, árvores, monumentos, comidas, itens de mobiliário urbano, entre outros — foi adotar um grid de construção geométrico que o interpretasse de forma minimalista e modular. Inversamente oposto aos aspectos mais problemáticos — pela ótica do design — dos itens de sua coleção de folhetos, a coleção de signos da *Dingbats Brasília* tem na similitude visual seu ponto mais forte.



Figura 19: Coleção de folhetos de segurança de aeronaves de Bruno Porto.
 Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 20: Capa do livro Memórias Tipográficas.

Fonte: Projeto de Bruno Porto / Acervo pessoal do entrevistado.

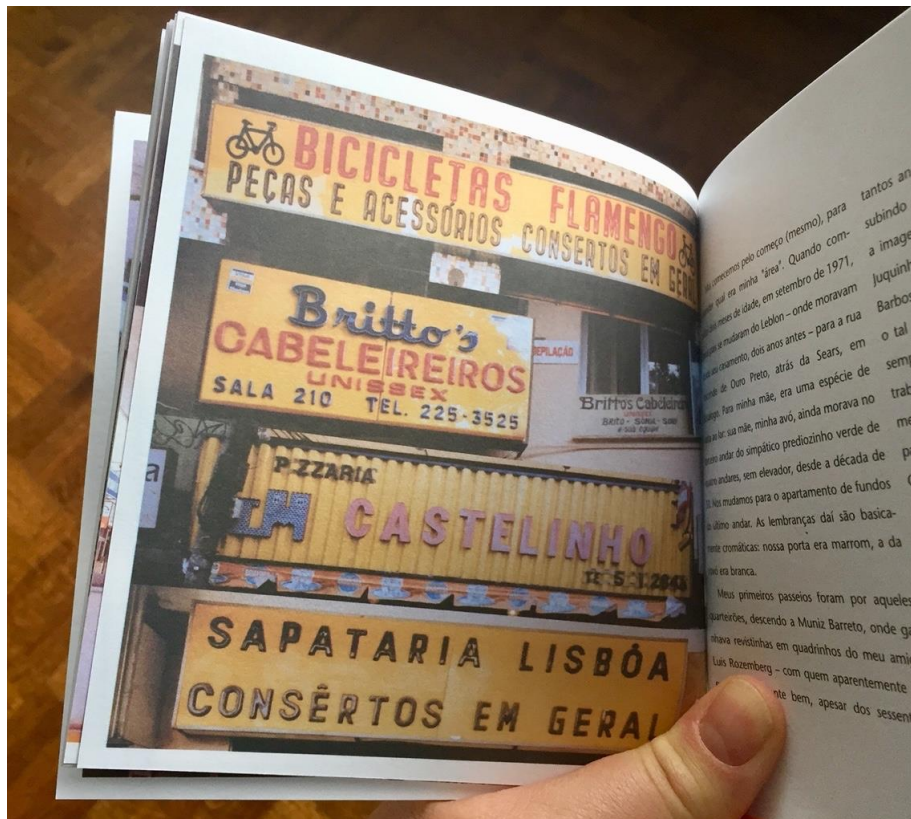


Figura 21: Página dupla do livro Memórias Tipográficas de Bruno Porto.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 22: Página dupla do livro Memórias Tipográficas de Bruno Porto.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

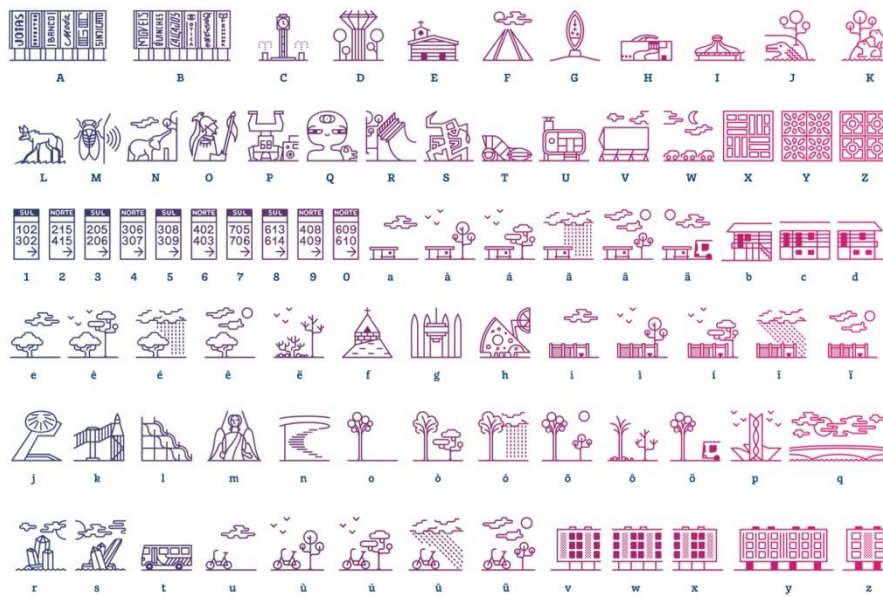


Figura 23: Coleção de Pictogramas Dingbats Brasília. Projeto coordenado por Bruno Porto. Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.3 Marcelo Martinez: coleção de Batman e projetos Almanaque Anos 80 e livro-jogo das copas Globo Esporte

Marcelo acredita que todo colecionador estabelece critérios para seu acervo. Ele entende que, independentemente de ser uma vultuosa coleção de arte moderna ou uma singela prateleira de corujinhas de vidro da titia, algum recorte curatorial se faz presente, ainda que dentro de uma lógica particular.

Ele tem grande interesse por cultura pop e processos de reprodução em série, além de algumas dezenas de bonecos de personagens variados, dentre outras coleções. Para ele, no entanto, sua coleção mais importante é a de bonecos Batman, na qual vê diversas questões interessantes que a fazem se destacar das demais.

Iniciada originalmente por questões afetivas, essa coleção de aproximadamente 40 itens o satisfaz tanto como fã do bom design como também dos quadrinhos. Ele afirma sentir-se atraído pela engenharia por trás de um brinquedo funcional, que adapta uma arte original em 2D, transformando-a numa escultura articulada. Essa “mágica” da engenharia e da produção em escala é, para ele, encantadora e diferencia seus bonecos Batman das estatuetas mais artesanais

não-articuladas desenvolvidas por escultores, por mais artisticamente virtuosos que sejam seus trabalhos.

Todos seus bonecos articulados são inspirados no trabalho de artistas ou designers que admira desde a infância e adolescência: George Pérez, Alex Toth, Darwyn Cooke, Bruce Timm, Frank Miller. Algumas peças são do seriado de 1966, cujo visual ele adora. Afirma que nenhum dos itens é raríssimo ou exclusivo. Acredita que, muito provavelmente, com a aquisição de algumas poucas peças consideraria esta coleção completa, dentro do conceito que estabeleceu para o espaço expositivo escolhido — no caso, uma simples prateleira em sua sala de trabalho.

Estendendo o raciocínio para seu trabalho como diretor de arte e designer editorial, Marcelo cita alguns casos nos quais a pesquisa iconográfica foi refinada por escolhas que definiram um recorte curatorial específico.

No *Almanaque anos 80* (2004), primeiro de uma série de livros sobre nostalgia, ele tinha à disposição um vasto material iconográfico. Isso o fez optar por desenhar um livro propositalmente poluído visualmente, com mais de duas mil imagens ao longo de suas páginas. Cadernos de páginas em cores interrompiam os capítulos como ilhas visuais, sem texto. E, dentro do conceito que estabeleceu, quanto mais camadas de informação sobre aquela década tivesse o item, melhor. Desta forma, ao invés de usar a capa de um disco, fotografada em estúdio, era preferível escanear uma capa de revista jovem que trazia a mesma foto, mas que também incorporava o logotipo da revista, seu preço na moeda da época e *splashes* de promoção. Já as fotos de objetos em estúdio exploravam ângulos e luzes de forma mais artística do que meramente documentais. Essa mistura definiu o tom pop, divertido e anárquico do produto, características também daquela década.

Raciocínio semelhante foi utilizado no *Livro-Jogo das Copas Globo Esporte* (2010), no qual escolheu não mostrar os times do Brasil em fotografias posadas, preferindo utilizar imagens relacionadas ao colecionismo e à cultura popular. Por isso, procurou colecionadores que possuísem caixas de fósforo com os jogadores do Brasil, tampinhas de refrigerante e figurinhas de álbuns diversos, bem como recortes de jornal com informações como data e preço.

Marcelo entende que a direção de arte funciona como uma curadoria, no sentido de que determina o que é relevante e aderente com o conceito inicial,

promovendo o diálogo entre as peças e a construção de um conjunto coerente dentro daquele recorte, valendo-se de saberes artísticos, técnicos e culturais.



Figura 24: Coleção de Batman de Marcelo Martinez.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

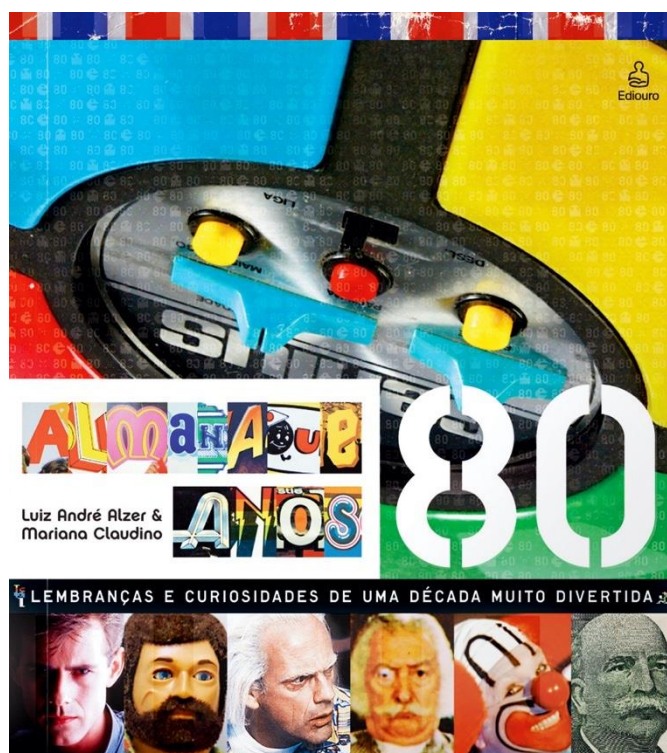


Figura 25: Capa do livro *Almanaque anos 80*.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 26: Página dupla do livro *Almanaque dos anos 80*.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 27: Página dupla do livro *Almanaque dos anos 80*.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.

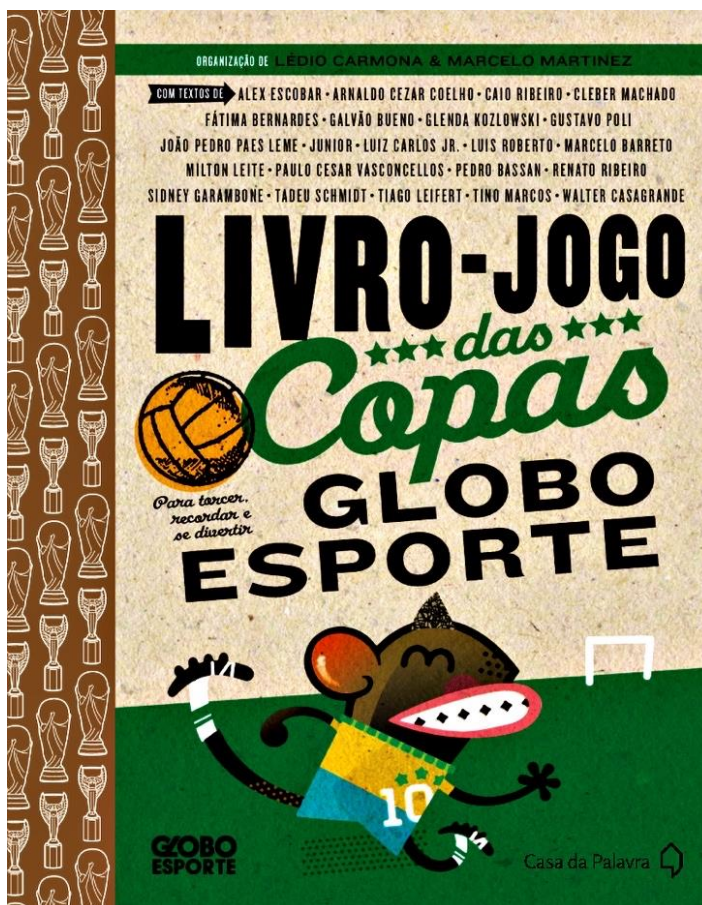


Figura 28: Capa do Livro-Jogo das Copas Globo Esporte.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 29: Página dupla do Livro-Jogo das Copas Globo Esporte.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 30: Página dupla do *Livro-Jogo das Copas Globo Esporte*.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 31: Página dupla do *Livro-Jogo das Copas Globo Esporte*.

Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.

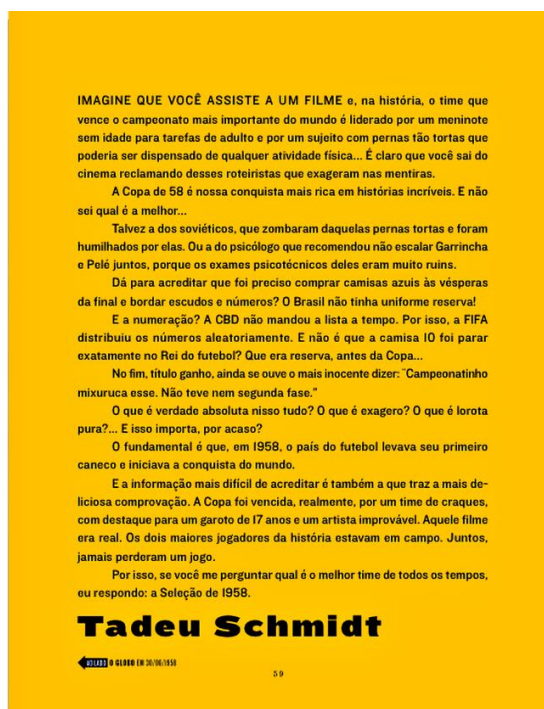




Figura 32: Página dupla do *Livro-Jogo das Copas Globo Esporte*.
 Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 33: Página dupla do *Livro-Jogo das Copas Globo Esporte*.
 Fonte: Projeto de Marcelo Martinez / Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.4 Batman Zavareze: coleção de retratos pintados de Mestre Júlio e show dos Tribalistas

Nos últimos 22 anos, Batman teve o privilégio de viajar por muitas cidades do Brasil profundo, longe das capitais, trabalhando em documentários e séries para televisão e cinema que revelavam em todas regiões do país a cultura, o folclore e a arte brasileira. Música do Brasil, Danças Brasileiras, Mundo da Fotografia, Balaio e Identidade Brasil, por exemplo, abordavam mestres do artesanato, da dança e das artes visuais de lugares ermos de nosso país continental.

Durante estes projetos ele entrou em contato com diversos mestres, com saberes imensuráveis, muitas vezes analfabetos, que transmitiam seus conhecimentos a seus familiares criando um culto à ancestralidade. Ele afirma que a maioria dessas pessoas, longe dos grandes centros e das capitais do país, desenvolve uma economia passada de pai para filho por gerações, que os transformam em personagens especiais nas cidades onde moram. São respeitados, considerados filósofos populares e seus ditos viram muitas vezes poesias, contos, lendas e folclores nas vozes de outros artistas.

Ele acredita que as Regiões Norte e Nordeste Brasileiras conseguiram desenvolver uma produção artística muito autoral, genuinamente brasileira, mesmo com suas diferenças e influências – algo muito autêntico esteticamente. Ele é particularmente fascinado pela grande concentração de mestres artesãos existentes no Ceará, Pernambuco e Bahia.

O cearense Mestre Júlio Santos, mundialmente conhecido pelos seus retratos pintados, representa para ele uma profunda referência do Brasil real, do Brasil de verdade que não chega nas TVs e da maioria dos moradores das metrópoles brasileiras. Suas imagens retocadas contam histórias e carregam uma memória afetiva muito forte junto com sua técnica que mistura artesanaria com tecnologia fotográfica. Mestre Júlio, segundo ele, permite possibilidades inimagináveis para grande parte da população através das pinturas e interferências que faz em suas fotos, tais como: vestir um terno ou um vestido de noiva para aquele casal humilde que nunca teve a chance de usa-lo, colocar cabelo no calvo, descolorir os cabelos da mulher ou abrir os olhos de um defunto na última foto feita no caixão de seu funeral.

Desde seu primeiro contato com ele, quando encomendou 22 anos atrás um retrato pintado de seu casamento, Batman vem colecionando seu trabalho, adquirindo fotos e comprando outras que jamais foram buscadas pelos interessados. Foi uma coleção que surgiu pela admiração tanto por Mestre Júlio, quanto pelo trabalho desenvolvido por ele. Sua coleção contempla hoje mais de 100 retratos pintados e continua crescendo.

Em 2019, ele foi convidado para fazer a direção de arte do show dos Tribalistas e, no projeto, queria contar as histórias pouco reveladas do Brasil, através da arte popular brasileira. A referência principal do projeto foi o trabalho de Mestre Júlio, que apresentava um Brasil plural que seria visto por mais de 350 mil pessoas em 36 shows lotados. Era um Brasil desconhecido por muitos, mas ainda assim encantador e conectado com nossas raízes.

Para o projeto, além de sua coleção, utilizou um trabalho especialmente encomendado a Mestre Júlio: um retrato pintado dos três Tribalistas, Carlinhos Brown, Marisa Monte e Arnaldo Antunes jovens, vestidos para uma festa. Mestre Júlio sugeriu formar um trio com uma noiva e dois maridos. Foram enviadas a ele, pelos correios, como sempre exige fotos 3x4 individuais de cada um, sobre as quais ele desenvolveria seu trabalho.

O resultado do projeto pode ser visto na música “Um Só”, na qual no refrão canta-se “(..) juntos somos um só...” que para Batman representa o lado encantador do Brasil, reforçando a importância da preservação de nossa memória, seja através de coleções como as minhas ou por grandes instituições de arte e cultura que podem perpetuar a arte identitária de um país como o nosso.



Figura 34: Retratos pintados sobre fotos 3x4 de Mestre Júlio.

Fonte: Acervo pessoal de Batman Zavareze.



Figura 35: Retrato pintado do casamento de Batman e Mirian por Mestre Júlio.
Fonte: Coleção Batman Zavareze.



Figura 36: Retrato pintado dos Tribalistas por Mestre Júlio.
Fonte: Coleção Batman Zavareze.



Figura 37: Show Tribalistas. Música *Um só*.

Fonte: Projeto de Batman Zavareze / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 38 Show Tribalistas. Música *Um só*.

Fonte: Projeto de Batman Zavareze / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 39: Show Tribalistas. Música *Um só*.

Fonte: Projeto de Batman Zavareze / Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.5 Chris Lima: coleção de papelaria e projeto de objetos de papelaria com tiragem limitada

Chris tem, desde criança, absoluto fascínio por papelaria. Tem também coleções de cartazes e *memorabilia* de cinema, bonecos e muitas outras pelas quais, apesar do afeto, tem hoje uma relação diferente, com menos apego. Mas papelaria ainda é o seu ponto fraco: cadernos, cadernetas, blocos, papéis, notas, cartazes, cartazetes, capas, filipetas, papel de embrulho, volantes, fichas, formulários, páginas, peças com diferentes acabamentos – toda e qualquer coisa relacionada ao universo do papel.

Ela percebe uma ligação diferente com as coisas que coleciona: para ela, quando gosta de alguma coisa, compra; mas quando gosta muito, coleciona. Para ela, colecionar permite um outro nível de relação com os objetos e muitas vezes vê suas coleções como um reflexo dela mesma. “É como se pudessem me ver e compreender a partir de minhas coleções”, afirma.

Para ela, toda coleção é um artefato do tempo que se relaciona com a quantidade, mas não com o acúmulo ou consumo exacerbado. Ela vê sua coleção de objetos de papelaria com admiração, como um conjunto de peças que gostaria de ter feito, como uma curadoria de objetos que a representam.

Como designer, entende que os cadernos conciliam duas áreas de seu interesse: design gráfico e de produto. Colecioná-los permite que ela pratique um exercício de categorização, organizando-os segundo suas características tanto estéticas, quanto funcionais e produtivas.

Outra característica considerada importante por ela, que reflete sobre seu trabalho como designer, é observar que peças da coleção com uma mesma finalidade têm infinitas possibilidades tanto de soluções visuais quanto de produção.

Chris acredita também que em todo projeto de design existe uma sistemática, uma organização de pensamento, e que colecionar é um exercício que ajuda muito na construção desse raciocínio e processo.

Falando especificamente dos cadernos de sua coleção de papelaria, vemos uma questão particular: eles não são apenas colecionados; são também utilizados, funcionando para ela também como uma espécie de diário de bordo que registra as passagens e mudanças no tempo.

Essa atração irresistível por objetos de papeleria resultou num projeto muito especial: sua linha exclusiva de papeleria que conta com uma série de peças com tiragem limitada, compondo assim mais uma coleção de objetos de desejo – não mais apenas para ela – mas também para todas as pessoas que adquirem e admiram seu trabalho.



Figura 40: Parte da coleção de papeleria de Chris Lima.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.

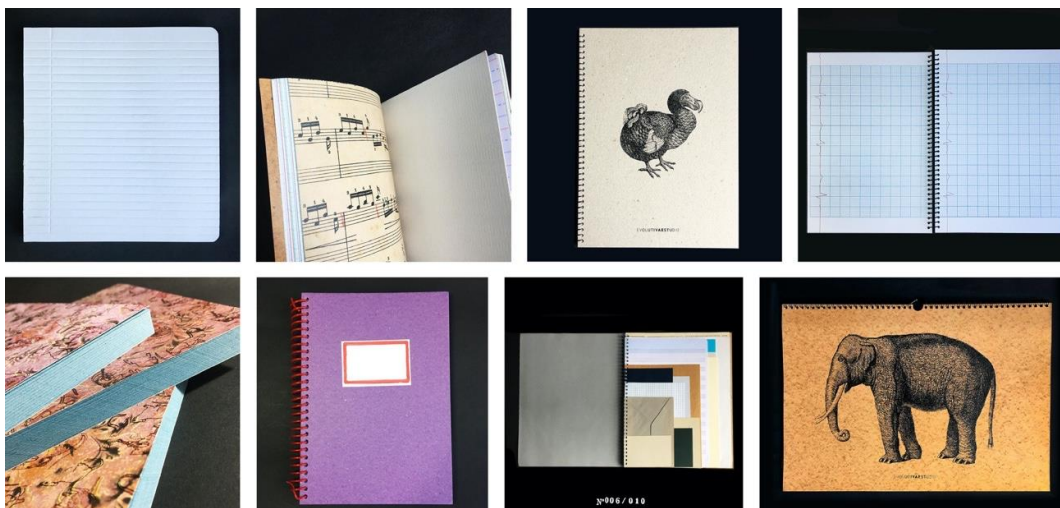


Figura 41: Fotos da coleção de objetos de papeleria com tiragem limitada criados por Chris Lima.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.

4.3.6 Giovanni Vannucchi: coleção de garrafas de azeite e projeto de embalagens da Tônica da Prata

O design de embalagens é um dos campos favoritos de atuação de Giovanni. Ele sempre se sentiu atraído por qualquer tipo de embalagem no ponto de venda. Ao comprar azeite, começou a perceber que, apesar da semelhança entre algumas embalagens, havia uma variação muito grande entre elas.

A partir desse momento, começou a comprar o azeite pela embalagem e não mais pelo produto em si. Foi, então, que surgiu sua coleção de garrafas que hoje tem 55 peças. Elas variam de formato e possuem uma gradação significativa de cores, que vai do transparente até o âmbar escuro, passando por um verde luminoso.

Ao ser convidado para projetar a nova linha de Tônicas Prata, ele se viu diante do desafio não só de desenvolver o novo formato da garrafa, mas também a coleção de rótulos que acompanhariam os produtos.

Inspirado por sua coleção de azeites, partiu para a geração de alternativas para o formato da garrafa, fazendo estudos também da paleta de cores que iria ser utilizada na linha. O resultado final é uma coleção de produtos com design, personalidade, sabores e formas exclusivas.



Figura 42: Coleção de garrafas de azeite de Giovanni Vannucchi.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 43: *Render* da geração de alternativas para design da garrafa da Tônica Prata.
 Fonte: Projeto Giovanni Vannucchi / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 44: Coleção de embalagens com os diversos sabores da Tônica Prata.
 Fonte: Projeto Giovanni Vannucchi / Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 45: Design definitivo da garrafa da Tônica Prata.

Fonte: Projeto Giovanni Vannucchi / Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.7 Ana Soter: coleção de objetos e projetos expositivos editoriais

Para Ana, colecionar sempre foi algo natural, que fez parte de toda sua vida. Começou na infância colecionando papéis de carta ilustrados, o que era moda na época. Logo em seguida, passou a colecionar também adesivos. Eram raridade. Muitos vinham do exterior, o que tornava a coleção mais preciosa ainda. Ali se abria para ela um mundo novo de possibilidades: tipos de papéis, texturas, cores, formas e principalmente a representação de uma ideia no pequeno pedaço de papel adesivo.

Olhando para trás, hoje ela percebe que foram justamente essas duas coleções que moldaram o gosto e o estilo de seu trabalho e a levaram ao universo do design gráfico que, na época, nem imaginava existir. Com o passar de sua vida,

essas coleções ficaram esquecidas em alguma gaveta de sua alma. Porém, o prazer de olhar coisas e se encantar por elas nunca parou de crescer. O hábito de ver, enxergar e registrar na memória a acompanha desde sempre.

Chegou então o momento na vida em que escolheria seu futuro. Não que não pudesse, a qualquer tempo, recuar e escolher outros caminhos, mas, para ela, o momento de definir a profissão foi um *turning point* da vida que aconteceu de forma bastante inusitada. Até então, não tinha a mínima ideia do que gostaria de fazer. No entanto, ainda tinha um ano para tomar a decisão. Foi para Recife visitar sua prima Edna Lúcia e seu marido Guilherme Cunha Lima, que acabavam de voltar de Reading (Inglaterra), onde ele havia concluído seu doutorado em Design. Chegavam ao Brasil com seus primos Ricardo e Leo. Estava ansiosa para ver todos.

Quando voltava de uma de suas primeiras viagens para o Ceará, fez escala em Recife para matar as saudades. Sua prima e o marido estavam instalados em duas casas geminadas. Moravam em uma e na outra montaram seu escritório de Design. Ana passou os dias que permaneceu na cidade saindo de uma porta e entrando na outra. Foi praticamente um estágio no escritório deles. Ali se encontrou e passou a amar o universo do design, que, na época, ainda era conhecido como Comunicação Visual e Desenho Industrial. Entrou em contato com as pessoas, as ideias, o cheiro e a importância do que estavam fazendo. Segundo ela, havia um raciocínio de sistematizar a oferta, problematizar a situação, pensar na lógica do usuário, avaliar a legibilidade e também resolver problemas com o desenvolvimento de uma comunicação inclusiva. Ela descobria ali a profissão que desejava seguir.

Ana estudou Design Gráfico na PUC-RJ onde, logo depois de formada, passou a lecionar. Foram sete anos de experiência como professora. Nesse lugar, percebeu a grande dificuldade de muitos alunos para entender sua própria forma de ver o mundo, seus interesses, o que gostam e o que não gostam para, com isso, poderem colocar um pouco de si em seus projetos, trazendo identidade a eles.

Ela afirma que para fazer um bom projeto de design é necessário repertório. E que para ter repertório é necessário ser curioso, inquieto. É necessário frequentar exposições, ir ao cinema, ao teatro, ler revistas, livros, conversar e observar. Mas o mais necessário é “apreender” e processar tudo aquilo que foi consumido. Enquadrar através do olhar, fazendo um recorte do que interessa ou não, é tarefa fundamental. Afirma ainda que devemos ser curadores do que deve ser guardado para a vida toda.

A evolução de suas coleções foi acontecendo despretensiosamente. A primeira que ganhou volume foi a de brinquedos conhecidos como *push up toys*. Os primeiros objetos da coleção foram uma vaquinha e um burrico comprados na parada da estrada em uma dessas viagens de ônibus ao Nordeste. Aos poucos, foi sendo acrescida em viagens internacionais e através de presentes de amigos e parentes que já sabiam do seu interesse, conheciam sua coleção e lembravam dela quando viam um desses bichinhos pelo mundo afora. Hoje, Ana tem cerca de 200, que sobreviveram por anos de brincadeiras de suas duas sobrinhas (uma hoje com 30 anos e outra com 25) que deram nomes a cada um deles e desenharam suas “carteiras de identidade” com as carinhas de cada boneco. Ana afirma que até hoje, quando encontra algum desses brinquedos que ainda não tem, não titubeia e compra. Para ela, um colecionador funciona como um adicto: quer mais e mais daquele “objeto do desejo” e nunca está satisfeito.

Hoje, coleciona principalmente brinquedos e objetos como bandejas Faiança. Ela diz que ama seus desenhos e o modo como são pintadas, por suas formas e significados. E segue colecionando outros objetos e brinquedos. Ela acredita que suas coleções não são intocáveis nem devem ser guardadas em redomas. Gosta de vê-las por perto, em uso, convivendo com elas.

Seu gosto pelas formas, pelas cores e suas combinações, por proporções e texturas foi se tornando exercício diário. Hoje em dia, o que mais a encanta é a composição. A arrumação desses objetos de coleção em sua casa se tornou uma grande diversão. Começou a diagramar seus objetos criando relação entre eles. Alguns ficam em cima da mesa de centro, nas estantes e outros pelas paredes em linhas horizontais que vão de ponta a ponta da sala. Alguns descem em colunas de linhas verticais e, assim, novos grupos vão se formando e encontrando sentido para ela.

Ana percebe que hoje essa “diagramação” entre seus objetos de coleção tem relação íntima com o que faz em seus projetos, principalmente os expositivos e os editoriais. A forma de editar, agrupar, organizar imagens em páginas, a relação entre elas, os alinhamentos, a mancha, cria a mesma poesia visual que encontra nas paredes e móveis da sua casa. Ela acredita que esse jeito próprio de arrumar coisas no espaço torna-se “marca registrada” do seu trabalho. Certa vez, Thomaz Velho – um grande amigo que foi seu estagiário e, posteriormente, parceiro em alguns trabalhos – contou a ela uma história engraçada. Anos depois de ter saído do

escritório, ele estava trabalhando em uma produção para um comercial estrangeiro onde tinham que montar um cenário. Ao final do dia, a equipe dele o chama e diz: “seu Thomaz, está tudo pronto, agora só falta ‘soterizar’”. Ele contou isso a ela rindo, pois havia cunhado a expressão para explicar como era importante esse seu jeito de arrumar as coisas, dando aquele toque final ao trabalho. Seu nome havia se transformado em verbo. Segundo Ana, ela segue até hoje, por aí, “soterizando”.



Figura 46: Parte da coleção de *push-up toys* de Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.

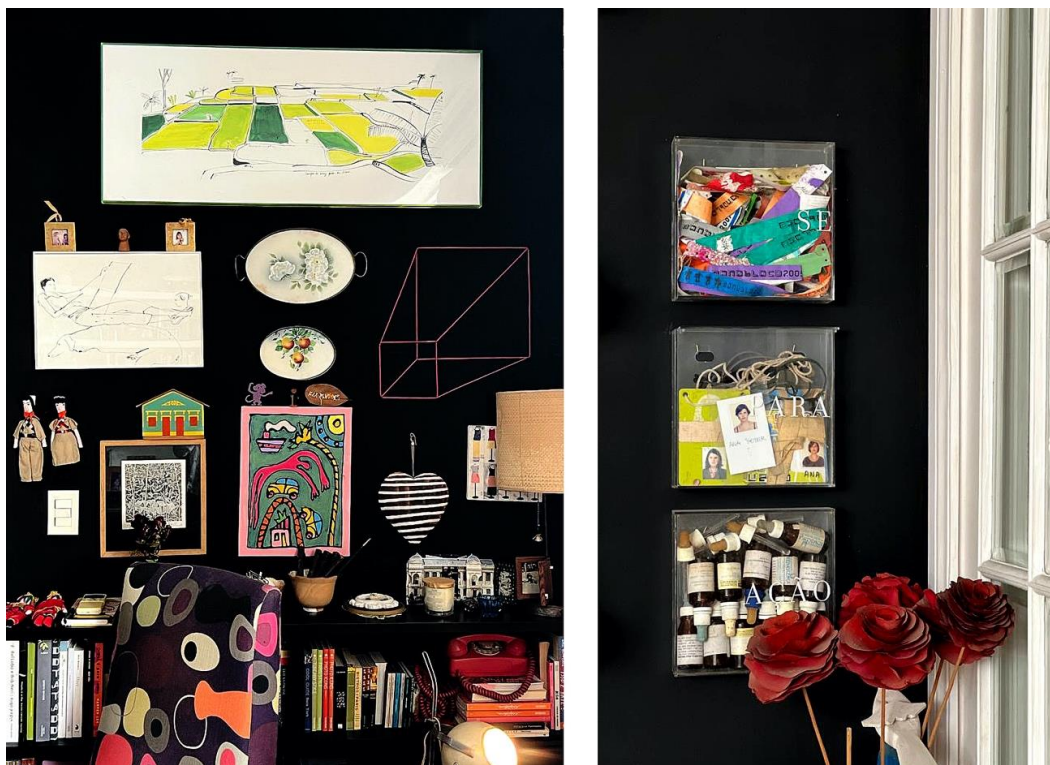


Figura 47: Parede “diagramada” do escritório de casa de Ana Soter. Obra de arte SE(R) PARA(R)AÇÃO, que fez no momento de luto pelo final de seu casamento.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 48: Parte da coleção de brinquedos de Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 49: Mesa de centro da sala com parte da coleção de animais e de cinzeiros Murano de Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 50: Sala da casa de Ana Soter com o que chama de “Linha do Horizonte” – fruto de um agrupamento aleatório de objetos.

Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 51: Linha vertical de corações na parede da sala da casa de Ana Soter.

Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 52: Parte da coleção de bandejas Faiança que mora na copa da casa de Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.



Figura 53: “Diagramação” de quadros e objetos na sala da casa de Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.

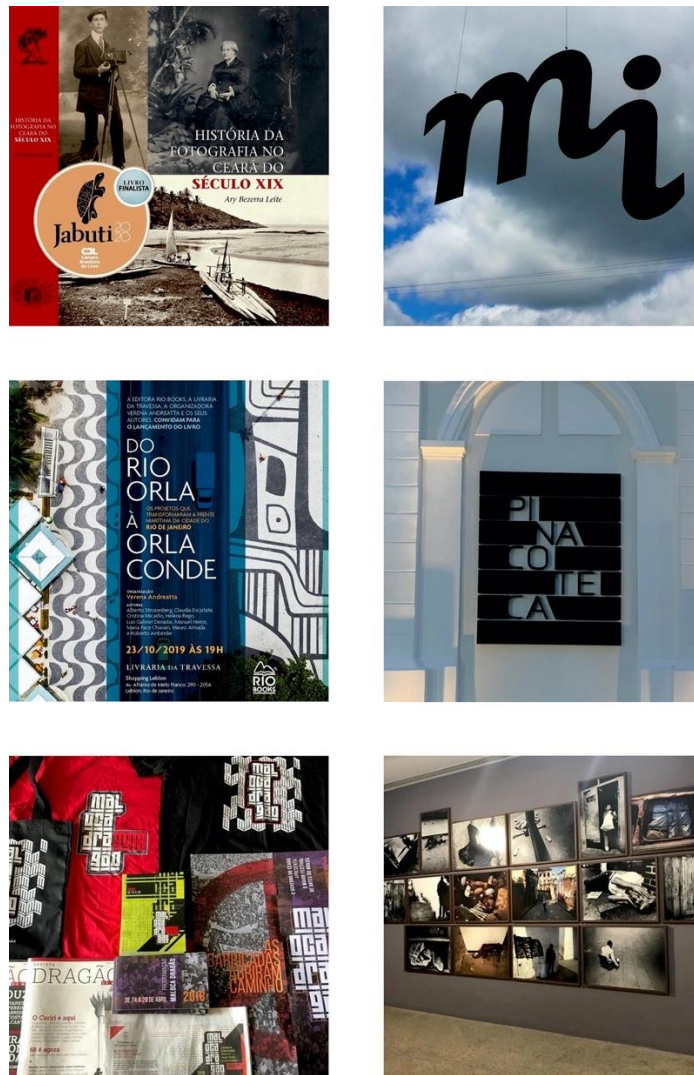


Figura 54: Alguns dos projetos de design realizados por Ana Soter.
Fonte: Acervo pessoal da entrevistada.

4.3.8 Billy Bacon: coleção de *memorabilia* pessoal e o projeto da “caixa treta”

Para Billy Bacon, nosso oitavo entrevistado, colecionar itens de sua vida pessoal – tais como fotografias, lembranças de viagem, ingressos de shows, materiais impressos, dentre outros – o ajuda a se inspirar e a estabelecer uma conexão entre suas experiências pessoais e seu ofício como designer gráfico e diretor de arte.

Para ele, o processo de acumular estes itens dá um tipo de suporte às suas escolhas como designer, fortalecendo suas habilidades e tornando os resultados de seus projetos mais significativos e impactantes.

Ele acredita ainda que seus processos de colecionar e projetar têm uma forte conexão, pois ambos são fortemente influenciados pela cultura visual e pela cultura pop. O processo de colecionar vários itens, sejam quadrinhos, figurinhas ou mesmo brinquedos e peças de design, permite que ele se exponha constantemente a novos e diversos estilos visuais.

Essa exposição o ajuda a desenvolver permanentemente seu vocabulário visual, podendo também inspirá-lo a desenvolver novas soluções de design. Ele acrescenta que utilizar referências da cultura pop pode adicionar camadas de nostalgia e familiaridade para o público, tornando os projetos de design mais identificáveis e memoráveis.

Ele diz também que o próprio ato de colecionar pode ensinar valiosas lições sobre curadoria e narrativa, pois colecionadores precisam selecionar cuidadosamente seus itens para contar efetivamente as histórias de suas coleções, tal qual um designer gráfico que deve selecionar e organizar elementos visuais para comunicar uma mensagem de forma eficaz.

Para Billy, a relação entre colecionáveis e design gráfico é simbiótica, na qual o ato de colecionar aprimora as habilidades visuais do designer e sua compreensão da narrativa, enquanto que o uso de referências da cultura pop no design torna a mensagem mais identificável para o público.

Billy acredita que montar um portfólio experimental, como o “Caixa Treta”, para documentar seus trabalhos de design gráfico, o ajudou a apresentar os projetos de maneira pessoal e inusitada. Ele afirma que esse processo está relacionado ao seu desejo de colecionar e relacionar objetos distintos, criando um universo visual particular e único.

Ao documentar seu trabalho e coletar *memorabilias* relacionadas aos projetos, ele acredita que consegue refletir sobre seu próprio processo criativo, o que o fez compreender melhor seu desenvolvimento como designer. Diz ainda que esta tarefa lhe deu uma sensação de orgulho e satisfação, pois pôde ver em um portfólio o resultado de anos de projeto e trabalho reunidos em uma só obra.

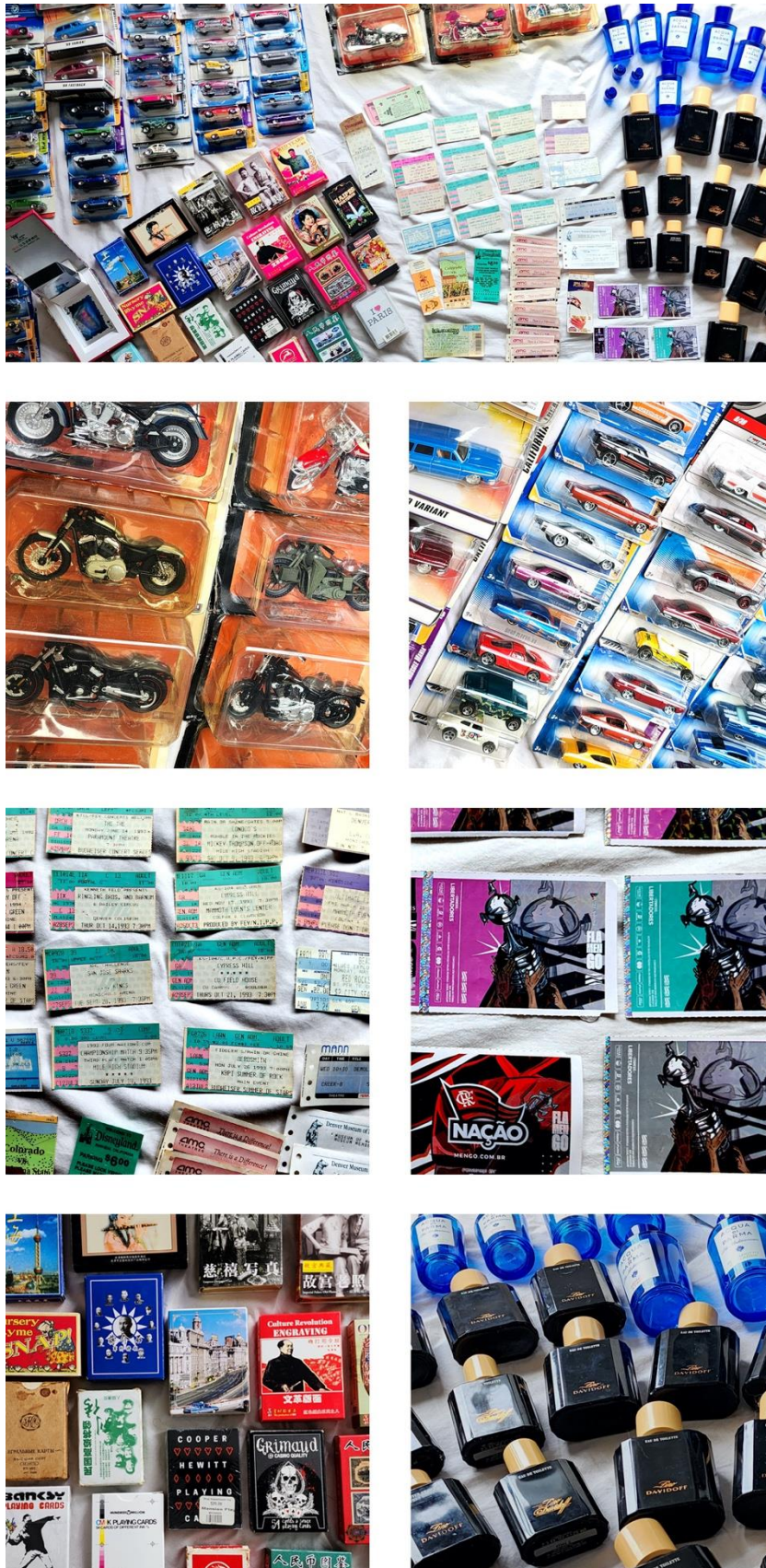


Figura 55: Parte da coleção de *memorabilia* pessoal de Billy Bacon.
 Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

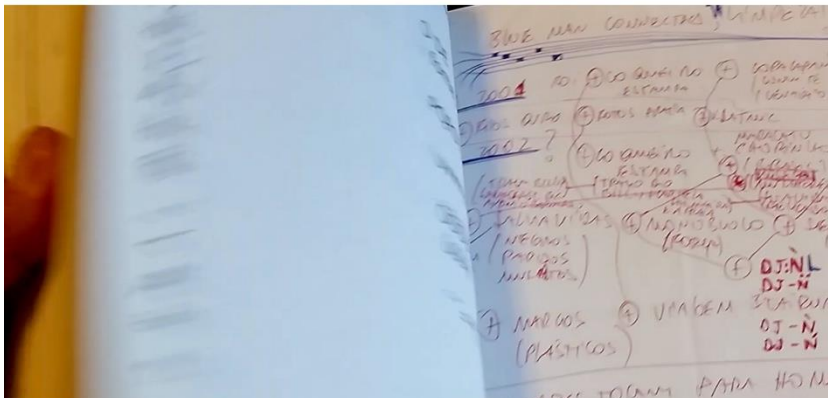


Figura 56: Fotos de detalhes do portfólio "Caixa Treta" de Billy Bacon.
 Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

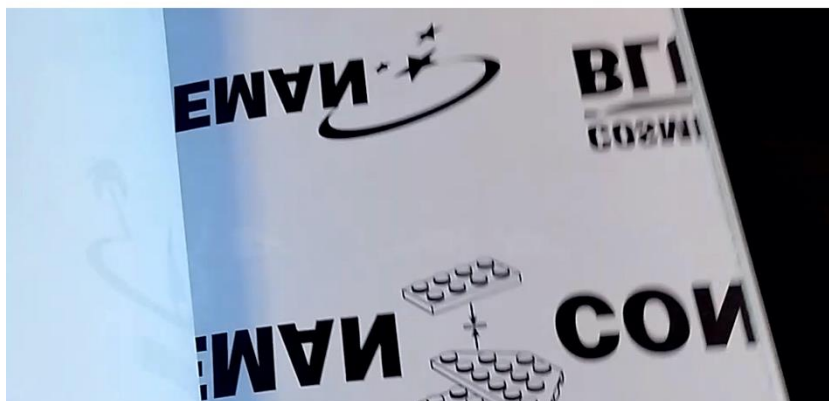
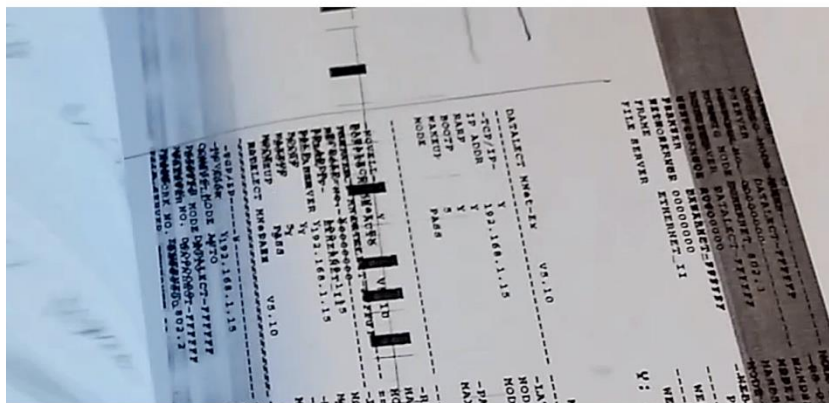
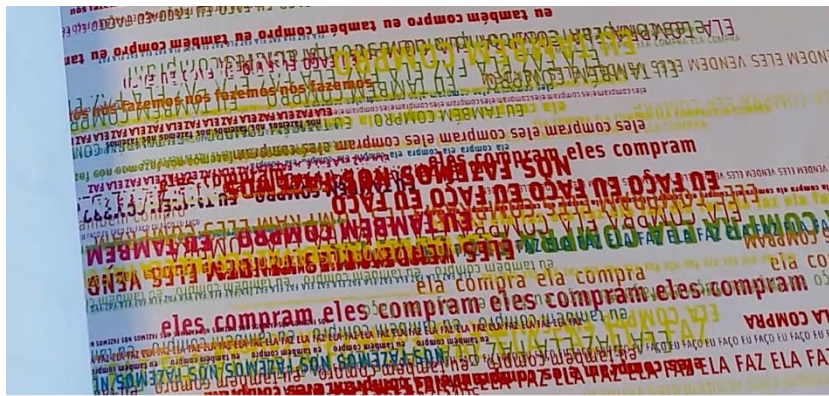


Figura 57: Fotos de detalhes do portfólio “Caixa Treta” de Billy Bacon.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

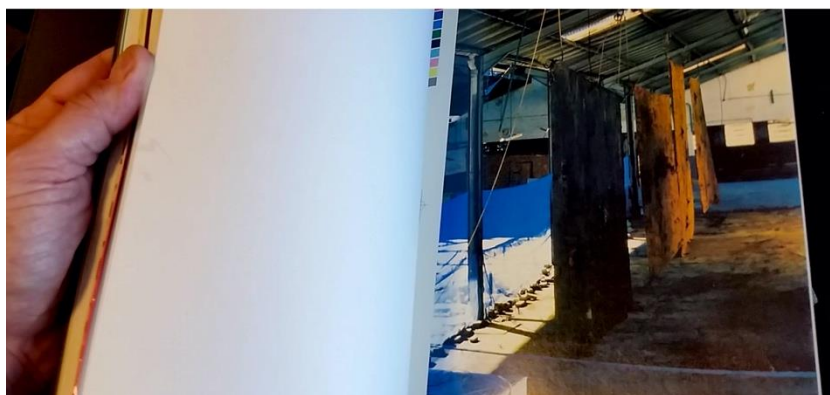
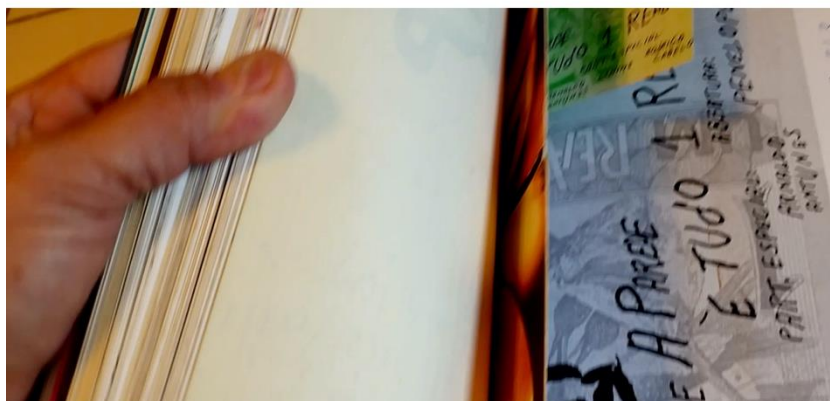
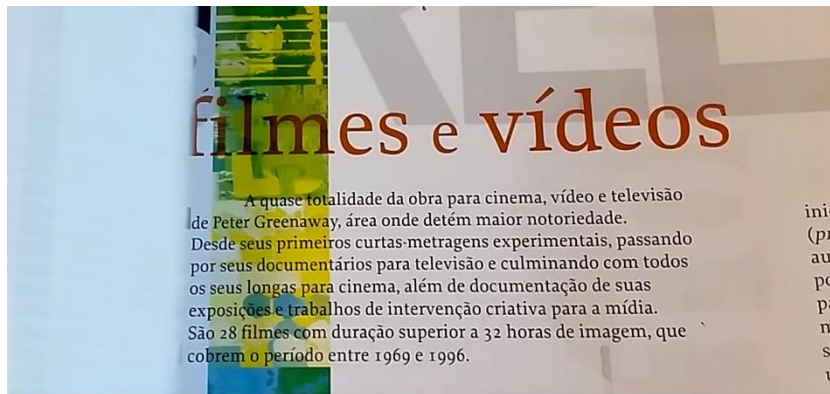


Figura 58: Fotos de detalhes do portfólio “Caixa Treta” de Billy Bacon.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.9 Alex Nako: coleção de relógios e projeto da “Curva do Sorriso”

Em 2020, entre o isolamento da pandemia e mais de 15 anos fora do país, Alex Nako resolveu iniciar um projeto chamado “Curva do Sorriso”. Era um canal online onde iria compartilhar sua experiência desenvolvendo produtos digitais e seus pontos de vista sobre tecnologia, inovação, negócio e cultura. Era também uma forma de fazer um projeto em português para se reconectar com o país e saber o que vinha acontecendo no Brasil.

Para ele, tocar um projeto em paralelo à sua vida profissional também era atraente. Queria matar a curiosidade e experimentar novas narrativas e formatos. Queria também ter um pouco mais de controle sobre sua produção criativa – se tornar cliente de uma certa maneira. Ele mergulhou fundo no universo dos criadores digitais, particularmente em entrevistas no YouTube. Foi nesse processo que esbarrou no mundo da horologia, onde apaixonados por relógios divagavam sobre a arte e a ciência de medir o tempo. Segundo ele, de uma certa maneira, esse pequeno objeto, criado há mais de 500 anos, representa muitos aspectos do design: é ciência, é expressão de identidade, é um negócio, é arte.

Sua jornada como colecionador progrediu em paralelo ao projeto da “Curva”. Para os dois ele fez pesquisas e “prototipou” com seus primeiros vídeos e compras. Em cada rodada, olhava pra trás e reavaliava... “O que falta nessa série, nessa coleção?”. E seguiu avaliando e evoluindo com ambos projetos. Hoje, por coincidência, tem 6 vídeos publicados e 6 relógios.

Nako confessa que a conexão entre design e coleção não era aparente para ele até ter lido, nas redes sociais, a convocação feita para participação na pesquisa. A partir desse momento, afirma ele, não para de traçar paralelos. Existem coleções e obras de design imutáveis, clássicos que capturam um momento na história. E existem coleções e projetos, principalmente no mundo digital, em constante iteração, sem medo de deixar pra trás o que não é mais relevante e adicionar novos valores. Ele, logicamente, navega nessa última categoria, e fica animado com as próximas versões do que está construindo, tanto em sua coleção como no projeto da Curva do Sorriso.



Figura 59: Coleção de relógios de Alex Nako e equipamentos inicialmente utilizados para gravar os conteúdos do “Curva do Sorriso”.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.



Figura 60: Imagens de posts das entrevistas realizadas por Nako no projeto “Curva do Sorriso”.

Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

4.3.10 Leo Buggy: coleção de máquinas gráficas e projeto do lettering *Black Printer*

O lettering *Black Printer* foi criado por Leo Buggy em 2022 a partir da contemplação continuada das máquinas gráficas e demais equipamentos de impressão do Laboratório de Tipografia do Ceará, LTC. Para compreender essa afirmação e estabelecer a relação do seu desenvolvimento, bem como das peças gráficas que o empregam com o colecionismo é preciso antes compreender a origem do LTC e o vínculo de seu criador com esse espaço educacional.

O LTC é um aparelho do Curso de Design da Universidade Federal do Ceará, UFC. Trata-se de um ambiente de experimentação que atende docentes, discentes e demais membros da sociedade civil, usando a tipografia como lente para realizar suas ações de ensino, pesquisa e extensão. Seu objetivo geral é estimular o desenvolvimento do design com tipos e de tipos na Região Nordeste, estabelecendo, sempre que possível, conexões com o design global.

Em 2014 a Prof.^a Lia Alcântara e Buggy receberam um convite para se transferirem da UFPE (onde coordenavam o Laboratório de Tipografia do Agreste, no campus da instituição em Caruaru) para o Ceará. Ao chegarem em Fortaleza em 2015, fundaram o LTC.

Instalado e mantido majoritariamente com recursos privados, esse laboratório público passou a abrigar a maior parte de seu acervo de máquinas e equipamentos antigos de impressão. Hoje, o espaço contém mais impressoras, tipos móveis, ferramentas e guilhotinas do que necessitaria para funcionar como uma gráfica tipográfica completa. Parte desse material é, de fato, utilizado na sua forma usual. Porém, muito do que há no LTC é produto de uma aquisição ativa, seletiva e apaixonada de um conjunto de objetos que contribui na salvaguarda da memória gráfica, atendendo, ao mesmo tempo, aos seus desejos pessoais de contemplação, posse e conhecimento.

Diferente da maior parte dos letterings, a ideia original do *Black Printer* surgiu sem vínculo com nome algum. Surgiu pela seleção aleatória de um dos muitos objetos do seu aparato tipográfico. Forma e função dos rolos de entintar provas capturaram sua atenção e deram início a uma divagação que durou dias. Ao final desse processo, Buggy se viu envolto na estética da Era Vitoriana e produziu a imagem da mão que segura o rolo de entintar provas situada ao centro de um

arranjo de letras aleatórias. Apenas um esboço, sem mensagem definida. Mas o que dizer textualmente? Ele compreendia o sentimento do que desejava falar, mas as palavras ainda não haviam se revelado. Havia composto uma música sem letra.

Meses depois, surge o texto certo para o lettering. A inspiração veio da instalação de um espaço para seu uso pessoal, dedicado a abrigar aquilo que já não cabia no LTC (uma serigrafia de grande formato, uma impressora tipográfica, uma impressora offset e uma guilhotina industrial adquiridas ao longo do período de confinamento imposto pela Pandemia de COVID-19). Buggy, o impressor preto que já não aguentava mais ficar distante de seus equipamentos nem conviver com o pensamento fascista predominante na indústria gráfica nacional, deu a letra para uma música, por ele composta, que não desejava ser instrumental.

Assim surgiu o *Black Printer* que, uma vez criado, foi ajustado para uso em duas peças gráficas: um cartão de visitas impresso em tipografia e um pôster impresso em offset. Essa última peça, o primeiro trabalho rodado na sua impressora offset.

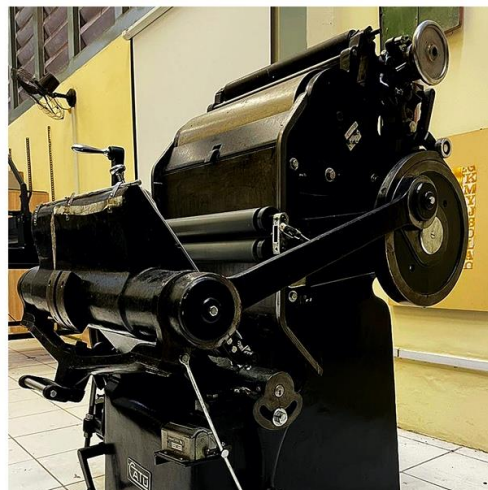
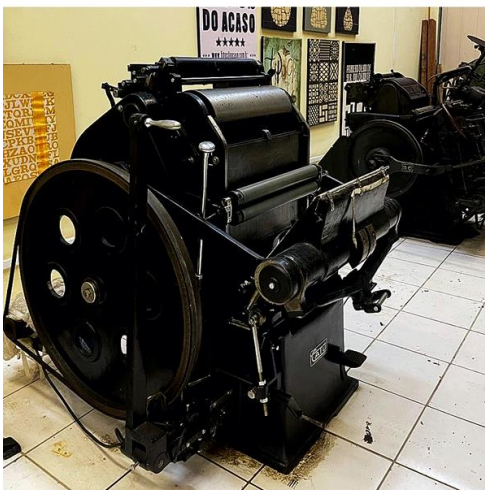
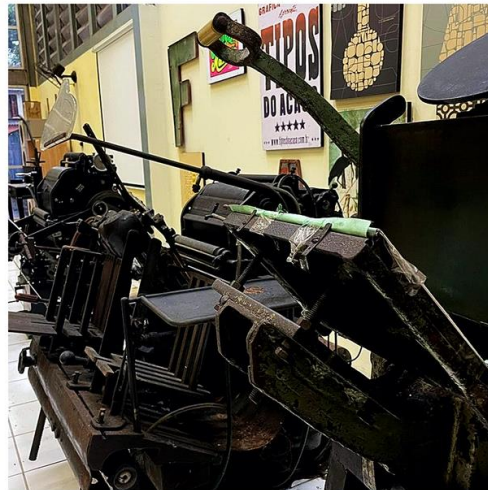
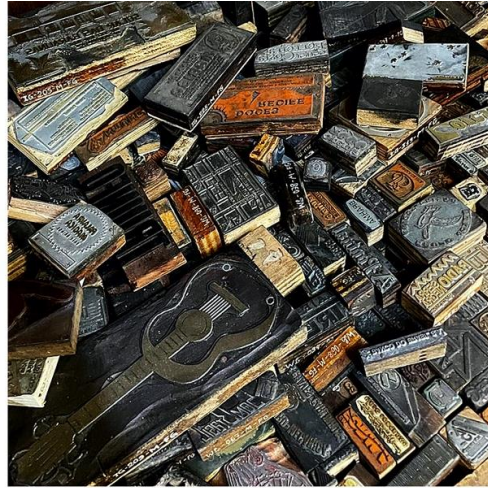


Figura 61: Parte da coleção de máquinas gráficas de Leo Buggy.
Fonte: Acervo pessoal do entrevistado.

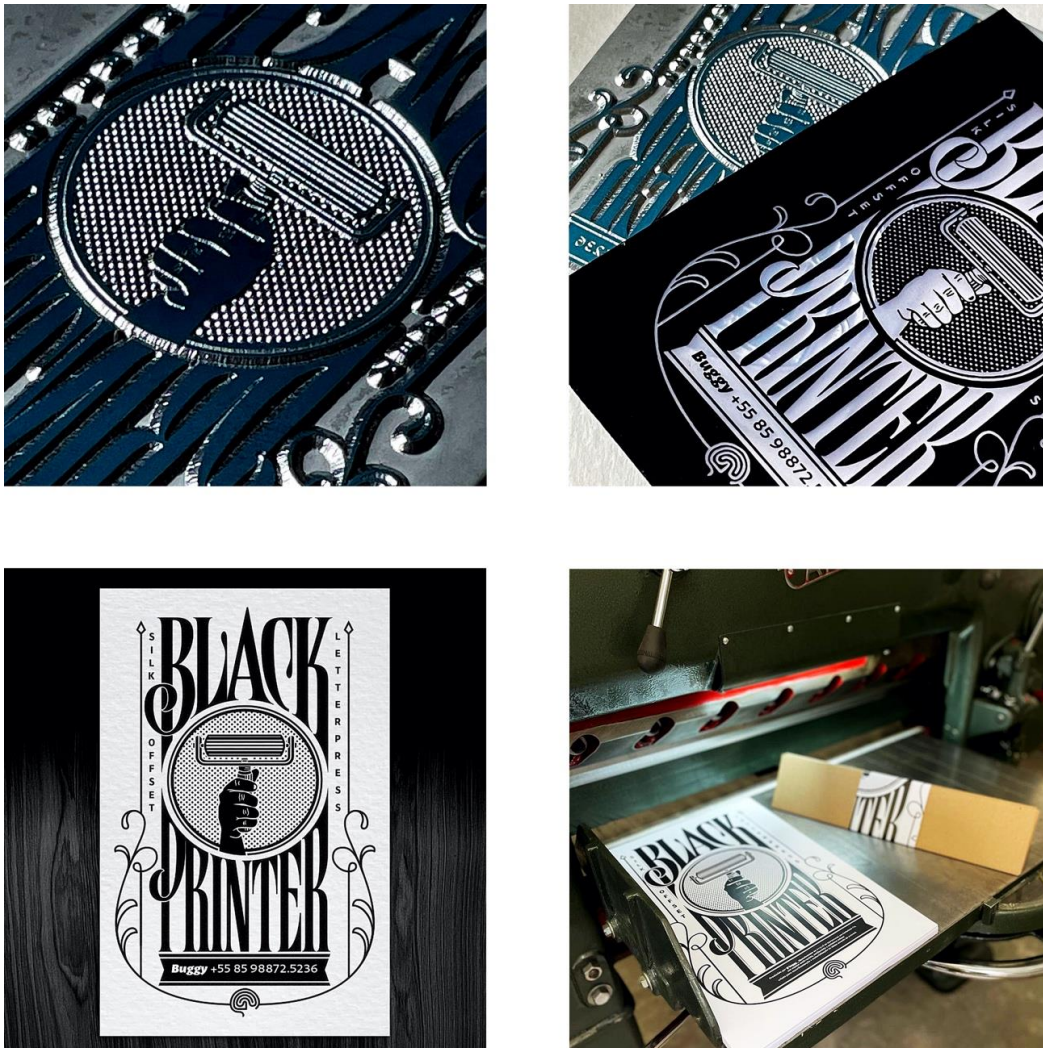


Figura 62: Fotos do Lettering *Black Printer* e de seu processo de impressão.
 Fonte: Projeto de Leo Buggy / Acervo pessoal do entrevistado.

4.4 Análise dos dados coletados

Após o desenvolvimento dos quadros apresentados no subcapítulo anterior e da nova rodada de entrevistas, foram analisadas as respostas, avaliando semelhanças e diferenças entre elas.

4.4.1 O surgimento das coleções

Os entrevistados, de modo geral, acreditam que o surgimento de suas coleções não foi planejado; aconteceu meio que por acaso, por interesse pelo tema ou pela atração pela estética pelos objetos. Todos percebem que só se viram como

colecionadores após terem adquirido uma quantidade de objetos e começarem a estabelecer uma relação entre eles. Algumas vezes, uma herança recebida desperta o interesse do colecionador e ele decide dar seguimento à coleção, acrescentando a ela itens no decorrer do tempo, mas essa não é uma regra que possamos aplicar a todos.

4.4.2 O conteúdo das coleções

Os conteúdos das coleções são bastante diversos, indo desde revistas em quadrinhos, livros e artes originais a brinquedos, caixas de fósforos, fotografias, memorabilia, objetos decorativos, objetos de papelaria, máquinas de impressão e muitos mais. Percebe-se, no entanto, que, apesar da diversidade, todos apresentam uma característica comum: são objetos reais, tangíveis. Conteúdos tais como: arquivos fotográficos digitais, livros e revistas digitais, NFT's e outros não são objeto de coleção, ou considerados como coleções pelos designers entrevistados. O contato visual é tátil com os objetos é considerado fundamental por todos. Todos estabelecem também relações afetivas com suas coleções, dando a seus objetos significados e funções totalmente diferentes dos originais.

4.4.3 As razões pelas quais colecionam

As razões pelas quais colecionam também são muitas: vão desde o prazer proporcionado pela posse dos objetos, ao ganho de notoriedade pelo conhecimento do assunto à criação de um universo de referências que os ajudou a construir um senso estético, desenvolver uma linguagem própria ou mesmo pelo desejo de preservar as peças para a posteridade.

Todos, no entanto, acreditam ter relações afetivas com suas coleções, que funcionam também como registros de histórias, momentos e memórias.

4.4.4 A importância da quantidade de peças nas coleções

Ficou claro que a percepção de coleção independe da quantidade de peças. Cada designer determina critérios específicos e particulares para suas coleções.

4.4.5 A importância do valor das coleções

Nenhum dos entrevistados demonstrou preocupação com o valor de suas coleções e, certamente, não entrou nesse universo em busca de outra forma de remuneração ou renda.

4.4.6 O que resulta do colecionar

Listamos abaixo os principais aprendizados e práticas oriundos do colecionar que foram citados pelos designers entrevistados.

- O exercício de criação de significados;
- A prática da curadoria;
- A definição de recortes;
- A necessidade da conexão de diferentes saberes;
- A Influência estética exercida pelas coleções sobre o projetar;
- O conhecimento de estratégias de marketing que visam o “completismo”;
- A importância da notoriedade pelo conhecimento adquirido;
- O poder da combinação de interesses afetivos e profissionais;
- O desenvolvimento do conceito de unidade projetual;
- A importância do desenvolvimento de códigos visuais;
- O interesse pela produção em série;
- A compreensão da importância da preservação histórica e cultural;
- A compreensão da importância do peculiar e do inusitado na atração do olhar;
- O interesse pelo diverso, pelo complementar, pelo múltiplo;
- O aprendizado dos modos de produção;

- A compreensão de que existem diferentes soluções para um mesmo problema;
- O interesse por objetos de uso cotidiano;
- A necessidade da geração de alternativas;
- A noção da importância do estabelecimento de critérios;
- O poder de sedução dos objetos;
- A percepção de que as coleções são representações de seus gostos e desejos, refletindo suas personalidades;
- O poder do *storytelling*;
- A importância da organização e da catalogação;
- O valor da criação de conteúdo;
- A importância de estabelecer critérios para seu acervo;
- A prática no desenvolvimento de uma lógica particular;
- As diferentes possibilidades de representação de uma ideia;
- A possibilidade de desenvolver uma forma própria de ver o mundo;
- A importância de saber criar composições;
- A exposição constante a diferentes propostas visuais.

4.4.7 As relações entre colecionar e projetar

Elencamos também as principais relações estabelecidas pelos entrevistados entre colecionar e projetar.

- A relação entre *briefing* e recorte;
- A possibilidade do uso das coleções como referência;
- A importância do estabelecimento de uma relação lógica num projeto;
- A importância da documentação e registro tanto como memória como quanto documento histórico;
- A necessidade de desenvolvimento de uma linguagem gráfica;
- A importância do uso do *storytelling* e da narrativa no desenvolvimento de projetos;
- A importância do desenvolvimento permanente de um vocabulário visual;

- A compreensão do projeto como um processo e não como um fim;
- O uso intuitivo do *Double Diamond* tanto em coleções como em projetos de design, trabalhando os conceitos de pensamento divergente, convergente e de iteração, e apresentando fases de pesquisa e exploração, análise, síntese, prototipagem, desenvolvimento, conclusão e reavaliação;
- A possibilidade de contar histórias através de imagens;
- O poder do design como registro dos hábitos e costumes de uma época;
- A importância do desenvolvimento de uma linguagem particular para cada projeto;
- A relação entre direção de arte e curadoria;
- A importância da curiosidade e da inquietude para a construção de repertório;

A partir dos aprendizados e práticas listados acima podemos perceber que existem questões ligadas às dimensões particulares do projetar – aquelas que influenciam o pensamento particular de cada designer – como também, dimensões comuns – aquelas que influenciam nos processos e metodologias dos projetos, como havíamos percebido durante a revisão de literatura.

Reorganizamos, então, as informações nos quadros que seguem.

DIMENSÕES PARTICULARES	DIMENSÕES COMUNS
A influência estética exercida pelas coleções sobre o projetar	A prática da curadoria
A importância da notoriedade pelo conhecimento adquirido	A necessidade de definição de recortes
O poder da combinação de interesses afetivos e profissionais	A importância da conexão de diferentes saberes
O interesse por objetos de uso cotidiano	O desenvolvimento do conceito de unidade projetual
A compreensão da importância da preservação histórica e cultural	A importância do desenvolvimento de códigos visuais
A percepção de que as coleções são representações de seus gostos e desejos, refletindo suas personalidades	aprendizado dos modos de produção
O poder de sedução dos objetos	A necessidade da geração de alternativas
A importância de estabelecer critérios para seu acervo	A noção da importância do estabelecimento de critérios

Quadro 10: Descrição das dimensões particulares e comuns (Parte I).

Fonte: Elaborado pelo autor.

DIMENSÕES PARTICULARES	DIMENSÕES COMUNS
A prática no desenvolvimento de uma lógica particular	A compreensão de que existem diferentes soluções para um mesmo problema
A possibilidade de desenvolver uma forma própria de ver o mundo	O poder do <i>storytelling</i>
A exposição constante a diferente propostas visuais	A importância da organização e da catalogação
O interesse pelo diverso, pelo complementar, pelo múltiplo	O valor da criação de conteúdo
A importância de saber criar composições	As diferentes possibilidades de representação de uma ideia
O interesse pela produção em série	A importância do estabelecimento de uma relação lógica num projeto
A compreensão da importância do peculiar e do inusitado na atração do olhar	A importância da documentação e registro tanto como memória como quanto documento histórico
A importância da curiosidade e da inquietude para a construção de repertório	A importância do uso do <i>storytelling</i> e da narrativa no desenvolvimento de projetos
O conhecimento de estratégias de marketing que visam o “completismo”	A compreensão do projeto como um processo e não como um fim
A necessidade de desenvolvimento de uma linguagem gráfica	O uso do <i>Double Diamond</i>
A importância do desenvolvimento permanente de um vocabulário visual	A relação entre direção de arte e curadoria
A importância do desenvolvimento de uma linguagem particular para cada projeto	A relação entre <i>briefing</i> e recorte
A possibilidade do uso das coleções como referência	A possibilidade de contar histórias através de imagens
O exercício de criação de significados	O poder do design como registro dos hábitos e costumes de uma época

Quadro 11: Descrição das dimensões particulares e comuns (Parte II).

Fonte: Elaborado pelo autor.

Através das entrevistas, conseguimos identificar de forma mais específica como o colecionar influencia ambas esferas do pensamento de design – tanto as particulares de cada indivíduo, como também as comuns existentes nos processos e metodologias dos projetos.

5 As relações entre design e coleção

Após identificarmos, através das entrevistas, quais características dos processos de coleção influenciaram os designers entrevistados – organizando em dois grupos distintos as informações – relacionamos os aspectos identificados com o conteúdo teórico investigado pela pesquisa. A partir disso, demonstramos como elas influenciam tanto o universo pessoal de cada designer como também o campo comum a todos eles.

Foi utilizada como referência para a pesquisa a metodologia *Double Diamond*, pois identificamos que suas características de divergência e convergência se aplicam tanto a projetos de design como a projetos de coleção. Num projeto de design, partimos de um desafio, entramos na fase de pesquisa e descobertas e, então, chegamos à fase de definição dos objetivos estratégicos. Com os objetivos definidos, entramos na fase de desenvolvimento do projeto, prototipagem e entrega da solução.

Quando pensamos na criação de uma coleção, partimos de um conjunto de objetos coletados. A partir do momento em que o colecionador começa a perceber alguma relação entre eles, surge o desafio de definir a coleção conceitualmente. Assim, o colecionador entra numa fase de pesquisa e descobertas até estabelecer estrategicamente os objetivos de sua coleção (emocionais, históricos, afetivos, expositivos, pessoais, dentre outros). Com os objetivos definidos, ele começa a desenvolver a coleção. Durante o processo, ele busca “objetos” que se enquadrem na estratégia pensada anteriormente. A partir daí, começa o desenvolvimento da coleção. Quando um número “suficiente” de “objetos” é reunido, começa o processo de “prototipagem” da coleção, quando alguns são escolhidos e outros descartados até que o colecionador entenda que sua coleção está coerente, completa ou solucionada.

Numa coleção, assim como num projeto de design, quando entregamos uma solução/coleção, não a consideramos “concluída”. Sabemos que vivemos num

mundo em constante transformação e que tanto soluções como coleções precisam ser constantemente avaliadas, ajustadas, atualizadas ou ressignificadas.

Percebemos também que, em ambos os casos, está presente um recorte, um conceito, uma lógica e um processo criativo.

5.1 Relações particulares e comuns aos dois processos

Para entender como as metodologias particulares dos designers se relacionam com seu pensamento como colecionadores é preciso retomar algumas questões apresentadas anteriormente. Se faz importante também compreender como as metodologias comuns dos designers colecionadores se relacionam com os processos e metodologias de seus projetos. Para isso, é preciso retomar também algumas questões vistas ao longo de nossa análise teórica.

Sabemos que poucas atividades humanas tem a transversalidade e a duração do Colecionismo (Menegat, 2005). Entendemos também que os processos de seleção, organização e catalogação dos objetos foram fundamentais para o desenvolvimento da humanidade e de sua cultura (*Ibid.*). Ao realizar as entrevistas, fica claro que essas questões também influenciam os processos do projetar de forma geral. O exercício dessa prática é incorporado ao desenvolvimento dos projetos, como podemos ver nas entrevistas com Billy Bacon e Ana Soter, que salientam e enfatizam sua importância.

Percebemos também que todos os entrevistados confirmam a afirmativa de Lopes (2017) que entende que as primeiras coleções foram formadas de forma inconsciente, no sentido de que os indivíduos, a princípio não tinha a intenção de colecionar.

As entrevistas confirmam também que o ato de colecionar está diretamente ligado ao trabalho dos designers, como disse Yaacov Kaufman, curador da mostra *Designers as Collectors* apresentada em Tel-Aviv.

Trazendo o foco da análise para o campo do design, e relendo o texto de Herbert Simon (1969) no qual afirma que as limitações cognitivas dos designers construirão limites para sua compreensão de projetos, percebemos como o Colecionismo funciona também como um exercício que aumenta suas capacidades cognitivas, ampliando os limites de entendimento dos designers colecionadores.

A importância dos aspectos cognitivos e intuitivos dos processos de design aparece também nos textos de Nigel Cross (2001) quando ele cria o termo *designerly ways of knowing* e fala sobre a importância dos “saltos criativos” no desenvolvimento de projetos. Ele afirma que a capacidade de criar pontes criativas entre diferentes saberes é parte fundamental da busca por soluções. Durante as entrevistas, os depoimentos de Marcelo Martinez e Batman Zavareze relatam a importância do colecionar no desenvolvimento dessas habilidades, falando sobre sua relevância em seus processos criativos.

Capacidades cognitivas e intuitivas são particulares de cada indivíduo, e fazem parte de uma conversa pessoal entre o designer e o objeto projetado, como afirma Schön (1982), argumentando que é um processo pessoal de reflexão. Entendemos o colecionar também como uma prática reflexiva, na qual há o desenvolvimento de uma lógica particular, em que são apreendidos códigos visuais, num exercício de desenvolvimento de um vocabulário pessoal, e em que ainda é constante a busca pela construção de significados.

Richard Buchanan (1992) acredita que, além de individual, o pensamento do designer é interdisciplinar, integrando diferentes saberes, com o propósito de “enriquecer a vida humana”. É dele a teoria sobre a expansão da prática do design, afirmando que existem quatro ordens primárias de atuação profissional: comunicação simbólica e visual, design de objetos materiais, atividades e serviços organizados, o projeto de sistemas ou ambientes complexos (*Ibid.*). Percebemos claramente através das entrevistas como interesses pelo diverso, pelo complementar e pelo múltiplo, salientados por Batman Zavareze, e por objetos de uso cotidiano, pela exposição constante a diferentes propostas visuais e pelo aprendizado de contar histórias através de imagens, presentes nas práticas colecionistas de diversos entrevistados, influenciam o modo como cada um deles desenvolve seus projetos.

Para Cross (2007), o pensamento do designer, além de individual, é criativo. Soluções criativas utilizam diferentes métodos para geração de alternativas, visualização de ideias e desenvolvimento de pensamentos. Colecionar, além de funcionar como um exercício dessas práticas, nos coloca de frente com o fato de que existem diferentes possibilidades para representar uma ideia e diferentes soluções para um mesmo problema. Lendo o depoimento de Giovanni Vannucchi, fica explícito a influência de sua coleção de garrafas de azeite sobre as questões colocadas acima, por exemplo.

Entendendo que o pensamento do designer tem todas essas características, como podemos diferenciá-lo da forma de pensar de outros profissionais? Em 2004 o Design Council propôs uma representação visual desta forma de pensar. Chamou-a de *Double Diamond* – solução visual que foi aceita internacionalmente e que é utilizada até os dias de hoje – na forma de um diamante duplo.

O *Double Diamond* possui quatro fases distintas nomeadas como descobrir, definir, desenvolver e entregar. Entrevistando os designers sobre suas coleções percebemos existir quatro fases semelhantes em seus projetos de coleção. A primeira é uma fase de descobertas, de entrar em contato e conhecer melhor os conteúdos. A segunda, de recortes curatoriais, na qual são definidos temas de interesse, tipos de segmentação e divisão das coleções. A partir dessas definições, numa terceira fase, as coleções passam a ser desenvolvidas seguindo essas diretrizes até serem consideradas efetivamente coleções por seus criadores. Na quarta fase, após a coleção estabelecida, são pensadas novas formas de crescer, segmentar e apresentar as coleções, num processo de evolução que caminha com o tempo. Em sua entrevista, Alex Nako, por exemplo, comenta que pesquisou e prototipou sua coleção, reavaliando, a cada ciclo, quais seriam as características que os novos relógios precisariam ter para fazer parte dela. Ele afirma que esse processo se repete em ciclos de descobertas, definições, desenvolvimentos e decisões que acontecem toda vez que decide adquirir uma nova peça para o mundo particular de sua coleção.

Brian Lawson (2004) entende o design como um processo que sugere como o mundo pode ser. No nosso entendimento, o designer colecionador é responsável pela criação dos mundos particulares de suas coleções. Este é mais um exercício importante do colecionar que repercute sobre seu modo de projetar.

Relendo a afirmativa de Belk (1982) de que o processo de colecionar pode ser definido como “a seletiva, ativa e longitudinal aquisição, posse e disposição de um conjunto inter-relacionado de objetos diferenciados (coisas materiais, ideias, seres ou experiências)” (p. 70) e avaliando as entrevistas realizadas, fica ainda mais claro que todo designer é, em alguma medida, colecionador.

Entendendo o designer como colecionador e avaliando as relações comuns existentes no colecionismo sintetizadas por Pearce (1988): (1) objetos mantidos como parte de uma sequência; (2) a ordem e possibilidade de conclusão; (3) o elemento subjetivo da coleta; (4) um conjunto inter-relacionado que seja maior que a soma de suas partes, e; (5) uma atividade prolongada que se estende através do

tempo; pode-se dizer que um projeto de design tem aspectos muito semelhantes ao de um projeto de coleção.

A abordagem de Danet & Katriel (1994) descreve características dos colecionadores que podem ser perfeitamente aplicadas aos designers: (1) entendem o colecionador como um criador de mundos; (2) entendem a coleção como um trampolim para a imaginação; (3) apresentam a noção de que os colecionadores atribuem uma ordem implícita ou explícita a suas coleções; (4) relatam a oposição que reflete o desejo de concluir uma coleção com os limites da possibilidade de fazê-lo; (5) revelam a obsessão da busca por uma solução para completar uma coleção; (6) mencionam a polaridade que existe no desejo de controlar os objetos possuídos sem ser possuído por eles; (7) revelam a necessidade de tempo pessoal privado para raciocinar, e também a necessidade de compartilhar os pensamentos com seus pares; (8) relatam que o colecionador pode obter um sentimento de exaltação com a conclusão de uma coleção, permitindo-se posteriormente um tempo para apreciá-la.

Se adaptarmos os conceitos, trocando a denominação “coleccionador” por “designer” e “coleção” por “projeto”, chegamos às seguintes características: (1) entendem o designer como um criador de mundos; (2) entendem o projeto de design como um trampolim para a imaginação; (3) apresentam a noção de que os designers atribuem uma ordem implícita ou explícita a seus projetos; (4) relatam a oposição que reflete o desejo de concluir um projeto com os limites da possibilidade de fazê-lo; (5) revelam a obsessão na busca por uma solução para concluir um projeto; (6) mencionam a polaridade que existe no desejo de controlar seus projetos sem ser possuído por eles; (7) revelam a necessidade de tempo pessoal privado para raciocinar, e também a necessidade de compartilhar os pensamentos com seus pares; (8) o designer pode obter um sentimento de exaltação com uma determinada solução, permitindo-se posteriormente um tempo para apreciá-la.

Percebemos, portanto, muitas semelhanças entre os mundos do designer e do colecionador e entendemos que existem dois processos paralelos. Um que trata do desenvolvimento dos projetos de design, como vimos no *Double Diamond*, por exemplo, e outro que acontece dentro da cabeça do designer e que é diretamente influenciado por suas coleções.

Esta abordagem (Danet & Katriel, 1994) também é confirmada pelas entrevistas realizadas, a partir das quais entendemos que o designer pode ser visto

como um criador de mundos; que projetos de coleção e design são trampolins para a imaginação; que designers são pessoas obcecadas por seus universos de interesse; que vivem a situação bipolar de tentar controlar seus projetos e coleções sem se deixar ser dominados por eles, dentre outras características comuns.

As entrevistas reforçam nossa percepção de que os mundos do designer e do colecionador são semelhantes e complementares, havendo em ambos dois processos paralelos: um que trata do desenvolvimento dos projetos em si, e outro que acontece dentro da cabeça do designer colecionador.

Essa é uma percepção recorrente que acontece desde a década de 1960, na qual são percebidas características comuns nos processos de design que, no entanto, sofrem influência das personalidades e conhecimentos de cada profissional. Nossas entrevistas indicam que colecionar influencia as práticas dos designers e confirmam que existem também no colecionar duas dimensões paralelas: uma pertencente individualmente ao designer colecionador e outra aos processos e metodologias comuns a todos eles.

Existem, no entanto, outras características que relacionam projetos de design e coleções.

Walter Benjamin (1987) entende uma coleção como fruto das novas relações estabelecidas pelo colecionador entre os objetos que a compõem, criando novas semelhanças. Baudrillard (1994) discute o conceito e afirma a importância da resignificação dos itens da coleção, dizendo que um objeto comum, com seu uso primordial e prático. Em nosso entendimento estas características se aplicam também a projetos de design. Neles, são estabelecidas relações de semelhança e diferença entre elementos do projeto que são resignificadas adquirindo características únicas e peculiares a cada projeto. Para que isso ocorra, são estabelecidos critérios e relações lógicas, um recorte é definido pelo *briefing* do projeto e é desenvolvida para ele uma linguagem estética específica para ele.

Durante nossas entrevistas pudemos constatar que existe uma influência estética das coleções sobre o modo particular de cada designer desenvolver seus projetos. Ficou evidenciada também a existência da combinação de interesses afetivos e profissionais no colecionar de cada um deles. Verificamos também que a afirmativa de Sales (2006) quando diz que “(...) Diante de tantas possibilidades e da potencialidade de novos critérios surgirem, o trabalho de criação se dá em meio a inúmeras recusas e aceitações, que envolvem muitas escolhas” (p. 76), é válida

tanto para coleções como para projetos de design, em que o ato de escolher ou de decidir é acompanhado de reflexões, justificativas e elaboração de critérios.

Outro paralelo se faz com o afirmado por Baudrillard (1994), quando ele diz que:

O colecionismo adequado surge em primeiro lugar com uma orientação para o cultural: aspira discriminar objetos, privilegiando aqueles que têm algum valor de troca ou que também são ‘objetos’ de conversação, de comércio, de ritual social, de exibição – possivelmente até uma fonte de lucro (p. 95).

Entendemos que, assim como ele defende a importância primordial da coleção para a cultura, a conversação, o comércio, a socialização e também a exibição, podemos também atribuir os mesmos critérios de importância a projetos de design.

O entendimento de Salles (2006) de que “todos os objetos de nosso interesse são, de modo potencial, uma possível versão daquilo que pode vir a ser ainda modificado” (p. 162), faz com que seja possível, mais uma vez, relacionar as coleções com projetos de design. Em ambos os casos reconectamos informações dando novos sentidos e funções a elas.

Após as entrevistas e do estabelecimento das relações de seus conteúdos com nossa análise teórica, fica claro que projetos de design sofrem influências das coleções particulares dos designers, tanto em suas dimensões particulares como nas comuns do projetar.

5.2 O designer colecionador

Entendemos que, num paralelo com a afirmação de Walter Benjamin (1987), o designer colecionador é um indivíduo particular. Para ele, designer, o mundo está presente e ordenado em cada um de seus projetos. Podemos também fazer um paralelo com Wajda (2003) e afirmar que o sistema de relações estabelecidas pelo designer pode ser ininteligível para os leigos, enquanto que para conhecedores será claramente mais compreensível. O que o leigo percebe é a eficiência da mensagem recebida. O sistema utilizado para comunicá-la, para ele, não é importante.

Também ficou claro na pesquisa que, assim como dizia Lopes (2010), é perceptível que os designers entrevistados possuem um sentimento de afetividade em relação a suas coleções. Eles estabelecem também relações entre elas e seus projetos. Em ambos os casos, se utilizam de dois tipos de olhar para organizá-las. Um é o olhar global, que organiza o conteúdo como um todo. O outro é o local, que observa os detalhes de cada projeto. O designer colecionador por um lado acumula e arquiva e, por outro, faz um recorte curatorial e lógico dos conteúdos de seus projetos. Entende-se também que seu processo criativo se define justamente pela proposição de novas relações entre elementos e informações já existentes.

Parafraçando Belk (1995) podemos dizer que os designers colecionadores criam, combinam, classificam e selecionam elementos de tal maneira que o próprio projeto se transforma em produto. Eles também produzem significados sociais, que geram conhecimentos e agregam valor ao próprio projeto.

Entendemos, portanto, que o designer colecionador é um ser particular, sempre inquieto e curioso, que relaciona seus interesses como colecionador com seus interesses profissionais, construindo uma narrativa que reflete seus gostos, desejos e personalidade. Ele cria composições que exaltam a importância do peculiar e do inusitado na atração do olhar, sempre se utilizando de duas metodologias paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao seu universo particular e outra comum ao universo dos designers colecionadores.

6

Considerações finais

O objetivo desta pesquisa foi realizar um estudo para compreender se existem e como se dão as relações entre o ato de colecionar e o modo de pensar e projetar dos designers. Nossa primeira iniciativa foi familiarizar o leitor com os conceitos de pensamento de design e *design thinking*, apresentando as definições do conceito por diferentes autores ao longo do tempo, desde o momento em que o termo foi cunhado, até os dias de hoje. A compreensão das características do *design thinking* que entendemos melhor se alinhar à pesquisa é a de Nigel Cross (2019) que afirma que se caracteriza pela “análise de contexto, identificação de problemas, criação e geração de soluções, pensamento criativo, esboço e desenho, modelagem e prototipagem, teste, avaliação e implementação” (p. 22).

Em seguida, nos aprofundamos nas características dos designers pensadores, ou *design thinkers*, para compreendermos melhor suas características predominantes. Percebemos que, além da autoconfiança e do otimismo, eles eram profissionais criativos que possuíam um certo tipo de inteligência, que não poderia ser recebida apenas através da educação em design (Lawson, 2006; Cross, 2007, 2019). Decidimos, então, investigar o conceito de criatividade para entender melhor suas relações com o universo do design.

Nos interessava também entender como o pensamento desses profissionais criativos se distinguia de outros, de diferentes campos profissionais. A forma de compreensão e visualização mais difundida dessa metodologia hoje é o *Double Diamond*, criada pelo Design Council da Inglaterra. Explicamos, então, como ele surgiu, como funciona e porque é tão utilizado para representar o processo de pensamento dos designers durante o desenvolvimento de um projeto.

Em seguida, nosso estudo se aprofunda no universo dos designers, tentando compreender melhor seus mundos, para concluir que, num projeto, existem duas dimensões paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao designer e outra aos processos e metodologias de design.

Após esta constatação, partimos para investigar o universo das coleções, procurando inicialmente mapear o surgimento do conceito na época pré-histórica, entendendo a importância dele para o desenvolvimento de nossas habilidades cognitivas, tecnológicas e culturais.

Nosso estudo descreveu de forma sintética a evolução do conceito, seus desdobramentos e implicações sobre os indivíduos e a sociedade, concluindo que o colecionar pode ser entendido como um processo criativo que consiste na busca de objetos de maneira seletiva e contextualizada, em que cada objeto é destacado de seu uso ordinário e concebido como um elemento de um conjunto de objetos dotado de significados a ele atribuídos pelo indivíduo ou pela sociedade em determinado contexto cultural.

O passo seguinte foi entender melhor as definições do conceito de “coleccionador”, investigando suas questões, interesses e as implicações de sua prática. Através da revisão bibliográfica, concluímos que a definição do conceito que mais se alinhava à pesquisa era a de que um colecionador é o indivíduo que realiza uma “seletiva, ativa e longitudinal aquisição, posse e disposição de um conjunto inter-relacionado de objetos diferenciados” (Belk, 1982, p. 70).

A partir dessa compreensão do conceito, buscamos entender como ele é percebido nos dias de hoje por Pearce (1988), que ressalta os aspectos subjetivos da coleta e os aspectos metodológicos da coleção; e ainda as colocações de Danet & Katriel (1994), focadas nos paradoxos do colecionador. Essa leitura nos fez ver claramente que existem aspectos metodológicos na construção das coleções, assim como também existem questões ligadas ao universo particular do indivíduo. Compreendemos, então, que o colecionar – assim como o projetar em design – é resultado de uma combinação de duas metodologias paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao colecionador e outra pertencente à coleção.

Após entendermos características do pensamento dos designers, dos colecionadores e de seus processos e metodologias de trabalho, concluindo que em ambas existem duas dimensões de pensamento – uma ligada ao universo particular do indivíduo e outra relacionada à sua metodologia de trabalho – nos propusemos a entrevistar profissionais designers colecionadores para avaliarmos as relações existentes entre as duas áreas. Através das entrevistas, foi possível comparar os processos que pesquisamos na teoria com os utilizados na prática pelos designers colecionadores, alimentando a prática com reflexões obtidas através da pesquisa

das teorias como também acrescentar informações à teoria, conhecendo efetivamente de que forma eles pensam e trabalham. Esta é uma contribuição importante da pesquisa, considerando a carência de literatura específica relacionando Coleccionismo e Design.

Assim, publicamos um post no Facebook convidando designers interessados a participar da pesquisa. Dentre eles, selecionamos os que eram tanto designers quanto colecionadores e viam uma relação entre seus processos de colecionar e projetar. Além disso, consideramos importante que todos os escolhidos tivessem reconhecida produção prática e profissional, estivessem ativos e tivessem tempo suficiente de mercado, de modo que pudéssemos realizar uma análise abrangente de seu trabalho. Todos os designers foram contatados e, dos vinte, dez se prontificaram a participar das entrevistas que foram marcadas, com suas datas, horários e locais definidos.

A organização e a análise dos dados da pesquisa foram realizadas através de uma análise de conteúdo. Definimos como unidades mínimas de análise as frases dos entrevistados. Para que elas pudessem ser analisadas durante o processo, desenvolvemos para cada designer um quadro no qual selecionamos, organizamos e apresentamos as frases mais relevantes de cada resposta, agrupados em função das perguntas realizadas.

Em seguida, após a primeira rodada de entrevistas, tendo percebido que os entrevistados conseguiam estabelecer uma relação específica entre um de seus projetos de design e uma de suas coleções, realizamos uma segunda rodada, para entendermos melhor as relações particulares e comuns de cada caso.

Agrupamos essas informações em dois diferentes quadros: num deles apresentamos as relações particulares que influenciam o pensamento de cada designer; em outro, as dimensões comuns que influenciam nos processos e metodologias dos projetos. Esses agrupamentos foram relacionados à pesquisa teórica feita por nós. Através desta comparação, conseguimos entender como surgiram suas coleções e de que eram compostas. Compreendemos também as razões pelas quais colecionam, a importância da quantidade de peças e do valor de suas coleções, assim como o que resulta do colecionar, estabelecendo relações entre seu colecionar e projetar.

Após as entrevistas e do estabelecimento das relações de seus conteúdos com nossa análise teórica, ficou claro para nós que projetos de design sofrem

influências das coleções particulares dos designers, tanto em suas dimensões particulares como nas comuns do projetar.

Concluimos também que o designer colecionador é um ser particular, sempre inquieto e curioso, que relaciona seus interesses como colecionador, com seus interesses profissionais, construindo uma narrativa que reflete seus gostos, desejos e personalidade. Ele cria composições que exaltam a importância do peculiar e do inusitado na atração do olhar, sempre se utilizando de duas metodologias paralelas, distintas e sobrepostas: uma pertencente ao seu universo particular e outra comum ao universo dos designers colecionadores.

É importante deixar claro que esta pesquisa pretende apenas ampliar os conhecimentos existentes sobre a relação entre colecionar e projetar. Existem, no entanto, diversas outras análises e desdobramentos possíveis para o tema. Nossa intenção não é esgotar o assunto, mas sim ajudar a construir um caminho de conhecimento sobre ele, de modo a ampliar a compreensão das influências do colecionar sobre o processo de projetar dos designers.

O que se espera é que essa iniciativa motive outras pessoas a se aventurarem a investigar o assunto, desenvolvendo análises complementares que enriqueçam cada vez mais o universo de conhecimentos sobre o tema, ampliando os limites da pesquisa, de modo a complementar os pontos que, porventura, não tenham sido abordados neste projeto, avaliando seus possíveis desdobramentos.

7

Referências bibliográficas

ALSOP, Joseph. **The rare art traditions**: the history of collecting and its linked phenomena. London: Thames and Hudson, 1982.

ARCHER, Bruce. Whatever became of design methodology. **Design Studies**, v. 1, n. 1, jul, 1979.

ARCHER, Bruce. Systematic method for designers. London: The Design Council, 1965. Reimpresso em CROSS, N. (Ed.). **Developments in design methodology**. Chichester: John Wiley, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. The system of collecting. In: ELSNER, John; CARDINAL, Roger (Ed.). **The cultures of collecting**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1994, p. 7-24.

BELK, Russell. **Collecting in a consumer society**. London: Routledge, 1995.

BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca: um discurso sobre o colecionador. In: **Rua de mão única**: Obras escolhidas II. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BLOM, Philipp. **Ter e manter**: uma história íntima de colecionadores e coleções. Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

BROWN, Tim. Design thinking. **Harvard Business Review**, v. 86, n. 5, p. 84-92, 2008.

_____. **Change by design**: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: Harper Collins, 2009.

BROWN, T., & Wyatt, J. Design thinking for social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, Stanford, p. 30-35, 2010.

BUCHANAN, R. Wicked problems in design thinking. **Design Issues**, Cambridge (MA), The MIT Press, v. 8, n. 2, p. 5-21, 1992.

CONFORTO. E. C., AMARAL. D.C., SILVA. S.L. Roteiro para Revisão Bibliográfica Sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto. **CBGDP** – Porto Alegre, 2011.

CROSS, Nigel. Design research: a disciplined conversation. **Design Issues**, Elsevier, v. 15, n. 2, p. 5-10, 1999.

_____. Designerly ways of knowing: design discipline versus design science. **Design Issues**, Elsevier, v. 17, n. 3, p. 49-55, 2001.

_____. **Designerly ways of knowing**. London: Springer, 2006.

_____. Forty years of design research. **Design Studies**, Elsevier, v. 28, n. 1, p. 1-4, 2007.

_____. **Design thinking**: understanding how designers think and work. London: Bloomsbury Publishing, 2019.

CROSS, Nigel., DORST, K., ROOZENBURG, N. **Research in design thinking**. Delft: Delft University Press, 1992.

DANESI, Marcel. **Messages, signs, and meanings**: a basic textbook in semiotics and communication theory. 3ed. Toronto: Canadian Scholars' Press, 1994.

DANET, Brenda; KATRIEL, Tamar. No two alike: play and aesthetics in collecting. **Play and Culture**, v. 2, n. 3, p. 253-277, 1989.

_____. Glorious obsessions, passionate lovers, and hidden treasures: collecting, metaphor, and the romantic ethic. In: RIGGINS, Stephen Harold. **The socialness of things**: essays on the socio-semiotics of objects. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994, p. 23-61.

DESIGN COUNCIL. **The design process**. 2014. Disponível em: <http://www.designcouncil.org.uk/designprocess>. Acesso em: 20 jun. 2020.

DESIGN THINKING RESEARCH SYMPOSIA. **The design group**. 2012. Disponível em: <http://design.open.ac.uk/cross/DesignThinking-ResearchSymposia.htm>. Acesso em: 10 ago. 2020.

DORST, K. The nature of design thinking. In: **Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium**. Sydney, New South Wales: Sydney University of Technology, 2010, p. 131-139.

_____. The core of 'design thinking' and its application. **Design Studies**, v. 32, p. 521-532, 2011.

DUARTE, R. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre trabalho de campo. **Cadernos de Pesquisa**, Campinas, n. 115, p. 139-154, jul. 2001.

DUROST, Walter. **Children's collecting activities related to social factors**. New York: Columbia University Bureau of Publications Teachers' College, 1932.

JAHNKE, Marcus. Revisiting design as a hermeneutic practice: an investigation of paul ricoeur's critical hermeneutics. **Design Issues**, v. 28, n. 2, 2012.

JOHANSSON, U.; WOODILLA, J. Towards an epistemological merger of design thinking, strategy and innovation. **Proceedings of 8th European Academy of Design Conference**, Aberdeen: The Robert Gordon University, 2009.

JOHANSSON-SKÖLDBERG, U.; WOODILLA, J.; ÇETINKAYA, M. Design thinking: past, present and possible futures. **Creativity and Innovation Management**, v. 22, p. 121-146, 2013.

KLAMKIN, Marian. **Collectibles**: a compendium. Garden City, NY: Doubleday & Company, 1981.

KIMBELL, Lucy. ReThinking design thinking: part I. **Design and Culture**, v. 3, n. 3, p. 285-306, 2011.

_____. ReThinking design thinking: part II. **Design and Culture**, v. 4, n. 2, p. 129-148, 2012.

KRIPPENDORFF, Klaus. **The semantic turn**: a new foundation for design. Boca Raton, FL: CRC Press, 2006.

LAWSON, Bryan. **What designers know**. Oxford: Architectural Press, Linacre House, Jordan Hill, 2004.

_____. **How designers think**: the design process demystified. Architectural Press, Elsevier, 2006.

LIEDTKA, J. In defense of strategy as design. **California Management Review**, v. 42, n. 3, p. 8-30, 2000.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Pensamento selvagem**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1976.

LOPES, José Rogério. Colecionismo e ciclos de vida: uma análise sobre percepção, duração e transitoriedade dos ciclos vitais. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 16, n. 34, 2010.

_____. Colecionismo, arquivos pessoais e memórias patrimoniais. Porto Alegre: CirKula, 2017.

MARTIN, Roger L. The innovation catalysts. **Harvard Business Review**, 2009. Disponível em <https://hbr.org/2011/06/the-innovation-catalysts>. Acesso em: 15 abr. 2020.

MENEGAT, Rualdo. A epistemologia e o espírito do colecionismo. **Episteme**, Porto Alegre, n. 20, p. 5-12, jan./jun. 2005.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MUENSTERBERG, Werner. **Collecting: an unruly passion**. New Jersey: Princeton University Press, 1995.

NEIMAN, Rachel. **Designers as collectors**. Publicado em 5 de julho de 2013. Disponível em <https://www.israel21c.org/designers-as-collectors/>. Acesso em: 19 ago. 2019.

O'BRIEN, George. Living with collections. **New York Times Magazine**. Nova Iorque, 26 abr. 1981, part 2: p. 25-42.

PAPANEK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change**. Chicago: Academy Press, 1985.

PEARCE, Susan M. **Collecting in contemporary practice**. London: Sage Publications, 1988.

POMBO, Fátima; TSCHIMMEL, Katja. Revista O Sapiens e o Demens no pensamento do design: a percepção como centro. **Design em Foco**, Salvador, v. 2, n. 2, jul.-dez. 2005, p. 63-76.

ROWE, Peter G. **Design thinking**. MIT Press, 1987.

RITTEL, Horst W. J.; Webber, Melvin M. *Dilemmas in a General Theory of Planning*. **Policy Sciences**, Elsevier, v. 4, p. 155-169, 1973.

SCHÖN, Donald. **The reflective practitioner: how professionals think in action**. New York: Library of Congress, 1982.

_____. Problems, frames and perspectives on designing. **Design Studies**, v. 5, n. 3, p. 132-136, 1983.

SIMON, Herbert Alexander. **The sciences of the artificial**. MIT Press, 1969.

SOWA, John F. **Semantic networks**. In: Encyclopedia of artificial intelligence. Estados Unidos, Wiley, 1987; second edition, 1992.

TISCHLER, Linda. **Ideo's David Kelley on "design thinking"**. Fast Company, 2 jan. 2019. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/1139331/ideos-davidkelley-design-thinking>. Acesso em: 19 jul. 2019.

WAJDA, Shirley Teresa. 'And a little child shall lead them': american children's cabinets of curiosities. In: DILWORTH, Leah (ed). **Acts of possession: essays on collecting in america**. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 42-65, 2003, p. 42-65.

Apêndice I – Termo de consentimento livre e esclarecido: questionário

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN da PUC-Rio

ORIENTADOR: Professor Doutor Claudio Freitas de Magalhães | E-mail: claudio-design@puc-rio.br

MESTRANDO: Leonardo Cardoso Eyer Jorás | E-mail: leoeyer@me.com

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO QUESTIONÁRIO

Prezado(a) Designer,

Você está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) da pesquisa **“O Designer Colecionador - características e particularidades de seu pensamento projetual”**, onde entrevistaremos **designers colecionadores brasileiros**. Esta é uma pesquisa realizada na linha “Design: Tecnologia, Educação e Sociedade” da PUC-Rio, realizada sob a orientação do Professor Claudio Freitas de Magalhães. Caso concorde em participar da pesquisa, solicitamos seu “de acordo” através da assinatura em duas vias deste documento.

O **objetivo da pesquisa** é contribuir para a compreensão da relação entre pensamento de design e pensamento de coleção.

Nesse sentido propomos a você a preencher um questionário remoto, através de um link enviado por e-mail, cujo conteúdo será utilizado como parte integrante da pesquisa. Suas respostas serão arquivadas, só podendo ser utilizadas como material de base, ficando vetado qualquer outro uso de sua íntegra ou trechos para qualquer outro fim que não esteja relacionado à pesquisa acima mencionada.

BENEFÍCIOS: A presente pesquisa busca estabelecer uma relação entre o pensamento de design e o pensamento de coleção. Entendemos que, comprovada esta relação, conseguiremos avançar no campo do design com novas perspectivas em relação ao pensamento de design e na relação entre projeto e coleção.

RISCOS: Ao participar desta pesquisa você poderá ser exposto a alguns riscos e desconfortos:

- Cansaço ou aborrecimento ao responder o questionário;
- Constrangimento ou descontentamento com as análises que serão realizadas sobre as relações entre pensamento de design e pensamento de coleção;

Na eventualidade de qualquer dos riscos citados acima virem a acontecer, nos comprometemos a oferecer possibilidades para contorná-los, através de remarcação e/ou interrupção da aplicação do questionário remoto. Caso o desconforto seja irremediável há a possibilidade até mesmo da exclusão do material do entrevistado na elaboração dos resultados da pesquisa.

Reiteramos que durante a aplicação do questionário, o pesquisador não irá incentivar atividades que possam levar a algum destes riscos. Serão adotados procedimentos para resguardar a identidade dos voluntários.

DESPESAS: A participação é isenta de despesas.

RESSARCIMENTO: Os entrevistados nessa pesquisa não serão remunerados por essa participação.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido (a) pelo pesquisador.

Enquanto pesquisador, me comprometo a tratar sua identidade com padrões profissionais de sigilo, anonimato e confidencialidade de dados.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão. O material coletado será arquivado pelo período de 5 anos, ficando sob minha guarda.

Obrigado por sua valiosa colaboração!

Leonardo Cardoso Eyer Jorás

leoeyer@me.com

OBS 1: Qualquer dúvida a respeito dos procedimentos, dos resultados e/ou de assuntos relacionados à pesquisa será esclarecida pelo pesquisador Leonardo

Cardoso Eyer Jorás e/ou por seu orientador Claudio Freitas de Magalhães, através dos e-mails: leoeyer@me.com (pesquisador) e claudio-design@puc-rio.br (orientador).

OBS 2: A Câmara de Ética pode sanar as questões éticas relativas ao projeto, uma vez que as dúvidas em geral serão respondidas pelos pesquisadores. A Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio é a instância da Universidade que tem por atribuição analisar do ponto de vista ético os projetos de pesquisa de seus docentes, pesquisadores e discentes, quando solicitada. Rua Marquês de São Vicente 225, Edifício Kennedy, 2º. andar – Gávea – CEP 22 453-900 - Rio de Janeiro, RJ.TEL. (21) 35271618.

QUESTIONÁRIO REMOTO

Você faz alguma coleção?

Quais são suas coleções?

Poderia fazer o upload de uma imagem síntese de cada uma de suas coleções?

Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?

Você conhece algum designer cuja coleção considere relevante? Poderia indicar o contato?

Depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso do meu depoimento, especificados nesse Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, o pesquisador Leonardo Cardoso Eyer Jorás e a seu orientador Claudio Freitas de Magalhães, do projeto de pesquisa intitulado “O Designer Colecionador - características e particularidades de seu pensamento projetual”, a utilizar o material do questionário sem qualquer ônus financeiro a nenhuma das partes. Os dados coletados pelos questionários são única e exclusivamente para a pesquisa em questão. Os resultados

obtidos pelo levantamento podem ser usados em outras publicações, congressos, revistas especializadas além da dissertação do mestrado; preservando sempre a identidade dos participantes.

- () Autorizo a coleta dos dados do questionário remoto aplicado pelo pesquisador
- () Autorizo a revelação de minha identidade
- () Não autorizo a revelação de minha identidade

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2022

(Nome do Participante)

Leonardo Cardoso Eyer Jorás

Apêndice II – Termo de consentimento livre e esclarecido: entrevista

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN da PUC-Rio

ORIENTADOR: Professor Doutor Claudio Freitas de Magalhães | E-mail: claudio-design@puc-rio.br

MESTRANDO: Leonardo Cardoso Eyer Jorás | E-mail: leoeyer@me.com

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO ENTREVISTA

Prezado(a) Designer,

Você está sendo convidado(a) a participar como voluntário(a) da pesquisa **“O Designer Colecionador - características e particularidades de seu pensamento projetual”**, onde entrevistaremos **designers colecionadores brasileiros**. Esta é uma pesquisa realizada na linha “Design: Tecnologia, Educação e Sociedade” da PUC-Rio, realizada sob a orientação do Professor Claudio Freitas de Magalhães. Caso concorde em participar da pesquisa, solicitamos seu “de acordo” através da assinatura em duas vias deste documento.

O **objetivo da pesquisa** é contribuir para a compreensão da relação entre pensamento de design e pensamento de coleção.

Nesse sentido propomos a você a realização de uma conversa com cerca de duas horas de duração, cujo conteúdo será utilizado como parte integrante da pesquisa. Quando as entrevistas forem realizadas de forma presencial serão gravadas em áudio. Quando forem online serão realizadas em forma de videoconferências gravadas através da plataforma zoom. Estas gravações só poderão ser utilizadas como material de base, ficando vetado qualquer outro uso de sua íntegra ou trechos para qualquer outro fim que não esteja relacionado à pesquisa acima mencionada.

BENEFÍCIOS: A presente pesquisa busca estabelecer uma relação entre o pensamento de design e o pensamento de coleção. Entendemos que, comprovada esta relação, conseguiremos avançar no campo do design com

novas perspectivas em relação ao pensamento de design e na relação entre projeto e coleção.

RISCOS: Ao participar desta pesquisa você poderá ser exposto a alguns riscos e desconfortos:

- Cansaço ou aborrecimento ao participar da entrevista;
- Constrangimento ou descontentamento com as análises que serão realizadas sobre as relações entre pensamento de design e pensamento de coleção;

Na eventualidade de qualquer dos riscos citados acima virem a acontecer, nos comprometemos a oferecer possibilidades para contorná-los, através de remarcação e/ou interrupção da entrevista. Caso o desconforto seja irremediável há a possibilidade até mesmo da exclusão do material do entrevistado na elaboração dos resultados da pesquisa.

Reiteramos que durante a aplicação da entrevista, o pesquisador não irá incentivar atividades que possam levar a algum destes riscos. Serão adotados procedimentos para resguardar a identidade dos voluntários.

DESPESAS: A participação é isenta de despesas.

RESSARCIMENTO: Os entrevistados nessa pesquisa não serão remunerados por essa participação.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecido sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido (a) pelo pesquisador.

Enquanto pesquisador, me comprometo a tratar sua identidade com padrões profissionais de sigilo, anonimato e confidencialidade de dados.

Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão. O material coletado será arquivado pelo período de 5 anos, ficando sob minha guarda.

Obrigado por sua valiosa colaboração!

Leonardo Cardoso Eyer Jorás

leoeyer@me.com

OBS 1: Qualquer dúvida a respeito dos procedimentos, dos resultados e/ou de assuntos relacionados à pesquisa será esclarecida pelo pesquisador Leonardo Cardoso Eyer Jorás e/ou por seu orientador Claudio Freitas de Magalhães, através dos e-mails: leoeyer@me.com (pesquisador) e claudio-design@puc-rio.br (orientador).

OBS 2: A Câmara de Ética pode sanar as questões éticas relativas ao projeto, uma vez que as dúvidas em geral serão respondidas pelos pesquisadores. A Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio é a instância da Universidade que tem por atribuição analisar do ponto de vista ético os projetos de pesquisa de seus docentes, pesquisadores e discentes, quando solicitada. Rua Marquês de São Vicente 225, Edifício Kennedy, 2º. andar – Gávea – CEP 22 453-900 - Rio de Janeiro, RJ.TEL. (21) 35271618.

QUESTIONÁRIO ENTREVISTA INDIVIDUAL

Você faz alguma coleção?

Quais são suas coleções?

Porque você coleciona?

Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?

Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?

Porque você tem especificamente essas coleções?

Existe alguma relação entre suas coleções?

Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?

Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?

Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?

Depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de

estar ciente da necessidade do uso do meu depoimento, especificados nesse Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, o pesquisador Leonardo Cardoso Eyer Jorás e a seu orientador Claudio Freitas de Magalhães, do projeto de pesquisa intitulado “O Designer Colecionador - características e particularidades de seu pensamento projetual”, a utilizar o material de minha entrevista sem qualquer ônus financeiro a nenhuma das partes. Os dados coletados pela entrevista são única e exclusivamente para a pesquisa em questão. Os resultados obtidos pelo levantamento podem ser usados em outras publicações, congressos, revistas especializadas além da dissertação do mestrado; preservando sempre a identidade dos participantes.

- () Autorizo a gravação em áudio de minha entrevista presencial
- () Autorizo a gravação em vídeo de minha entrevista por videoconferência
- () Autorizo a revelação de minha identidade
- () Não autorizo a revelação de minha identidade

Rio de Janeiro, _____ de _____ de 2022

(Nome do Participante)

Leonardo Cardoso Eyer Jorás

Anexo – Trechos selecionados das entrevistas

Entrevistado 1 - Ricardo Leite	
Você faz alguma coleção?	<ul style="list-style-type: none">• Sim
Quais são suas coleções?	<ul style="list-style-type: none">• Quadrinhos, cartoons e ilustrações de imprensa. Tenho uma coleção de artes originais, uma coleção de revistas e uma coleção de livros sobre o assunto.
Porque você coleciona?	<ul style="list-style-type: none">• Eu coleciono porque gosto do tema.• A coleção inicialmente não é muito planejada. A partir do momento em que ela ganha corpo e massa crítica, você passa a ter um novo prazer; o de possuir a coleção.• Você determina um recorte que captura um momento de criação de um determinado artista.• Entendo que toda coleção está baseada numa sobreposição, numa soma de significados.• As peças isoladas da coleção ganham mais valor quando fazem parte de um contexto maior, pois, em conjunto, aumentam seus valores afetivos, emocionais e financeiros.• Ser um colecionador notório agrega valor aos objetos da coleção.• Entendo os objetos dos personagens que coleciono como acessórios. Eles não fazem parte exatamente da coleção.• A partir do momento que sou reconhecido como colecionador, ganho status e autoridade sobre aquele assunto. Isso tem valor.• O desejo de ser reconhecido como colecionador de artes originais me interessa. Abre portas para mim tanto na área dos quadrinhos, como na área do design. Essa notoriedade abre muitas portas.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?	<ul style="list-style-type: none">• Tenho cerca de 520 artes originais. Revistas e livros, tenho milhares.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?	<ul style="list-style-type: none">• A coleção de originais é bastante valiosa, mas não saberia dizer seu valor exato. As de revistas e livros, nunca avaliei.
Porque você tem especificamente essas coleções?	<ul style="list-style-type: none">• A coleção de revistas e livros tenho desde criança, pois sempre gostei de quadrinhos.• Já tinha um conjunto de artes originais, que não considerava uma coleção.• Na minha primeira ida ao Museu Hergé, quando me deparei com tantos originais e pude ver a “cozinha” com tantos detalhes, decidi, de fato, começar uma nova coleção.• A pedra fundamental de minha coleção de artes originais é uma gravura assinada pelo Hergé, que comprei no dia seguinte à minha ida ao Museu.
Existe alguma relação entre suas coleções?	<ul style="list-style-type: none">• A relação mais clara é a da memória afetiva que trago da infância.• Tenho, no entanto, uma diferença em relação a maioria dos colecionadores de quadrinhos: diferente dos demais, não valorizo tanto a presença do personagem na página: para mim, o mais importante é a qualidade do desenho.
Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?	<ul style="list-style-type: none">• A minha origem sempre foi muito visual, estética. Sempre fui muito impactado pelas imagens.• Para mim, tanto no design como num projeto de coleção, interessam muito o caminho estético e suas conexões.• Acho que tanto em projetos de coleção como de design organizamos, classificamos e damos significados às coisas.• Meu modo de diagramar certamente sofreu influências da estética dos quadrinhos.

<ul style="list-style-type: none"> • Já fiz muitos projetos de coleções de discos e livros. Essa compreensão dos elementos que caracterizam uma coleção me ajudou muito a entender os elementos de ligação que dão consistência a projetos de design. • É o caminho visual o que me carrega sempre. Tanto no design quanto na coleção.
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?
• Sim
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
• Acredito existir uma forte relação entre as capas de disco que desenvolvi para Os Paralamas do Sucesso e minha coleção de Quadrinhos.

Entrevistado 2 - Bruno Porto

Você faz alguma coleção?
• Sim
Quais são suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Eu tenho uma coleção de álbuns de história em quadrinho do Tintin. Inicialmente considerava ela como uma coleção completa, pois tenho todos os álbuns da coleção lançada no Brasil pela Editora Record. • Quem determinou essa coleção como completa foi a editora, pois o “recorte”, ou seja, os álbuns que fazem parte dessa coleção, foram selecionados por eles. • Depois de alguns anos acrescentei a ela outros álbuns, lançados fora do Brasil. Hoje, levando em consideração a morte do Hergé, a menos que surja um álbum perdido, acredito que tenho minha coleção completa, pois tenho todos os álbuns que me interessam. Mesmo sabendo que existem álbuns lançados em outros idiomas que não possuo, pois não me interessam. • Tenho uma memória afetiva em relação a ela, pois é minha coleção de criança. • Não considero meus livros como uma coleção, pois eles têm mais uma função prática. Não tenho uma relação afetiva com eles. • Tenho também coleções de Almanques do Capitão América e dos Heróis da TV. • Eu não colecionava personagens. Eu colecionava títulos de revistas. • Colecionei a Revista Mad por muitos anos, mas, em algum momento, perdi o interesse e me desfiz da coleção. • Tive também uma coleção de posters e crachás dos eventos de design de que participei. Não tinha uma preocupação estética com eles. Era uma relação de afeto, registro e memória. Essa coleção foi doada para o Instituto Carioca de Design. • Tenho também a coleção completa dos álbuns dos Beatles. Ela é importante porque são os vinis da 1ª edição impressa no Brasil. • Uma das coleções que desenvolvo e tenho comigo até hoje é a de folhetos de bordo de aeronaves que coletei nos vôos que faço ao redor do mundo. • Tenho uma coleção de fotografias de letreiros dos bairros de Laranjeiras, Flamengo, Largo do Machado e Catete. Como não poderia ter os letreiros, resolvi fotografá-los. • Fiz também a coleção “Dingbats Brasil”. • E atualmente tenho uma coleção de imãs de geladeira de lugares que visitei.
Porque você coleciona?
<ul style="list-style-type: none"> • Muitas das coleções foram montadas para que eu pudesse usufruir dos conteúdos delas (quadrinhos, álbuns...) Mas hoje elas perderam essa função e adquiriram valor afetivo. • O lançamento de peças “serializadas” força o desejo pelo “completismo”. É uma estratégia de marketing que gera o desejo de completar a coleção. • Numerar desde revistas a até mesmo livros e filmes é uma estratégia que te faz “ser obrigado” a ter, ler ou ver todos. • Acredito que, pra ser considerada uma coleção, tem que haver uma relação afetiva com ela. Se você, por alguma razão, perde o vínculo afetivo, perde também o interesse pela coleção. Apesar disso, tenho afeto por muitas coisas que tenho sem que isso despertasse em mim o desejo de transformá-las em uma coleção. • Ser reconhecido como conhecedor de um determinado assunto é importante. Você passa a fazer parte de círculos aos quais não tinha acesso antes desse reconhecimento.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?

<ul style="list-style-type: none"> • Minha coleção de Tintin é composta por 27 álbuns. A dos Beatles tem 13 álbuns de estúdio e 5 ao vivo. A coleção dos Almanques do Capitão América e dos Heróis da TV, não sei dizer ao certo. Minha coleção de folhetos de instrução de bordo de aeronaves tem mais de cem itens.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Nunca avalei nenhuma delas. Pra mim seu valor afetivo é imensurável.
Porque você tem especificamente essas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Viajo muito e já morei em diversos países. Levo comigo as coleções dos Beatles e do Tintin, pois consigo viajar com elas e me trazem muitas memórias. As outras estão guardadas em Brasília e não vejo faz muito tempo. • Minha coleção de fotos de letreiros, inicialmente criada por minha relação de afeto com a região, se juntou com meu interesse por tipografia vernacular e acabou transformado no livro Memórias Tipográficas, lançado pela 2AB. Foi essa a maneira que encontrei de expor e preservar esta coleção.
Existe alguma relação entre suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Estabeleço uma relação afetiva com todas as minhas coleções. Percebo também que esse vínculo foi estabelecido na infância e dura até hoje. • Muitos dos objetos só entram para a coleção após o uso. Eles perdem a função prática e assumem a função de resgatar momentos e lembranças. • Muitas das coleções são fruto do acaso e dos gostos; sem a intenção original de colecionar. Quando você vê, descobre que tem uma coleção. • Pra ser uma coleção, acho que ela tem que ser montada conscientemente. Até você ter essa consciência ela não é ainda uma coleção.
Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?
<ul style="list-style-type: none"> • Sempre busquei uma unidade conceitual em todos os meus projetos de design. Acredito que essa é uma característica presente em todos os meus trabalhos. Conviver com coleções e colecionar me ajudou a desenvolver esse modo de pensar. • Analisando coleções de quadrinhos, percebo a importância do logotipo para a identificação e reconhecimento das diferentes revistas. Existem, por exemplo, diferentes revistas com o mesmo personagem na capa. O logotipo é que traz esse reconhecimento imediato. Meu contato com as coleções despertou meu interesse pelo assunto e foi um dos influenciadores da minha escolha profissional. • Percebo também que desenvolvi percepções ligadas à identidade e diferenciação, pelo convívio com as minhas coleções e as demais que conheci. • Organizar, classificar e dar significado são etapas presentes tanto em coleções como em projetos de design. • Meu interesse por tipografia, por exemplo, surge também a partir do meu interesse por títulos de revista e letreiros. • Hoje percebo que o mercado de design gráfico que gira em torno das capas de quadrinho de super-heróis é completamente voltado para o universo dos colecionadores. Hoje são lançadas “capas variantes” da mesma revista, pensadas para públicos específicos de colecionadores.
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Sim
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
<ul style="list-style-type: none"> • Vejo uma relação clara entre dois projetos de design e uma de minhas coleções: Tanto o Memórias tipográficas quanto o Dingbats Brasil têm relação com minha coleção de folhetos de instrução de bordo de aeronaves.

Entrevistado 3 - Marcelo Martinez

Você faz alguma coleção?
<ul style="list-style-type: none"> • Sim
Quais são suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Coleciono caixas de fósforo da Copa de 58, brinquedos antigos que ganhei na infância, robzinhos retrofuturistas, action figures relacionados a quadrinhos e cultura pop e ítems do Batman, que considero minha mais importante coleção.

<ul style="list-style-type: none"> • Acredito que minha primeira coleção intencional foi a de Gibis, iniciada por volta dos 12 anos. Foi uma coleção muito importante pra mim durante as décadas de 80 e 90 e acho que foi a partir delas que comecei a desenvolver meu senso estético.
<p>Porque você coleciona?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Acredito que tenho relações afetivas com minhas coleções. • Percebo também que elas me ajudaram a construir um senso estético, estabelecendo uma relação do meu trabalho com a estética retrofuturista das décadas de 40 e 50. • Elas me ajudaram também a entender questões como curadoria e recorte que se tornaram muito importantes tanto para meu trabalho como diretor de arte como também no desenvolvimento da edição de diversos livros que projetei.
<p>Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Minha coleção de Batman tem atualmente 40 peças, tenho a coleção completa das caixas de fósforo dos jogadores de futebol da Copa de 58. As demais coleções não sei especificar. O que consigo dizer é que, afora a coleção de caixas de fósforo, acredito que todas as outras ainda estão em construção.
<p>Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Não consigo aferir um valor específico para cada uma delas, até mesmo porquê este nunca foi um propósito.
<p>Porque você tem especificamente essas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Os objetos da coleção de Batmans é composta por peças que falam diretamente comigo como leitor e admirador. Por exemplo: tenho o Batmóvel da série de TV da década de 60, que passou no SBT durante minha infância. Não sou um admirador de carros, mas esse carro especificamente me traz muitas lembranças boas e me lembra de uma fase do Batman da qual gosto muito. Gosto muito também do trabalho do ilustrador Darwyn Cooke e, por isso, tenho um boneco do Batman inspirado no seu estilo de ilustração. Resumindo, tenho os Bonecos e acessórios do Batman inspirados nos desenhos feitos pelos meus ilustradores prediletos. É uma maneira de expor e me manter em contato visual e emocional com ilustradores de quem gosto muito e que não necessariamente estão em minhas estantes. Além disso acho que o código de identidade visual do Batman é muito bem desenvolvido. São poucas cores símbolos e elementos que permitem uma identificação universal do personagem.
<p>Existe alguma relação entre suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • A relação mais clara é a da memória afetiva que trago da infância. • Mas vejo também que minhas coleções giram em torno da cultura pop e de objetos com produção industrial. Me interessa a questão da produção em série que permitiu que muitas pessoas tivessem acesso aos mesmos objetos, disseminando sua cultura.
<p>Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Faço muitos projetos de Almanques, por exemplo, onde temos acesso a uma quantidade infindável de imagens e conteúdos. Diante de tanto material, é sempre importante determinarmos um objetivo para o projeto e, a partir dele, desenvolvermos uma curadoria onde organizamos e estabelecemos conexões entre os conteúdos selecionados, fazendo um recorte que funcione, comunicando o que queremos transmitir.
<p>Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sim
<p>Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Fiz uma curadoria dentro de um recorte muito específico em minha coleção de Batman. Acho que as questões de recorte, direção de arte e curadoria estão muito presentes tanto no projeto do Almanaque dos Anos 80, como no Livro_Jogo das Copas Globo Esporte.

Entrevistado 4 - Batman Zavareze

<p>Você faz alguma coleção?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sim
<p>Quais são suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Comecei a colecionar influenciado por meu avô. Herdei dele bem novo sua coleção de moedas antigas, 3x4, filmes super 8 e slides que ele comprava através de um anúncio

<p>de jornal que publicava, com o objetivo de fazer sessões de “cinema” para os netos. Ele projetava os slides e os filmes e ia contando pra nós uma história fabulada, que ele imaginava e nunca tinha vivido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A coleção de 3x4 que começa com meu avô, evolui com fotos de meus amigos e acaba resultando numa outra coleção: a dos 3x4 pintados por Mestre Júlio. • Coleciono também Batman, obviamente desde cedo: Desde bonecos originais e artesanais até as revistas em quadrinhos. • Também coleciono vaquinhas e peças com estampa de vaca desde pequeno. Gostava da estética preto e branco, do contraste e, para desespero dos meus pais, pintei a estampa até na geladeira de casa. • Coleciono também arte popular brasileira, principalmente das regiões Norte e Nordeste, assim como artesanato. Essa coleção, pelo que me lembro, comecei após me formar como designer, num momento onde meu olhar já estava mais treinado e maduro.
<p>Porque você coleciona?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Minhas coleções tem um caráter de preservação histórica, não da forma organizada, convencional, mas num recorte meu de coisas que considero interessantes, importantes e que gostaria de preservar. • Tem obviamente um aspecto afetivo, até mesmo porque começaram com as coleções que herdei de meu avô. • Minhas coleções me ajudaram também a desenvolver uma linguagem própria, particular e brasileira que é facilmente percebida em meus trabalhos.
<p>Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Minha coleção de retratos pintados do Mestre Júlio tem cerca de 100 itens. • Minhas outras coleções, sinceramente não sei dizer. Todas elas estão em constante crescimento: seja porque eu adquira novas peças, seja porque eu ganhe de pessoas que me conhecem e encontram itens que consideram “a minha cara”.
<p>Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Acho que todas, em diferentes graus, tem valor pelo aspecto de preservação histórica, pela construção de um acervo de arte popular, pela preservação da tradição criada por meu avô. Isso implica também em um valor financeiro que vai além do afetivo. Mas como essa nunca foi a razão pela qual colecionei, não saberia dizer.
<p>Porque você tem especificamente essas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • São coleções que surgiram por herança e que fui desdobrando e ressignificando através de novos objetos que tinham sempre características peculiares, inusitadas.
<p>Existe alguma relação entre suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • As relações afetivas estão presentes em todas elas. • As questões de preservação da história e da cultura conectam algumas delas. • Outro ponto de convergência é a peculiaridade de cada objeto. Procuro colecionar o não óbvio, o diferente. É isso que atrai o meu olhar. Ao mesmo tempo o eduquei observando o convívio entre as diferenças que vejo entre minhas coleções.
<p>Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Essa quantidade de coleções e objetos em convivência me fez desenvolver esse interesse pelo diverso, pelo inusitado, pelo complementar e pelo múltiplo que hoje são características marcantes de meu trabalho. • Para mim, fazer design é dar significado às coisas. Colecionar tem a mesma característica. • Coleciono mestres da arte popular brasileira, por exemplo. Conhecê-los me fez aprender, por exemplo, a contar histórias e a entender a importância tanto da autorralidade como da transmissão de conhecimentos. • Os acúmulos de histórias que presenciei e vivi, certamente são importantes para o desenvolvimento das narrativas que desenvolvo em meus projetos.
<p>Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sim
<p>Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Vejo uma relação direta entre minha coleção de retratos pintados do Mestre Júlio e o projeto da música “Um Só”, do Show dos Tribalistas.

Entrevistada 5 - Chris Lima	
Você faz alguma coleção?	• Sim
Quais são suas coleções?	<ul style="list-style-type: none"> • Cartazes de cinema, que comecei cedo, por volta dos 12 anos e que considero o ponto de partida para meu interesse tanto por design como por cinema • Materiais gráficos de forma geral • Itens de papelaria • Papéis de presente • Canetinhas coloridas • Livros de modo geral, indo da literatura à arte e ao design • Bonecos de filmes • Miniaturas de Coca-Cola
Porque você coleciona?	<ul style="list-style-type: none"> • Coleciono, além dos objetos, as histórias e lembranças que me trazem. • Coleciono também como referência: de linguagem, de estética, de conceito, de modo de produzir. • Coleciono também como forma de aprendizado. Não apenas nos livros, mas também através das histórias por traz dos objetos que possuo.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?	• As quantidades variam muito: das dezenas às centenas, mas quantidade não é uma questão importante para mim. Nunca pensei em ter mais de uma mesma coisa, pois cada peça que incluo nas coleções para mim é única.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?	• O valor mais importante é o afetivo. Nunca me preocupei em estimar valores nem saber quanto valia cada coleção.
Porque você tem especificamente essas coleções?	<ul style="list-style-type: none"> • Coleciono o que atrai meu olhar de forma muito especial. Só coleciono coisas das quais gosto muito. • Minhas coleções, pra mim, são também coleções de memórias, de histórias e de momentos.
Existe alguma relação entre suas coleções?	• São coleções também de referências que ajudaram de alguma forma a construir meu olhar e desenvolver minha linguagem como designer.
Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?	<ul style="list-style-type: none"> • Colecionar é um exercício constante de categorização. Olhar semelhanças e diferenças entendendo signos, símbolos, significados e as relações entre eles. • Colecionar envolve, em alguma medida, um ritual, um processo para a construção de algo maior. Acredito que cada designer tem um ritual e um processo próprios para desenvolver seus projetos também. • Quando você coleciona, se encanta por muitos valores subjetivos ligados a cada objeto e começa a entender essa relevância. Quando desenvolvemos projetos, lidamos com essa subjetividade em diversos momentos e colecionar facilita essa compreensão. • Em todo projeto de design existe uma sistemática, uma organização de pensamento e colecionar é uma prática que ajuda muito na construção desse racional.
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?	• Sim
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?	• Existe uma relação muito forte entre minha coleção de papelaria e meu projeto de objetos de papelaria com tiragem limitada.

Entrevistado 6 - Giovanni Vannucchi	
Você faz alguma coleção?	• Sim
Quais são suas coleções?	

<ul style="list-style-type: none"> • Embalagens das mais diversas • Garrafas de azeite • Bancos de madeira naturais, artesanais e sem pintura • Esculturas de animais feitas de madeira, borracha e plástico • Latas de fumo de cachimbo e de cigarrilhas • Motos feitas de lata • Copinhos de licor e cachaça • Borrachas de desenho
<p>Porque você coleciona?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sempre fui muito atraído por embalagens no ponto de venda e isso acabou nortando muito meu rumo profissional. Minha coleção de garrafas de azeite surgiu muito em função disso: é um produto cujas embalagens variam muito tanto em formato quanto em cor, sem perder a identificação do produto. Isso me chamou muito a atenção. • Minha coleção de embalagens funciona pra mim como um arquivo de referências que me inspira no desenvolvimento de meus projetos. • Coleciono também como forma de guardar lembranças afetivas de minhas viagens. • Me interessa ver como as pessoas encontram diferentes soluções e formas para criar objetos com as mesmas funções; como existem diversas formas de representação de uma mesma ideia ou conceito.
<p>Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • A de garrafas de azeite possui 55 peças, a de bancos de madeira 15, a de esculturas de animais 50 e a de motos 8. As demais variam entre 10 e 50 peças acredito. A geral, de embalagens, tem centenas de peças.
<p>Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todas tem valor afetivo, exceto a de embalagens que tem mais uma função prática, como referência mesmo. Não sei quanto gastei nelas, mas acho que menos do que valem pra mim.
<p>Porque você tem especificamente essas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muitas tem a ver com meu interesse por embalagens, outras com meu interesse por ver soluções diferentes para um mesmo problema. Minhas coleções, por exemplo, de garrafas de azeite e de latas de fumo ter a ver com essas duas questões. • Minha coleção de bancos de madeira e de copinhos de cachaça falam do meu interesse por soluções diferentes para um mesmo problema e também são parte de minha coleção de recordações de viagens. • Minha coleção de borrachas começou pelo fato de serem um objeto de uso cotidiano e passaram a ser objeto de estudo por trazer soluções bem diferentes para um mesmo problema. • As motos de minha coleção são feitas a partir de embalagens descartadas. Me mostram as possibilidades de reuso e ressignificando delas.
<p>Existe alguma relação entre suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coleciono primeiramente pelo prazer de ter o objeto em si. • Todos os produtos que coleciono são acessíveis. • Diria que a relação que mais me interessa é a possibilidade de visualizar uma infinidade de soluções possíveis para um mesmo problema. • Mas as embalagens e as lembranças das viagens, que adoro, são muito importantes pra mim.
<p>Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Em nosso trabalho como designers nos deparamos sempre com a geração de alternativas. Colecionar permite visualizar em nosso próprio ambiente esse universo de possibilidades. • Assim como minhas coleções, a grande maioria dos projetos de embalagem que desenvolvo são acessíveis. São produtos presentes no dia-a-dia, na casa das pessoas. • Colecionando você estabelece critérios, recortes que atendem a seus interesses e desejos. Projetando esses critérios são definidos pelos interesses da indústria e de seus consumidores. • Acho que conviver com coleções há tantos anos me ajudou muito a projetar coleções de embalagens.
<p>Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?</p>

• Sim
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
• Com certeza minha coleção de garrafas de azeite inspirou os diversos estudos que fizemos para a garrafa da Tônica Prata.

Entrevistada 7 - Ana Soter
Você faz alguma coleção?
• Sim
Quais são suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Push up toys que começou a comprar aos 16 anos em paradas de ônibus durante viagens ao nordeste. • Brinquedos analógicos em geral que me encantam pela simplicidade, pelos mecanismos e pela genialidade. • Coleção de papéis de carta e etiquetas adesivas, que ela considera a “semente” que a levou para o design • Coleção de Bandejas Faiança que sempre a encantaram pelos grafismos e técnicas de estamperia e impressão. • Objetos e móveis que compra em leilões, feiras e antiquários • Roupas • Coleção de cartões postais do Rio de Janeiro que herdou do pai
Porque você coleciona?
<ul style="list-style-type: none"> • Para lembrar, para olhar, pela estética. Para usar e decorar. • Para atender a meus desejos e pelo prazer de construir aquele conjunto de coisas que possuem significados especiais para mim. • Para mim é importante ver e utilizar o que eu coleciono, mesmo que apenas em momentos especiais. • Sou seduzida pela forma das coisas, mesmo que a função do objeto não seja necessária para mim. • Minha coleção de postais do Rio tem um caráter afetivo importante, mas funciona também como uma espécie de banco de imagens que utilizo em meus projetos. • Colecionar pra mim é também uma forma de diversão.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?
• A coleção de push up toys tem cerca de 200 peças. As demais nunca inventariei. Tenho muitos itens de cada coleção espalhados por minha casa. Às vezes juntos, outras vezes combinados entre si.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?
• Nunca me preocupei com isso. O que me importa é o valor afetivo, somado ao prazer que sinto por conviver e utilizar as peças de minhas coleções que estão espalhadas por minha casa.
Porque você tem especificamente essas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Minhas coleções se complementam e criam esse universo particular da minha casa, onde moro e sou muito feliz. Criam esse ambiente com o qual me identifico e vejo como muito acolhedor não só pra mim, como também para as pessoas que vem me visitar. • Eu gosto da curadoria. Desse recorte que a gente faz no mundo pra trazer coisas pra perto da gente.
Existe alguma relação entre suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Minhas coleções de certa forma envolvem minha vida, pois ocupam toda minha casa. • Eu me sinto morando dentro de minhas coleções. • Gosto muito de combinar objetos de diferentes coleções. Do meu jeito, seleciono, combino e diagramo eles sobre as paredes da minha casa. • Me trazem memórias, lembranças de momentos importantes pra mim. • Minha casa é uma espécie de coleção da minha vida.
Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?
<ul style="list-style-type: none"> • Minha coleção de papéis de carta e etiquetas me fez compreender questões relativas à tipografia e à impressão, despertando meu interesse pelo design gráfico. • Acho que colecionar me ajudou a desenvolver um olhar pessoal, a saber o que me agrada e o que me desagradava no que gosto, no que não gosto e porque. Me ajudou a contruir um gosto próprio e a ter segurança sobre minhas decisões projetuais.

<ul style="list-style-type: none"> • Colecionando você aprende sobre as coisas. Esse conhecimento você leva pra vida e, conseqüentemente, pro seu trabalho. • Minha coleção tem a ver com meu olhar, com minha capacidade de enxergar coisas no mundo, de identificar o que acho harmônico, curioso, o que me faz rir. São coisas que quero perto de mim, em minha vida. Isso obviamente determina um caminho que reflete em meus projetos de design. • Todos os trabalhos editoriais que faço, principalmente os livros de fotografia, tem um trabalho de curadoria tanto de imagens como de conteúdo onde existe um recorte e uma organização que demanda uma série de tomadas de decisão que podem ser relacionadas ao colecionar. <p>O mesmo acontece nos projetos de exposições, onde as questões que envolvem curadoria são muito importantes. Quando desenvolvo projetos expográficos e penso nas soluções de layout, a forma de expor, de agrupar, de contar as histórias tem tudo a ver com o que eu faço na minha casa.</p>
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?
• Sim.
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
• Vejo uma relação entre meus projetos expositivos e editoriais com meu modo de pensar, organizar e expor minhas coleções.

Entrevistado 8 - Billy Bacon

Você faz alguma coleção?
• Sim
Quais são suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • O primeiro contato com uma coleção foi com a coleção de moedas antigas do seu avô, guardadas num cofre, que foi distribuída por filhos e netos após sua morte, acabando por se perder completamente. • Aos 6 anos fez uma coleção de tampinhas de garrafa da Coca-Cola da Copa de 74. Nelas vinham as bandeiras dos países e os jogadores das seleções • Colecionava também bolinhas de gude de formatos e cores diversas • Cards Ping-pong da Copa do Mundo de 78 • Álbum de figurinhas da Disney • Álbum de figurinhas da novela Pecado Capital • Nessa época o prazer era mais completar a coleção. Depois perdia o interesse. • Na sequência surgiu uma moda de colecionar e colar adesivos de marcas em cadernos, carros, janela do quarto.... Eu gostava de ver os adesivos com formatos e acabamentos diferentes • Num segundo momento teve, através de um tio, contato com amostras de papéis, adesivos, lacres de uísque e cerveja. Foi a primeira vez que ganhou e começou a colecionar alguma coisa diretamente relacionada à profissão. • Filipetas de festas • Revistas • Adidas Superstar • Bonés • Baralhos que começou a colecionar após sua ida à China • Cartazes • Tickets e ingressos dos shows e eventos que foi • Telefones celulares • Disquetes de fontes tipográficas • Computadores Apple e todos os periféricos que já utilizou • Hot Wheels • Miniaturas de Harley-Davidson • Tenho tantas coleções que já perdi a conta
Porque você coleciona?
<ul style="list-style-type: none"> • O propósito é congelar um momento no tempo, para que seja redescoberto por mim ou descoberto por outra pessoa no futuro. • Quando encontro objetos de minhas coleções, revivo as lembranças e acho isso fabuloso!

<ul style="list-style-type: none"> • Ter objetos e coleções é também uma forma de fetiche. • Coleccionar é uma forma de reunir e mostrar meus gostos, meus interesses. • Vivi uma coisa e quero encapsular esse momento guardando um ou mais objetos. • Reativar a memória é muito bom! • É um modo de ser um historiador da sua própria vida. • O prazer da arqueologia. Como tenho todas as minhas coleções guardadas em um depósito, quando vou visitá-las, como são muitas, vou meio que reencontrando e redescobrimo elas. São momentos onde rola um misto de surpresa, lembrança e alegria. • O êxtase quando você encontra uma coleção que sabia que tinha, mas que não sabia exatamente se iria encontrar, nem onde. • A ideia de que alguém vai encontrar isso no futuro e achar incrível • Preservação da história e da memória • Meu sonho é, após me aposentar, organizar e catalogar tudo. Acho que, depois disso, esse conjunto todo de coleções passa a ter um valor documental porque, pra mim, desta forma minhas coleções viram um registro, de fato, da minha vida; tudo o que eu fiz na minha vida está ali. Desta forma, todas as pessoas que um dia cruzarem com minha coleção vão entender e saber quem é Billy Bacon. • Acho que esse trabalho de catalogar tudo pode ser visto, inclusive, como um trabalho de arte. • Depois de tudo catalogado, esse conteúdo pode virar um museu, um canal no youtube, um espaço no Metaverso, um monte de coisas. Esse conteúdo organizado passa a ter valor e ser riquíssimo.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?
• Não tenho nenhum controle sobre isso. São muitas coleções ao longo da vida.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?
• Nunca soube nem tentei descobrir esses valores. Acho que isso só vai acontecer se um dia eu realizar meu sonho de organizar e catalogar tudo. Daí acho que consigo estimar um valor total.
Porque você tem especificamente essas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Todas as que mantenho até hoje estão ligadas, de alguma forma, ao meu universo de interesses profissionais. • São coisas que vão te impactando ao longo da vida e que, como te sensibilizam, você coleta, organiza e armazena.
Existe alguma relação entre suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Todas as coleções brotam naturalmente. Elas não surgem de forma planejada: vão acontecendo e, quando você vê, está colecionando. • Acho que a relação é essa mesma: a dos interesses profissionais. • As coleções são, de certa forma, fragmentos de nossas memórias que nos ajudam a relembrar coisas importantes que fizeram parte de nossas vidas.
Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?
<ul style="list-style-type: none"> • Existem várias questões comuns: as questões de curadoria, por exemplo, estão muito presentes em meus trabalhos. A curadoria é um processo que agrega valor e reflexão, ponderação, intensão e de criação de significados. • Um briefing, por exemplo, já induz a um recorte que também é algo presente num projeto de coleção. • As coleções também funcionam como referências para os projetos que desenvolvemos: sejam de ideias, de acabamentos, de possibilidades de combinação; muitas coisas... • A gente normalmente, num projeto, reúne e cataloga muitas coisas, estabelece uma lógica. Depois seleciona, estabelece relações, faz escolhas, dá sentidos. Isso tudo tem muito a ver com o colecionar. • Tanto as coleções como os projetos são uma forma de deixar um registro seu para a posteridade. • Coleccionar ajuda também a desenvolver um olhar estético, desenvolver linguagem gráfica.
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?
• Sim

Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
• O projeto da “Caixa Treta” e minhas coleções de memorabilias pessoais.

Entrevistado 9 - Alex Nako
Você faz alguma coleção?
• Sim
Quais são suas coleções?
• Coleciono apenas relógios.
Porque você coleciona?
<ul style="list-style-type: none"> • Eu, como fã de design, admiro objetos. • Mesmo trabalhando na Meta, nunca tive desejo pelos objetos virtuais. • Ainda me interessa muito a coisa tátil e física e tenho muita admiração tanto pelas histórias por trás dos produtos como também pelo trabalho de artesanaria e engenharia por trás das coisas. • Eu sou uma pessoa de gostos muito ecléticos e, antes da pandemia, não tinha interesse em nenhum assunto ou coleção específicos. • Antes da pandemia, como geek que sempre fui, meu maior interesse sempre foi em colecionar conhecimentos ligados à área de tecnologia e não objetos. • A coisa da pandemia acelerou o processo de busca por opções de entretenimento em casa e uma das coisas que surgiu como novidade pra mim foi o interesse pelos relógios. • Estava no Youtube e esbarrei com um vídeo do John Mayer da série “Talking Watches”. Foi fascinante pra mim descobrir que existia tanta informação, conhecimento e uma comunidade enorme interessada no assunto. • Hoje a parte do colecionar que mais gosto é ouvir as histórias que vão me levar a fazer a próxima compra e não a compra em si. • O processo de decisão de compra, pra mim, é mais interessante do que a compra e a posse do relógio, em si. • Hoje acredito que essa coisa com os relógios vai durar um bom tempo em minha vida, senão pra sempre. • O meu Rolex, por exemplo, é um ícone que representa o momento em que fui promovido a diretor do Facebook. É um marco na minha vida. • Hoje eu já fico imaginando, pensando no momento em que vou dar esse Rolex para meu filho daqui a muitos anos.
Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?
• Hoje eu tenho seis relógios em minha coleção.
Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?
• Essa questão não é importante pra mim. O importante mesmo foi conhecer as histórias por trás nos relógios e ver como elas me encantavam e, ao mesmo tempo, iam me ajudando a dar rumos à minha coleção.
Porque você tem especificamente essas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Relógios são objetos pequenos com muita engenhosidade e tecnologia embarcados neles. E, mesmo nesse espaço de aproximadamente 3 x 3 cm, existem tantas possibilidades, variações, categorias, histórias. • Me deparei com o assunto e, meio que sem querer, fui sugado por ele e acabei mergulhando nesse universo. • Depois de passar tanto tempo assistindo a vídeos e compreendendo o assunto, me perguntei: será que depois de todo esse conhecimento eu vou ser capaz de comprar um relógio maneiro? Demorei três meses mais, vendo vídeos e assistindo a resenhas até conseguir decidir qual o primeiro relógio comprar. • O primeiro relógio que comprei foi um Seiko. Eu já havia decidido que ia querer um relógio mecânico automático que tivesse mais qualidade, mas que não fosse caríssimo. Após a experiência, consegui entender que havia diferença entre um relógio de 20 e um de 200 dólares. Mas daí continuei vendo os vídeos e a ter vontade de ter relógios diferentes para situações diferentes. Comecei a entender o que gostava no relógio que havia comprado, do que sentia falta e parti para a compra de um segundo relógio que deveria ser uma “evolução” em relação ao primeiro relógio que havia comprado.
Existe alguma relação entre suas coleções?
• Só tenho a coleção de relógios

Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?
<ul style="list-style-type: none"> • Todo mundo que trabalha com design, trabalha com curadoria. • Quando você trabalha para uma marca ou você cria uma história do zero ou você vai ser um curador que vai criar histórias em cima dos valores que ela já tem. • Na coleção você cria uma narrativa, mesmo que seja só pra você. Num projeto de design você também cria uma narrativa, só que normalmente é pra um grupo de pessoas. • No caso da minha coleção, o mundo dos relógios já existe e eu estou criando uma narrativa dentro dele pra ele fazer sentido pra mim. • Tem muito a ver com design esse processo de editar e escolher conteúdos para contar uma história. • A coleção pra mim tem a ver com o Double Diamond: Eu quero saber, por exemplo, que atributos me interessam num relógio. Daí você amplia a pesquisa e explora as possibilidades. Depois refina em função de critérios que podem ser de budget, de tipo de uso, de funções, enfim, muitas coisas. • A questão do MVP (minimum viable product) apareceu muito pra mim quando decidi fazer a coleção: qual seria o primeiro produto que iria comprar que fosse bom o suficiente pra começar e que ao mesmo tempo permitisse que eu pudesse aprender com ele para evoluir em direção à compra de um próximo relógio. • Assim como num MVP, na coleção existe uma curva de aprendizado e usabilidade onde você conhece melhor o produto, aprende com sua experiência com ele e evolui a partir daí. • A maior diferença que vejo entre um projeto de design e de coleção é que, no de coleção, eu mesmo sou o cliente. Isso me permite ter um controle muito maior do que num projeto de design comercial que envolve milhares de pessoas e variáveis. Eu preciso desse controle como válvula de escape.
Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?
• Sim
Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?
• Sim, acho que existe um paralelo entre a coleção de relógios e o projeto da Curva do Sorriso.

Entrevistado 10 - Leo Buggy

Você faz alguma coleção?
• Sim
Quais são suas coleções?
<ul style="list-style-type: none"> • Minha primeira coleção é a de Gibis, que inspira meus primeiros desenhos. • Ao me mudar para São Paulo, começo a andar de skate e a colecionar também as revistas. Com isso começo a desenhar não apenas imagens, mas principalmente composições de capa onde desenho e tipografia convivem. Minha vontade é conseguir reproduzir, com os desenhos, a qualidade da revista impressa. • Começo a entender que esse universo dos produtos gráficos desenvolvidos por designers me interessava. • Na sequência começo, nos anos 80, uma coleção de catálogos de moda. Ela funcionava tanto como referência estética como também de técnicas de produção e acabamento e até mesmo como catálogo de papel. • Em 1995, ao entrar na Universidade, começou a montar sua biblioteca, através da aquisição de livros focados em tipografia. Hoje esta é sua coleção mais importante e a que mais cresceu ao longo do tempo, tendo cerca de 10 mil volumes. • E esse interesse o fez começar a comprar também equipamentos de impressão tipográfica no ano de 2009. Hoje sua coleção é composta por 9 impressoras tipográficas, 8 cavaletes, 14 gavetas de tipos e uma reserva técnica com pacotes de tipos fechados, novos. Acredito que este é o maior acervo privado, reunido e funcionando de equipamentos de letterpress do Brasil, instalado num laboratório tipográfico utilizado por alunos da rede pública de ensino superior. • Logo em seguida começa a adquirir equipamentos de offset e, em função disso, em 2022 acaba transformando sua coleção de máquinas gráficas em uma gráfica particular

<p>multiplataforma e 100% operacional, onde tem desde equipamentos de impressão offset, tipográfica e em silkscreen a prelos e diversos tipos de equipamentos de acabamento. Na gráfica ele só trabalha em parcerias com amigos desenvolvendo projetos editoriais, de arte, promocionais e também de embalagens.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buggy, além de designer, tipógrafo e professor é também baixista. Ele coleciona baixos, principalmente da marca Fender, além de guitarras, violões e pedais. • Sua coleção de pedais tem hoje cerca de 100 itens.
<p>Porque você coleciona?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eu sempre fui muito carente de referências estéticas em minha casa. O design não veio pra mim de berço. E as coleções surgiram como forma de suprir essa minha necessidade, esse meu desejo. • Foi através delas que comecei a construir meu repertório visual. Elas me ajudaram muito, nesse sentido. • A coleção era uma forma de me cercar de coisas que me encantavam e inspiravam. • Meu único interesse hoje, em termos de leitura, é tipografia. Em função disso e das aulas que ministro continuo adquirindo conteúdos que me atraem. • Pra mim é muito importante preservar e divulgar conteúdos relacionados à tipografia. • Adoro conhecer as histórias do mundo da tipografia. A cada equipamento que compro, entro em contato com pessoas que enriquecem muito meus conhecimentos. • Eu acabei colecionando as máquinas e as histórias das pessoas de quem as comprava. • Tem também o fetiche e o desejo pelos livros, máquinas e objetos.
<p>Qual é o número aproximado de peças de cada uma de suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • A de livros de tipografia tem hoje cerca de 10 mil volumes. • A de baixos, guitarras e violões cerca de 20 peças • Minha coleção de pedais tem cerca de 100 itens
<p>Qual é o valor estimado de cada uma de suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nunca nem pensei em estimar valores de nenhuma das coleções. Acredito que minha biblioteca é minha coleção de maior valor, pois tenho muitos livros esgotados e raros. Mas nunca mandei avaliá-la.
<p>Porque você tem especificamente essas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minha família sempre gostou de música. Era comum nos reunirmos na varanda pra ouvir discos. O gosto pela música me levou pras capas de disco, que começaram a criar um interesse por design e tipografia. Meu irmão mais velho começa a tocar guitarra e decido aprender a tocar violão e baixo. Daí acho que surgem meus amores pelos assuntos de minhas coleções. • Essas coleções contam minha história e a história das coisas de que mais gosto; dos meus principais interesses que são design, tipografia e música.
<p>Existe alguma relação entre suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • O Fetiche está presente em todas elas. Me encanta a beleza tanto nos livros como nas máquinas gráficas, instrumentos musicais e tudo mais. Não consigo comprar pras coleções, nada que considere feio. • Acredito que todas as peças de minhas coleções têm um bom design.
<p>Você vê alguma relação entre seu modo de pensar coleções e seu modo de pensar projetos de design?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minhas coleções me inspiram muito em meus projetos. Tanto a de livros com as de equipamentos de impressão, de instrumentos musicais, de pedais. Elas me encantam por sua beleza e suas histórias criam um universo lúdico que influencia meu pensamento.
<p>Existe algum projeto específico de design que apresente uma relação particular com alguma de suas coleções?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sim
<p>Poderia me dizer entre que projeto específico e que coleção?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe uma relação entre o projeto de lettering “Black Printer” e minha coleção de máquinas gráficas.