



**Universidade  
Europeia**

**LAUREATE** INTERNATIONAL UNIVERSITIES

2017

**DIOGO MONTEIRO  
FERREIRA**

**PROCESSOS CRIATIVOS:  
A RELAÇÃO ENTRE CRIATIVIDADE  
E CRIAÇÃO**

**(PROJETO)**







**Universidade  
Europeia**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

2017

**DIOGO MONTEIRO  
FERREIRA**

## **PROCESSOS CRIATIVOS: A RELAÇÃO ENTRE CRIATIVIDADE E CRIAÇÃO**

**(PROJETO)**

Projeto apresentado ao IADE – Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual, realizada sob a orientação científica da Doutora Sílvia Rosado Correia Patrício do IADE e sob coorientação do Doutor Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira do IADE.



## **o júri**

presidente

Prof. Doutor Flávio Henrique de Almeida  
professor auxiliar do IADE – Universidade Europeia

vogal

Especialista Doutora Ana Cristina Colaço Maruta Mestre  
Researcher School of Architecture, Design and the Built Environment

vogal

Prof. Doutora Sílvia Rosado Correia Patrício  
professora auxiliar do IADE – Universidade Europeia



## **agradecimentos**

Este Projeto de Mestrado marca a realização de mais uma grande etapa da minha vida. É com enorme orgulho que atinjo esta meta.

Agradeço a amabilidade e disponibilidade de todas as pessoas que tornaram possível a realização deste projeto, em especial aos meus orientadores: Professora Doutora Sílvia Rosado e Professor Doutor Fernando Oliveira.

A todos, os meus sinceros e reconhecidos agradecimentos.

Ana Antunes, Ana Virgolino, Andreia Neto, Bruno Ferreira, Bruno Reis, Carolina Panta, Carolina Rino, Fátima Monteiro, Fernando Ferreira, Fernando Oliveira, Frederico Cardoso, Isac Coimbra, João Flecha, João Gouveia, João Nepomuceno, João Neves, Paulo Silva, Pedro Lourenço, Rita Gomes, Salomé Nascimento e Susana Santos.

A todos um muito Obrigado!



**palavras-chave**

Processo Criativo; Design; Arte; Criatividade; Criação; Diagramas/Esquemas; Visualização de Informação

**resumo**

O presente projeto tem por objetivo dar um contributo para a compreensão do processo criativo no campo da arte e do design e a maneira como este influencia o indivíduo na sua produção criativa.

Baseado numa metodologia intervencionista, que consiste na revisão de literatura e numa metodologia mista definida pelo estudo de casos reais, este projeto, que tem uma abordagem intervencionista, aborda a experiência do processo criativo na arte e no design e o facto deste processo poder distinguir a criação da criatividade.

Após definido o limite entre a arte e o design e efectuadas entrevistas semiestruturadas realizadas a sete intervenientes, foram criados com base nos princípios de representação visual sintetizada diagramas que ilustram os vários processos criativos das sete personalidades entrevistadas.

Através da representação visual dos vários processos criativos na arte e no design, podemos constatar que, no estudo que realizámos, a semelhança entre estes dois termos pode ser encontrada no processo criativo que os dois partilham e não na finalidade do objecto de design ou obra de arte que, nesta investigação, definimos como o limite.





**keywords**

Creative Process; Design; Art; Creativity; Creation;  
Diagrams/Schematics; Information Visualization

**abstract**

This project pretends to be used as a contribution to the understanding of the creative process in the fields of art and design and how this influences the individual in its creative production.

Based on an interventionist methodology, which consists on literature review and in a mixed methodology defined by real case studies, this project, which has an interventionist approach, questions the experience of the creative process in art and design and the fact that this process can differentiate creation from creativity.

After the boundary between art and design is defined, and the semi-structured interviews were made to seven subjects, diagrams were created based on the principles of synthesized visual representation, showing the several creative processes of the seven individuals that were interviewed.

Through the visual representation of the different creative processes in art and design, we can see that, in this study, the similarity between these two terms is found in the creative process that both share and not in the purpose of the design object or art work that, in this investigation, we defined as boundary.



## Índice

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Capítulo 1.....                                            | 13 |
| 1.1. Objetivos.....                                        | 14 |
| 1.2. Questão de Investigação .....                         | 15 |
| 1.3. Metodologias .....                                    | 15 |
| Capítulo 2: Enquadramento Teórico.....                     | 19 |
| 2.1. Criatividade e Design .....                           | 20 |
| 2.1.1. O Design .....                                      | 20 |
| 2.1.2. Criatividade .....                                  | 21 |
| 2.1.2.1. Ponto de Vista do Sujeito .....                   | 27 |
| 2.1.2.2. Ponto de Vista do Processo.....                   | 34 |
| 2.1.2.3. Ponto de Vista do Produto .....                   | 36 |
| 2.2. Processo Criativo no Design .....                     | 42 |
| 2.3. Técnicas de Representação de Informação Complexa..... | 46 |
| 2.3.1. Diagramas .....                                     | 46 |
| 2.3.2. Design Thinking.....                                | 56 |
| 2.3.3. Mind Mapping.....                                   | 64 |
| 2.4. Criação e Arte .....                                  | 67 |
| 2.4.1. Criação .....                                       | 67 |
| 2.4.2. Arte .....                                          | 69 |
| 2.4.2.1. Grau Zero da Arte .....                           | 70 |
| 2.5. Processo Criativo na Arte .....                       | 72 |
| 2.5.1. A origem .....                                      | 73 |
| 2.5.2. Fatores Sócio culturais.....                        | 74 |
| 2.5.3. Artista. Obra. Espetador. ....                      | 76 |

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.5.4. Métodos.....                                                   | 77  |
| 2.5.5. A Obra Acabada .....                                           | 78  |
| 2.6. A construção da Fronteira entre a Criação e a Criatividade ..... | 80  |
| 2.7. Estudos de Caso - Processo Criativo .....                        | 82  |
| 2.7.1. Método de Investigação - Entrevistas .....                     | 82  |
| 2.7.2. Seleção dos Intervenientes.....                                | 83  |
| 2.7.3. Entrevistas.....                                               | 84  |
| 2.7.3.1. Primeiras Soluções Visuais - Entrevistas.....                | 89  |
| 2.7.4. Entrevistas: Desenvolvimento e Melhorias .....                 | 92  |
| 2.8. Estudos de Caso - Processo Criativo (Parte 2) .....              | 92  |
| 2.8.1. Método de Investigação - Entrevistas .....                     | 92  |
| 2.8.2. Enquadramento - Entrevistas.....                               | 93  |
| 2.8.3. Formulação das Questões .....                                  | 95  |
| 2.8.3.1. As Questões .....                                            | 97  |
| 2.8.4. Seleção dos Intervenientes.....                                | 98  |
| 2.8.5. Entrevistas.....                                               | 106 |
| 2.9. Análise e Triangulação de Dados .....                            | 116 |
| Capítulo 3: Projeto .....                                             | 119 |
| 3.1. Cartografar o Processo Criativo na Arte e no Design.....         | 120 |
| 3.2. Representação Gráfica (Linguagem) .....                          | 122 |
| 3.3. Construção do Diagrama (Estrutura e Opções Formais) .....        | 125 |
| 3.3.1. Grelha .....                                                   | 126 |
| 3.3.2. Ligações.....                                                  | 128 |
| 3.3.4. Níveis .....                                                   | 130 |
| 3.3.5. Conexões .....                                                 | 132 |
| 3.3.6. Regras Visuais (Morfologia).....                               | 134 |
| 3.4. Análise de Resultados .....                                      | 137 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 3.5. Comparações .....          | 155 |
| Capítulo 4: Conclusões .....    | 157 |
| Referências Bibliográficas..... | 161 |
| Anexos .....                    | 167 |



## Índice de Figuras

|                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Marcel Duchamp, Readymade: porcelain urinal, 1917 .....                                                                                | 21 |
| Fonte: <a href="http://marcelduchamp.net/duchamp-artworks">marcelduchamp.net/duchamp-artworks</a>                                                 | 21 |
| Figura 2 - Salvador Dalí, Lobster Telephone, 1936 .....                                                                                           | 21 |
| Fonte: <a href="http://www.tate.org.uk/art/artworks/dali-lobster-telephone-t03257">www.tate.org.uk/art/artworks/dali-lobster-telephone-t03257</a> | 21 |
| Figura 3 - Bruno Munari, A mensagem visual, 1968 .....                                                                                            | 24 |
| Fonte: (Munari, 1968, p. 91)                                                                                                                      | 24 |
| Figura 4 - Bruno Munari, Produção de memória, 1968 .....                                                                                          | 25 |
| Fonte: (Munari, 1987, p. 21)                                                                                                                      | 25 |
| Figura 5 - Chris Duncan, Modelo sobre o processo de De Masi, 2003 .....                                                                           | 36 |
| Fonte: <a href="http://www.processocriativo.com/grupo-criativo">http://www.processocriativo.com/grupo-criativo</a>                                | 36 |
| Figura 6 - Matt Cooke's, Design Methodology Model .....                                                                                           | 43 |
| Fonte: (Noble e Bestley, 2005, p: 31)                                                                                                             | 43 |
| Figura 7 - Matt Cooke, Design Methodology Model .....                                                                                             | 45 |
| Fonte: (Noble e Bestley, 2005, p: 41)                                                                                                             | 45 |
| Figura 8 - Gretchen Garner, A Grove of Birches, photographs, 1988.....                                                                            | 50 |
| Fonte: (Tufte, 2009, p. 86)                                                                                                                       | 50 |
| Figura 9 - Marco Quaggioto, Knowledge Cartography, 2008 .....                                                                                     | 52 |
| Fonte: <a href="http://www.knowledgecartography.org">http://www.knowledgecartography.org</a>                                                      | 52 |
| Figura 10 - Marcos Weskamp, Social Circles, 2003.....                                                                                             | 53 |
| Fonte: <a href="http://www.visualcomplexity.com/vc/project.cfm?id=58">http://www.visualcomplexity.com/vc/project.cfm?id=58</a>                    | 53 |
| Figura 11 - yWorks, yFiles Visualization, 2005 .....                                                                                              | 54 |
| Fonte: <a href="https://www.yworks.com/products/yfiles/gallery">https://www.yworks.com/products/yfiles/gallery</a>                                | 54 |
| Figura 12 - Boris Muller, Poetry on the Road, 2006 .....                                                                                          | 55 |
| Fonte: <a href="http://www.esono.com/boris/projects/poetry06/">http://www.esono.com/boris/projects/poetry06/</a>                                  | 55 |
| Figura 13 - Peter Bil'ak's, processo criativo de Peter Bil'ak's, 2010 .....                                                                       | 58 |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                         | 58 |
| Figura 14 - Stefan Sagmeister, processo criativo de Stefan Sagmeister, 2010 ...                                                                   | 59 |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                         | 59 |
| Figura 15 - Pierre Bernard, processo criativo de Pierre Bernard, 2010 .....                                                                       | 60 |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                         | 60 |
| Figura 16 - Alain Le Querrec, Double Target, 2010 .....                                                                                           | 61 |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                         | 61 |



|                                                                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 17 - Seymour Chwast, Leitura da palma de Seymour Chwast, 2010.....                                                                                                          | 62  |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                                                          | 62  |
| Figura 18 - Henning Wagenbreth, The Wagenbreth Illustration Plant, 2010 .....                                                                                                      | 63  |
| Fonte: <a href="http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends">www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends</a>                                                          | 63  |
| Figura 19 - Tony Buzan, Mind maps, 2001 .....                                                                                                                                      | 65  |
| Fonte: Busan. T., (2001), Use Your Head, Guild Publishing, London                                                                                                                  | 65  |
| Figura 20 - Tony Buzan, Mind maps, 2001 .....                                                                                                                                      | 66  |
| Fonte: Busan.T., (2001), Use Your Head, Guild Publishing, London                                                                                                                   | 66  |
| Figura 21 - Joanna Latka, Série of etchings works, 2007 - 2013 .....                                                                                                               | 84  |
| Fonte: <a href="http://www.joannalatka.com/Short-Story">http://www.joannalatka.com/Short-Story</a>                                                                                 | 84  |
| Figura 22 - Fernando Costa, Mokambo Add, 2016 .....                                                                                                                                | 86  |
| Fonte: Disponibilizada pelo autor                                                                                                                                                  | 86  |
| Figura 23 - Carolina Panta, Capa da revista Seleções, 2015 .....                                                                                                                   | 87  |
| Fonte: <a href="http://pantanotpanda.tumblr.com/post/151285787008/capa-da-revista-seleções">http://pantanotpanda.tumblr.com/post/151285787008/capa-da-revista-seleções</a>         | 87  |
| Figura 24 - Representação inicial do Processo de Carolina Panta .....                                                                                                              | 90  |
| Fonte. Imagem de autor (2017)                                                                                                                                                      | 90  |
| Figura 25 - Representação inicial do processo de Joanna Lata .....                                                                                                                 | 91  |
| Fonte. Imagem de autor (2017)                                                                                                                                                      | 91  |
| Figura 26 - Salomé Nascimento, studio view, 2016 .....                                                                                                                             | 100 |
| Fonte: <a href="http://www.salomenascimento.com/indexhibit/">http://www.salomenascimento.com/indexhibit/</a>                                                                       | 100 |
| Figura 27 - Pedro Lourenço, Blue Bar Bistro, 2016.....                                                                                                                             | 101 |
| Fonte: <a href="https://www.behance.net/gallery/37883705/BlueGin-Bar-Bistro">https://www.behance.net/gallery/37883705/BlueGin-Bar-Bistro</a>                                       | 101 |
| Figura 28 - Frederico Cardoso, Vertty - Beach Towel, 2015.....                                                                                                                     | 102 |
| Fonte: <a href="https://www.behance.net/gallery/10539663/Vertty">https://www.behance.net/gallery/10539663/Vertty</a>                                                               | 102 |
| Figura 29 - João Nepomuceno, Blue Geometrical Square #1, 2014.....                                                                                                                 | 103 |
| Fonte: <a href="https://www.behance.net/gallery/20944351/Pessoal-e-Intransmissivel-(2014)">https://www.behance.net/gallery/20944351/Pessoal-e-Intransmissivel-(2014)</a>           | 103 |
| Figura 30 - João Tito Gouveia, "Born to be..." - Illustration, 2014 .....                                                                                                          | 104 |
| Fonte: <a href="https://www.behance.net/gallery/21120045/Born-to-be-Illustration">https://www.behance.net/gallery/21120045/Born-to-be-Illustration</a>                             | 104 |
| Figura 31 - Fernando de Oliveira, The Hitchcock Eyes, 2014.....                                                                                                                    | 105 |
| Fonte: <a href="http://www.porto.pt/noticias/exposicao-e-livro-de-fernando-marques-de-oliveira">http://www.porto.pt/noticias/exposicao-e-livro-de-fernando-marques-de-oliveira</a> | 105 |
| Figura 32 - Representação do Processo de Carolina Panta: Mind mapping .....                                                                                                        | 121 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                                                                                                                      | 121 |
| Figura 33 - Sketch manual sobre a forma de um diagrama .....                                                                                                                       | 123 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                                                                                                                      | 123 |
| Figura 34 - Sketch digital sobre os níveis de leitura de um diagrama .....                                                                                                         | 124 |

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 124 |
| Figura 35 - Estudo sobre a construção da grelha .....                          | 126 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 126 |
| Figura 36 - Estudo sobre as ligações de conceitos no processo criativo .....   | 128 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 128 |
| Figura 37 - Estudo sobre as hierarquias dos conceitos .....                    | 130 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 130 |
| Figura 38 - Estudo sobre as conexões das quatro fases do processo criativo ... | 132 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 132 |
| Figura 39 - (à esquerda) Estudos morfológicos do processo criativo .....       | 134 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 134 |
| Figura 40 - (à direita) Estudos sobre a construção da estrutura .....          | 134 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 134 |
| Figura 41 - Estudo sobre a morfologia na representação do processo criativo .. | 136 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 136 |
| Figura 42 - Estudo da linguagem na representação do processo criativo .....    | 137 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 137 |
| Figura 43 - Processo criativo de João Tito Gouveia .....                       | 139 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 139 |
| Figura 44 - Processo criativo de Salomé Nascimento .....                       | 141 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 141 |
| Figura 45 - Processo criativo de Carolina Panta .....                          | 143 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 143 |
| Figura 46 - Processo criativo de Frederico Cardoso .....                       | 145 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 145 |
| Figura 47 - Processo criativo de João Nepomuceno.....                          | 147 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 147 |
| Figura 48 - Processo criativo de Pedro Lourenço .....                          | 149 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 149 |
| Figura 49 - Processo criativo de Fernando Oliveira .....                       | 151 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 151 |
| Figura 50 - Vários processo criativos .....                                    | 153 |
| Fonte: Imagem de autor (2017)                                                  | 153 |

## **Índice de Tabelas**

Tabela 1 - Principais diferenças entre o PL e o PV, segundo Bono (2005) .....33

Tabela 2 - Principais diferenças entre a criação e a criatividade.....81

## Introdução

Vivemos numa época de constantes mudanças, uma sociedade dinâmica onde a cultura e a comunicação são cada vez mais mutáveis e competitivas. É necessário encontrar respostas inovadoras e conseguir transparecer todo o nosso conhecimento e competências criativas. O design define-se na relação entre o conhecimento humano e a criatividade. O campo de estudo desta investigação foca-se na relação entre a arte e o design, nas suas definições e delimitações.

Barbosa (2003), na obra *Faces do Design*, estabelece a relação entre arte e design questionando-se sobre “a relevância da separação” entre estes dois termos. Chega mesmo a afirmar se não seria melhor pensar antes nas aproximações entre os dois.

É sabido ou é comumente aceite que o design não é arte (Barbosa, 2003). Podemos verifica-lo através de várias reflexões literárias publicadas: A questão que se coloca é de que forma é que estes dois termos se aproximam? Esta investigação procura dar resposta a esta pergunta concretamente através da análise dos processos criativos.

O processo criativo está diretamente ligado ao conceito de criatividade e de criação. Tschimmel (2003) define criatividade não como um talento, mas um potencial inerente ao homem. Por outras palavras, a criatividade é uma sublime dimensão da condição humana. Podemos definir criatividade como a capacidade de criar coisas novas ou simplesmente resolver problemas do mais complexo ao mais simples. Não é mais do que a capacidade de criarmos ligações onde elas à partida não existem.

É necessário, no design, uma compreensão universal para a criação de um objeto, para que este possa ser experienciado de uma maneira absoluta. No design, a intenção do autor tem de ter em conta a finalidade do objeto, existe um dever cultural e social que influencia a materialização da intenção no objeto de design.

O processo criativo na arte é definido por Salles (1998), como algo não estruturado, onde a procura incessante por novas ideias é o objetivo máximo.

Muitas vezes, esta falta de processo é irracional e instintiva. Precisamos de estruturar o nosso pensamento de modo a conseguir organizar as nossas ideias, criar conteúdos e chegar a uma finalidade.

Na arte, a intenção do autor é o ato sublime da criação, remete para si própria. Não tem um propósito cultural e de massificação, a não ser que esse seja o desejo do criador.

A criação e a criatividade estão diretamente ligadas, podendo criar uniões mas nunca se chegando a fundir. É a distinção entre estes dois conceitos que permite a criação de ligações. Segundo Munari (1993), o designer não é um artista e um artista não é designer, não devemos confundir os dois. O mesmo autor refere que se torna “necessário obedecer à demolição do mito do artista que produz obras-primas apenas para as pessoas mais inteligentes”. E acrescenta: “É preciso pensar que se a arte se mantivesse à margem dos problemas da vida, interessará a poucos” (Munari, 1993, p. 19).

Talvez seja através do processo criativo que podemos encontrar os distanciamentos e aproximações entre a arte e o design. Também a intenção do autor é fundamental nesta distinção. Ao longo da materialização do objeto, a intenção pode sofrer alterações, evoluir ou estagnar. É o processo criativo que vai permitir que esta intenção seja mantida até à finalização do objeto.

Os processos criativos não são condições específicas da arte e do design. As ciências exatas como a matemática e a física também necessitam de criatividade e experimentação. Munari (1997), define esta capacidade criativa do ser humano como um potencial inato. Contudo estes processos são estimulados num contexto educacional e cultural, onde o indivíduo desenvolve uma realidade social e noções de valores culturais que se moldam à própria identidade.

Bruno Barbosa (2003) afirma que o distanciamento e a aproximação entre a arte e o design podem ser observados na produção em série, comum aos dois conceitos. Também o “domínio da técnica” e o “conhecimento dos materiais” são semelhanças entre os dois processos.

Este projeto aborda o processo criativo no design na sua relação e articulação com o processo criativo da arte, no intuito de perceber as suas diferenças e mais importante as suas aproximações, de forma a conseguir

aproximar a formação de design à formação artística. Desta forma é necessário identificar os conceitos de arte e design, definir os seus processos criativos e entender o limite que existe entre estes dois temas. Trazer novamente o espírito da Bauhaus<sup>1</sup>, no ensino do design, o regresso àquilo que são os princípios da integração das artes no design, toda essa fundamentação que se tem perdido ultimamente, ao tentarem integrar apenas o design nos ensinamentos das ciências.

Este projeto é composto por 4 capítulos. No capítulo 1 são abordadas as questões de investigação, objetivos e metodologias. No capítulo 2 é efetuada a revisão da bibliografia, sobre as temáticas da arte e do design e os seus respectivos processos criativo. São também efectuados estudos de casos, através de entrevistas semi- estruturadas e não estruturadas, com a respetiva análise e triangulação de dados. No capítulo 3, é efetuada a parte prática deste projeto, através da construção de um modelo, em forma de diagrama, que pretende avaliar o processo criativo na arte e no design. São também efetuadas a análise de resultados e comparações entre os diagramas. No capítulo 4 são formuladas as conclusões sobre o projeto.

---

<sup>1</sup> Movimento artístico alemão que diz respeito a todas as artes do espaço, incluindo o teatro, que, originalmente se destinava ao ensino da arquitectura, e do design. Foi fundada em 1919 pelo arquitecto Walter Gropius, e pretendia agrupar todas as artes sob a égide da arquitectura. Desenvolveu-se em Dessau (1925) e em Berlim (1932), onde foi finalmente encerrada pelos nazis, em 1933. Fonte: <http://edtl.fcsh.unl.pt/business-directory/6423/bauhaus/>



## Capítulo 1



## **1.1. Objetivos**

Os objetivos deste projeto focam-se em encontrar a relação entre o processo criativo na arte e o processo criativo no design, de modo a conseguir identificar as suas diferenças e, mais essencialmente, as suas semelhanças. Para conseguir estabelecer essas relações é necessário primeiramente identificar os conceitos de arte e design e definir os seus processos criativos. Numa segunda fase é necessário entender a passagem da criação para a criatividade e o limite que existe entre estes dois temas, de modo a conseguir definir a fronteira entre os dois.

Após a definição do limite entre estes dois conceitos e, através de um método de representação. Pretende-se ilustrar os processos criativos na arte e no design, de modo a conseguir estabelecer relações entre ambos e identificar alguns tópicos que possam ajudar na compreensão dos processos criativos que estão associados ao design e à arte.

Para ilustrar os processos criativos, iremos recorrer aos princípios de representação visual sintetizada dos diagramas, que ao estabelecerem relações visuais entre os dois conceitos base em questão, criam novos níveis de leitura de informação, que permitem ao observador criar novas relações e ter uma melhor percepção da complexidade que envolve a temática que aqui vai ser abordada. Deste modo, os princípios desta realidade vão ser estudados e sintetizados de maneira a solidificar as decisões de representação.

Este projecto pretende criar contributos para a comunidade científica no design e na cultura visual, num mundo cada vez mais multidisciplinar. Este trabalho de investigação é a reta final para adquirir o grau de mestre.

## **1.2. Questão de Investigação**

A definição de uma questão de partida numa investigação é essencial para a realização deste projeto. A questão de investigação é um método científico para focar o problema em algo concreto. Neste trabalho científico, a questão de partida têm como principal foco a percepção do processo criativo na arte e no design.

Questão:

Existe distinção entre criatividade e criação no processo criativo?

Subquestões:

Essa diferença, a existir, está na finalidade do objecto, no processo do mesmo ou na origem deste?

Existe relação entre criatividade e criação no design? o mesmo se passa na arte?

Como se visualiza o processo criativo e quais as técnicas que podem auxiliar a sua comparação?

## **1.3. Metodologias**

A relação entre a ciência e o Design é abordada por Cross (2007, p. 123), como essencial para clarificar, através de “métodos científicos de investigação”, os conhecimentos de Design. Também Almendra (2010), refere a importância da utilização de Metodologias para uma solidificação científica dos objectos de estudo do Design. A autora (2010) indica a utilização de Metodologias Qualitativas, Quantitativas e Mistas. A Qualitativa caracteriza-se pela exploração e descoberta, onde o investigador gera teorias e ideias com base na informação recolhida. A Quantitativa, relacionada com números, revela uma dedução e confirmação de teorias e hipóteses, com base na junção de dados ou análise de estatísticas. A Mista, como o nome indica, é a junção das duas Metodologias anteriormente descritas, num único estudo.

Cross (2007) identifica a utilização de Metodologias de Investigação em Design através da Observação Direta e Estudo de Casos, que são definidos como anotações do processo e percurso de um projecto.

Através da definição da questão de investigação, podemos definir a temática inerente às mesmas, que estas abordam a experiência do processo criativo na arte e no design, e o facto deste processo poder distinguir a criação da criatividade. Para dar continuidade ao estudo destas temáticas, vamos recorrer a metodologias de investigação, que vão guiar o desenvolvimento deste projeto.

A primeira fase, definida como não interventiva visto estar apoiada na revisão de literatura, consiste na pesquisa dos temas referentes às questões de investigação. Este aprofundamento dos temas é baseado numa reflexão literária, realizado através de uma pesquisa do campo histórico e sociológico. Esta reflexão é complementada com os estudos de casos reais, que num contexto metodológico, adquire agora um carácter misto.

Os estudos de casos foi realizado em duas fases. Numa primeira abordagem, foram realizadas entrevistas num contexto livre e informal. Rosa e Arnoldi (2006) referem-se ao método de entrevistas como “uma atividade de investigação capaz de oferecer e, portanto, produzir um conhecimento novo a respeito de uma área ou de um fenómeno, sistematizando-o em relação ao que já se sabe”. Também Yin (1994), refere a importância do Estudo de Casos numa investigação com ocorrências contemporâneas, que se realize num ambiente real. O autor (1994) refere três tipos de Estudo de Casos: Explicativo, Descritivo e Exploratório.

Com base no estudo sobre a criação e a criatividade, as perguntas surgem no contexto imediato e foram efetuadas a três intervenientes. Dois representantes das duas áreas de estudo, a arte e o design, respetivamente e, o terceiro indivíduo, foi seleccionado com o intuito de estar no meio destas duas áreas. Após uma reflexão sobre o conteúdo retirado destas entrevistas se ter mostrado insuficiente para a criação de uma representação visual destes processos, são realizadas questões que abordem as várias fases do processo criativo. Estas questões irão culminar numa série de novas entrevistas realizadas a designers e artistas, desta vez num contexto semiestruturado,

onde o entrevistador é conhecedor de todos os temas sobre os quais tem de obter reações por parte do inquirido.

Estas questões têm como princípio desvendar e perceber os processos criativos dos entrevistados, de modo a explorar e perceber quais são os vários passos no desenvolvimento das suas intenções e qual a influência que estas têm na criatividade e na criação.

Após a recolha de dados durante as entrevistas, que serão revistos e utilizados como objeto de análise reais, é dado início à parte interventiva do projeto. Esta fase consiste na transformação dos dados e na sua representação visual em forma de diagramas, que avaliam o processo criativo na arte e no design. De seguida, e numa fase de finalização, é realizada uma reflexão sobre as conclusões desta investigação.



## Capítulo 2: Enquadramento Teórico

## 2.1. Criatividade e Design

### 2.1.1. O Design

Podemos definir o termo Design como a idealização ou elaboração de um artefacto, um objeto produzido pelo Homem, normalmente numa produção em série ou industrial. A produção do objecto de design é, normalmente focada no utilizador, onde existe uma intenção ou solução para um problema. Atualmente as especificações mais comuns do design, são: design visual, design de produto, design de moda, design industrial, design de interiores e design gráfico (Arantes & António, 2003).

Com a procura da união da estética à funcionalidade dos objetos, o Design este presente em vários momentos da história da civilização, mas foi a partir da Revolução Industrial que as características do Design moderno foram definidas. Durante um grande período de tempo apenas a pintura, escultura e arquitetura eram consideradas arte. Apenas a partir do século XX, com a sociedade industrial em desenvolvimento, começaram a surgir novas necessidades de expressão e com isto o uso de novas técnicas. Durante o movimento vanguardista, a estética começou a ser questionada e a “arte enquanto objeto museológico” começou a relacionar-se com o comportamento humano (Arantes & António, 2003). Foi sobretudo a partir da invenção dos *ready mades*, que Marcel Duchamp questionou a fronteira entre a arte e o design, ao retirar o objeto urinol do seu universo funcional, enquanto instrumento utilitário, e colocando-o num novo contexto, figura 1. Assim como Duchamp, Salvador Dalí e segundo Arantes & António (2003) também atribuiu um contexto de símbolo ao objeto industrial quando retirou um objeto de uso quotidiano, o telefone. Duchamp, desconstruiu, retirando o destaque à função comunicativa do objeto (telefone) atribuindo apenas uma dimensão estética. *Losbter Telephone*, de Dalí, pode ser identificado da figura 2.

A expansão dos meios artísticos ocorreu nos anos 70, com a industrialização. Segundo Arantes e António (2003), a produção em série começou a competir com os objetos artísticos, desencadeando, segundo vários teóricos, uma crise do objeto de arte. Aliado a produção em série e ao rápido desenvolvimento da tecnologia, as fronteiras entre o design e a arte “começaram a ficar cada vez mais fluídas” (Arantes & António, 2003, p. 135).



Figura 1 - Marcel Duchamp, Readymade: porcelain urinal, 1917  
Fonte: [marcelduchamp.net/duchamp-artworks](http://marcelduchamp.net/duchamp-artworks)



Figura 2 - Salvador Dalí, Lobster Telephone, 1936  
Fonte: [www.tate.org.uk/art/artworks/dali-lobster-telephone-t03257](http://www.tate.org.uk/art/artworks/dali-lobster-telephone-t03257)

### 2.1.2. Criatividade

Aliada ao design e ao seu pensamento, a criatividade, na sua origem etimológica, origina-se do latim *creo*, que significa fazer ou produzir algo do



nada (Ángeles, 1996). Apesar do tema criatividade existir desde a origem da humanidade, este conceito não tem uma definição exclusiva que o descreva.

A criatividade existe pela motivação intrínseca de cada indivíduo e define-se como um processo para criar algo novo, para um determinado grupo, num determinado espaço e tempo (Amabile, 1996). Não é um talento, mas um potencial inerente ao homem, uma sublime dimensão da condição humana. É a capacidade criativa que permite construir e reconstruir, alterar a realidade e contribuir para o processo evolutivo da humanidade. É um processo individual que se alimenta através de estímulos exteriores, imagens e sensações que são direcionadas pelo inconsciente. Com base nesta ideia, podemos aceitar que todos somos criativos, a diferença está na maior facilidade com que alguns utilizam o seu potencial criativo.

Apesar de não existir uma definição universalmente aceite de criatividade, existem vários contextos que de um modo geral a caracterizam. Uns com carácter religioso e mágico, e outros num contexto mais económico e científico. Iremos evidenciar o último contexto referido como evidência, pela sua abordagem científica e com argumentos fundamentados, o que facilita a explicação e introdução deste tema.

É incorreto afirmar que temos pouco conhecimento sobre este tema, porém não temos informação suficiente para elaborar uma definição precisa e universalmente aceite. É através deste vasto conhecimento já existente sobre o tema criatividade que iremos basear e aprofundar este estudo.

Martínez (1999) diz-nos que a criatividade é a capacidade do sujeito em produzir algo novo, que de certa forma revele uma certa originalidade. Nesta perspectiva, o criador é tido como consciente e com uma atitude intencional, com um fim. Este conceito de originalidade também é referido por Frank Barron, em (Beaudot, 1980), que entende a criatividade através da “disposição das pessoas para com a originalidade”. Já Arieti (1976), afirma que acima da originalidade está a criatividade ordinária e acima desta a criatividade extraordinária, diferenciando a criatividade dos termos que estão diretamente relacionados, como a espontaneidade e a divergência.

Bruno Munari (1997) define que criatividade, através da fantasia e da invenção, nasce das relações que o pensamento estabelece com o conhecimento. Excluindo a hipótese de que o que não conhecemos se pode

relacionar com a criatividade. Esta hipótese é também defendida por De Masi (2003), quando o autor afirma que a criatividade “não se caracteriza pela imaginação e pela fantasia sozinhas, mas consiste numa síntese de fantasia e concretude” (De Masi, 2003, p. 571).

Também Tschimmel (2003), identifica a criatividade como uma “capacidade de um sistema vivo (indivíduo, grupo, organização) produzir novas combinações, dar respostas inesperadas, originais, úteis e satisfatórios, dirigidas a uma determinada comunidade. É o resultado de um pensamento intencional, posto ao serviço da solução de problemas que não têm uma solução conhecida ou que admitem mais e melhores soluções que as já conhecidas”

Estas importantes abordagens à definição de criatividade, sob o ponto de vista de vários autores, servem como suporte para a continuação deste estudo.

Para passarmos à análise sobre o tema criatividade, vamos começar por referir o autor Bruno Munari e o seu contributo ao estudo do design, da criatividade e da comunicação visual. As obras *Fantasia* (1997) e *Design e Comunicação Visual* (1968), abordam a relação do homem com a criatividade. Para este estudo, vamos focar-nos na maneira como a imagem é processada pelo recetor.

“Cada um vê aquilo que sabe” (Munari, 1968, p.19)

Podemos definir o termo comunicação visual como: “praticamente tudo o que os nossos olhos veem”, “uma nuvem, uma flor, um desenho técnico, um sapato, um panfleto, uma libélula, ...”. A semelhança entre estes objetos, é o facto de todos serem imagens processadas pelo cérebro, a diferença está no seu contexto e na maneira como as mensagens inerentes a estas imagens são processadas pelos nossos olhos, através de mensagens visuais (Munari, 1968, p. 87).

A procura incessante por compreender o mundo exterior leva-nos a questionar tudo aquilo que nos rodeia. É através da inteligência e dos sentidos que é possível captar os estímulos exteriores e processar toda a informação, com o objetivo de encontrar respostas. Esta captação de estímulos exteriores

que o autor constata, é uma característica intrínseca à condição humana e acontece por meio de mensagens visuais que são transmitidas aos nossos sentidos. Na figura 3, podemos observar o processo de transmissão de mensagens visuais, entre o emissor e o recetor. (Munari, 1968, pp. 87-90)

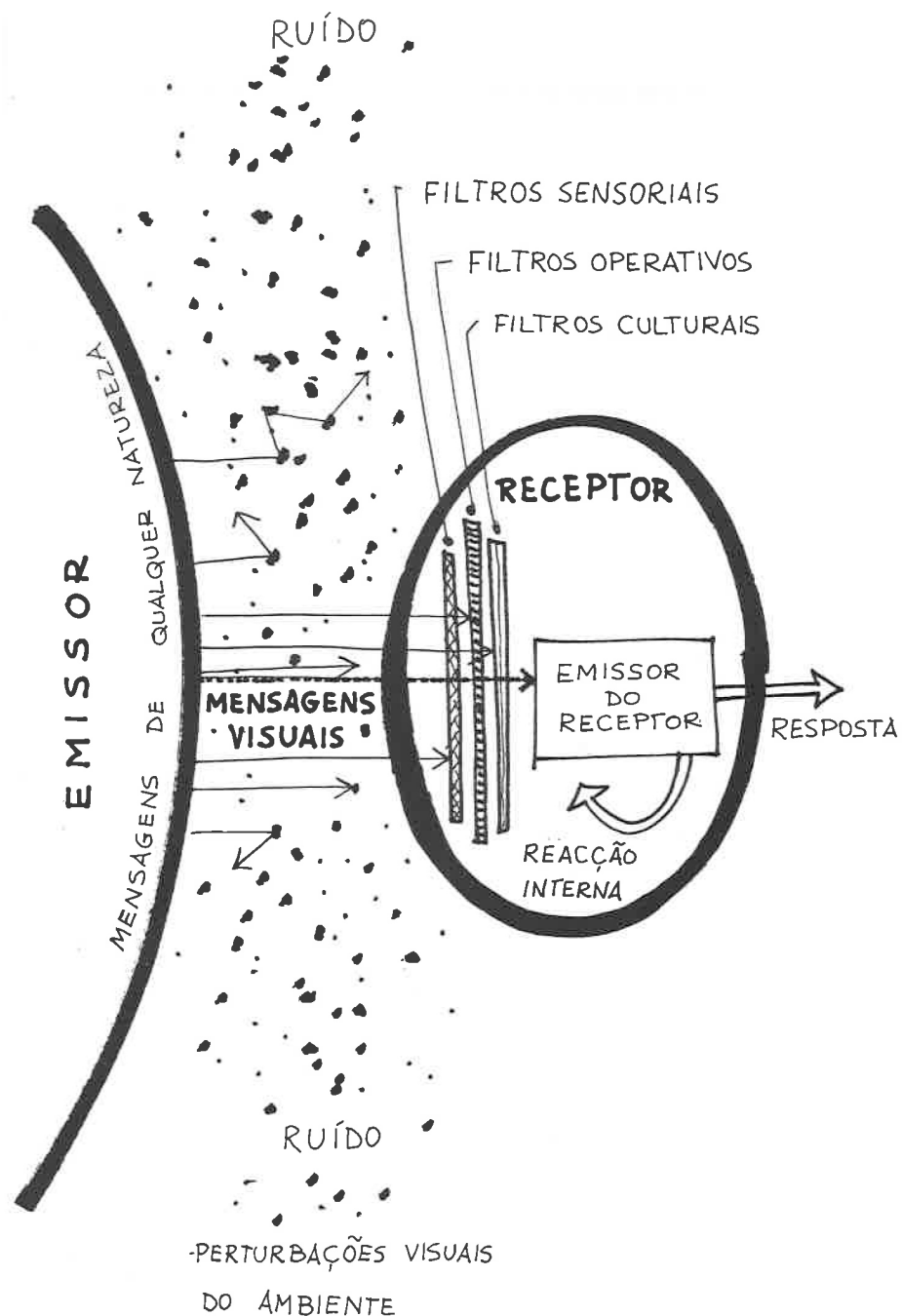


Figura 3 - Bruno Munari, A mensagem visual, 1968

Fonte: (Munari, 1968, p. 91)

Segundo o autor Munari (1987, p. 21) *“Tudo o que é compreendido é, depois, fixado na memória, nos três sectores principais, ou seja, no de curta duração, no de longa duração ou no que tem funções genéticas”*. São nestes sectores que são conservadas as memórias momentâneas, relativamente ao sector de curta duração, todos os conhecimentos que nos permitem comunicar, pensar, viver; correspondem ao sector de longa duração, e todos os dados que são passados entre indivíduos e gerações, premissas essenciais para a nossa existência, são guardados no sector que tem funções genéticas.

Também o sector genético é referido pelo autor na procura por compreender como opera a inteligência. Munari (1987, p. 21), afirma que o sector genético são “os dados que serão transmitidos de indivíduo para indivíduo, de pais para filhos”. Fala-nos também dos “suplementos da memória” e “auxiliares de memória” que são respetivamente enciclopédias, ficheiros e arquivos e no campo dos auxiliares, os gráficos, os diagramas e os esquemas. Um pequeno esquema, que podemos observar na figura 4, é essencial para mais fácil percebermos o papel que a imaginação tem na produção de memórias.

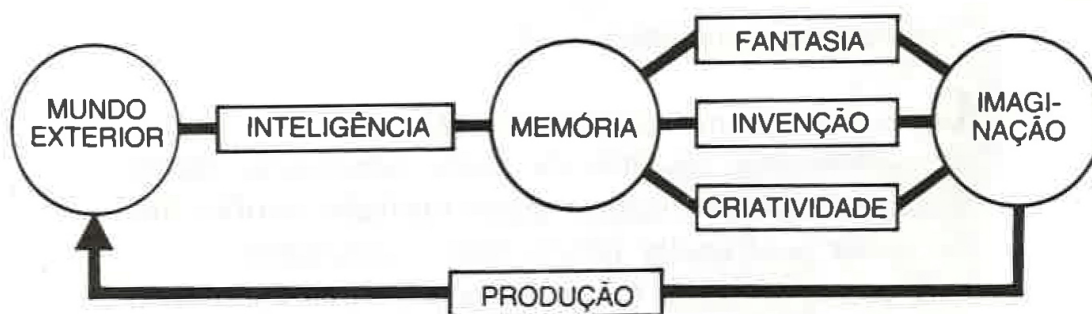


Figura 4 - Bruno Munari, Produção de memória, 1968

Fonte: (Munari, 1987, p. 21)

“A fantasia, a invenção e a criatividade pensam, a imaginação vê” (Munari, 1987, p. 17).

No seu livro *Fantasia* (1997), Munari identifica as constantes elementares para o estudo do fenómeno da fantasia, invenção e criatividade. Com o objetivo de desenvolver a criatividade e, por conseguinte, a personalidade. Após uma

abordagem à maneira como a inteligência opera, foca-se na produção, fruto da fantasia, da imaginação ou da criatividade, e na projeção, fruto da imaginação.

É através de relações estabelecidas pelo pensamento, e por aquilo que este conhece, que a fantasia e a criatividade nascem. Munari (1997, p. 31), evidencia a importância do pensamento e relaciona-o com a fantasia, a imaginação e a criatividade, através de um exemplo sobre a relação de uma placa de vidro e uma folha de borracha. “Pensar num vidro elástico ou numa borracha transparente” é utilizar o pensamento fantástico, pois são noções que temos como impossíveis de concretizar, mas através da imaginação é possível visualizar estes dois materiais; “pensar em qualquer utilização para ele” é usufruir da criatividade e “pensar na fórmula química para o produzir” é fruto da invenção. Introduzindo o tema da fantasia, o autor relaciona-a com a possibilidade de um indivíduo estabelecer relações. “Um indivíduo de cultura muito limitada não pode ter uma grande fantasia, terá sempre de utilizar os meios que dispõe, aquilo que conhece” (Munari, 1997, p. 31).

A **fantasia** caracteriza-se por ser livre e inocente, simplesmente projeta qualquer tipo de coisa, da mais impossível à mais concreta, nunca tendo em conta a viabilidade daquilo que pensou, resume-se à pureza da idealização. A **invenção**, assim como a fantasia, faz o cruzamento de informação já adquirida, mas com a particularidade de pensar nas coisas com um propósito real e prático. A funcionalidade é a verdadeira intenção da invenção, ao contrário da dimensão estética, considerada como secundária. Já a **criatividade** é considerada uma união entre a fantasia e a invenção, projeta livremente mas sempre com um propósito concreto e funcional. Concentra-se na resolução de problemas e necessidades comuns, com base em fatores sociais, estéticos, psicológicos e funcionais.

A consciência e percepção dos pensamentos só é possível pela existência da imaginação, que ultrapassa o pensamento e permite projetar o que provém da fantasia, invenção e criação. Neste contexto a imaginação não será necessariamente criadora, ela poderá visualizar objetos que já existam, mesmo que não se encontrem presentes no momento (Munari, 1997, pp. 24-30).

O autor relaciona estes temas com a criatividade, afirmando que esta se forma e transforma continuamente através da utilização da inteligência, na relação de pensamento. O sujeito necessita de ter “uma inteligência rápida e

flexível, uma mente livre de preconceitos de qualquer espécie, pronta a aprender aquilo que lhe serve em cada ocasião e a modificar as suas opiniões quando se lhe depara outra mais justa” (Munari, 1997, p. 123).

Deste modo, não é possível estabelecer limites entre a criatividade, a invenção e a fantasia, mas podemos afirmar que estes termos se processam em simultâneo. A criatividade é, segundo o autor, a utilização final das faculdades humanas, no sentido mais completo.

Bruno Munari no seu livro *Fantasia* (1997), identifica a relação da criatividade com a fantasia e a invenção e a maneira como estas se processam no sujeito.

Para dar continuidade ao estudo da criatividade, e com a enorme quantidade de estudos sobre o tema, é necessário dividirmos a criatividade, em três pontos de investigação. São eles a criatividade sob: o ponto de vista do sujeito, o ponto de vista do processo e o ponto de vista do produto.

#### **2.1.2.1. Ponto de Vista do Sujeito**

O ponto de vista do sujeito foca-se no indivíduo e tenta perceber a personalidade criativa do mesmo. Existem várias teorias e modelos que nos explicam o pensamento criativo e os seus procedimentos. Ángeles (1996, pp. 24-25) foca-se nas limitações do sujeito criativo para conseguir perceber a sua personalidade criativa. São estas limitações que nos vão dar o conteúdo essencial para definir a personalidade do sujeito criativo, enunciada a partir de cinco premissas:

- 1) Esforço criativo: referente ao tempo utilizado na procura de soluções criativas para um problema.
- 2) Elementos necessários: realidades já adquiridas, como o conhecimento e a experiência, necessárias para a produção de conteúdo original.
- 3) Falta de controlo sobre o processo: a relação do sujeito com o processo e falta de controlo do mesmo, devido a fatores externos como o tempo, os prazos, e a experimentação de novas técnicas ou até a não utilização de técnicas anteriormente adquiridas.

4) Não estar limitada a um âmbito concreto do saber: a aplicação da criatividade a vários campos de atividade.

5) Não é exclusiva a um determinado tipo de indivíduo: a possibilidade de todos serem criativos, mesmo que em diferentes níveis, resultantes da experiência individual.

A criatividade não é limitada para alguns indivíduos, apesar de o ser em diferentes graus. Todos os seres humanos têm potencialidades para serem criativos e todos podem melhorar a sua capacidade criativa.

Esta percepção das limitações humanas, segundo o parâmetro de Martínez (1999, p. 46) faz-nos perceber que “não podemos só levar em conta para medir a criatividade os fatores cognitivos - como os tradicionais testes de inteligência - e sim, também, os temperamentais e motivacionais de interesse.

Através de vários testes efetuados é possível perceber que a personalidade está diretamente ligada ao comportamento criativo do sujeito. É definida pela capacidade de detetar problemas, de percepção, interesse para com o novo, curiosidade, tolerância com a ambiguidade, rapidez em produzir ideias, flexibilidade de pensamento e capacidade de síntese (Martínez, 1999, p. 47). São estes fatores que nos permitem traçar uma personalidade criativa e perceber a influência que esta tem no processo de criação do sujeito.

Também Guilford (1977), se dedicou ao estudo do pensamento criativo, dando maior destaque às atitudes intelectuais com o desenvolvimento do modelo tridimensional. Este modelo, denominado a Estrutura do Intelecto, é organizado de maneira sistemática, pois foi desenvolvido de uma forma em que as tarefas e itens da inteligência fossem divididas e estruturadas em: unidades, classes e sistemas. Nesta estrutura estão presentes conceitos básicos, operações mentais e produtos do pensamento que ao se organizarem, geram um produto, ideias.

Segundo as dimensões de Guilford em (Martínez, 1999, p. 50), o autor destaca a “produção divergente” no estudo da criatividade, uma forma do pensamento original para resolver problemas. Este pensamento consiste na criação de informação a partir de determinada informação, e ao contrário do “pensamento convergente”, é um pensamento mais impulsivo, emocional e expressivo, que tem como objetivo produzir ideias diferentes. As análises

efetuadas pela equipa de Guilford, através de perguntas e tarefas com várias soluções, procuram então chegar a este “pensamento divergente”, dando sempre primazia às soluções mais originais. Guilford defende ainda que as principais características que definem o pensamento criativo são: fluidez, flexibilidade, originalidade e elaboração.

Guilford (1977), afirma que a fluidez é a capacidade que o sujeito tem em produzir ideias relativamente a um problema. Divide-se em fluidez figurativa, verbal, de ideias, associativa e expressiva. A flexibilidade diz respeito à produção quantitativa de soluções face ao problema. Divide-se em flexibilidade espontânea e flexibilidade de adaptação, que está ligada à originalidade. A elaboração é a condição onde tratamos algo de uma forma cuidadosa e precisa. Segundo o autor, estas atitudes da produção divergente estão situadas fora do domínio da inteligência.

Aliada ao termo “produção divergente” e com o objetivo de dar continuação à distinção de Guilford, o autor Bono (2005), que se dedicou ao estudo do pensamento lateral, na sua obra intitulada “O Pensamento Lateral” faz uma relação entre a criatividade e o pensamento enquanto competência específica. Bono (2005), desenvolveu técnicas formais do pensamento criativo, e deu origem ao conceito de pensamento lateral.

O autor começa por distinguir os dois tipos de pensamento: o pensamento criativo como um “pensamento lateral” em oposição a um “pensamento vertical”, definido como um pensamento mais lógico.

Bono (2005), diz-nos que a informação é recebida pela mente que processa e seleciona todo o tipo de informação recebida pelo exterior. Este processo consiste num sistema de criação de padrões que vão ser reconhecidos e organizados.

A mente funciona como um vínculo que permite a comunicação entre o exterior e o interior e que absorve e trata a informação recebida, permitindo a criação de padrões, que se auto-organizam num “sistema de memória cumulativo”. Esta organização de informação é normalmente subaproveitada, não utilizando de forma absoluta a quantidade de informação recebida. (Bono, 2005, p. 33).



Para conseguir maximizar o nível de informação disponível e alterar a organização pré-formatada de padrões é necessária uma mudança de percepção. Esta mudança permite utilizar a informação de novas formas e reestruturar os padrões previamente existentes. A rigidez dos padrões dificulta o processo de alteração dos mesmos, criando assim uma tendência de organização com base nos padrões previamente estabelecidos. Esta seleção vai se tornando cada vez mais definitiva, pela limitação da mente em quebrar estas sequências lógicas. A mente é “um sistema de produção e utilização de clichés”. Para quebrar este processo inato e contornar as limitações da mente, recorreremos ao pensamento lateral para criar novos métodos de organização de padrões (Bono, 2005, pp. 34-36).

“O pensamento vertical é seletivo, o pensamento lateral é criativo” (Bono, 2005, p. 37).

O pensamento lateral está diretamente ligado à criatividade e à criação de novos caminhos e abordagens alternativas. Ao contrário do pensamento vertical que seleciona uma única abordagem e a solução mais promissora, o pensamento lateral é necessário para contrariar o comportamento sequencial do sistema de memória.

Sempre com uma abordagem ou método preciso, o pensamento vertical procura seguir um caminho definido, eliminando todo o tipo de problemas e deixando para trás os caminhos indefinidos. Não considerando o erro ou a incerteza, este pensamento procura sempre movimentar-se de forma vertical, no sentido da resolução de um problema. Pelo contrário, o pensamento lateral tem como premissa o movimento e a mudança. Concentra-se no objetivo de gerar uma direção, que se comporta de forma lateral. Com base na experiência, o pensamento lateral cria o máximo de abordagens possíveis. Mesmo depois de encontrar a mais promissora, avança sempre com o intuito de gerar o máximo de caminhos diferentes, independentemente de serem considerados certos, errados ou indefinidos, são sempre uma possível solução (Bono, 2005, p. 38).

Os grandes potenciadores do pensamento lateral são o movimento e a mudança, que maximizam as limitações da estrutura da mente e possibilitam

que haja uma repadronização. Os passos que o pensamento lateral dá na criação do seu próprio caminho são susceptíveis às experiências e às alterações que possam surgir, podendo até criar novos caminhos. Já o pensamento vertical segue um caminho que lhe parece mais favorável, eliminando a possibilidade de mudança. “O pensador vertical diz: < Sei o que procuro. > O pensador lateral diz: < Ando à procura, mas só saberei o que procuro quando o encontrar. >” (Bono, 2005, p. 39). A evolução do pensamento vertical é faseada e ao contrário do pensamento lateral, segue apenas uma direção, não pode sofrer mudanças nem alterações nas próprias conclusões.

O utilizador experiencia os dois tipos de pensamentos de forma muito díspar. O pensamento criativo é experienciado de uma forma mais criativa, que gera novas abordagens a temáticas já conhecidas e procura constantemente a mudança e novas soluções, enquanto a experiência de um pensamento seletivo se foca em objetivos concretos para encontrar a solução mais promissora.

É fundamental que exista um equilíbrio natural entre capacidades seletivas e criativas. Reconhecer o pensamento vertical é necessário para a organização das ideias e para garantir o seu sentido. De uma outra forma, o pensamento lateral, apesar de não seguir um pensamento restrito e lógico como o pensamento vertical, precisa de uma conclusão que sustente todos os seus passos, não seguindo necessariamente uma ordem sequencial para conseguir chegar à conclusão.

Bono (2005), continua o seu estudo sobre as diferenças entre o pensamento lateral e o pensamento vertical, focando-se agora na maneira como o sujeito analisa uma experiência negativa.

Bono (2005) diz-nos que a forma como cada pensamento aborda uma experiência negativa é diferente. Cada um analisa e tira diferentes conclusões acerca do mesmo acontecimento. Enquanto no pensamento vertical estes acontecimentos negativos são utilizados para bloquear e excluir caminhos errados, no pensamento lateral são utilizados como método de aprendizagem positivo e de criação de novos caminhos, que ao invés de serem utilizados como forma de seleção, excluindo tudo o que é irrelevante, funcionam como

influências externas que possibilitam a mudança dos padrões atuais (Bono, 2005, p. 41).

O pensamento lateral foge à procura das respostas garantidas e do caminho correto, procura abordagens menos óbvias que, sendo elas desconhecidas, funcionam como motivador para a improbabilidade do sucesso. Este pensamento tem como premissa explorar todas as probabilidades, mesmo as que à primeira vista pareçam erradas, com a finalidade de encontrar algo que possa ser utilizado, uma solução que não é necessariamente garantida. Não há abordagens negativas neste pensamento, a procura da criatividade é a recompensa máxima, que possibilita as reestruturações nos padrões predefinidos (Bono, 2005, pp. 42 - 43).

Apesar do pensamento vertical ser um processo finito que assegura resultados, muitas vezes depara-se com resultados obsoletos ou entra num beco sem saída, e só o pensamento lateral consegue reestruturar estes resultados e criar novas ideias.

As diferenças entre estes dois pensamentos são fundamentais e os processos que cada um utiliza são distintos. Nenhum dos pensamentos é superior ao outro, ambos têm o seu papel. É preciso reconhecer os potenciais de cada um para os conseguir utilizar da forma mais eficaz no nosso processo de crescimento e autoconhecimento, sempre com o objetivo de encontrar respostas às nossas questões e evoluir a partir destas perceções.

Na tabela 1, apresentada abaixo de modo a simplificar a leitura dos diferentes conceitos, estão representadas as principais diferenças entre os dois tipos de pensamentos. Quer seja na procura seletiva do “pensamento vertical” ou na liberdade criativa do “pensamento lateral”.

| <b>Pensamento Vertical</b>                                                                         | <b>Pensamento Lateral</b>                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seletivo, retilíneo, seleciona um caminho a seguir, sempre pela abordagem mais promissora.         | Criativo, tenta criar outros caminhos e o número máximo de abordagens.<br><br>Mesmo quando encontra uma abordagem promissora, continua a gerar alternativas. |
| Avança numa direção claramente definida. “Sei o que procuro”.                                      | Movimenta-se através da procura de direções. “Ando a procura, mas só saberei o que procuro quando o encontrar”.                                              |
| Analítico, sequencial, necessita de confirmar todos os passos. Método de tentativa e erro.         | Provocador, pode dar saltos, o importante é a conclusão.                                                                                                     |
| Utiliza o negativo para bloquear caminhos, exclui o que é irrelevante.                             | Não existe negativo.                                                                                                                                         |
| Categorias, classificações e rótulos fixos. Segue os caminhos mais prováveis. O processo é finito. | Mudança nas categorias, classificações e nos rótulos. Explora caminhos menos prováveis. Procura aumentar as probabilidades.                                  |

Tabela 1 - Principais diferenças entre o PL e o PV, segundo Bono (2005)

Fonte: (Bono, 2005)

Embora os dois tipos de pensamento “divergente” e “lateral” sejam essenciais para o processo criativo, existem aspectos que não são abordados pelas teorias de Bono (2005) e Guilford (1977).

Os aspetos racionais para este processo são essenciais para qualquer ato de criação, são necessários momentos de análise, seleção e avaliação, assim como a comparação das várias soluções possíveis de forma a garantir resultados eficazes. É necessário tanto o pensamento intuitivo e emocional, que o “pensamento divergente” e “lateral” nos proporciona, assim como o pensamento analítico e racional.

### 2.1.2.2. Ponto de Vista do Processo

Dado por finalizado o estudo da criatividade segundo o ponto de vista do sujeito, através das conclusões de Bono (2005) e Guilford (1977), é necessário abordar agora o tema da criatividade através do ponto de vista do processo. Para isso iremos recorrer aos autores que abordam este ponto de vista. Arieti (1976) que baseia o seu estudo na diferença da criatividade, com os temas; raridade, espontaneidade, divergência e atração pelo novo. É De Masi (2003) que através dos conceitos abordados por Arieti, cria um modelo sobre o pensamento criativo baseado na esfera racional e na esfera emotiva.

“O processo criativo é uma manifestação da criatividade através de modos específicos de trabalho, que sistematizados genericamente podemos assim denominar. Ou seja, um conjunto de fases sucessivas que integram o trabalho” (Ángeles, 1996, p. 28).

Ángeles (1996) propõe uma aproximação ao acto criativo, afirmando que é necessário que um processo criativo se desdobre em etapas e tenha como fim alcançar um produto criativo.

Muitos estudos tentaram distinguir o processo criativo científico do processo criativo artístico mas, e segundo Martínez (1999), os processos são idênticos. Mesmo com esta conclusão, sabe-se que a atividade criativa não segue sempre processos, métodos e fórmulas.

Na tentativa de melhor perceber os principais modelos relativos ao processo criativo, no ano de 1919 foi criado o primeiro modelo, por John Dewey (Martínez, 1999, p. 53), que enumera as etapas da resolução de um problema:

- 1) Encontro com uma dificuldade ou problema.
- 2) Localização e definição do problema.
- 3) Planeamento de possíveis soluções.
- 4) Desenvolvimento de soluções e consequências.
- 5) Aceitação da solução proposta.

Wallas (Ángeles 1996, p. 28), concluiu a existência de quatro etapas sobre a “arte de pensar”, sendo elas:

- 1) Preparação: consiste na recolha de informação necessária acerca do problema.
- 2) Incubação: processo inconsciente, onde se prepara o caminho para a solução do problema.
- 3) Iluminação: descoberta da solução criativa.
- 4) Verificação: comprovar a eficácia das ideias.

Este último modelo tem maior impacto que os outros, talvez graças à sua dimensão inconsciente, onde é possível abandonar o controlo, conseguindo assim um estado de abstração que possibilita ideias espontâneas. Estes modelos são denominados de *modelos clássicos*. Martínez (1999) afirma a existência de um outro tipo de modelos, os *modelos cognitivos*. Ao contrário dos *modelos clássicos*, que fazem apenas uma observação externa e dividem o processo criativo em etapas, o *modelo cognitivo* preocupa-se em perceber os processos internos, estudando a relação das atividades cognitivas com o processo de criação. Martínez (1999) define este processo como dinâmico e complexo, porque relaciona o pensamento, a memória e a percepção. Através deste modelo, é possível perceber que a criatividade é mais do que um simples processo, existindo vários fatores que a condicionam.

Para melhor compreensão destes fatores que condicionam o processo criativo e recorrendo ao conceito de Arieti (1976), De Masi (2003), criou um novo modelo sobre o processo criativo, representado na figura 5, que permite uma abordagem mais dinâmica, tendo em conta um número maior de condicionantes. Este modelo contém a “esfera racional” (conhecimentos e habilidades) e a “esfera emotiva” (emoções, sentimentos, atitudes e opiniões), que se cruzam num eixo vertical S-P (secundário-primário) e num eixo horizontal E-R (emotivo-racional).

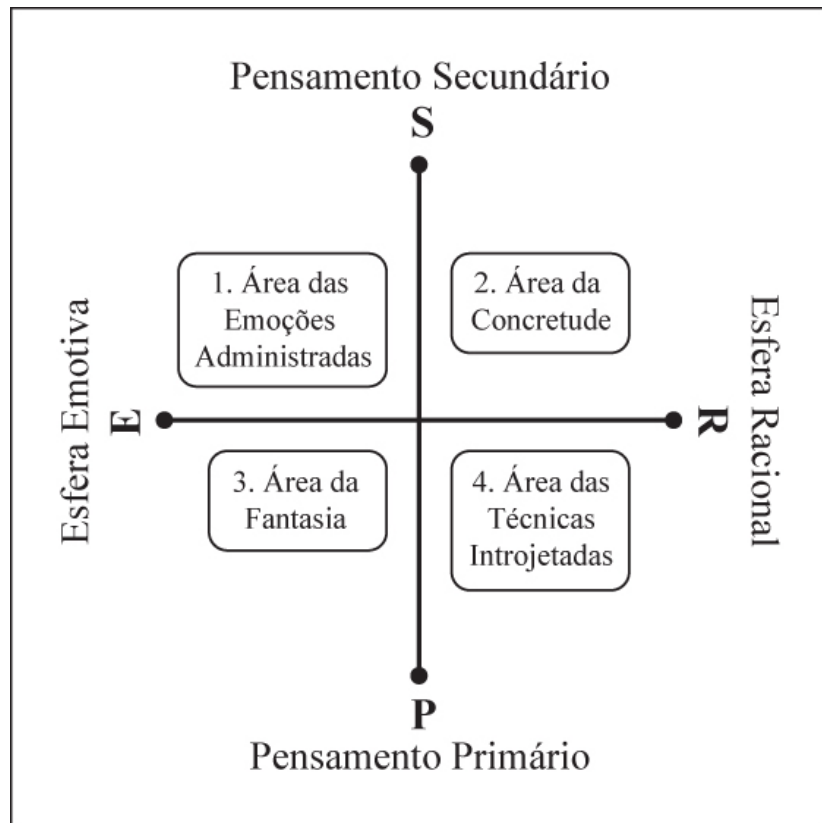


Figura 5 - Chris Duncan, Modelo sobre o processo de De Masi, 2003  
 Fonte: <http://www.processocriativo.com/grupo-criativo>

Este modelo dá-nos uma percepção mais objetiva da estrutura de um processo criativo segundo o ponto de vista do processo. De Masi (2003) defende que o processo criativo consiste na união da fantasia e da realidade (materialização), nunca deixando de parte as emoções, que permitem o contorno das ideias indefinidas em soluções práticas, e a técnica, que permite a materialização da fantasia.

### 2.1.2.3. Ponto de Vista do Produto

Após o estudo do ponto de vista do processo, através das considerações de De Masi (2003), com base nos conceitos estudados por Arieti (1976), passamos à abordagem do estudo da criatividade através do ponto de vista do produto. Este ponto de vista tem base no estudo do pensamento sistémico da criatividade, pelas autoras Alencar & Fleith (2003), baseado nos modelos desenvolvidos por Sternberg & Lubart, e no modelo “A Perspetiva de Sistemas”

desenvolvido por Csikszentmihalyi (1996), que também faz uma relação direta ao estudo da criatividade como sistêmica.

O estudo da criatividade relativamente ao ponto de vista do produto, ao contrário dos pontos de vista anteriores, é mais concreto e tangível. Os critérios que definem a criatividade num produto e, segundo Martínez (1999), são a novidade e a capacidade de solucionar um problema. Um objeto considerado criativo não pode apenas ser uma novidade, tem de ter utilidade e solucionar um problema.

Martínez (1999), diz-nos que a novidade no produto reflete um pensamento cognitivo, onde são criadas novas relações entre elementos conhecidos, ou mesmo na simples aparição de novos elementos, nunca com a preocupação de um resultado final. Quanto maior o distanciamento das associações produzidas pelo pensamento, maior é a novidade do produto. A criatividade não está diretamente ligada à novidade. Nem tudo o que é novo tem de ser criativo.

Do ponto de vista do produto, a criatividade é a resolução de um problema, com materiais ou ideias que são diferentes, novas e com um certo grau de originalidade. Esta avaliação de criatividade está sujeita ao contexto e ao grau de exigência do sistema onde atuam, o que implica que os produtos criativos sejam diferentes consoante estes critérios.

Recentemente, os estudos da criatividade têm tido em conta fatores sócio culturais e a influência do meio no processo criativo. Alencar & Fleith (2003) no artigo “Contribuições Recentes ao Estudo da Criatividade”, apresentam três modelos criados por Sternberg & Lubart, Amabile e Csikszentmihalyi, que refletem estas influências no pensamento sistémico da criatividade.

Sternberg, citado por Alencar & Fleith (2003), apresenta a teoria de investimento em criatividade, que consiste na relação de seis atributos internos do indivíduo. São eles: a inteligência, estilos intelectuais, conhecimento, personalidade, motivação e contexto ambiental. O autor destaca a inteligência, o estilo cognitivo e a motivação, como os recursos necessários à expressão criativa.



A **inteligência** consiste na capacidade de ver o problema numa perspectiva diferente, a capacidade de selecionar as melhores ideias e convencer os outros da importância das nossas ideias. É a relação entre estes três fatores que possibilitam a geração de uma ideia criativa, racional e promissora.

Os **estilos intelectuais** dividem-se em três: legislativos, executivos e judiciários. O estilo legislativo é propício às pessoas criativas e define-se na capacidade de criar regras de trabalho e no entusiasmo em resolver problemas. O estilo executivo mostra a preferência do indivíduo em resolver problemas que sejam bem estruturados e definidos. O estilo judiciário, como o nome indica, está relacionado com os indivíduos, que apresentam como características, o gosto em atribuir julgamentos e criar opiniões e avaliações sobre os outros.

O **conhecimento** reflete a necessidade que o indivíduo tem em obter o conhecimento necessário sobre determinada área. Quanto maior o conhecimento, maior será o número de associações e soluções possíveis.

A **personalidade** é o fator chave para a produção criativa. São um conjunto de características peculiares, necessárias para o processo criativo, que embora nem sempre tendo estado presentes, são essenciais. São características como a tolerância, a determinação, a perseverança, a coragem e a predisposição para correr riscos que permitem o processo criativo fluir e tomar novas abordagens. Estas características permitem ao sujeito lutar perante os obstáculos e chegar a uma solução promissora. A personalidade, embora sendo parcialmente controlada e estimulada pelo indivíduo, pode sofrer alterações relativamente a fatores temporais, ambientais e sociais.

A **motivação** de cada um é a força impulsionadora para a *performance* criativa. É a predisposição, ou seja, o desejo e o amor que faz o indivíduo mover-se e que influencia a resposta criativa numa determinada tarefa. Esta motivação intrínseca está diretamente ligada à energia que o sujeito incute no trabalho que está a realizar, assim como a motivação extrínseca, que se reflete num estímulo externo, como o reconhecimento e a descoberta.

O **contexto ambiental** diz respeito à inserção do sujeito num certo ambiente, que influencia diretamente o processo criativo e o produto que

resulta deste processo. Sternberg (1988) afirma que “o tipo de ambiente que facilita o desenvolvimento e realização do potencial criativo depende também de outros fatores, como por exemplo, do nível do potencial criativo da pessoa e da área em que a pessoa criativa se expressa. Desta forma, o ambiente que facilita a expressão criativa interage com variáveis pessoais e situacionais de uma forma complexa”.

A autora Amabile (1996), em Alencar & Fleith (2003), refere a necessidade de se desenvolver um modelo “Modelo Componencial de Criatividade”, onde considera três componentes necessários para o processo criativo que são: habilidades de domínio, processos criativos relevantes e motivação intrínseca. Este modelo pretende relacionar os fatores cognitivos, motivacionais, sociais e de personalidade no processo criativo.

As **habilidades de domínios** fazem referência ao leque de capacidades que o sujeito adquire, tais como o conhecimento, o talento, a experiência e as habilidades técnicas. Estes elementos podem também ser inatos, como a boa memória. Estas habilidades culminam na necessidade de um vasto conhecimento sobre determinada área, o que possibilita novas combinações e a criação de soluções inovadoras.

Os **processos criativos relevantes** segundo Amabile (1996), dizem respeito à formulação de métodos de trabalho, ao domínio de estratégias que favorecem a produção, ao estilo cognitivo e aos traços de personalidade. Aliados a estes fatores, estão a análise da informação sobre diversos pontos de vista, a quebra de padrões usuais de pensamento, a quebra de hábitos, a capacidade de transferir conteúdos para contextos diferentes e os traços de personalidade, que favorecem a produção criativa quando o indivíduo tem uma capacidade de auto motivação, tolerância, independência e gosto por correr riscos.

A **motivação intrínseca**, embora considerada inata, pode ser desenvolvida pelo ambiente social e reflete o desejo e a entrega do indivíduo na tarefa. A motivação faz com que o indivíduo desenvolva uma capacidade de interesse que se reflete numa procura mais aprofundada e, por consequência, em respostas mais plausíveis.

A motivação extrínseca pode por em causa o processo criativo pela necessidade de recompensa e reconhecimento externo. Esta motivação pode prejudicar e influenciar negativamente o nível de interesse numa tarefa.

Para além destes três componentes, Amabile (1996) apresenta, ainda, cinco estágios do processo criativo. São eles: identificação do problema, preparação, geração da resposta, comunicação e validação da resposta e resultado. É necessário referir que o modelo de Amabile dá um grande destaque ao fator “Ambiente”, no sentido em que este influencia todos os componentes e fatores acima apresentado. Assim, “criatividade torna-se uma qualidade de ideias e produtos que é validada pelo julgamento social e, as explicações de criatividade podem englobar características da pessoa, fatores situacionais e a complexa interação entre eles”. (Amabile, 1989, p. 424)

No artigo de Alencar & Fleith (2003), um terceiro modelo realizado por Csikszentmihalyi é apresentado. Este modelo estuda a criatividade focando-se nos sistemas sociais e não apenas no indivíduo. Explica que a “criatividade não ocorre dentro dos indivíduos, mas é resultado da interação entre os pensamentos do indivíduo e o contexto sócio-cultural” (Csikszentmihalyi, 1988, p. 23).

“Criatividade deve ser compreendida não como um fenómeno individual, mas como um processo sistémico” (Csikszentmihalyi, 1988, p. 23). Portanto, mais importante do que definir criatividade é perceber-la na sua dimensão social, cultural e histórica, visto não se tratar de um processo individual, mas sim o resultado do julgamento de sistemas sociais sobre o produto. Este processo é a interação de três fatores: indivíduo, domínio e campo.

O **indivíduo** é quem age e introduz mudanças no domínio ou área de conhecimento, que pode ter características criativas e de *background*. Esta criatividade inerente não é definida como uma estrutura rígida. Pode sofrer alterações relativas à personalidade do indivíduo e à ocasião, podendo ter momentos de introversão ou de extroversão. Relativamente ao *background*, é necessário o indivíduo ter acesso à aprendizagem, de modo a conseguir atualizar o conhecimento e estar inserido num ambiente que contribua para a produção criativa.

O **domínio** é o conjunto de procedimentos culturalmente estabelecidos, que consiste no conhecimento transmitido entre sociedades. É necessário que o indivíduo tenha conhecimentos sobre os vários domínios para conseguir inovar e estender esse conhecimento. Quando este conhecimento é passado de forma clara, a possibilidade de inter-relacionar conceitos e de dar uma resposta criativa é superior.

O **campo** é o conjunto de indivíduos (sociedade) que exercem a função de decidir e reconhecer uma nova ideia como criativa. O fator social é crucial para o reconhecimento de uma ideia, pois esta pode não ser aceite se o campo estiver inserida num sistema social que não encoraje a criatividade. É necessário que para fazer parte do domínio criativo uma ideia nova seja socialmente aceite. Mas parte do trabalho de aceitação social cabe ao indivíduo, que tem de defender a qualidade da sua ideia perante um campo. É necessário perceber que um ambiente social favorável aumenta a probabilidade de contribuições criativas.

“O quanto de criatividade existe em um determinado momento, não é determinado apenas por quantos indivíduos originais estão a tentar mudar os domínios, mas também por quão receptivo à inovação é o campo. Assim, no caso de alguém desejar aumentar a frequência de criatividade, pode ser mais vantajoso trabalhar ao nível dos campos do que ao nível dos indivíduos” (Csikszentmihalyi, 1999, p. 327).

O papel do indivíduo é essencial para o processo criativo mas devemos ter em conta todos os fatores sociais, culturais e históricos, que contribuem para o desenvolvimento da criatividade e da transformação da sociedade. Nos modelos apresentados por Alencar & Fleith (2003) sobre o estudo da criatividade e sob o ponto de vista do produto, podemos observar que criatividade é uma ideia, ato ou produto que modifica ou cria um novo domínio.

Após o estudo sobre a definição de criatividade, através do ponto de vista do sujeito, do processo e do produto, podemos afirmar que todos os sujeitos são criativos e, segundo Munari (1997), a criatividade é a utilização final das faculdades humanas. Podemos entender a criatividade como fruto da nossa interação com o meio ambiente, no qual se afirma uma dependência de

padrões da sociedade e, ao estar em constante transformação, exige soluções mais adequadas ao desafio.

## **2.2. Processo Criativo no Design**

É agora necessário estabelecer um paralelismo entre, a teoria da criatividade e os seus pontos de vista, com um contexto prático onde podemos relacionar o tema criatividade com a sua aplicação ao design. Para isto vamos abordar o processo criativo no design com base nos autores Noble e Bestley (2005), e no seu estudo efetuado sobre o modelo do processo criativo realizado por Cooke (2006).

Segundo Noble e Bestley (2005), o pico do design dá-se em 1990, com a remissão do manifesto *First Things First* de Ken Garland. A importância do design e do papel do designer na sociedade ganham um novo destaque e começam a surgir novos estudos sobre a metodologia do design, focados no processo de conceção e elaboração.

Noble e Bestley (2005), apresentam na obra *Visual Research*, um diagrama criado por Matt Cooke, que pretende abordar o processo de design visual, focando-se na relação entre a teoria, a pesquisa e o desenvolvimento. Cooke (2006, pp. 130-146) pretende provar que a criatividade não tem de ser comprometida e que o processo de design pode ser aprimorado quando desenvolvido numa metodologia estruturada.



Figura 6 - Matt Cooke's, Design Methodology Model  
Fonte: (Noble e Bestley, 2005, p: 31)

Esta proposta, como podemos observar na figura 6, tem como base 4 conceitos base do processo criativo. A primeira, fase, de definição, a segunda,

fase de divergência, a terceira, fase de transformação e a quarta e última fase, a fase de convergência. (Noble e Bestley, 2005, p. 31)

A primeira fase, de **definição**, está associada à definição, como o próprio nome indica, de uma problemática. Por outras palavras, focados no problema, durante esta fase, os designers procuram identificar a natureza do problema e traçar os objetivos que vão servir como base ao desenvolvimento e possíveis contribuições visuais.

A fase de **divergência** é a mais presente e normalmente a que tem mais peso durante todo o processo criativo. Esta fase representa toda a pesquisa, qualitativa, quantitativa e visual, toda a estratégia de aproximação ao problema e início da estruturação. Culmina na relação entre linguagem visual e verbal, na definição de um target e na procura de soluções, definindo assim uma ideia que vai dar corpo ao desenvolvimento de todo o projeto.

A fase de **transformação** é a criação de soluções. Resulta na aplicação do conhecimento recolhido na fase anterior e na transformação do mesmo, que ao passar por um filtro de contexto e inspiração se transforma em soluções visuais. Esta fase está relacionada com um alto nível criativo, que tendo o Homem como foco, culmina na execução de elementos visuais com uma linguagem e estética próprias.

A fase de **convergência**, é fase final do processo. É a confirmação dos resultados criados. A fase de testar, onde os resultados são postos à prova e onde é estabelecida uma relação entre todos os materiais. É crucial a criação de soluções sustentáveis e úteis. (Noble e Bestley, 2005, pp. 32-39)



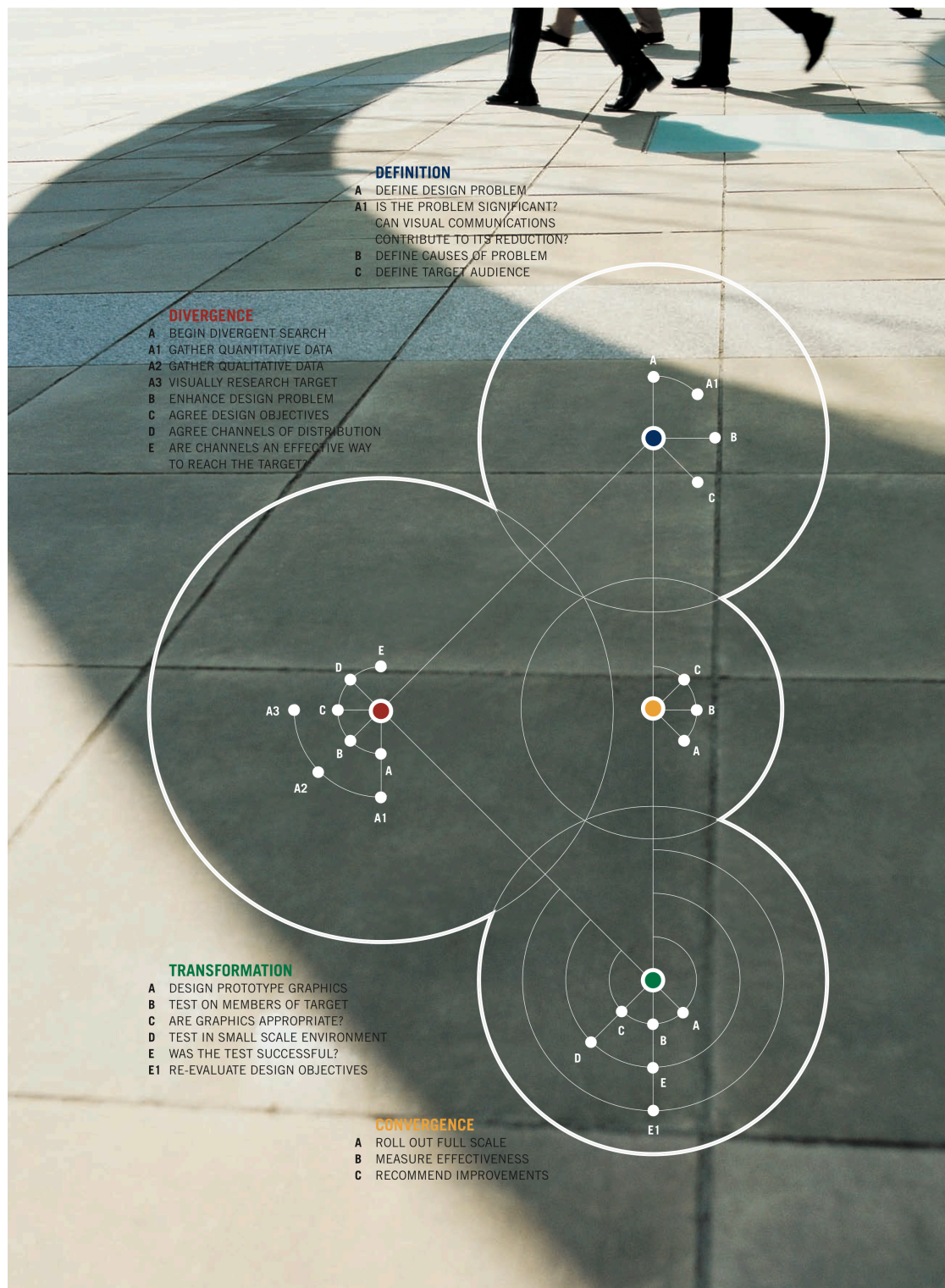


Figura 7 - Matt Cooke, Design Methodology Model

Fonte: (Noble e Bestley, 2005, p: 41)

O diagrama dos processos de pesquisa e desenvolvimento que podemos observar na figura 7, complementa a reflexão que Cooke (2006) teve sobre as



metodologias do processo de design, representadas inicialmente na figura 6. Desta vez, o diagrama é representando com formas circulares que representam a irregularidade do processo criativo que, ao invés de linear e hierárquico, é definido como algo orgânico e fluido.

## **2.3. Técnicas de Representação de Informação Complexa**

Para visualiza o processo criativo na arte e no design e a sua relação, é necessário abordar as técnicas que podem auxiliar a sua comparação. Deste modo, os princípios de representação de informação complexa, vão ser estudados e sintetizados de maneira a solidificar as decisões de representação.

### **2.3.1. Diagramas**

*“Graphical excellence is the well-Designed presentation of interesting data... complex ideas communicated with clarity, precision, and efficiency... gives to the viewer the greatest number of ideas in the shortest time with the least ink in the smallest space”*<sup>2</sup> (Tufte, 2009, p. 51).

Para melhor expressar o processo criativo e a sua complexidade é importante estudar a utilização de diagramas como método de representação visual da informação.

A importância desta temática é referida pelas autoras Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips (2008, p. 199) que entenderam este tema como a representação gráfica de uma estrutura, situação ou processo, que permite a visualização de relações entre números e descrições verbais. Definem a palavra “Diagrama” como sendo um dos pilares do Design Visual Contemporâneo.

Segundo as autoras, os diagramas representam a convergência entre ponto, linha, planos, escalas, cor, hierarquia e camadas, como elementos que compõem a sua estética. Mas, é na relação entre estes elementos que a importância dos diagramas como gráficos de informação se encontra. São as

---

<sup>2</sup> A excelência gráfica é a apresentação bem projetada de dados interessantes... ideias complexas comunicam-se com clareza, precisão e eficiência... dá ao espectador o maior número de ideias, no menor tempo possível, com a menor quantidade de tinta utilizada num espaço reduzido.

relações visuais criadas entre os elementos base que permitem a criação de novas *layers* de leitura de informação, sendo elas a relação entre tamanhos, estruturas e outras condições.

As autoras fazem referência a Edward Tufte e ao seu contributo como teórico no estudo do design de informação e construção de diagramas.

*“Tufte finds a certain kind of beauty in the visual display of data - a universal beauty grounded in the laws of nature and the mind’s ability to comprehend them”*<sup>3</sup> (Lupton & Phillips, 2008, p. 199).

Através desta afirmação das autoras, podemos concluir qual foi a importância do trabalho de Tufte no estudo sobre componentes de diagramas. Nas suas obras *Information is Beautiful* (2009), *Information Graphics* (2012) ou *Visual Story-Telling* (2011), o autor investiga as diversas técnicas de tratamento de dados, identificando os elementos que nos permitem tomar decisões através da criação de narrativas visuais.

Segundo Tufte (2009), na obra *The Visual Display of Quantitative Information*, é através do tratamento de dados e da representação dos mesmos, que conseguimos tomar decisões e criar conclusões. Através da utilização da cor, camadas e interação de efeitos, conseguimos criar processos dinâmicos que refletem o movimento, as causas e os efeitos presentes entre relações de conteúdo. O estudo sobre a criação de narrativas visuais é abordado pelo autor através do estudo de realidades quantificáveis. O autor também exprime a possibilidade de estas serem utilizadas noutro tipo de contextos, como por exemplo os qualitativos.

Tufte (2009, p. 51), afirma a importância de um design apoiado na informação simples ou complexa e na precisão e clareza, necessárias na representação visual de um diagrama. Para o autor só assim é possível facultar um maior número de ideias ao observador, num menor espaço e tempo possível. Clarifica, ainda, a importância da representação da informação e a sua relação com a variação de dados e a qualidade visual.

---

<sup>3</sup> Tufte identifica uma certa beleza na disposição visual de dados – uma beleza universal fundamentada nas leis da natureza e na capacidade da mente de as compreender

Sobre a estética e técnica no design de informação, Tufte (2009) clarifica temas como a utilização da cor, a hierarquia da leitura, noção de escalas e disposição da informação. O autor começa por focar a importância da utilização de elementos secundários como legendas, linhas, setas e grelhas, afirmando que devem ser utilizadas quando necessárias e nunca com um intuito de causar confusão (2009, pp. 140-155).

Na temática da cor, Tufte (2009), esclarece a utilização da cor como crucial para o entendimento de um diagrama. O autor afirma que o uso de uma escala de cinzas simplifica a visualização, cria uma maior percepção e exprime clareza. A cor pode gerar, segundo o autor, “*Graphic Puzzles*”.

Tufte (2009, pp. 154-155) define utilização de cor, com a possibilidade de esta gerar quebra-cabeças, devendo ser utilizada com algum cuidado. Apesar da experiência humana com livros didáticos, científicos e com o arco-íris, o olho humano não cria uma hierarquia de cores imediata, com a exceção do vermelho.

A utilização de cor deve ser feita de forma consciente, visto causar um nível de complexidade visual que pode produzir efeitos indesejados (Tufte, 2006, p. 86). Na figura 8, podemos observar a influência de cor na fotografia de Gretchen Garner.

Com base na figura 8, Tufte (2006, p.86), afirma que é apropriado a utilização de tons da natureza, especialmente os mais leves, como azuis, amarelos e cinzas. O olho humano está familiarizado com estas cores, o que facilita a leitura e, a coerência da informação retida.

Sobre o tema de hierarquia de leitura, Tufte esclarece a possibilidade sobre a existência de camadas de informação que são lidas pelo observador em tempos distintos.

*“Graphics can be designed to have at least three viewing depths: (1) what is seen from distance, an overall structure usually aggregated from an underlying microstructure; (2)*

*what is seen up close and in detail, the fine structure of the data; and (3) what is seen implicitly, underlying the graphic - that which is behind the graphic”<sup>4</sup>* (Tufte, 2009, p. 155).

Ainda referente à estética e técnica no design de informação, Tufte (2009) define a importância de um formato adequado ao gráfico, onde mostra a sua preferência por formatos horizontais, podendo ser adaptados ao tipo de informação e mensagem que pretende ser transmitida. Fala-nos também na utilização de ilustrações, palavras e números nos gráficos, sempre com uma preocupação de escalas e equilíbrio de forma a manter um estilo adequado e acessível sem excessos decorativos (Tufte, 2009, p. 177).

Sobre a disposição, baseada na visualização de informação, o autor refere o paralelismo como elemento surpresa que pode atribuir ritmo e balanço. De realçar que o que o observador faz com os elementos visuais através da semelhança, revela padrões e desvios que podem revelar a complexidade de uma narrativa visual (Tufte, 2009, pp. 70-83).

Numa análise sobre as teorias que Edward Tufte formula sobre os princípios do design de informação e dos diagramas, em aplicação ao estudo do processo criativo no design, destacamos o princípio da comparação e relações de contraste, o mecanismo e estrutura eficiente, a integração e relação entre elementos, a maneira como a informação é disposta, a utilização de cor e o conteúdo.

---

<sup>4</sup> Os gráficos podem ser pensados para terem, pelo menos, três profundidades de interpretação: (1) o que se vê à distância, uma estrutura generalizada normalmente criada a partir de uma microestrutura subjacente; (2) o que se vê ao perto e em detalhe, a estrutura de dados; e (3) o que se vê implicitamente, subjacente ao gráfico – o que está para lá do gráfico”



Figura 8 - Gretchen Garner, A Grove of Birches, photographs, 1988  
 Fonte: (Tufte, 2009, p. 86)

O estudo sobre sistemas de comunicação visual contemporâneos e a sua relação com a criação de narrativas é também abordado por Manuel Lima (2011). Na sua obra *Visual Complexity: mapping patterns of information*, o autor exprime a necessidade de criar novos níveis de leitura e complexidade, para tornar a narrativa mais completa e passar uma mensagem. Foca-se na beleza da complexidade, com a transformação de grandes quantidades de dados em gráficos complexos, que atribuem uma nova dinâmica aos diagramas (Manuel Lima, 2011).

*“...most projects showcase a broad pallet of visual elements and variations that consider colour, text, imagery, size, shape, contrast, transparency, position, orientation, layout and configuration. Despite this rich graphical diversity, many projects tend to follow noticeable trends and common principles, which in our result in a type os emergent taxonomy. This embryonic and evolving taxonomy provides a portrait of the current state of the practice*

*and reveals the inicial building black shaping a new visual language”* <sup>5</sup> (Lima, 2011, p. 159).

Manuel Lima (2011, pp. 159-220) aborda a criação de novas linguagens no estudo de diagramas complexos, dividindo-os nos seguintes grupos: “*Arc Diagram*”, constituído pelos diagramas em arco; “*Area Grouping*” a técnica de agrupamento de dados em áreas definidas, que podemos observar na figura 9; “*Centralized Burst*”, a técnica com base na ramificação de grandes quantidades de dados; “*Centralized Ring*” semelhante à anterior, mas com um centro convergente ou divergente como podemos observar na figura 10; “*Circled Globe*”; “*Circular Ties*”; “*Elliptical Implosion*”; “*Flow Chart*”; “*Organic Rhizome*”; “*Radial Convergence*”; “*Radial Implosion*”; “*Ramifications*”, a técnica de ramificação que podemos observar na figura 11; “*Scaling Circles*”; “*Segmented Radial Convergence*”, a técnica de tratamento de dados que tem base no sistema de convergência que podemos observar na figura 12; e por último a técnica “*Sphere*”. Todas estas técnicas são modelos de estudo sobre a complexidade visual na transformação e análise de dados, que é executada através de diagramas.

Podemos afirmar que os diagramas são ferramentas que simplificam a visualização de ideias complexas ou grandes quantidades de dados. São normalmente concebidos através de uma metodologia ou método próprio, possibilitando a identificação de uma tendência comum entre os vários exemplos estudados. No estudo da comparação entre processo criativo na arte e no design, este método pode ser um caminho na identificação de ideias comuns entre os dois processos e na representação visual dos mesmos.

---

<sup>5</sup> A maioria dos projetos apresenta uma ampla paleta de elementos visuais e variações no que diz respeito a cor, texto, tamanho, forma, contraste, transparência, posição, orientação, layout e configuração. Apesar desta rica diversidade gráfica, os projetos tendem a seguir tendências visíveis e princípios comuns, resultando, na nossa opinião, num tipo emergente de taxonomia. Esta taxonomia embrionária e evolutiva dá-nos um retrato do estado das práticas atuais e revela os elementos construtivos de uma nova linguagem visual.









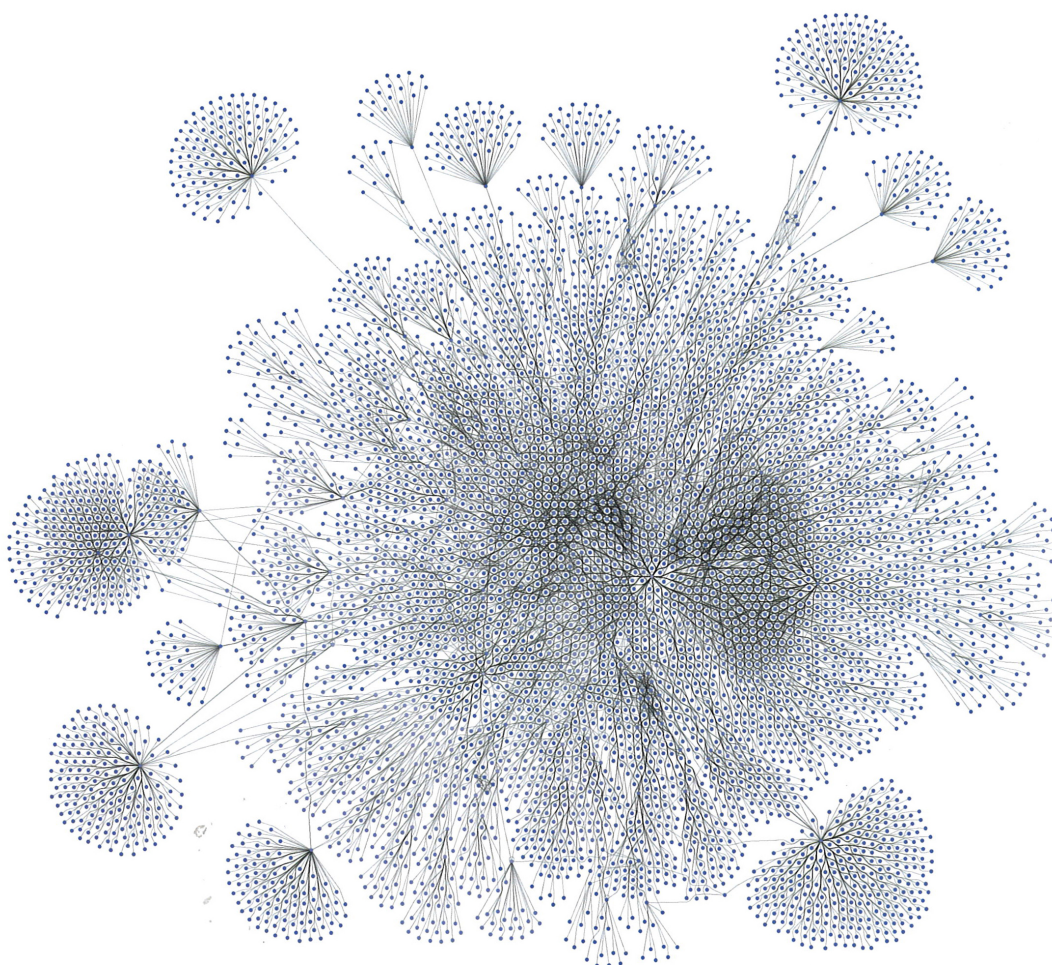


Figura 11 - yWorks, yFiles Visualization, 2005  
Fonte: <https://www.yworks.com/products/yfiles/gallery>

*“A visualisation of abstract nodes created through a Java library of layout algorithms for graphs, charts, and diagrams”<sup>8</sup> (Lima, 2011, p. 204).*

---

<sup>8</sup> Uma visualização de ligações criadas através de uma biblioteca Java, de disposição de algoritmos, para gráficos e diagramas.

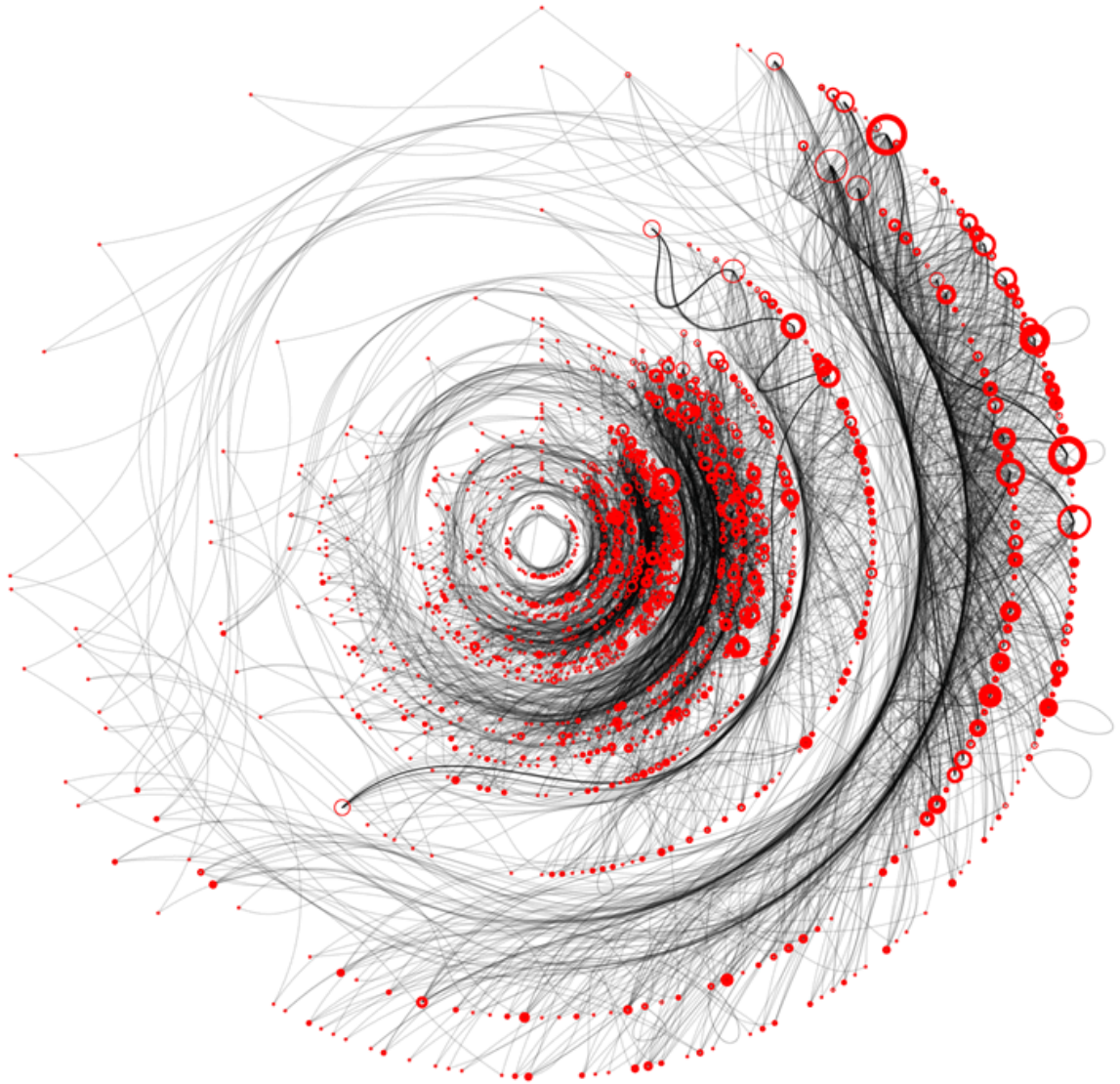


Figura 12 - Boris Muller, Poetry on the Road, 2006  
 Fonte: <http://www.esono.com/boris/projects/poetry06/>

*“A visualisation of various poems featured on a poster of an international literature festival in Bremen, Germany. A number was assigned to every letter of the alphabet and added together to determine the numerical value of a word, e.g., the world poetry would equal 99. Using this system, entire poems were arranged on circular paths.*

*The diameter of the circle is based on the length of the poem: short poems are in center, while longer ones form the outer circles. Red rings on the circular path represent a number, and its thickness is directly proporcional to the amount of words that share that*

*number. Gary lines connect the words of the poem in their original sequence, occasionally highlighting repetitive patterns in the poem”*<sup>9</sup> (Lima, 2011, p. 212).

### **2.3.2. Design Thinking**

Para confirmar o uso de diagramas no apoio ao desenvolvimento do pensamento criativo e a sua relação com o *design thinking*, o autor Jan Middendorp (2010), fala-nos da obra “*The Process is the Project*” (2010).

Os organizadores Lizá Ramalho e Artur Rebelo editaram e desenharam o livro intitulado, como a própria conferência da AGI Open no Porto, “*Process is the Project*” (Middendorp, 2010). O livro é um catálogo da exposição “Mapeamento do Processo”.

*“Sobre o tema “Process is the Project”; “O processo é o Projeto” são apresentadas referências, técnicas e influências, em mais de 80 mapas visuais que manifestam as mais distintas reflexões sobre o processo criativo, em representações gráficas ímpares, assinadas pelos incontornáveis nomes do design gráfico internacional” (Artecapital. 2010).*

Exemplares expostos durante a exposição “Mapeamento do processo” podem ser observados na figura 13 e na figura 15, que ilustram o processo de Peter Bil'ak e Pierre Bernard.

O livro resulta na exposição de centenas de obras, que resultam da reflexão do autor sobre o seu processo criativo. Jan Middendorp (2010), afirma que Paula Scher, presidente da AGI, referiu a importância deste projeto gráfico onde os membros contribuem com um mapa do seu processo de trabalho.

Na obra *The process is the project* (2010), podemos identificar a relação do pensamento criativo de vários indivíduos durante o processo de conceção e

---

<sup>9</sup> Uma visualização de vários poemas apresentados num cartaz de um festival internacional de literatura em Bremen, na Alemanha. Foi atribuído um número a cada letra do alfabeto e adicionado em conjunto para determinar o valor numérico de uma palavra, por exemplo, a poesia mundial seria igual a 99. Utilizando este sistema, poemas inteiros foram organizados em formas circulares. O diâmetro do círculo é baseado no comprimento do poema: poemas curtos estão no centro, enquanto os mais longos formam os círculos externos. Os anéis vermelhos nas formas circulares representam um número, e sua espessura é diretamente proporcional à quantidade de palavras que compartilham esse número. As linhas de Gary conectam as palavras do poema na sua sequência original, destacando ocasionalmente padrões repetitivos no poema.

a dificuldade existente na representação dos mesmos. Durante este estudo foram relacionadas as ideias de vários indivíduos durante todo o seu processo de concepção. Através deste estudo, podemos identificar a irregularidade que um processo tem e a divergência na relação com outros processos de indivíduos diferentes. Apesar de não ser possível identificar regras absolutas no processo de concepção, podemos afirmar a necessidade dos indivíduos em recorrer ao uso de diagramas e métodos na representação das suas ideias durante todo o processo, e na representação do próprio processo.

Jan Middendorp (2010), esclarece que muitos dos designers que realizaram o mapa do seu processo classificam este método como um desvendar de uma receita “*giving away manufacturing secrets*”, outros como a descoberta das suas almas profissionais e pessoais, “*baring their professional (and personal) souls*”. Na figura 16, “*Double Target*” de Alain Le Querrec, podemos observar o doloroso compromisso, que é a criação de uma única imagem forte e espirituosa capaz de representar o seu processo. Através da representação de um desenho desajeitado de um alvo, o autor identifica a sua representação como apenas uma sombra da poderosa imagem gráfica que se tenta aproximar.

Por outro lado, Jan Middendorp (2010) identifica o caminho escolhido por David Gentleman para identificar o seu processo de criação como tortuoso, onde podemos ver o sarcasmo do artista na representação da dizimação do exército de Napoleão na Rússia, como metáfora da batalha perdida com o cliente. Vários designers, como Stefan Sagmeister, escolheram uma abordagem diferente na representação do seu processo, como podemos observar na figura 14. Em vez de sinalizarem os vários passos, mostraram a complexidade mental e flexível do seu processo ao exibirem cada obstáculo. Tony Brook resumiu o seu processo em três palavras: “*Think, Make, Next*”, enquanto Seymour Chwast meditava:

*“Process? What Process? The working method of a designer does not look like a monopoly board. It looks more like a salad”*<sup>10</sup> (Middendorp, 2010).

---

<sup>10</sup> Processo? Qual processo? O método de trabalho de um designer não é semelhante a um tabuleiro de monopólio. Parece mais uma salada.



Este catálogo, baseado na exposição “*Mapping the Process*”, permite-nos observar as diferentes abordagens do *design thinking*, através da exploração do pensamento dos autores na visualização e conceção do seu próprio processo criativo. Confirma-se assim a utilidade dos diagramas na facilitação do entendimento do processo criativo.

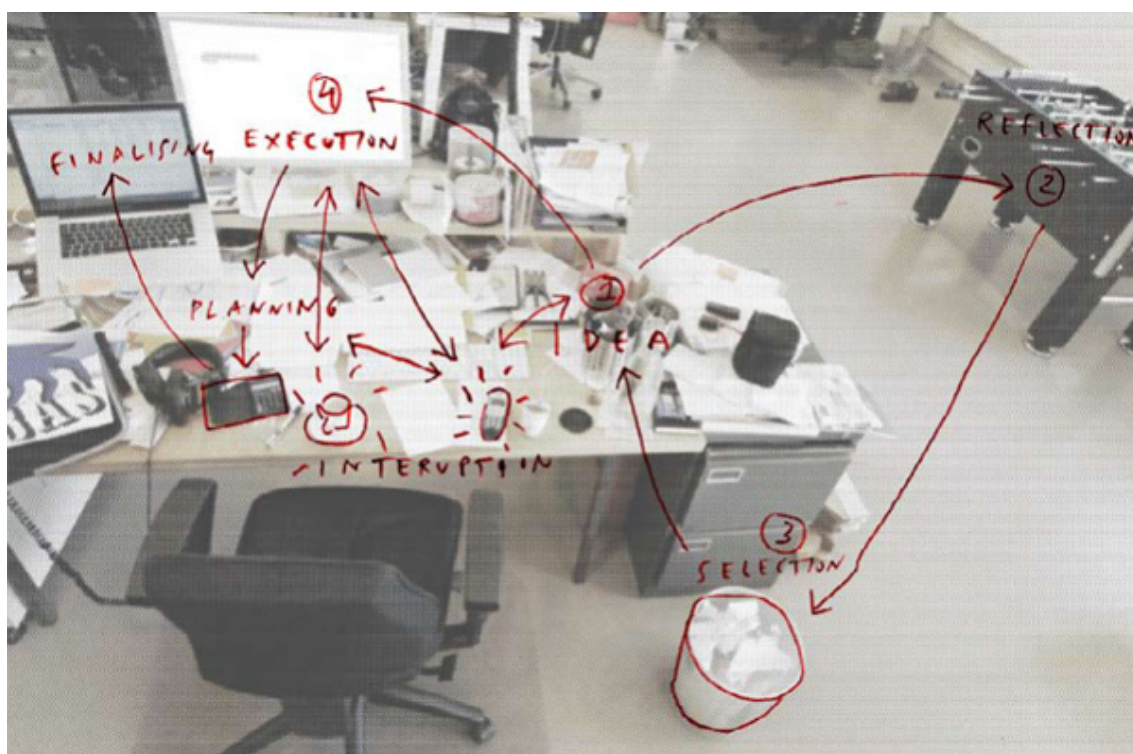


Figura 13 - Peter Bil'ak's, processo criativo de Peter Bil'ak's, 2010  
Fonte: [www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends](http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends)

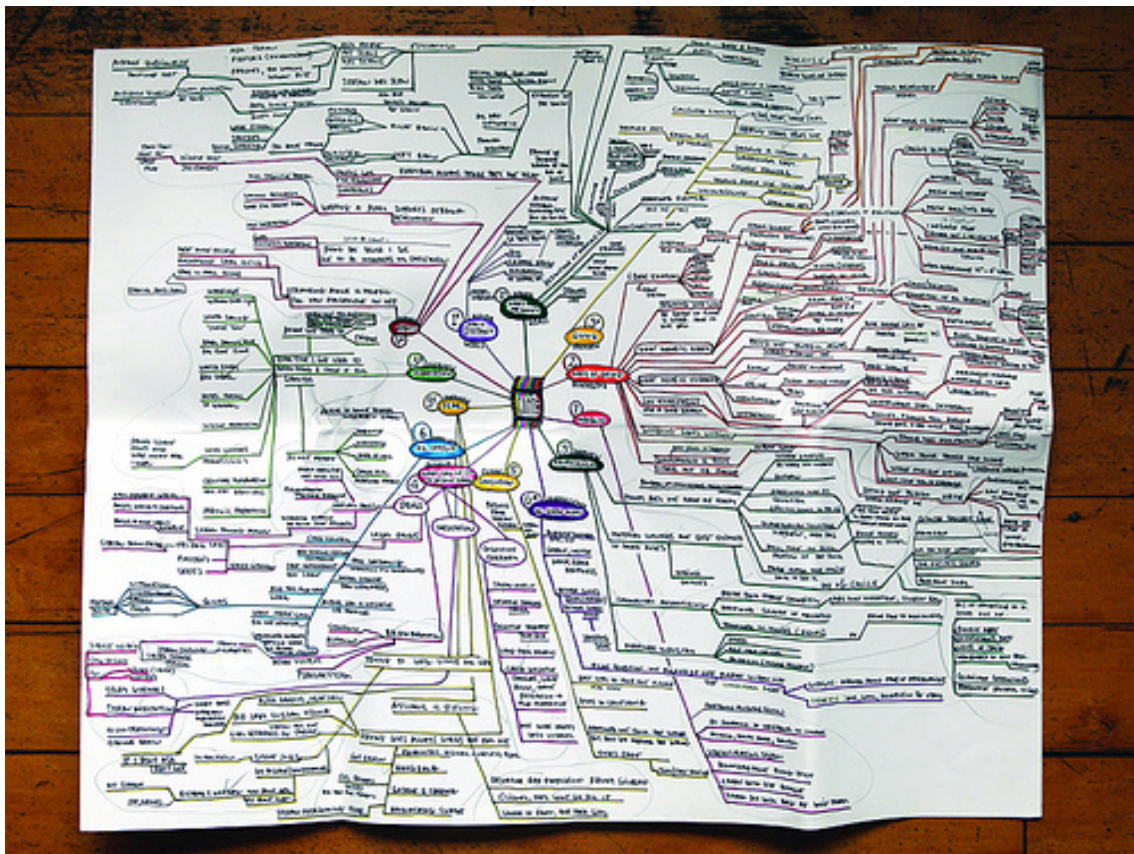


Figura 14 - Stefan Sagmeister, processo criativo de Stefan Sagmeister, 2010  
 Fonte: [www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends](http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends)





Figura 15 - Pierre Bernard, processo criativo de Pierre Bernard, 2010  
Fonte: [www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends](http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends)



Figura 16 - Alain Le Querrec, Double Target, 2010  
Fonte: [www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends](http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends)







Figura 18 - Henning Wagenbreth, The Wagenbreth Illustration Plant, 2010  
Fonte: [www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends](http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends)

O estudo da obra *The Process is the Project* (2010), um catálogo da exposição “*Mapping the Process*”, levanta um tema que se relaciona com o *design thinking* e o universo dos diagramas e métodos, o “*Mapping*”. O mapeamento está relacionado com a utilização de diagramas, que como técnica de visualização pode ser identificada como mapeamento de informação. Também Tufte (2006) utiliza o termo “*mapped pictures*” no estudo das teorias sobre a visualização de diagramas.

### **2.3.3. Mind Mapping**

O conceito de “*Mind Map*” é trazida por Tony Buzan (2001) como o estudo das representações visuais do modo como o cérebro faz a associação de informação. Afirma ser possível a utilização de elementos visuais na representação do pensamento, através de uma técnica não linear que reflete o pensamento humano, como podemos observar na figura 20.

*“The nature of mind maps is intimately connected with the function of the mind, and they can be used in nearly every activity where thought, recall, planning or creativity are involved”* <sup>11</sup> (Buzan, 2001, p. 112).

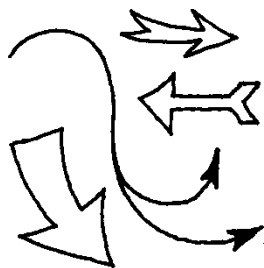
Tony Buzan (2001) define uma série de leis que podem ser utilizadas nesta técnica de síntese, que permitem uma visualização mais fácil: a preferência por um suporte horizontal; a utilização de fotografia ou imagens que podem estimular o olho e a memória; a utilização de palavras e as relações que estas devem ter entre elas; o uso da cor; o deixar fluir da criatividade e ainda, através da abstração do ruído padronizado.

Em relação à maneira como o cérebro lida com a informação, Tony Buzan (2001) formula notas sobre a natureza dimensional da mente, que permitem que o criativo consiga entender, apreciar e recordar com mais facilidade:

---

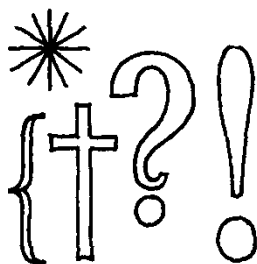
<sup>11</sup> A natureza dos “mind maps” está relacionada com a função da mente. Eles podem ser utilizados em quase todas as atividades onde o pensamento, a memória, o planeamento ou a criatividade estão envolvidos.





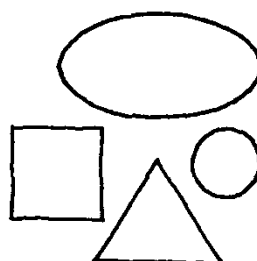
### Setas

Utilizar para mostrar a relação entre conceitos que aparecem em diferentes locais, definindo um padrão. A seta pode ser simples ou com várias direções.



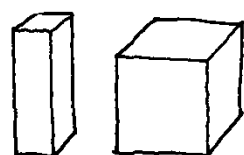
### Códigos

Asteriscos, pontos de exclamação e pontos de interrogação, bem como muitos outros indicadores, podem ser usados ao lado de palavras para mostrar conexões ou outras "dimensões".



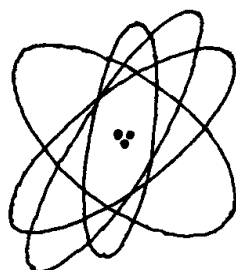
### Formas geométricas

Quadrados, triângulos, círculos e elipses. Podem ser usados para marcar áreas ou palavras de natureza semelhante - por exemplo, os triângulos podem ser usados para mostrar áreas de possível solução. As formas geométricas também podem ser utilizadas para mostrar a ordem de importância.



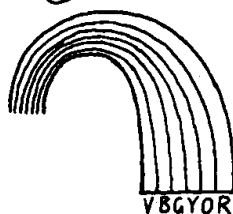
### Dimensão

Para dar noção de perspectiva e realçar as ideias expressas dentro da forma.



### Criatividade / imagens

A criatividade pode ser combinada com o uso da dimensão, fazendo com que os aspectos do padrão se encaixem num tópico. Exemplo, ao fazer um padrão de física atômica, o núcleo de um átomo e os electrões que o cercaram, criam um núcleo dentro um padrão.



### Cor

A cor é particularmente útil como memória e ajuda criativa. Pode ser usada com setas, para mostrar como os conceitos estão conectados. Pode também ser utilizada para definir limites.

Figura 19 - Tony Buzan, Mind maps, 2001

Fonte: Busan. T., (2001), Use Your Head, Guild Publishing, London

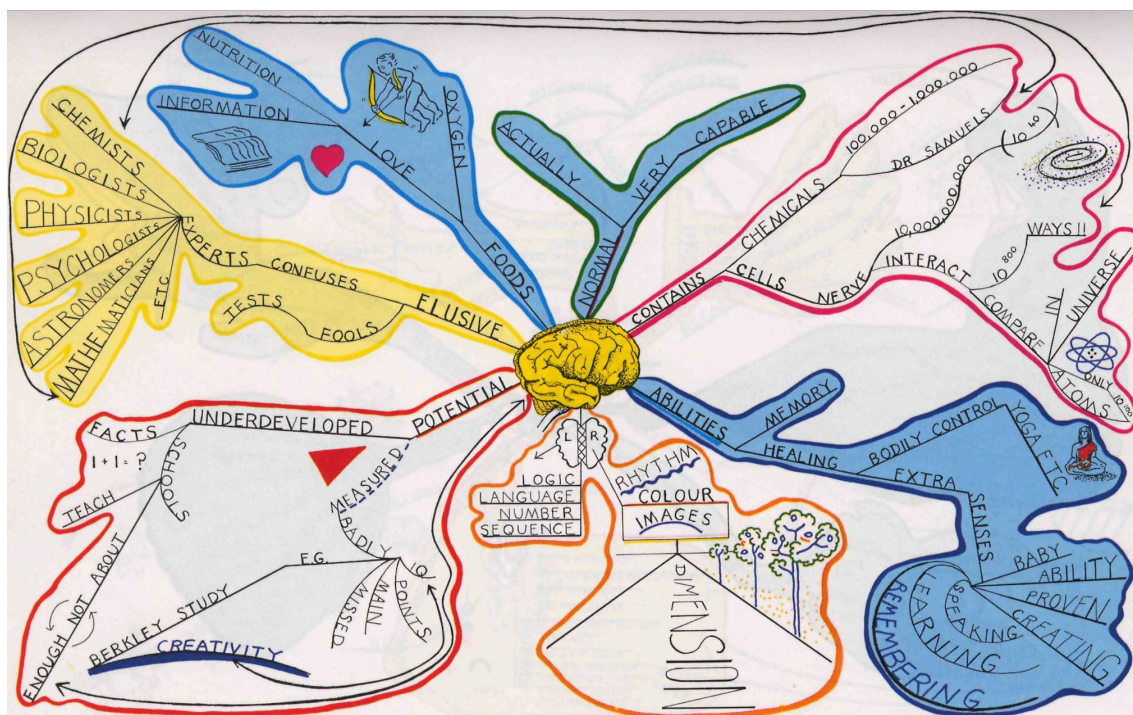


Figura 20 - Tony Buzan, Mind maps, 2001

Fonte: Busan.T., (2001), Use Your Head, Guild Publishing, London

A reflexão sobre os processos de representação visual sintetizada, de Tufte, baseado nas obras, *Information is Beautiful* (2009), *Information Graphics* (2012) e *Visual Story-Telling* (2011), aliada às noções sobre *Creative Thinking* de Jan Middendorp (2010) e à técnica “*Mind Mapping*” de Tony Buzan (2001), onde o autor nos explica as técnicas pelas quais o cérebro se rege no modo como visualiza a informação, permitem um maior controlo sobre o tratamento de informação durante o processo de simplificação do pensamento criativo. O processo organizativo e o processo de representação visual complexa, o que também é também referido por Manuel Lima (2010), que nos explica a importância da complexidade visual no estudo sobre os diagramas.

Conseguimos agora tomar decisões e criar conclusões sobre a maneira como a representação visual da informação, em forma de diagramas, deve ser conduzida. Por vezes, a simplificação de dados, levada ao limite, pode não ser a melhor abordagem para tratar a informação com que estamos a trabalhar.

Dado o grau de complexidade contido num processo criativo é necessário, numa sintetização e representação visual, transmitir esta complexidade inerente ao processo.

## **2.4. Criação e Arte**

Pretendemos com este capítulo diferenciar o conceito de arte do conceito de design. Perceber a diferença entre o pensamento criativo e o pensamento criador, as suas regras e limitações. Este capítulo pretende então, ao abordar o conceito de arte em oposição ao estudo já efectuado sobre a criatividade e o processo criativo no design, estabelecer limites e espaços de vizinhança/ fronteiras entre estes dois conceitos.

### **2.4.1. Criação**

Podemos afirmar que o design não é arte. Isto confirma-se nos diversos livros que se dedicam aos estudos desta actividade. Esta diferença é retratada na obra “Faces do Design” (2003), onde vários autores esclarecem as diferenças entre os dois conceitos. André Vilas Boas (1998), clarifica a origem do design no período da Revolução Industrial e por conseguinte, do mercado de consumo. O autor diz que o design “é realizado para reprodução, é reproduzível e é efectivamente reproduzir a partir de um original (ainda que virtual). Do contrário é uma peça única circunscrita ao campo da arte (o manuscrito medieval, por exemplo)”. Sobre a arte o autor fala-nos da reprodução de uma peça única. Também o autor Rafael Cardoso (1998), referido em (Barbosa, 2003, p. 53) procura a “inserção do design no nosso mundo material e fetichizado”. O autor afirma que:

“O acto de projectar tem na sua essência um componente básico de criação, de artifício, que não difere substancialmente daquele mesmo elemento factício (...no sentido de “feitura”) que está por trás do artesanato, da arte e até da magia, é que no design o fato material (*factum*) que se pretende gerar não é feito (*factus*) pelo mesmo indivíduo que deu início ao processo ao conceber a ideia (...). Quero sugerir, portanto, que a atividade do design caracteriza-se mais como um exercício de processo mentais (artifício/

engenho) do que de processos manuais (artes aplicadas ou plásticas, propriamente ditas)” (Denis, 1998, p. 30).

A partir destas abordagens podemos perceber a tentativa dos autores em definir os limites entre a arte e o design. Será que ao invés de estabelecer limites entre os dois conceitos os devêssemos tentar aproximar? Não podemos forçar o objeto de design a uma posição de objeto de contemplação, mas podemos tentar entender a origem do pensamento sobre a arte, de modo a tentar aproxima-los.

Numa tentativa de perceber a origem da criação, diferenciando-a da criatividade, podemos encontrá-la em alguns textos de Aristóteles, onde podemos verificar o termo Grego “*tékne*”, que corresponde ao termo arte, em Português. Uma abordagem situada entre a ciência e a experiência é dada pelo autor, que define arte como:

“A experiência quase se parece com a ciência e a arte. Na realidade, porém, a ciência e a arte vêm aos homens por intermédio da experiência, porque a experiência (...) criou a arte, e a inexperiência, o acaso. E a arte aparece quando, de um complexo de noções experimentadas, se exprime um único juízo dos casos semelhante” (Aristóteles, 1973, p. 211).

Barilli (1989), aborda dois termos originários do latim, “*est*” e “*art*”, que atualmente são conhecidos por “estética” e “arte”. Num sentido de percebermos a evolução do termo “*tékne*” trazido por Aristóteles, Barilli (1989), aborda o termo “*art*” com origem em 1950, como uma evolução do termo grego “*tékne*”. O termo “arte” como é conhecido hoje como um produto alto, raro e precioso, dada a sua relação com os filtros renascentistas e românticos. No seu significado etimológico corresponde à noção de trabalhar, produzir e transformar matéria com inteligência e habilidade.

Presentemente, este termo é relacionado com o termo artesão e com a perífrase “obra de arte”. Ambos os termos, latino e grego, “indicavam precisamente graus primários de intervenção técnica”, que integrados numa sociedade piramidal, rapidamente lhes foram atribuídos hierarquias de valores baseadas no trabalho físico, ou seja, a mão de obra, e os valores da mente (Barilli, 1989, p. 19).

Aristóteles sugere algum anacronismo, que se assemelham à ideia contemporânea da definição de arte e design e à sua relação com o conhecimento. Podemos observar a “*tékne*” de Aristóteles também nas considerações de design ao observarmos a preocupação de Munari (1993) com a origem, a estrutura e o conhecimento no design. Munari (1993), diz-nos sobre o conceito de design, que:

“Procurar dar ao projeto a forma mais coerente com as funções, forma essa que, atrevo-me a dizê-lo, nasce quase espontaneamente, sugerida pela função, pelo aspeto mecânico (quando existe), pelo material mais adequado, pelas técnicas de produção mais modernas, pela análise de custo e por outros factores de carácter psicológico e estético” (Munari, 1993, pp. 22-23).

#### **2.4.2. Arte**

Continuamos o estudo sobre as semelhanças e diferenças dos conceitos arte e design, agora com um aprofundamento sobre a temática arte, que na nossa cultura ocidental, ao contrário da criatividade, comporta um absoluto, da génese do princípio. Definimos o ato de criação como “o início de algo que pode modificar-se, mas que atende aos propósitos pretendidos na sua elaboração” (Ostrower, 1977, p. 13).

Podemos considerar arte como um processo expressivo das intenções e paixões que movem o Homem, um poderoso transmissor de cultura que exprime as capacidades humanas de modo a conseguir criar o inesperado a partir do conhecimento e criar o novo através da transfiguração do velho (Formaggio, 1985, pp. 9-11).

Discutir arte, do ponto de vista da criação é, aceitar que esta provém da associação de ideias, relações e ligações que são estabelecidas com uma finalidade, uma intenção. A arte, ponto de vista do espetador, é vista como obra final, mas esta não se limita apenas ao resultado final que o criador escolheu mostrar, mas ao conjunto de ideias, alterações, incertezas, certezas e aproximações pelo qual passa ao longo do seu processo de criação. Este processo de criação é materializado através de uma intenção inerente ao criador, que provem de uma “verdade” absoluta. Podemos então considerar a criação como um processo metamórfico e hipotético (Salles, 1998, pp. 15-22).



É necessário perceber a ligação que é feita entre a obra de arte e a concepção de obra de arte finalizada e “perfeita”, criada pelo observador. Salles (1998), fala-nos do conceito de obra acabada, “a obra como forma final e definitiva”. Onde estamos diante de uma “realidade em mobilidade”, uma realidade criada pelo criador, à qual a autora dá o nome de “estética do movimento criador” (Salles, 1998, p. 25).

O processo de criação utilizado na materialização da verdade absoluta do artista, pode ser considerado como uma adaptação da sua intenção a uma realidade existente, uma apropriação dos seus conhecimentos a uma possibilidade. O artista confronta-se com uma série de testes e provas durante o ato de criação, com o objetivo de conseguir materializar a sua intenção. Este conjunto de possibilidades e adaptações às quais o processo está sujeito tornam o ato de criação num processo permanente. (Ibidem, 1998, p. 26).

Salles (1998), fala-nos de um conceito de perfeição que está associado à estética. Este conceito entra em divergência com a noção de “estética da continuidade” (Ibidem, 1998, p. 26), pois as obras de arte são “criações em permanente processo”. Definindo o processo de criação como um processo contínuo, podemos considerar que esta finalização, este “ponto final”, característico de uma obra de arte, é refutável pois está sujeito a um conjunto de possibilidades infinitas e a mutações contínuas, das quais poderão surgir um conjunto de criações/obras. Trata-se de um processo que é susceptível à possibilidade, onde mesmo depois de ser considerado final e de ser experienciado pelo observador, está sujeito a possíveis mutações, afastando-se assim do conceito de perfeição/totalidade.

#### **2.4.2.1. Grau Zero da Arte**

Será que também se poderá identificar um grau zero no campo do design?

Formaggio (1985) diz-nos que o “homem é um animal que se contradiz” (Formaggio, 1985, p. 52) e que mesmo não tendo o conhecimento sobre a negação, ela existe através desse mesmo conhecimento. Partindo deste princípio de falta de consciência sobre a utilização da negação, podemos

concluir que o homem utiliza esta “força de negação e de nidificação”, como o elemento primário na criação.

Podemos considerar a criação como algo que surge do zero. Um início que pode sofrer alterações mas que tem em conta os objetivos na sua elaboração. Gil (2010), em “A Arte como Linguagem”, ao fazer a análise do “*Quadrado Negro*”, questiona-se sobre a formação da linguagem artística. Fala-nos de uma linguagem que contém uma “verdade intrínseca”, com uma “resistência nuclear”. Na análise do “*Quadrado Negro*” de Malevich, Gil (2010), chama à atenção para a capacidade do autor em atingir “o zero das formas” e ir “até ao abismo branco”. A intenção do autor é apresentada no quadro em forma de crise, uma crise vivida pelo próprio e que é colocada na sua intenção, numa “representação separada do representado”. A representação de um objeto é a transformação da experiencição de um referente, sobre um objeto real. Desta forma, “apagar a representação é apagar também o referente”. Chegamos assim a uma noção de imanência, uma abstração da representação, que está diretamente ligada à origem e materialização da intenção do autor.

“O que resulta desta nulificação primária e radical, que o nada realiza com todo o método dentro de si, é a repetição (que, todavia, não é a repetição do idêntico, como observou Nietzsche) e a diferença (não a diferença de um dado ou de um indivíduo imóvel, mas de um processo que se transforma em repetição).” A procura de um “nada” consciente, da revogação do ser e da libertação emocional e primitiva, atribuem um novo significado à cultura contemporânea, de génese. Onde o nada representa um “modo de aniquilamento, de anulação da realidade como nascença possível do signo, da palavra, da arte. Só do nada vem o sentido e toda a riqueza”. (Formaggio, 1985, p. 54)

A arte apropria-se assim de um “nada” com uma origem mais extremista que o próprio niilismo. A sua intenção crítica ganha um novo sentido, uma condição reflexiva onde tudo é colocado em questão, atingindo assim a um grau contemporâneo, onde existe um novo início consciente. (Ibidem, D, 1985, p. 58)

## 2.5. Processo Criativo na Arte

De acordo Cecilia Salles (1998), o processo de criação na Arte, parte de uma vontade do autor, uma intenção que pode sofrer alterações ao longo do processo de materialização. Uma ação que se desenvolve num conjunto de etapas que, como a própria noção de criação, “implica desenvolvimento, crescimento e vida”

“O artista é visto em seu ambiente de trabalho, em seu esforço de fazer visível aquilo que está por existir: um trabalho sensível e intelectual executado por um artesão. Um processo de representação que dá a conhecer uma nova realidade, com características que o artista lhe vai oferecendo. A arte está sendo abordada sob o ponto de vista do fazer, dentro de um contexto histórico, social e artístico. Um movimento feito de sensações, ações e pensamento, sofrendo intervenções do consciente e inconsciente” (Salles, 1998, p. 27).

Este desenvolvimento nasce do íntimo do criador, da sua sensibilidade e vontade, que se manifesta através de comportamentos e intenções. Este processo traduz-se no aglomerado de tentativas por parte do criador e do resultado que delas advém. É como um “jogo permanente de estabilidade e instabilidade, altamente tensivo” (Ibidem, 1998, p. 28).

“Diante de cada obra de arte importante, lembre-se que talvez outra, mais importante ainda, tenha tido que ser abandonada” (Klee, 1990, p. 190).

“Os quadros são uma soma de destruições. Eu faço uma pintura e em seguida a destruo. Mas, no fundo, nada é perdido. O vermelho que eu tirei de um lugar qualquer pode ser encontrado em outra parte do quadro” (Picasso, 1985, p. 13)

O processo de criação define-se na procura incessante por parte do criador em encontrar respostas para realizar a sua obra. Em etapas que se podem manifestar em conflitos múltiplos, respostas e resultados que mostram a realidade vivida pelo autor. Resulta num caminho que permite ao criador realizar a sua intenção.

Para Béjart, “o trabalho de criação não passa da perseguição de uma miragem” (Salles, 1998, p. 28). O criador age perante uma necessidade/intenção, procurando assim “tendências” que possam esclarecer o seu pensamento e atribuir possíveis direções para a realização da sua obra. O caminho a seguir pode ser impreciso, mas a sua intenção mantém-se firme ao longo do processo. Esta vontade do criador em manifestar a sua intenção é influenciada por uma tendência orientadora, num caminho que é indefinido e incerto.

Esta procura incessante que a Arte tem pelo conhecimento, é o elemento primário na vontade de um criador, na sua produção sucessiva de obras de arte. O que faz com que este processo de criação se torne numa procura infinita, uma insatisfação constante, uma obra inacabada e, por isso, um processo contínuo. Este “caminho da imperfeição para a perfeição” (Salles, 1998, p. 30), é o motivo para o criador continuar a sua procura pelo absoluto, um processo que se manifesta como incerto e lento, mas muito enriquecedor.

O ato de criação é um ato absoluto, de total consciência, que não está restrito a um espaço ou tempo, embora estes possam ser elementos castradores do processo. É numa perspectiva de continuidade, através de transformações e crescimento constante, que a obra chega a um nível de totalidade, aproximado-se assim e cada vez mais, de um estado de permanência e domínio do absoluto.

### **2.5.1. A origem**

Na tentativa de dar corpo à sua verdade, uma verdade que suporta um significado absoluto, o artista procura encontrar um caminho que pode ser definido como um percurso “do caos ao cosmo”, variável e complexo (Salles, 1998, p. 33). Segundo Dias Gomes (in Salles, 1998, p. 33), o artista sofre de um estado de descontentamento e insatisfação durante a materialização da sua verdade. Este estado de angústia é o principal propulsor para a procura de regras que irão dar forma à obra. O que por sua vez desencadeia uma série de ideias, histórias e personagens que vão dar corpo ao objeto artístico.

O percurso da criação começa a ganhar corpo através das decisões orientadoras e imprevistos, que ao estarem num estado de tensão constante,

começam a delinear um percurso na procura incessante do criador por encontrar respostas.

“O ator deve seguir o percurso obrigatório que foi traçado para o seu papel, em relação aos outros personagens e à própria estrutura geral da obra. Mas ele pode e deve variar esse percurso sempre que possível, para evitar a rotina e a mecanicidade. Além disso, deve estar sempre atento para o que pode acontecer: como já disse, teorizo o imprevisto porque ele faz parte do jogo, sempre pode acontecer” (Gassman, 1988 citado por Salles, 1998, p. 33).

É necessário estar aberto ao imprevisto, diz-nos Salles (1998, p. 33). Grande parte das conclusões retiradas durante o processo de criação são fruto de imprevistos, que de certo modo podem ser construídos. O ato criador pode nascer de uma simples observação do mundo que nos rodeia, cabendo ao criador alterar a perspectiva sobre essas informações e criar o seu propósito. Miró descreve o acaso no seu processo de criação, no acto banal de limpar pincéis sobre uma tela. Béjart (Salles, 1998, p. 28) relata o momento de criação de uma coreografia, numa pontual observação sobre a janela:

“Produziam-se pontos de sincronismo entre os movimentos das pessoas em baixo e os da música. Era um dos melhores balés que eu já vira, elaborado ao acaso!” (Béjart, 1981 citado por Salles, 1998, p. 28).

É necessário compreender a intervenção do acaso numa obra de arte, como elemento externo influenciador no processo de criação e acreditar que o universo está virado para a necessidade do criador em construir a sua verdade.

### **2.5.2. Fatores Sócio culturais**

Esta relação entre artista e mundo representa muito mais do que uma mera impulsionadora de perspectiva, muitas vezes pode funcionar como um limitador, que interfere nos próprios valores do artista.

Ao estar inserido num ambiente social e num período histórico, o artista encontra-se sob a influência de um determinado tempo e espaço que estabelece uma inevitável relação com os seus valores e princípios éticos. A

visão que o artista cria do mundo, no tempo em que está inserido, é inevitavelmente revelada nas suas crenças e por conseguinte, nas suas criações, funcionando assim como elemento delineador de caráter. (Salles, 1998, p. 38). Esta atitude ética e estética, proveniente de factores sócio-culturais, é claramente perceptível nas obras de criação. O processo de criação é a própria descoberta do criador, que ao procurar materializar a sua verdade, está ao mesmo tempo a descobrir o caminho para construir o seu projeto e a conhecer-se, numa constante avaliação. Este julgamento contínuo e impreciso, dá ao criador espaço e tempo para este conseguir crescer e definir o seu projeto poético, afastando o processo de criação de uma conotação mecânica e pré-determinada. O processo de criação, permite ao artista um trabalho contínuo, que se reflete na procura de uma essência e da sua incessante descoberta.

Também o fator social e de partilha faz parte do interesse do criador, revelando-se no processo de criação na necessidade de comunicação com o outro. Na procura da origem da arte, Tolstói (1994).

“Para definir mais corretamente a arte, faz-se reconhecer apenas uma forma de prazer e considerá-la antes como uma das condições essenciais da vida humana. Sob tal aspeto a arte se apresentará a nós, de imediato, com um meio de comunicação entre os homens” (Tolstói, 1994, citado por Salles, 1998, p. 41).

Apesar do seu caráter singular, com a criação de uma obra de arte, o criador pretende chegar ao outro, mesmo que o outro represente apenas um indivíduo. Sendo uma forma de expressão singular, a sua obra vai fazer parte de um tempo da arte, num contexto artístico, que pode ser alterado pela própria obra de arte.

Este conceito de tradição permite que o presente esteja em correlação com o passado e o futuro, atribuindo à obra um significado completo e, por conseguinte, uma relação a todas as obras criadas pelo artista, o que permite que esta possa viver nos séculos futuros (Salles, 1998, p. 42).

### **2.5.3. Artista. Obra. Espetador.**

Em todo o processo de criação existe um diálogo entre o criador e a mente, o que resulta numa reflexão que por sua vez interfere com a construção da obra. O artista é ao mesmo tempo agente e observador do ato criador, influenciando assim o processo de criação.

O artista não cumpre sozinho o seu processo de criação, a colaboração entre criador e observador é essencial para que a obra evolua de uma dimensão individual. A obra só tem existência numa relação com o outro. Segundo Duchamp (1986), é necessário um consumidor de arte para que a obra possa crescer e evoluir para um nível de interpretação e relação social, chegando assim a uma nova dimensão, “uma relação comunicativa” que é “intrínseca ao ato criativo”. O autor afirma que:

“O público estabelece o contato entre a obra de arte e o mundo exterior, decifrando e interpretando suas qualidades intrínsecas e, desta forma, acrescenta sua contribuição ao ato criador. Isto torna-se ainda mais óbvio quando a posteridade dá o seu veredicto final e, às vezes, reabilita artistas esquecidos”.

Assim como o observador, o contacto do artista com a crítica é essencial, mesmo durante o ato de criação de uma obra de arte e não apenas no processo de pós-criação. O trabalho do crítico é muitas vezes parte integrante do processo de criação pela preocupação do artista em sentir que o seu trabalho vai ser compreendido (Salles, 1998, p. 49).

Esta intenção do artista é muitas vezes influenciada pelo observador e/ou críticos, mas muitas vezes também é influenciado por uma recompensa material própria, que funciona como uma necessidade do artista e transforma o seu pensamento em ação.

"Meus filmes emergem de meu próprio desejo de dizer algo em particular, numa época particular. A raiz de qualquer projeto cinematográfico situa-se, para mim, nesse desejo interior se ele expressar algo. O que nutre essa raiz e a faz prolongar-se em uma árvore é o roteiro. O que faz a árvore produzir flores e frutos é a direção" (Kurosawa, 1990 citado por Salles, 1998, p. 49).

O ato de criação consiste na coordenação entre lógica e sensibilidade, a transformação da intenção em pensamento e do pensamento em ação. Cada ação advém de um pensamento, uma intenção prévia do autor. Todo este processo de transformação para a criação, através da sensibilidade, faz parte do grande projeto de vida do criador, que demonstra o seu conhecimento e a sua vontade em prol do seu desejo interior e na procura constante na afirmação do seu caminho.

A diferenciação entre aquilo que é criação e o que é criatividade é a possibilidade de na criação, a arte poder sempre existir como um ato isolado, sem um espectador. Já na criatividade o mesmo não é realizável, o objeto não pode viver por si só. Caso aconteça, pode correr o risco de se transformar num objeto de arte.

#### **2.5.4. Métodos**

Os métodos utilizados pelo artista no processo de criação podem, segundo Salles (1998) ser caracterizados em duas vertentes.

O método de rotina pode ser interpretado como rituais utilizados pelo artista, muitas vezes de forma inteligível. Este método não tem de estar diretamente associado a um processo organizado e rígido. Muitas vezes verificamos o oposto, onde o artista encontra a sua direção no caos em que reside. Este método pode influenciar de modos diferentes o mesmo artista e as suas obras. Muitas vezes e condicionado ao local de criação do artista, este método pode estar associado ao tipo de materiais e instrumentos que o artista dispõe no momento em que a arte vive.

Saramago (1989) refere que, dado ao seu percurso no meio jornalístico, o seu método de criação passa pela escrita “diretamente à máquina”.

A criação como processo consiste na procura de conhecimento e na experimentação. É no erro da experimentação que o artista vai descobrindo os seus caminhos e orientando o seu processo em prol da sua intenção. Mas, será que se pode descrever um método no encadeamento de pensamentos que atribuem forma ao gesto criador?

O segundo método é descrito por Salles (1998) como procedimento lógico. É observado no raciocínio, procedimentos e sequências de gestos por



parte do artista, denominados como “gestos artísticos” que encadeados formam sequências lógicas que dão nome ao método.

“Aprecio um homem quando ele encontrou uma lei ou um processo – o resto não é nada; isto me impressiona, há 40 anos – que as especulações feitas com rigor conduzem a mais estranheza e perspectivas possíveis e inesperadas que a fantasia livre – que a obrigação de coordenar seja mais produtora de surpresa que o acaso” (Valéry, 1984 citado por Salles, 1998, p. 60).

Eisenstein (Salles, 1998, p. 62), diz-nos que “A obra de arte procura atingir o resultado. Mas é sobre o *“processus”* que ela orienta toda a sutileza dos seus métodos”. Cada raciocínio é único, por isso cada método tem os seus princípios e as suas combinações.

A arte reside nos processos e métodos que refletem a busca do criador, muitas vezes inconsciente, em encontrar respostas. Procedimentos e operações lógicas que impulsionam o processo de ação, e que podem ser retidos e recuperados em forma de “fragmentos do raciocínio do artista”, expondo as suas ligações e métodos para o processo de criação (Salles, 1998, p. 62).

#### **2.5.5. A Obra Acabada**

Subjacente a toda a produção do gesto criador existe uma relação entre o método e o processo criador, que muitas vezes se destaca da obra acabada. Perceber o seu processo de criação é conseguir desmistificar a obra.

Quando observamos uma pintura, estamos a ver um objeto acabado, no seu expoente final. Todo o processo de criação que permitiu ao artista concluir a obra é oculto, no qual o espectador não conhece quais foram os métodos utilizados e o processo por detrás da obra. O que é interessante na pintura é o seu processo, ainda mais que o objeto acabado.

Esta questão da finalidade de uma obra é abordada por Marcel Duchamp, em (Arantes & António, 2003, pp. 134-135)., com a invenção dos *“ready mades”*. A procura incessante sobre o processo de uma obra de arte, leva Duchamp a alterar o contexto sobre um objeto de design, transformando-o

numa obra de arte. Ao colocar o objeto de design num museu, Marcel Duchamp, atribui à sua obra “Fonte” - figura 1 -, um urinol, uma nova finalidade, deixando de ser um objeto de uso comum, com uma função atribuída e passando a ser visto como um símbolo e, por conseguinte, um objeto de arte (Arantes & António, 2003, p. 134).

Esta efemeridade presente na finalidade de numa obra de arte, torna a sua “conclusão” indefinida e infinita. Ao contrário do processo de criação que é visto como contínuo e mutável, a finalidade de uma obra é passageira e muitas vezes indefinida, permanecendo assim num estado de conclusão indefinida que dá lugar à mudança.

Também o pintor Anselm Kiefer (2015), se questiona sobre a finalidade da sua obra, ao definir o seu processo como algo “incontrolado”, que foge a regras predefinidas e que acontece no limbo entre “o nada e o algo”. Completando a ideia de finalidade de uma obra, o artista defende-a como uma “vibração” que “só cessa quando o quadro deixar o *atelier*, circular pelo mundo e já não poder, pois, voltar a ser trabalhado”. Apesar de ser “constante, mesmo que o contexto mude”, Kiefer (2015) fala-nos do estatuto de uma obra e a sua dependência perante o espectador. Cabe a este compreender ou aceitar a intenção do artista e permitir que a obra seja reconhecida.

Este estado de conclusão indeterminada que uma obra de arte suporta, é retratado pelo pintor, que permite atribuir uma conclusão ao seu processo de criação. Anselm Kiefer, através de um método de seleção natural durante o seu processo de criação atribui às suas obras o poder de manifestação e afirmação, conseguindo assim conferir ao processo de criação uma condição de término. Anselm Kiefer, fala-nos do seu processo de criação, afirmando que:

“É um método que aplico de vez em quando, recobrindo o quadro de tinta preta, pousando-o no chão e regando-o com água cinzenta e suja, devolvendo-o à natureza, expondo-o ao ar livre e às intempéries. De facto, maltrato o quadro abandonando-o ao nada, precipitando-o de forma consciente e cruel para o Orcus da “deslocação e do vazio”. Fica então entregue a si mesmo, abandonado pelos espíritos bons, tal como o profeta que já não conseguia discernir a palavra divina no meio do furor do mundo. Tal como Jeremias, Isaías...” (Kiefer, 2015).

“Às vezes, acontece-me enterrar os quadros. Inumo-os, de seguida pouso um sino à superfície, mediante o qual poderão manifestar-se, assinalar a sua presença... aguardo o toque do sino para libertar os meus quadros do coma” (Kiefer, 2015).

Quando a obra é finalizada pelo seu criador, dá-se início a um novo processo, na relação que o público estabelece com a obra acabada. Umberto Eco (Salles, 1998, p. 83), faz referências à pluralidade de interpretações de um recetor, afirmando que essas interpretações, entre o autor e o público podem ser iguais, mas a fruição será sempre o ato pessoal.

No ato criativo podemos destacar a finalidade de uma obra, que é posta em causa por estes pintores, Marcel Duchamp e Anselm Kiefer. Também Umberto Eco faz referencia a um novo processo, que se inicia após a conclusão de uma obra, mas a sua finalidade é posta em causa pelo processo criativo que, ao ser contínuo, atribui um grau de incompletude à finalidade de uma obra. O processo tem assim um papel de destaque no estudo do objeto de arte e na sua perceção como objeto acabado.

## 2.6. A construção da Fronteira entre a Criação e a Criatividade

É através do processo criativo que podemos identificar as diferenças entre a criatividade e a criação. Na finalidade dos objetos e efemeridade das obras de arte. A tabela 2, abaixo, identifica as principais oposições que existem entre os dois termos e identificando os conceitos principais abordados durante esta investigação, pelos estudiosos do design e da arte.

| Criação                                      | Criatividade                             |
|----------------------------------------------|------------------------------------------|
| Absoluto; Génesis do princípio; Ato absoluto | Princípio múltiplo; Admite a pluralidade |
| Criação Divina                               | Atende a um propósito                    |
| Intenção do Autor                            | Focada no utilizador; Finalidade         |
| Visão; Abstração Irrealizável                | Objetivo; Concreto                       |
| Sem objetivo de massificação                 | Dever Social                             |

| Criação                                  | Criatividade                         |
|------------------------------------------|--------------------------------------|
| Ato Isolado; Sem espectador              | Não suporta um absoluto; Não vive só |
| Inacabado; Processo Permanente           | Objeto Finalizado                    |
| Surge do Zero; Início                    | Representação de associações         |
| Procura constante por respostas          | Foca-se no resultado                 |
| Criação de Regras                        | Regras já estabelecidas              |
| Imprevisto                               | Calculado                            |
| Futuro; Vive durante os próximos séculos | Efêmero                              |
| Desejo                                   | Curiosidade                          |

Tabela 2 - Principais diferenças entre a criação e a criatividade.

Fonte: Tabela de autor

É importante salientar as diferenças entre a criatividade e a criação presente no seu processo e nas suas limitações. A tabela a cima representa o limite entre estes dois conceitos. Num contexto sucinto, a criatividade tem uma noção múltipla enquanto a criação tem uma origem, um princípio uno, representa um absoluto que não admite a pluralidade. Enquanto a criatividade é vista como um acto isolado onde o objeto é utilitário, a criação foge ao conceito de objeto de massificação, ao ter um significado que vai para além da nossa própria existência. A criação tem uma forte ligação com a Arte e com a intenção do autor, isto por se tratar de um ato demiurgo, uma espécie de criação divina. A criatividade, vista como o fruto das relações que estabelecemos, estabelece também uma relação com o pensamento de design, também conhecido como *design thinking*.

Em nota de síntese e de passagem à próxima fase, onde abordamos os estudos de caso, é importante referir que tanto os objetos criativos como os de criação são para ser fruídos na nossa escala e existência, existe sempre um contexto temporal e espacial.

Dito isto, algumas questões foram levantadas durante esta investigação. De seguida, são apresentados alguns pensamentos/questões referentes às diferenças entre a arte o design.

O que tentamos procurar com este projeto é a diferença entre estes dois conceitos, criatividade e a criação. Essas diferenças estão no processo, na origem ou na finalidade?

Qual é o campo onde o design e a arte operam? Será que há uma interseção entre os dois conceitos no seu campo? A arte atua num campo de reflexão constante sobre um limite e pretende sempre ultrapassar esse mesmo limite. Será que o design se define pela possibilidade de estar nessa fronteira? Pode o território de atuação do design, e a maneira como este produz, ser definido por uma constante entrada e saída, entre o limite e o não limite?

Pode a diferença entre o design e arte estar no processo artístico sem o compromisso do objeto de arte como finalidade? O design não é um objeto de arte com uma finalidade.

O projeto de design é sempre uma experiência de uma fronteira, de um limite. Pode o design ter a experiência de um grau zero, como a arte?

## **2.7. Estudos de Caso - Processo Criativo**

Após terminar o estudo sobre as temáticas da criação e da criatividade, foram levantadas algumas questões referentes às diferenças entre a arte e o design, especificamente sobre o papel do processo criativo como diferenciador ou equalizador do design e da arte.

Estas respostas apenas poderão ser respondidas através de provas efetuadas a indivíduos que lidam diretamente e diariamente com o processo criativo, no design, na arte ou em ambos. Estas provas vão ser realizadas através de um método de entrevistas.

### **2.7.1. Método de Investigação - Entrevistas**

As entrevistas são um Método de Investigação comum nos estudos científicos, uma combinação entre teoria e prática projectual. Creswell (2007) diz que o processo da entrevista pode ser considerado como uma série de oito passos:

- 1) Identificação dos entrevistados;

- 2) Determinação sobre o tipo de entrevista que será possível e dará ao investigador a melhor informação para poder responder às perguntas da investigação;
- 3) Utilização de equipamento adequado para a recolha dos dados;
- 4) Conceber e usar um protocolo de entrevista;
- 5) Melhorar as perguntas e os procedimentos através de um teste piloto;
- 6) Definir o local da entrevista;
- 7) Depois de chegar ao local da entrevista obter o consentimento do entrevistado para participar no estudo;
- 8) Durante a entrevista não se desviar das perguntas.

Primeiramente as entrevistas foram realizadas num contexto livre e informal. Com base no estudo sobre a criação e a criatividade, as perguntas surgem do contexto imediato e são feitas no decorrer da conversa. Não existem perguntas predeterminadas e o tom da entrevista deve ser conversacional.

Com o intuito de explorar as diversas perspetivas entre os processos, padrões e motivações no seu trabalho artístico, foram selecionados, entre artistas e designers, três indivíduos para serem entrevistados. Através de um contexto livre, sem um guião ou estrutura preconcebida, estas entrevistas têm o objetivo de deixar o artista explorar o seu trabalho de forma intuitiva e sem quaisquer filtros ou limitações.

### **2.7.2. Seleção dos Intervenientes**

Os entrevistados foram escolhidos estrategicamente de modo a abordar os temas referentes ao seu processo criativo, quer na arte, quer no design. Dois deles são o exemplo dos conceitos abordados ao longo deste projeto, a criação e a criatividade. São eles o Director da Agência de Comunicação Ogilvy, Fernando Costa, e a artista e ilustradora, Joana Latka. Um terceiro elemento foi necessário de modo a representar nenhum dos dois temas em específico, mas os dois em conjunto. Foi escolhida a estudante Carolina Panta, formada em Design no IADE e ainda estudante de mestrado do curso de Cultura Visual. A Carolina Panta foi considerada como representante de alguém

que está no limite entre a arte e o design, ao efectuar um trabalho de designer, mas com uma intenção de criadora.

As questões, ao não serem predeterminadas, são colocadas num contexto imediato e no decorrer da entrevista realizada a cada artista, sempre com o objetivo de o incentivar a fazer uma reflexão sobre o seu processo, por vezes, como recurso a trabalhos já realizados pelos artistas como forma de incentivo à reflexão.

### 2.7.3. Entrevistas

Seguem abaixo os três casos de estudo, baseados nas três entrevistas realizadas por mim e que tiveram a duração aproximada de 40 minutos. Estas entrevistas foram conduzidas no sentido de explorar o processo criativo dos intervenientes.

#### Caso de Estudo 1: Joanna Latka - Artista



Figura 21 - Joanna Latka, Série of etchings works, 2007 - 2013

Fonte: <http://www.joannalatka.com/Short-Story>

*“Joanna Latka, (1978, Poland). The artist currently undertaking the PhD in contemporary Portuguese printmaking at the Faculty of Letters of the University of Lisbon (FCT scholarship holder, 2009-2013).”*

*Joanna Latka is a prolific artist using a variety of techniques such as printmaking, drawing and Indian ink. Her artwork may be seen in many private and state-owned collections. She's had 21 solo exhibitions and around 33 group exhibitions (in Salgadeiras Gallery in Lisbon, Lagar de Azeite in Oeiras, São Martinho de Tibães Monastery in Braga, Cartaxo Cultural Centre (CCC) and Solvay Modern Art Centre in Krakow, among others.). She was selected to take part in the International Print Network Horst-Janssen-Museum in Germany, the 9th International Biennale "Livres à Voir 9" in France and in the 5th International Exhibition of Artist Books in Hungary, among others. Joanna Latka is the co-founder of CONTRAPROVA Printmaking Studio in Lisbon" (Latka, 2007).*

A artista começa por afirmar que cria por uma “necessidade”. Dentro das suas técnicas, dá destaque à ilustração dizendo que “estou mais ligada à ilustração de autor, geralmente por encomenda, sendo-me solicitado a ilustração de poemas. Normalmente já conhecem o meu estilo e querem algo do meu género, para ilustrar os poemas, dar um um novo contexto às palavras com as minhas imagens” (Latka, Anexo A, 2017).

Um dos objetivos com o trabalho da artista é “estimular a criatividade delas e abrir um bocadinho as suas perspetivas. E através da estimulação que faço para mim, gosto de acreditar que também o faço para os outros. Gosto muito de trabalhar com público” (Latka, Anexo A, 2017).

Numa fase de pesquisa a artista procura a inspiração em “ver imagens dos outros, inspirar-me, quando não tenho logo ideia, procuro e começo logo a desenhar. Gosto de procurar imagens de trabalhos antigos, medievais, que não têm correspondência com os tempos atuais, mas a nível de estrutura dos elementos e composição, como pegar assuntos e representá-los,... mas normalmente leio e faço os meus bonecos, começo a desenhar faço 5, 6, 20... e depois escolho o que me agrada mais” (Latka, Anexo A, 2017).

Latka ilustra o seu processo através de padrões de repetição. “No meu caso é um processo de repetição.. faço um esboço, passo para a chapa. É preciso haver um pensamento criativo. Eu gosto muito de ser espontânea... Quando estou a criar.... normalmente tenho uma ideia e depois construo à volta dessa ideia” (Latka, Anexo A, 2017).

Numa fase final do seu processo, Latka, referindo-se à obra acabada, diz: “ Eu gosto que as pessoas levem as molduras para casa, para pôr nos seus espaços! Mas em relação à exposição, tenho procurado soluções



diferentes, maneiras diferentes de expor o meu trabalho, fora do normal. Quando entras num espaço de exposição e está tudo muito branquinha e muito “pipí”, é uma coisa muito impessoal, que passa logo para um plano institucional... Faz sentido num ambiente familiar, a moldura, porque já não tens este contexto frio e institucional, as paredes brancas” (Latka, Anexo A, 2017).

Caso de estudo 2: Designer Fernando Costa, Creative Diretor da Ogilvy One



Figura 22 - Fernando Costa, Mokambo Add, 2016

Fonte: Disponibilizada pelo autor

Fernando Costa frequentou a licenciatura em design no IADE - Creative University, em 1991. Atualmente é Creative Supervisor na agência de comunicação Ogilvy One, onde começou o seu percurso em 2008 (Costa, 2012).

Costa começa por identificar a diferença entre criação e criatividade, dizendo que: “Na ausência de regras podemos identificar com um criar de criação, na existência das mesmas, já existe criatividade” (Costa, Anexo B, 2017).

Relativamente ao seu processo de criação, o designer salienta o fato de que “no processo de criação não existem limites para a criatividade,

conseguimos percorrer pontos diferentes e muitas vezes totalmente opostos, surgindo assim ideias sensacionais”. Acrescentado, ainda, que “é difícil criar sem limites” (Costa, Anexo B, 2017).

Sobre a definição de um limite, Costa afirma que “a existência de regras na escolha é fundamental, algumas ideias acabam logo por morrer ali, existirão outras que nos permitem alongar o processo permitindo gerar outras ideias. São as melhores pois permite-nos acrescentar algo, leva-nos mais longe na escolha.” (Costa, Anexo B, 2017).

O designer conclui que “qualquer pesquisa realizável depende da vivência. A criação de algo é possível com os dados existentes na minha cabeça. Também importante é a maneira que utilizo para transmitir ao cliente a nossa perspectiva para uma melhor percepção do cliente.” (Costa, Anexo B, 2017).

**Caso de estudo 3:** Carolina Panta, Estudante do Mestrado em Design e Cultura Visual



Figura 23 - Carolina Panta, Capa da revista Seleções, 2015

Fonte: <http://pantanotpanda.tumblr.com/post/151285787008/capa-da-revista-seleções>

“Panta Maria. Chama-se Panta, mas não se chama Maria. Nasceu em Leiria, onde tentou ser pianista, mas foi no hip hop (dançado e ouvido) e a andar de bicicleta que começou a libertar adrenalina. Mudou-se para Lisboa devido a pressões familiares para casar com o príncipe William e dedicou-se ao folclore russo desde então.

Em nova achou que queria ser arquiteta, desperdiçando grande parte da sua infância a desenhar plantas de casa de forma obsessivo-compulsiva. Mais tarde, ouviu falar de design e começou a investigar, mas não muito. Toda a gente lhe dizia “Fazer desenhos não dá dinheiro”, mas ela já era rica e então decidiu só fazer desenhos. E, escrever músicas. E, dançar. Mas é recatada, atenção. Fez uma grande viagem sozinha que a fez pensar sobre o amor e humor próprio: uma viagem de charrete à volta da quinta das Mações de Alcobaça.

Licenciou-se em design quando decidiu aprofundar a sua curiosidade mais cedo despertada. Da licenciatura (só) retirou reflexões sociológicas, o que a revoltou durante algum tempo. Passando a revolta meteu-se no mestrado, que é o que está a fazer agora. Mas agora acha que está a aprender alguma coisa, porque uma pessoa chega a uma fase e cresce um bocadinho. Não sabe bem o que fazer da vida, mas está a descobrir. Talvez federar-se em futebol, escrever um livro sobre providências cautelares ou ir ensinar tango para Hamburgo” (Panta, 2015).

Panta define o seu processo de trabalho através do peso que os limites têm no seu processo criativo. A estudante afirma que: “eu podia fazer o que quisesse a partir do tema, mas quando há muitas regras num trabalho eu bloqueio e tenho de fingir que não existem essas regras para conseguir avançar. Não consigo que me coloquem regras, para mim é muito difícil quebrá-las, porque sei que elas estão lá, não me consigo abstrair disso. Eu cumprio as regras todas que me ensinam, fui educada desta maneira e não consigo deixar de as cumprir. E quando um trabalho tem essas regras todas, para mim, perde todo o interesse” (Panta, Anexo C, 2017).

Sobre as necessidades inerentes ao seu processo, refere-se a um “estado puro. Aproximo-me muito da ideia que para criar alguma coisa, sendo designer, tenho de ser fiel a mim mesma e identificar-me com o que estou a trabalhar, tem de me dizer alguma coisa para fazer sentido” (Panta, Anexo C, 2017).

Como forma de contornar os limites imposto pelo caráter utilitário do design, afirma que “para fugir às regras, recorro ao humor e gozo com aquilo que me estão a pedir, e isso revela um pouco a minha parte cínica, mas que eu

gosto.” Também num contexto de pesquisa, “vou ver imagens e coisas para me influenciar. Mas ao mesmo tempo também o posso fazer numa memória que tenho, de quando tinha 8 anos e me faz lembrar aquilo. Ou num pensamento que tive. Não é algo linear. É muito fluido e complexo para explicar. Muito espontâneo. Eu quero olhar para um trabalho meu e rever-me nele, saber que fui eu que o criei e que é parte de mim” (Panta, Anexo C, 2017).

### **2.7.3.1. Primeiras Soluções Visuais - Entrevistas**

Num contexto de experimentação, inerente ao meu background como designer, efectuei uma reflexão sobre os conceitos principais que os artistas referiram ao longo destas entrevistas. Estes esboços iniciais, na figura 24 e 25, despontam o início do estudo sobre a representação de dados através de diagramas, abordados na primeira parte desta investigação. Estes estudos sobre as representações visuais, com base no conceito de “*Mind Map*”, trazida por Tony Buzan (2001) e no estudo do design de informação e construção de diagramas de Edward R. Tufte (2009), são essencial numa fase inicial, de modo a controlar todo o conteúdo necessário para a realização de um diagrama avaliador de processo criativos.

Na figura 24, onde está representado o processo criativo de Carolina Panta, podemos identificar através dos três balões que se apresentam ao centro as grandes considerações da estudante, no que toca ao seu processo criativo, são elas: a abstração - uma procura pelo grau zero ao longo do seu trabalho -; o humor - que funciona como uma fuga ao contexto social, presente no design -; e a descoberta pessoal - que ao ser várias vezes referida pela designer, funciona como uma ferramenta de crescimento que estabelece em paralelismo com o seu trabalho.

Na figura 25, está representado o processo criativo de Joanna Latka, que é fundamentado pela procura de liberdade e a necessidade de criação da artista. Na representação visual da sua entrevista, uma aproximação ao seu processo criativo, podemos observar a antinomia entre a técnica e a espontaneidade, que são referidas pela autora como técnicas de materialização dos seus conceitos. A consciência de um ambiente social e

político, em composição com a sua influência no trabalho realizado por crianças, completam assim o seu processo criativo, abordado pela artista durante a entrevista realizada.

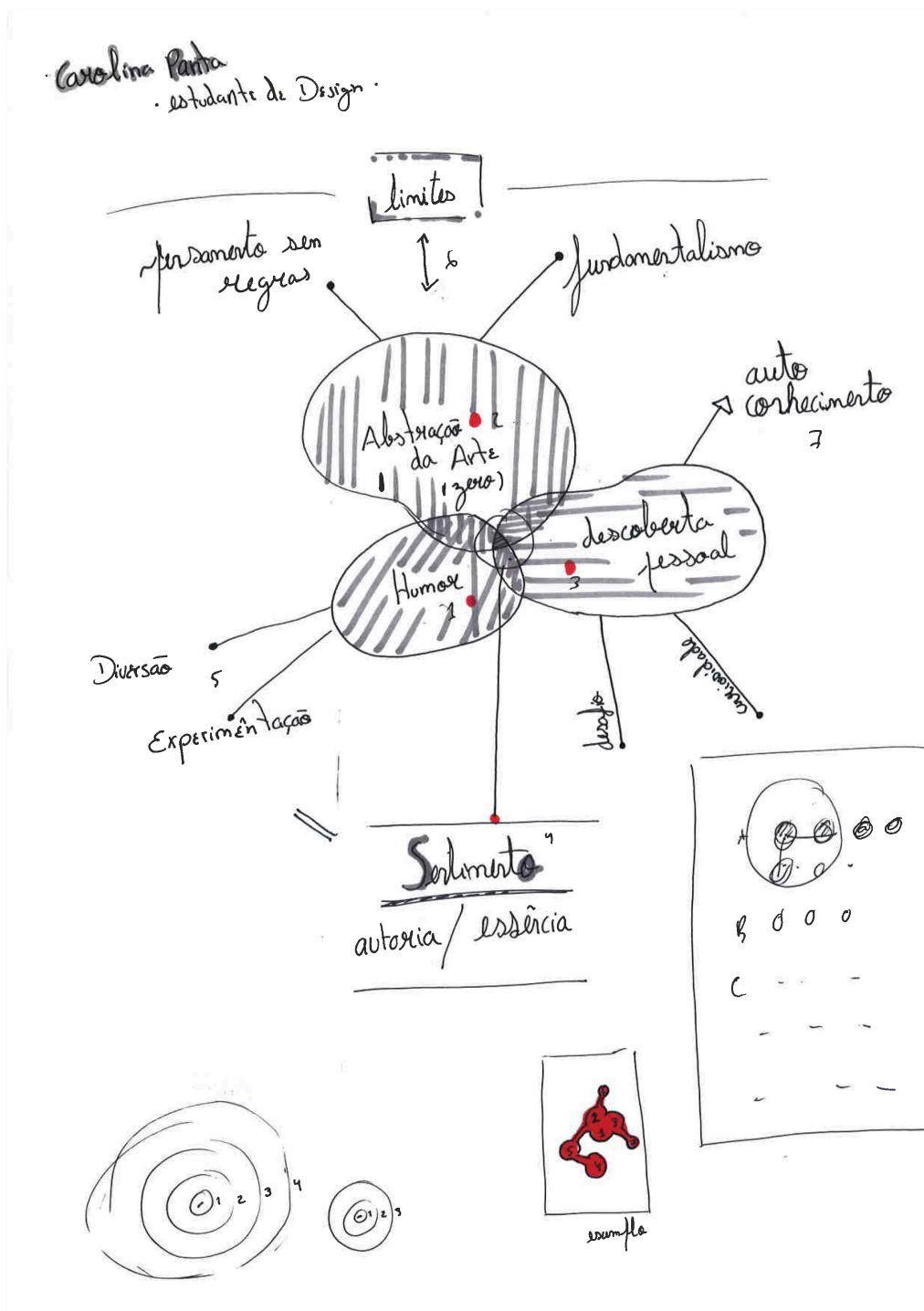


Figura 24 - Representação inicial do Processo de Carolina Panta  
Fonte. Imagem de autor (2017)



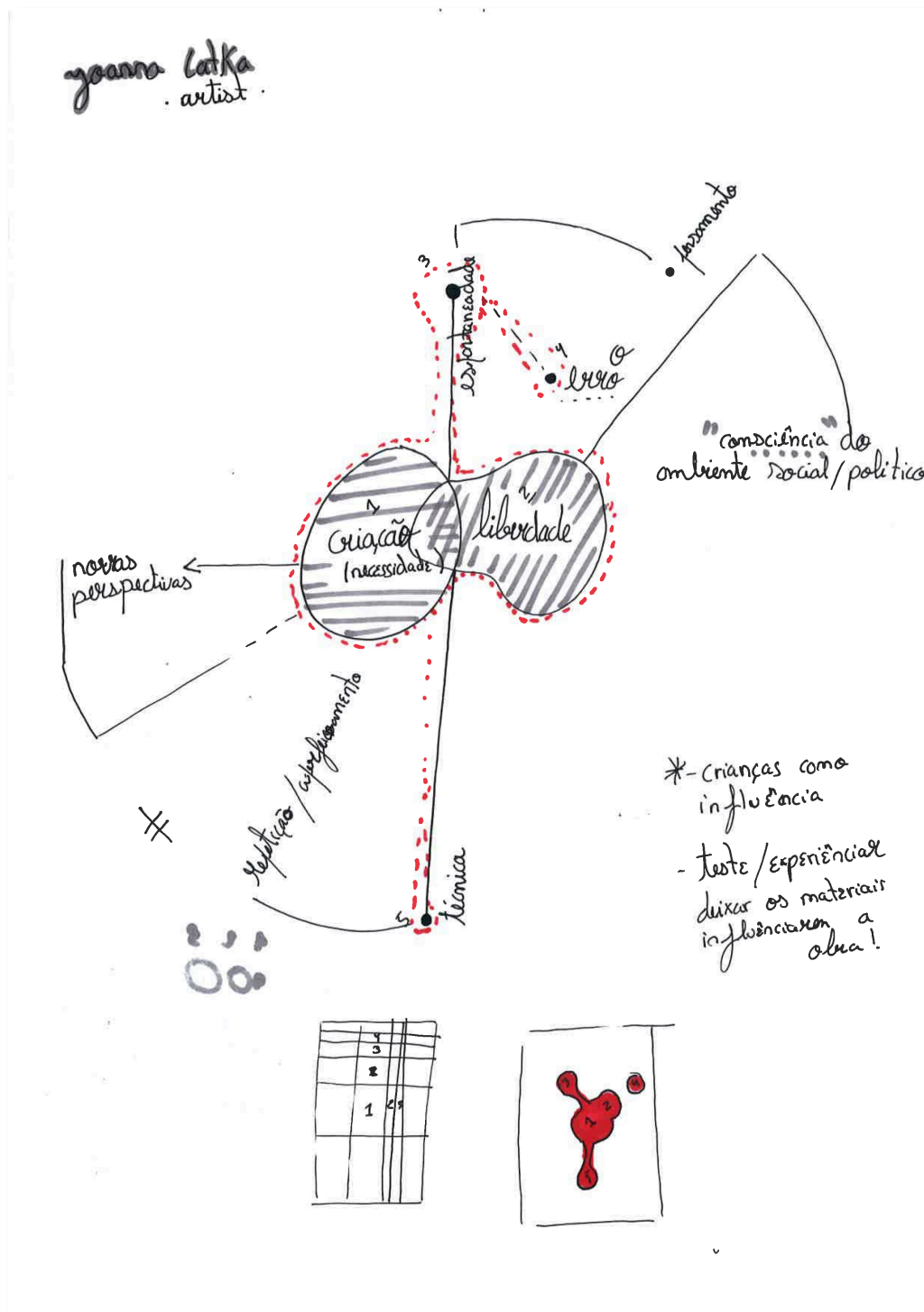


Figura 25 - Representação inicial do processo de Joanna Lata  
Fonte. Imagem de autor (2017)

#### **2.7.4. Entrevistas: Desenvolvimento e Melhorias**

Após a realização de uma primeira abordagem, podemos constatar que grande parte do processo criativo e de criação é efectuada de forma não controlada por parte dos artistas, ou seja, de forma inconsciente. Quando os artistas são desafiados a perspectivar o seu próprio processo, apenas se referem às suas motivações e necessidades. Por vezes fazem relações com temáticas relativas à pesquisa e às influencias, que são constantes no seu trabalho, mas nunca de forma organizada e reflectida, deixando por referir passos essenciais que constam no seu processo, e não são identificados pelos artistas.

Todos os dados recolhidos durante estas entrevistas mostraram-se insuficientes para a criação de um diagrama, que reflete a representação visual do processo criativo.

Desse modo, senti a necessidade de criar uma serie de questões base que toquem nos vários pontos do processo criativo, com o intuito de forçar o artista a reflectir sobre as fases do seu processo que numa primeira abordagem pudessem ter passado despercebidas.

Para conseguir comparar os processos dos diferentes criadores e criativos e recolher os dados necessários para a sua representação visual, pretendo criar uma linguagem identificadora de processos, através de um questionário. Que, ao ser igual para todos os entrevistados, tem como objetivo a contabilização de conceitos abordados por eles, nas várias fases do seu processo.

Na procura do limite entre a arte e o design, foram criadas uma série de questões que, ao serem iguais para os representantes destes dois conceitos, se vão focar nesse mesmo limite.

### **2.8. Estudos de Caso - Processo Criativo (Parte 2)**

#### **2.8.1. Método de Investigação - Entrevistas**

Neste caso, as entrevistas foram realizadas num contexto semi estruturado, onde o entrevistador/investigador é conhecedor de todos os temas sobre os quais tem de obter reacções por parte dos inquiridos. Em relação à

forma e ordem como as questões foram colocadas, foram deixadas ao critério do entrevistador, que neste caso foi o autor desta investigação e detém o conhecimento necessário para colocar as questões referentes ao processo criativo dos inquiridos.

Os tópicos e questões colocadas vão ser definidos com base na bibliografia já investigada numa primeira fase, referida por Noble e Bestley (2005), na obra *Visual Research*.

As entrevistas mantiveram um estilo conversacional e presencial, de modo a observar os entrevistados e mais facilmente conseguir compreender os dados.

### **2.8.2. Enquadramento - Entrevistas**

Para conseguir criar um modelo de avaliação de processos, e com base na minha formação como designer, recorri a um processo de design, visto não existir um método concreto no processo artístico. Este modelo vai ter como base o modelo do processo criativo realizado por Cooke em Noble e Bestley (2005), na obra *Visual Research*.

Este modelo do processo criativo, representado na figura 7, tem como base quatro conceitos do processo criativo no design: a fase de definição, de divergência, de transformação e de convergência. Esta representação de Cooke (2006) do modelo do processo criativo, apresenta-se como um esquema dinâmico, mas não deixa de ser limitativo. Por isso, todo o processo da arte, que se apresenta como dinâmico e inesperado, se distancia, por vezes, deste contexto linear.

As questões, que fizeram parte da entrevista, foram criadas com base nas quatro fases do modelo de Cooke (2006). Com base no design e na criatividade, foram criadas duas questões para cada uma das fases apresentadas pelo autor, no intuito de obter respostas sobre os quatro pontos principais do processo criativo.

Com o objetivo de não controlar as respostas dadas pelos entrevistados, e de conseguir a maior imparcialidade na minha análise, foi decidido aproximar o processo criativo e o processo de criação, através do limite, de modo a



conseguir definir questões iguais para os dois processos. O objetivo de formular questões iguais para os artistas e designers, foi permitir os entrevistados decidir a sua posição em relação ao seu processo criativo, tendo como referência a criação e a criatividade.

Através das entrevistas realizadas aos três artistas (Carolina Panta, Joanna Latka e Fernando Costa), foi possível perceber a natureza dos seus processos, as suas intenções e motivações. Aliado ao estudo da literatura realizada na primeira fase do projeto, sobre a arte e o design é, ainda, possível definir um paralelismo entre os dois processos em questão.

A fase1 - de **definição**, no processo criativo, está associada à definição de uma problemática e aos objetivos dos designers em responder a esse mesmo problema. Num parâmetro de criação, esta fase é a mais importante, uma vez que está associada à necessidade que o artista tem em criar, ao sentido da obra e muitas vezes à reflexão e a um estado zero da criação.

A fase 2 - de **divergência** é a mais presente no processo criativo. Esta fase representa toda a pesquisa, qualitativa, quantitativa e visual, toda a estratégia de aproximação ao problema e o início da produção, com o surgimento de ideias e com a criação de uma linguagem. Na criação, este processo é semelhante, ainda não entrando numa fase de materialização, passa pela conceção do conceito e em todas as influências e pesquisa efetuada.

A fase 3 - de **transformação** é a criação da solução, a aplicação do conhecimento recolhido na fase anterior e transformado, que ao passar por um filtro de contexto e inspiração, transforma-se em soluções visuais, que têm como base uma linguagem e um estilo. Na criação, esta fase retrata-se pela materialização da intenção do criador, que entra em contraste com os limites técnicos e matéricos, sendo este último o maior entrave na conceção da ideia.

A fase 4 - de **convergência**, na arte é a fase final do processo, a confirmação dos resultados. A fase de testes, resultados e correlação entre todos os materiais. No processo artístico esta fase é maioritariamente inexistente. Na arte a finalidade é muitas vezes colocada de parte, passando sempre para segundo plano, visto a intenção do autor se sobrepor a qualquer finalidade existente.

### 2.8.3. Formulação das Questões

Numa primeira abordagem às questões a serem colocadas o foco vai ser na existência de um limite. É a partir do limite que as questões vão ser criadas, com base na relação do sujeito com a definição de causas e problemáticas de um limite. Cada um tem os seus limites, por isso as questões vão ser efetuadas num contexto que possa abranger todo o tipo de possibilidades de limite.

Numa fase de definição, no contexto de design, o *briefing* pode ser reconhecido como o limite, o território onde os designers vão ter de operar, que vai definir todo o contexto do seu trabalho. É através deste limite que vão edificar uma problemática à qual terão de encontrar respostas. As questões, nesta fase de definição, vão estar relacionadas com a maneira como o designer encara esses limites. Será que o limite tem uma relação direta com determinado objetivo? Tentam sair fora dele? Tentam ficar dentro dele? Há expansão, contração ou concentração desse próprio limite que é colocado? É essencial perceber o seu processo de início de trabalho nesta fase de definição.

O design tem sempre uma finalidade, que é sempre a matriz principal. Será que no processo há sempre uma consciência desta finalidade? Ou há momentos em que não? Regressando sempre a essa finalidade, ao território de design. Esta consciência da finalidade pode representar um limite constante no design, que vai balizar todo o contexto. Ao contrário do design, a arte, com o seu processo muitas vezes individual, não é detentora deste limite de finalidade. Não é uma constante, apesar de que o sentido poder ser a finalidade do processo artístico. Será que a questão do limite existe sempre durante o processo artístico? Ou será que é anterior?

Há artistas que trabalham com vários objetos ao mesmo tempo e passam de um objeto para o outro. Enquanto outros têm o processo mais estudado, os limites existem anteriormente, ou seja, vão construindo o seu processo com base nos limites previamente pensados, podendo fazer alterações ou acrescentos à medida que o processo decorre.

Sendo esta fase de definição o início do processo de design, na arte, a comparação deste início pode ser representado com o grau zero da arte?

Será que a reflexão sobre o processo é contínua? No design, a dimensão existencial sobre reflexão não tem a mesma dimensão que na arte. Será que o design também tem uma dimensão existencial?

A **fase de divergência** na criação é um espaço de dilatação e de miscigenação. Há uma expansão total do limite, porque ao contrário do design, não há uma finalidade preconcebida, um início que leva a um objetivo final. Mas esse limite, na arte, pode ser representado pela tela final, onde todo o processo passa por uma expansão desse limite. Esse limite começa a dilatar até ao infinito, de forma descontrolada e quase perigosa. No design esta dilatação, ou divergência, é feita de forma mais contida, sempre com uma noção de limite. Na arte a dilatação é a descoberta do limite. Na dimensão artística há quase uma não obediência a um princípio, para criar toda a expansão do limite, para que este possa passar a ser um não limite. Na arte, a redefinição desse limite vai encontrar-se no objeto que se vai autonomizar do artista, a sua obra.

No design o objeto é dependente do seu autor, criando uma matriz, uma linha e produtos que pode ser seguida. Conseguimos perceber e seguir a coerência no design, enquanto na arte essa coerência é difícil de definir.

A arte é uma língua única que se cria. Os artistas procuram uma língua própria que se reproduz ao longo das suas obras. No design, existe uma linguagem, que se segue.

Na **fase de transformação** no design, começa o processo de materialização, na criação de gráficos e protótipos, e respostas visuais às problemáticas iniciais. Na arte esta transformação está restrita à materialidade e técnicas disponíveis e conhecidas pelo autor. A partir da matéria e da técnica o processo artístico encontra limitações. Esta procura por uma representação leva o artista e o designer a refletirem sobre as suas obras, existe uma reflexão sobre o prazer estético, se este existir.

### 2.8.3.1. As Questões

#### Fase 1 - Definição

a) Em que fase do processo é que se impõem os limites são definidos os limites?

A imposição de limites, no design, é feita habitualmente no início do processo, quando recebemos um *briefing*. Na arte, esta imposição ocorre durante todo o processo de criação. Para além de forçar os indivíduos sobre a existência de limites ao longo do seu processo, esta questão aborda a existência de um processo e, mais importante, é a consciência sobre o seu próprio processo.

b) Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?

A necessidade pode revelar a vontade do indivíduo em sentir que domina um processo ou linguagem ou, por outro lado, a necessidade de se confrontar com desafios mais elevados.

#### Fase 2 - Divergência

a) Parte para a criação com conceitos e ideias já definidos (influências), ou de mente totalmente aberta (pesquisa)?

Em que parte é que as pessoas partem para a criação, de influências concretas ou de pesquisas pontuais, para um caso concreto. Porque as influências nunca são pontuais, são sempre transversais. Se as pessoas sentem que habitualmente estão nesta fase com pressupostos anteriores, ou seja, influências, ou se vão procurar esses pressupostos, ou seja, pesquisa.

Regra geral, quando temos uma influência concreta, passamos a fase da pesquisa porque temos um objetivo previamente delineado. A influência tem um poder tremendo, porque parte da nossa adoração por alguém e isso em termos emotivos tem um peso enorme, é algo que se sobrepõe ao poder criativo, muitas vezes sem se adaptar ao caso em questão.

Pesquisa sincera - Geralmente as pessoas pesquisam os tipos de resultados que elas querem, que são resultados preconcebidos que se refletem num estilo e não numa substância.

b) Encara a respetiva actividade (arte/design) como uma língua ou um conjunto de linguagens?

A arte é uma língua em si e o design utiliza linguagens (de hoje, de Portugal, da Europa, *trendy, vintage...*) e erradamente vive muito das linguagens. A arte utiliza uma linguagem universal e transversal.

### Fase 3 - Transformação

a) De que forma é que as condições materiais moldam a actividade?

O dinheiro é um grande condicionante no design e na arte. Fazer um trabalho com um determinado tipo de material ou acabamento, pode alterar tudo. No design, um condicionante como o dinheiro que recebe, se o atelier tem ar condicionado, o orçamento para cada trabalho. No caso dos artistas, se recebem subsídio, se trabalham no McDonald's para fazer arte, se vivem à custa dos pais, se trabalham com materiais exóticos ou fazem material numa pequena tela a óleo porque fica mais barato. Primeiro faz-se o preço e depois a criatividade/criação.

b) Que tipo de prazer estético é que se sente ao trabalhar no processo de concretização?

Existe uma fruição estética no processo de materialização. No perfeccionismo. Na libertação. Em que fase é que existe maior prazer estético?

### Fase 4 - Convergência

a) Como é que entende o fim deste processo / e se foi bem concebido ou não?

Finalidade do trabalho/obra.

#### **2.8.4. Seleção dos Intervenientes**

Após a definição das questões a serem colocadas durante as entrevistas, deu-se seguimento à seleção dos candidatos. Esta investigação pretende abordar o processo criativo como diferenciador da criatividade e da criação. Deste modo, a escolha dos entrevistados foi baseada nas suas áreas de intervenção, sendo elas a arte, o design ou mesmo ambas. Também no campo da arte e do design foram selecionados estudantes, de forma a

representar o início da criação de um processo, por vezes ainda não tão definido por falta de experiência profissional.

Definidas as áreas de intervenção dos intervenientes, foram iniciados os contactos aos mesmos, optando por estudantes e profissionais de várias faixas etárias, género e nacionalidades, de modo a ter uma mistura o mais eclética possível. Deste modo, foram envolvidos designers independentes, designers juniores, alunos de design e artes, artistas plásticos e artistas com formação em design e arte. Procuramos desta forma, criar um universo de indivíduos com mais e menos experiência e com conhecimentos em diferentes áreas, que atribuam uma maior amplitude na temática abordada nesta investigação.

De modo a espelhar o processo de seleção dos entrevistados, segue, por ordem em que os contactos foram realizados, a lista com os nomes das pessoas que fizeram parte desta investigação.

#### **1: Carolina Panta**

(Designer | Estudante: Mestrado de Design e Cultura Visual)

Informações sobre a designer, como a sua biografia e obras, estão disponíveis no “caso de estudo 3”, referente ao capítulo 2.6.3. Entrevistas, deste projeto.

## 2: Salomé Nascimento

(Designer | Pintora)



Figura 26 - Salomé Nascimento, *studio view*, 2016

Fonte: <http://www.salomenascimento.com/indexhibit/>

“Salomé Nascimento (1970) vive e trabalha em Lisboa. Licencia-se em Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes de Lisboa e frequenta o curso de Pintura na Academia de Belas Artes de Veneza. Mais tarde desenvolve o projeto pessoal no AR.CO na área do vídeo e desenho e o curso de Arte Terapia na Sociedade Portuguesa de Arte Terapia.

Inicia a sua actividade profissional em Milão como designer gráfica e ilustradora. Transfere-se mais tarde para Veneza como art director da editora *westzone publishing*, desenvolvendo projetos editoriais com vários artistas contemporâneos, entre os quais, Nan Goldin, Richard Serra, Dennis Hopper, Wolfgang Laib, Brice Marden, entre outros. De regresso a Lisboa, começa a desenvolver os seus projetos pessoais e trabalha como arte terapeuta. O seu corpo de trabalho engloba pintura, encáustica, fotografia, vídeo e instalação. O seu trabalho reflete a procura da sua identidade e da sua relação com o mundo. Procura entender a realidade através da sua experiência fenomenológica, abordando e integrando as ideias de observador, realidade relativa e universo consciente” (Nascimento, 2016).

### 3: Pedro Lourenço

(Designer sénior - YES)

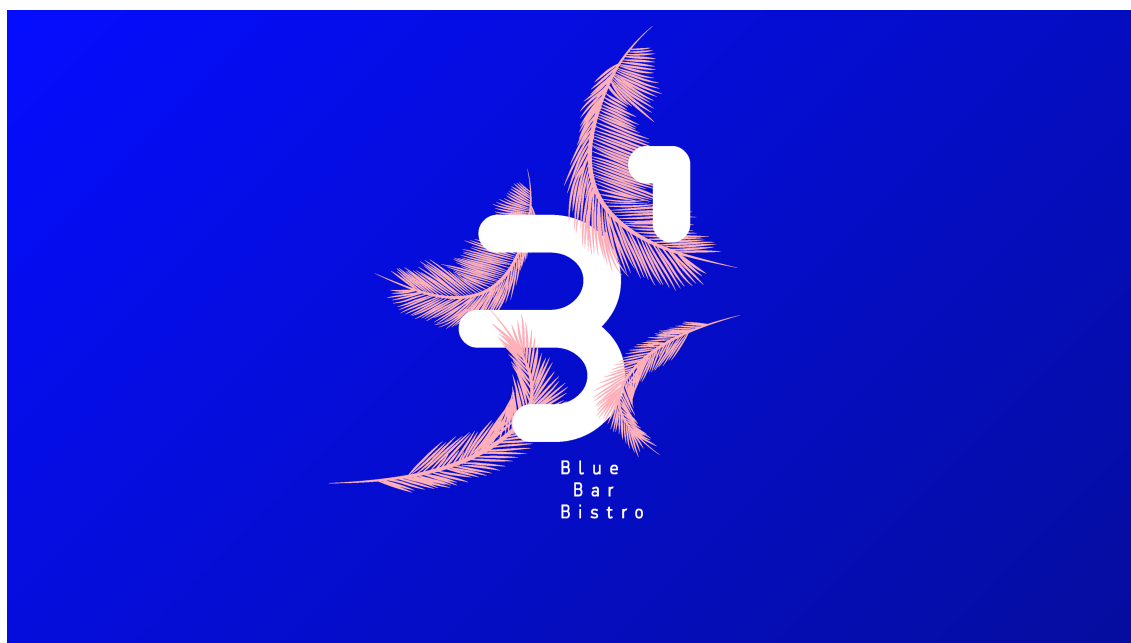


Figura 27 - Pedro Lourenço, Blue Bar Bistro, 2016

Fonte: <https://www.behance.net/gallery/37883705/BlueGin-Bar-Bistro>

*“Working as a visual designer my trend is a progressive journey in order to touch anyone senses with new graphic languages. It's a never-ending journey - always unfinished and trying to grow.*

*Right now I'm growing in a Design and Visual Culture master class in IADE, Portugal. Working recent projects with Pepsico, Nestlé, Estée Lauder Companies, Delta Cafés and Mars. As well as several projects as a freelancer”<sup>12</sup>*  
(Lourenço, 2016).

---

<sup>12</sup> Como designer visual, a minha tendência é um caminho progressivo, para sensibilizar qualquer pessoa com novas linguagens gráficas. É um caminho sem fim - sempre inacabado e em crescimento. Agora estou crescendo numa aula de Mestrado em Design e Cultura Visual no IADE, Portugal. A desenvolver projetos como a Pepsico, Nestlé, Estée Lauder Companies, Delta Cafés e Mars. Além de vários projetos como *freelancer*.



#### 4: Frederico Cardoso

(Designer - Vertty)



Figura 28 - Frederico Cardoso, *Vertty - Beach Towel*, 2015

Fonte: <https://www.behance.net/gallery/10539663/Vertty>

*“Frederico Cardoso is a multidisciplinary designer & creative director currently living and working in Lisbon, Portugal. Constantly searching for inspiration, he truly believes in the power of design. Focused on Branding & User Experience Design he always tries to keep a multi-disciplinary approach on all of his projects. He is always open to new experiences and ready to develop projects with creative people”* (Cardoso, 2016).

Frederico Cardoso, formou-se em design de interiores, design industrial e design gráfico, no IADE Creative University, entre 2006 e 2011. No seu percurso profissional, pode observar-se a sua experiência como designer gráfico na UNIDCOM e como Web-designer na Fullsix. Em novembro de 2012 foi Fundador e Diretor Criativo da marca Vertty (Cardoso, 2016)

## 5: João Nepomuceno

(Artista Plástico)



Figura 29 - João Nepomuceno, Blue Geometrical Square #1, 2014

Fonte: [https://www.behance.net/gallery/20944351/Pessoal-e-Intransmissivel-\(2014\)](https://www.behance.net/gallery/20944351/Pessoal-e-Intransmissivel-(2014))

*“Born May 7th, 1993. Currently living in Oeiras, Lisbon. First Certificate in English. Degree in Painting from Fine Arts University - FBAUL. Winner of B'TEN award for innovation and entrepreneurship. Assistant of Master Scenographer António Casimiro. Participant in Rés-Vés artistic residence. Exhibition celebrating the 50th year anniversary of S.O.S. Villages in Porto, Guarda, Lisbon and Estoril. Exhibited in Campinas, São Paulo Brazil. Exhibited in Folkestone, Kent, UK with an installation”* <sup>13</sup> (Nepomuceno, 2016).

---

<sup>13</sup> Nasceu em 7 de maio de 1993. Atualmente mora em Oeiras, Lisboa. Primeiro Certificado em Inglês. Licenciado em Pintura pela Universidade de Belas Artes - FBAUL. Vencedor do prémio B'TEN pela inovação e empreendedorismo. Assistente do estenógrafo mestre António Casimiro. Participante na residência artística de Rés-Vés. Exposição comemorativa do 50º aniversário de S.O.S. Aldeias no Porto, Guarda, Lisboa e Estoril. Exposição em Campinas, São Paulo, Brasil. Exposição em Folkestone, Kent, Reino Unido, com uma instalação.

## 6: João Tito Gouveia

(Designer Independente | Estudante: Mestrado de Design e Cultura Visual)



Figura 30 - João Tito Gouveia, "Born to be..." - Illustration, 2014

Fonte: <https://www.behance.net/gallery/21120045/Born-to-be-Illustration>

“João Tito Freitas Gouveia, o primeiro de seu nome, conquistador em terras além mar e criativo a tempo inteiro.

Vivo, estudo e trabalho em Lisboa, uma das mais belas capitais Europeias, mas sou proveniente da Ilha da Madeira. Nasci a 19 de julho de 1992 na cidade do Funchal onde permaneci até concluir os meus estudos na escola da APEL, posteriormente seguindo para onde me encontro agora, concluindo o 1º ciclo do Ensino Superior e actualmente "lutando" pelo grau de Mestre. Licenciado em Design pelo IADE-U Creative University” (Gouveia, 2015).

## 7: Fernando Oliveira

(Artista)

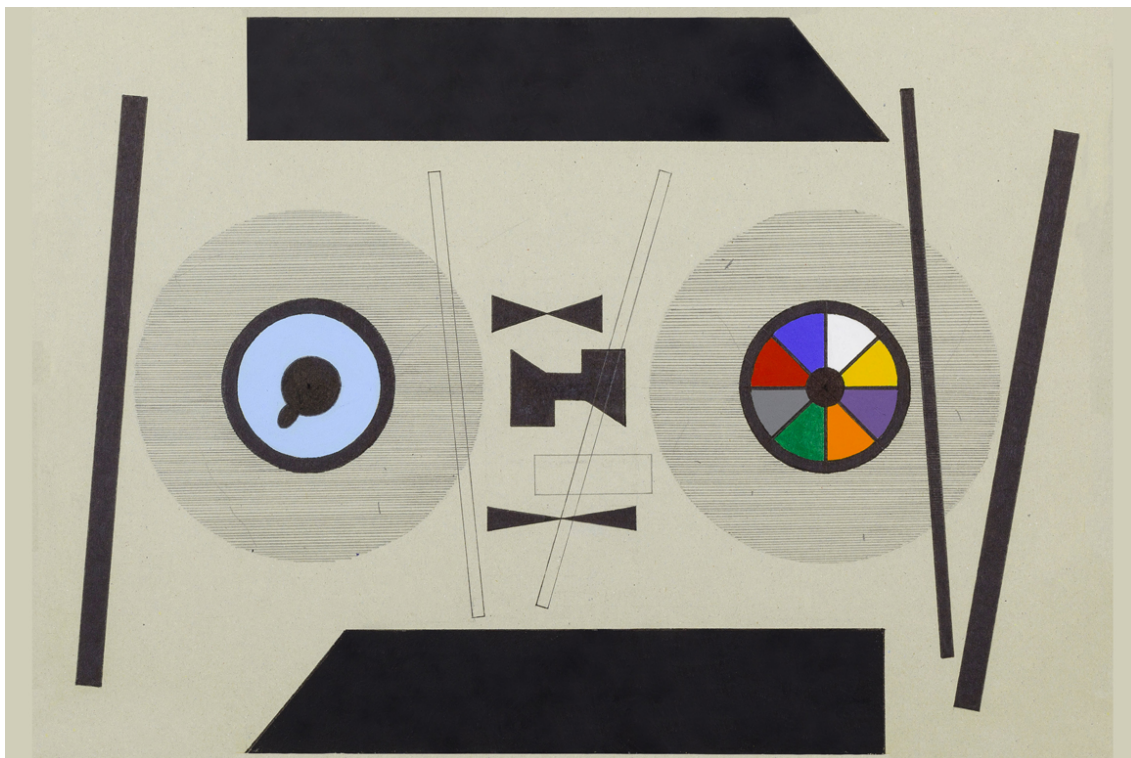


Figura 31 - Fernando de Oliveira, The Hitchcock Eyes, 2014

Fonte: <http://www.porto.pt/noticias/exposicao-e-livro-de-fernando-marques-de-oliveira>

“Fernando Marques de Oliveira (Porto, 1947) frequentou a ESBAP e a Academia de *Watermael Boitsfort*, em Bruxelas. Em 1980, fundou no Porto a Galeria “Roma e Pavia”, que dirigiu até 1986.

Considerado como um dos valores fundamentais para a renovação do panorama artístico português no início da década de 80, os seus trabalhos no campo da cenografia, da arquitetura e do design de interiores inevitavelmente influenciaram a sua obra. Tornou-se amplamente conhecido pela depuração e pelo sentido de equilíbrio, bem como pelo jogo cromático, simultaneamente vigoroso e pleno de sofisticação formal” (Oliveira, 2017).

## 2.8.5. Entrevistas

### 1: Carolina Panta

(Designer | Estudante: Mestrado de Design e Cultura Visual)

A primeira entrevista foi realizada à designer Carolina Panta, que começa por definir o tempo como um limite que define o seu processo criativo. “Normalmente, o meu limite é o tempo. Para mim será sempre o tempo. Porque imagine se me disserem que tenho uma semana ou se me disserem que tenho um mês... isto se me derem um briefing, porque se eu fizer uma cena minha, normalmente faço no próprio dia. Se eu quiser expressar alguma coisa minha, enquanto artista, eu penso e tenho de fazer nesse dia” (Panta, Anexo D, 2017).

Panta afirma que “Eu também me via a farmacêutica, a ser outra coisa qualquer. Mas acho que é porque sinceramente eu comunico muito melhor através de imagens e eu própria funciono muito mais por imagens que outra coisa qualquer, mas no bom sentido. No sentido de que isso é-me natural. Não por influência de telemóveis todas essas coisas. É uma cena mesmo natural” (Panta, Anexo D, 2017).

Como influência ao seu trabalho, Panta refere que “Desde a primária que fui uma revolucionária, mesmo que não dissesse a ninguém, fazia um cartaz em casa e não mostrava a ninguém. Nunca fui satisfeita com nada, nunca tive satisfeita com nada. E acho que isso tem influência no meu trabalho. Além disso, há pouco tempo, vi um documentário, sobre pessoas que, no fundo, funcionam um pouco como eu, no qual alguém dizia “eu simplesmente faço coisas que gostaria de ver, mas que não existem”, ou seja, “eu quero fazer um filme que gostaria que existisse e ainda não existe”. Às vezes penso, eu posso fazer isto (atitude revolucionária) em várias profissões, porque raio estou nesta? Se calhar é mesmo pela tal necessidade visual” (Panta, Anexo D, 2017).

Em resposta à forma de como condições materiais moldam a actividade, a estudante diz “Não vejo isso com um limite, mas como um desafio. Por exemplo, tenho o limite de 10€ para imprimir 20 coisas. Mas para mim não é um problema. Eu penso “10€ é 10€, não posso construir uma casa, mas posso construir o desenho de uma casa”. Se calhar, posso dar uso a coisas que se não tivesse esse limite, não iria dar. Ia usar coisas que todos usam, assim, em

vez de imprimir um papel xpto, vou buscar uma t-shirt velha e desenho sobre ela. Não costumo pensar muito nisso. Só no momento é que vejo” (Panta, Anexo D, 2017).

No processo de trabalho a designer destaca que “para mim, o criar está muito na ideia. Normalmente, quando o trabalho está feito, eu vejo e lembro-me de quando pensei naquilo e rio-me, porque eu tenho de me ter divertido a pensar naquilo ou a fazer aquilo. Se não estou a gostar de fazer algo, lembro-me que gostei de pensar naquilo. Tenho de achar sempre piada ao que estou a fazer” (Panta, Anexo D, 2017).

## **2: Salomé Nascimento**

(Designer I Pintora)

A artista e designer Salomé, começa a entrevista com um pequeno resumo do seu percurso, académico e pessoal, que contribuíram para a construção do seu processo criativo nas duas áreas em que intervém, o design e a arte. A artista define o limite no seu processo como algo “prático” e “claro”. “Eu sempre tentei perceber porque fazia o que fazia e vejo a minha evolução pessoal. De fato, penso que não haja um limite em relação ao trabalho de um artista, pode haver um limite no sentido de se me apetecer pintar numa tela e não tiver uma tela deste tamanho [pretendido] é um limite, mas é indiferente, se fosse maior era maior. Se me apetecesse pintar um lençol num espaço maior, é como teres um ateliê enorme e um ateliê pequeno” (Nascimento, Anexo E, 2017).

A artista parte para uma fase de conceção, “geralmente, não parto com ideias, porque se não, aborreço-me. Se tenho uma ideia – por exemplo, apeteceu-me montar uma espécie de livro com os restos das coisas que ficaram lá na parede do espaço da queijaria. Muitas coisas, eu fiz uma ação e as pessoas levaram o que quiseram, com os restos eu vou fazer um livro. Eu estou a odiar isto, porque cisme que ia fazer isto, portanto, já não há a coisa de se estar a fazer com a paixão, de se estar entregue a uma coisa. Por isso se [partir com uma ideia] têm de ser coisas mais simples, mais conceptuais.” Há sempre uma base de uma ideia, mas depois pode ir para outro sítio qualquer. Aborrecer-me-ia se tivesse que chegar a um resultado, pelo menos da forma



como eu geralmente trabalho. Eu não sou conceptual” (Nascimento, Anexo E, 2017).

Em relação ao prazer estético que senti ao trabalhar, Salomé afirma que: “para mim, e eu já escrevi bastante sobre isso, é mesmo uma coisa hedonística. O fato de uma pessoa se abstrair e de estar ali, mas sem estar ali, isso é uma paz enorme [é um processo de abstracção]. E ultimamente, como estou a pensar muito, porque estou a estudar teoria... Quero trabalhar de uma forma em que tenha prazer e em que tenha alguma contribuição na sociedade em coisas que eu acho que fazem sentido, sem ter que estar a definir o que sou. O que está na génese da admiração pelos artistas penso que não é pelo dom, penso que é pela coragem de trabalhares com aquilo que te dá prazer e de transformares aquilo que é um “pincel” numa coisa prazerosa.”

Numa última fase, referente ao entender do fim de um processo, a artista afirma que: “enquanto artista não te sei responder a isso. Eu não sei fazer a avaliação de um trabalho meu enquanto não me vou embora e volto. Porque se eu estiver com a neura, aquele trabalho vai ser uma porcaria. Se voltar passados cinco dias “normal”, olho, e por vezes, nem parece que fui eu que fiz. São tantas as variáveis e dizer que uma coisa chegou ao fim, é um problema enorme. Porque nada pode ter chegado ao fim e podes parar quando quiseres. Em design acho que é mais fácil, mas também é uma disciplina. Às tantas, é em função do tempo. Se tenho que entregar o trabalho naquele dia, porque eu posso ser híper-perfeccionista e saber que uma coisa está acabada, acho que é a pior coisa. Por vezes, tenho a dificuldade de parar e não consigo largar uma coisa enquanto não gosto dela.”

### **3: Pedro Lourenço**

(Designer sénior - YES)

Pedro Lourenço é designer de profissão, trabalha numa agência e desempenha funções de free lance o qual gosta muito pois permite-lhe abordagem diferente. Pedro começa a sua entrevista por referir que trabalhar em agência é mais limitado, o objetivo são as vendas e tem de existir maior colaboração com as pessoas.

O designer define o briefing como “uma ferramenta útil, mas muito limitativa, quando trabalhamos com times de 3 ou 4 meses a estrutura do

briefing é fundamental para cumprir prazos. O facto de não ser numa campanha, mas sim num projeto mais fundo permite uma maior abertura do briefing. Dentro do próprio briefing devemos criar uma estrutura mais híbrida de te permita fazer coisas de que gostes mais” (Lourenço, Anexo F, 2017).

Pedro, define o design como “um conjunto de linguagens, são infinitas, estamos sempre a crias, não conseguimos fazer nada sem criar, criamos sim linguagem. Podemos pensar numa linguagem universal, tendo em conta determinados símbolos já existentes.” Dizendo também que “determinados designers têm uma linguagem própria, gostam de explorar ao máximo o seu próprio estilo a sua identidade” (Lourenço, Anexo F, 2017).

O designer afirma a necessidade de dominar uma linguagem. “Nunca penso que estou a criar o melhor ou a fazer o melhor, não posso estar preso a essa teoria. Nunca deixei fazer trabalho de freelancer para conseguir perceber como é que eu penso, o trabalho comercial de agência no dia-a-dia acaba por nos fechar num círculo e acaba por criar sempre o mesmo mecanismo” (Lourenço, Anexo F, 2017).

Pedro afirma que “quem trabalha na área visual tem que ter brio naquilo que faz, embora todos os que conheço têm esse brio, impossível pensar que vais fazer o melhor trabalho, impossível ficam preso a isso.” Complementa com a necessidade de seguir as suas influencias. “Gosto de chegar ao final do ano e ver que fiz coisas boas. Temos que fazer as coisas como se fossem para nós, colocar no lugar do cliente e pensar que promovo algo meu. A nossa preocupação com a estética, ajuda a criar a nossa identidade e fazer pensar as pessoas que fomos nós que criámos aquilo, definimos assim a nossa identidade” (Lourenço, Anexo F, 2017).

Termina com a reflexão sobre o momento de conclusão do seu processo, afirmado que “se pensarmos na fase até ao cliente ver é um processo que me preocupa, que me limita. Até o cliente ver o trabalho é um processo. Ao criar a linguagem e as aplicações, criou-se um conceito logo vamos explorá-lo, só assim conseguimos dar essa visão ao cliente, temos que explorar bastante a imagem criada para poder transmitir ao cliente que foi o nosso máximo. Nunca criamos nada fechado, criamos algo aberto e alguém pega nisso e cria fases novas” (Lourenço, Anexo F, 2017).



#### **4: Frederico Cardoso**

(Designer - Vertty)

Frederico, começa por explicar o seu percurso como designer, as suas experiências e a criação e história da sua marca, a Vertty.

O designer começa por definir o início do seu processo criativo e da imposição de limites no seu processo. “Quando não tens conhecimento ou experiência, sobre um produto, em questões de valor ou de como é feito, tu não tens limites. Isso é que é fixe para a criatividade. Um rapaz mais ingénuo, com menos informação vai criar mais – por isso, é que com as crianças vemos mais criatividade, dado que não tens quaisquer limitações/barreiras – quando te consegues libertar totalmente da coisa e criar...é a melhor maneira. Bem... o que é que eu tento fazer. Tento libertar-me completamente – e acho que tenho essa capacidade – de todas as “cenar” que existem e crio! Tento criar sem qualquer tipo de barreira. Depois começo a analisar as soluções – esta solução é muito cara; esta solução graficamente não dá; esta solução não dá porque não vai passar a mensagem, as pessoas não vão entender, e assim sucessivamente – então, tento me libertar de qualquer tipo de ideia/locais/ fronteiras/limites e não tenho ninguém para me fazer esses limites” (Cardoso, Anexo G, 2017).

O seu gosto pelo design começa numa fase muito precoce. “Desde miúdo senti logo aquela coisa de criar lá na loja. Eu adorava desenhar. Não tem nada a ver com design – eu desenhava muito mais, do que desenho hoje. Na altura, não sabia bem o que era design, por isso queria ser pintor/artista. Desde puto, sinto aquela necessidade de criar visualmente. Sempre tive algumas dificuldades na escola, na comunicação verbal e escrita – ou seja, não sou bom a letras – tenho um bloqueio muito forte aí, mas depois no visual sou muito forte. Eu percebi que ia comunicar muito mais com as pessoas visualmente do que através das letras. Então começou por aí” (Cardoso, Anexo G, 2017).

Relativamente à fase de pesquisa, o designer normalmente inicia o processo com ideias pré-definidas. “Não sei porquê. Imagina... eu leio o briefing, e automaticamente tenho 4 ou 5 cenários... vem me à cabeça. Vem muito – acho eu – do lado da cultura visual. Por isso, eu acho que ser a coisa mais importante para um designer, é a cultura visual. Se todos os dias lês a

revista Maria – isto é um exemplo – então a tua informação visual é aquilo, mas se todos os leres uma revista de design com os melhores designers do mundo e, todos os dias vês aquilo. Quando tiveres um briefing, comes a pesquisar e consegues juntar artistas no teu subconsciente – e acho que essa é a maior vantagem que tenho” (Cardoso, Anexo G, 2017).

Frederico compara os termos arte e design, afirmando que: “eu não consigo comparar arte e design. Por exemplo, muita gente diz que esta toalha (toalha da Vertty) é arte. Aquilo é ou podia ser uma peça de arte, verdade - até já pensámos fazer uma loja toda branca, só com as toalhas na parede e apenas a dizer por baixo “Galeria” – é muito por aí, apesar de eu não querer arte mas sim design – porque para mim, o design é completamente separado da arte. Só o lado estético não tem nada a ver. A arte é do género *self expression*, não tem que ter função. Já o design é função e só depois é que é estético – mas claro que ninguém sabe responder o que é arte” (Cardoso, Anexo G, 2017).

Referente à influencia das condições materiais no seu trabalho, o designer afirma que “Primeiro tens que ver o custo. Se encaixa no custo e qual vai ser o custo de produção. Depois ver qual é que é a capacidade de reproduzir – se é possível ou não é – logo, isto entra no meu processo porque quanto mais experiência tiveres do lado de produção, mais capacidade tens de criar. Criar e com liberdade, porque a partir do momento em que controlas e sabes que a “coisa” é produzida, podes criar dentro das limitações. Por exemplo, a nossa mochila tem um design tipo “estúpido”. Demorou um ano e tal a criar – ainda por cima não deu para criar em Portugal, faço na Ásia. Imagina.... Fazer uma mochila daquelas, acessível. Foi um processo criativo longo. Por exemplo, a parte debaixo da mochila abre, tipo tampa, para poderes sacudir a areia – foi uma ideia que eu tive, porque sempre que chegava a casa tinha que tirar tudo de dentro da mochila, virar a mochila que é uma seca, porque ficava sempre lá areia. E eu pensei: isso é um problema que uma pessoa tem que resolver, isto é design” (Cardoso, Anexo G, 2017).

## 5: João Nepomuceno

(Artista Plástico)

João Nepomuceno inicia a reflexão sobre o seu processo criativo, dizendo que: “Sempre me considerei, em todas as áreas da minha vida, meio carrascão. Aquela coisa que dá para um efeito, mas que não é muito técnica ou que não entra num nível de exigência muito grande, e o meu processo criativo sempre girou um bocado à volta disso. Já tentei basear-me em ideias, já tentei basear-me em experiências, já tentei basear-me em livros, filosofia, o que quer que seja, mas apercebi-me que a minha forma criativa não consegue ser delineada” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

Afirma a existência de limites no seu processo, afirmando que “fugia do limite. Ou seja, queria a coisa mais natural, absoluta, verdadeira. E olhava para aquilo e via um limite, via uma coisa material. E eu queria uma coisa imaterial através do material. Por um lado, resulta em coisas interessantes, mas acaba por não ser nada em concreto, acaba por não se ter nada para pesquisar. Mas agora apercebi-me de uma coisa mais interessante, que tento fazer nestes últimos trabalhos, que é o estar confortável com os limites e olhar para o limite e em vez de pensar “Isto está-me a aproximar de uma coisa que eu não quero ser” não, olho para aquilo e é “filha da mãe vou-te ultrapassar”. Então agora estou nesta postura, literalmente, filha da mãe vou-te ultrapassar” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

Sobre a necessidade que sente ao criar, afirma que: “Parei quando me surgiu essa pergunta na mente e eu não soube responder. Parei de querer ser artista, de produzir sequer, durante 3 meses para aí. E só quando voltei a pintar é que percebi que tinha estado a olhar para o lado errado durante imenso tempo, ou seja, a pintura tem um carácter utilitário muito forte que eu nunca consegui ver. Por exemplo, os quadros são coisas que me lembram constantemente daquilo que eu pensei, daquilo que eu passei, daquilo que eu queria, daquilo que eu tinha medo. Tudo aquilo constitui o João” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

O artista define arte como “um conjunto de linguagens, sem duvida. Porque, a palavra “saudade” não dá para transmitir nas outras línguas todas, mas, no entanto, é uma coisa que toda a gente sente, portanto se uma pessoa só falar inglês acaba por deixar de lado imensas coisas. Acima de tudo uma

linguagem, para mim, é uma estrutura de pensamento e de comportamento, uma herança cultural muito forte e a arte tem isso, porque é impossível fazer-se uma coisa tão grande como uma língua ou uma arte ou o que quer que seja sem se pensar na herança cultural e tudo isso que está associado, mas a arte é uma coisa da humanidade, ou seja, é uma coisa que é para ser feita para o ser humano” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

Sobre a influencia das condições materiais no seu trabalho, afirmam que “Primeira coisa, as pessoas não pensam em grande. As pessoas olham para uma coisa e ficam: Se calhar não tenho dinheiro, se calhar não tenho currículo, então não posso fazer uma coisa tão grande... então muda isso. Isso é um pensamento retrógrado que te está a diminuir a ti e está a contagiar as pessoas com as quais vais comunicar e estás a comunicar esse medo” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

No processo de materialização de uma ideia, o artista refere que: “Há mais irritação que prazer, não sei porquê. As coisas que durante o processo estão a resultar melhor, são as coisas que acabam por não ficar tão bem. Ou seja, quando eu olho para uma coisa e sinto prazer estético dela, fico conformado com ela, não a quero levar para o próximo nível, do género, já estás bem aqui. Agora se eu olhar para uma coisa e “não, não gosto de ti”, e depois fica pessoal, “não vais ficar assim” e aí tenho a necessidade de desenvolver e desenvolver” (Nepomuceno, Anexo H, 2017).

## **6: João Tito Gouveia**

(Designer Independente | Estudante: Mestrado de Design e Cultura Visual)

João começa por referir as várias fases do seu processo. “um cliente qualquer pede-me um trabalho sobre um assunto específico. O que é que eu faço? Mediante à apresentação daquilo que é o trabalho e o assunto, eu primeiro tento perceber quais são os objetivos do cliente. Qual é a finalidade do trabalho, para também depois conseguir desenvolver da minha parte consoante os objetivos que ele tem delineado para aquilo. Depois o que faço é, começo por estabelecer uma relação entre aquilo que é o tema do trabalho com coisas semelhantes, ou seja, quase que partir o tema em partes, para tentar ver onde é que eu próprio consigo agarrar” (Gouveia, Anexo I, 2017).

Define a necessidade que o leva a ser designer, referindo que: “Não é propriamente uma necessidade, é algo que eu gosto de fazer. Quando fui tirar design nem sabia bem que género de design é que queria seguir. Eu gostava um bocado de tudo e acabei por encontrar uma vertente que me motivava muito mais que as outras todas, mas continuo a gostar de fazer todas as outras. No entanto, é mesmo só por gostar de fazer, porque se fosse por necessidade não seria design que tirava. Por necessidade, eu ia tirar um curso de mecânica e metia-me a trabalhar aí numa oficina que eles podem ganhar até 30€/hora” (Gouveia, Anexo I, 2017).

Numa fase de pesquisa, “quando as paredes estão muito bem definidas, quando o briefing é claro e conciso, eu vou já com uma ideia pré-definida daquilo que estou a pensar fazer ou aquilo que o cliente pretende. Quando o trabalho é mais ambíguo apenas com algumas limitações, aí vou fazer alguma pesquisa, vou ver influências, vou ver trabalhos de outros designers, analiso a concorrência e vejo o que existe ou não existe” (Gouveia, Anexo I, 2017).

João Tito afirma que: “o design não é uma língua, mas sim um conjunto de linguagens. Porque dentro do design existem tantos processos diferentes e tantas maneiras diferentes de se expressarem as coisas, até porque o design não pode ser uma língua... tem que ser, literalmente, um conjunto de linguagens porque aquilo que fazes para o meio ocidental não são de todo as que fazes para o meio oriental. As culturas funcionam de maneira diferente, as pessoas pensam de maneira distinta, como tal, o design não pode ser uma língua, porque não é universal” (Gouveia, Anexo I, 2017).

Referente ao prazer que sente na execução do seu trabalho, refere que: “Às vezes quando te encontras a trabalhar/desenhar algo no ilustrador – um focinho de um cão, por exemplo – estás na parte das orelhas, e de repente estás com aquele *close up* só na orelha, acabas de desenhar e pensas: “Isto está mesmo fixe!” e estavas só a ver a tal orelha. Até parece um icon, caso separasses essa parte do resto do focinho, resultava” (Gouveia, Anexo I, 2017).

Tito afirma que “O processo acaba quando o cliente não tem mais *feedbacks*. A decisão pode ser minha ou do cliente” (Gouveia, Anexo I, 2017).

## **7: Fernando Oliveira**

(Artista)

Oliveira começa o seu processo através da criação de uma forma, “Depois essa forma vai criar outra. Pensa que vai reproduzir um pouco essa forma, mas depois acaba sempre por recriar outras diferentes e isso acontece durante o trabalho. Em princípio pode haver limites, é todo um processo, sendo um pouco difícil de explicar. Um artista está atento, há certas coisas que lhe chamam a atenção. Está atento, não é? Há certas coisas que o prendem, não é? Certas formas” (Oliveira, Anexo J, 2017).

Sobre a necessidade de criar, afirma que: “Essa necessidade é uma coisa que nasce com os artistas. Uma pessoa ou é artista ou não é artista. Ser artista não é nenhum privilégio. Isto exprime-se numa vontade de executar um trabalho, inspirado em qualquer coisa que a gente viu. A técnica já está cá dentro, não é? Eu transmito uma mensagem estética só, não é? Posso eventualmente, de repente, transmitir uma mensagem política, por exemplo, mas não é muito provável. Apesar de já ter transmitido, numa série de obras” (Oliveira, Anexo J, 2017).

O artista faz “pesquisas pontuais, com intenção concreta, mas que surgem instantaneamente, por acaso. Mas sempre no mesmo registo, de procura de formas geométricas” (Oliveira, Anexo J, 2017).

Sobre a dependência das condições materiais o artista explica: “Não só a mim. As condições afectam qualquer pessoa, não é? Se eu tiver a ideia de fazer um quadro com 50 metros de comprimento, fico condicionado porque não tenho atelier. Porque não tenho espaço. No caso de umas placas redondas que fiz para um museu, inicialmente tinha pensado usar em MDF, mas fui aconselhado a fazê-las em madeira, porque tinha outra nobreza” (Oliveira, Anexo J, 2017).

O prazer estético que sente ao trabalhar é referido pelo artista, como uma parte importante do seu trabalho. “Que tipo de prazer? Prazer há só um! Quando estamos a fazer uma obra, estamos como se estivéssemos numa luta com uma outra coisa qualquer, que é o trabalho. Essa luta tem momentos de algum desespero. De repente, a pessoa sente que dominou o trabalho e depois dá prazer, não é? Às vezes não é quando termino. Chega-se a um ponto em

que já se sabe que aquilo está controlado. Mas também acontece às vezes não se conseguir fazer um trabalho, e até destruí-lo, não é?” Sobre o fim do seu processo, Oliveira afirma: “Como é que entendo? Percebo porque sinto, porque acho que acabou. Sei porque sei. Porque considero que está acabado (risos)” (Oliveira, Anexo J, 2017).

## **2.9. Análise e Triangulação de Dados**

Podemos afirmar que a grande maioria dos entrevistados tem conhecimento sobre metodologias e métodos, presentes no processo de design e da arte. Apesar de alguns pontos presentes no processo criativo serem efectuados de forma inconsciente, a colocação das questões, com base no modelo que Cooke (2006) desenvolveu, ajudaram a referenciar as várias fases do processo, permitindo que o inquirido estabelecesse uma relação com as fases do seu processo.

No campo do design, os entrevistados referiram um processo semelhante, que na maioria dos casos se aproximava ao modelo de Cooke (2006). Os entrevistados focaram-se na resolução de um problema identificado numa fase inicial e no processo de procura de uma solução, que resulta numa materialização fruída por um utilizador.

No campo da arte, a reflexão sobre o processo já foi um pouco diferente, e só foi possível pela referência ao método utilizado no processo de design, que guiou os criadores pelas várias fases do seu processo. Apesar da utilização da metodologia de Cooke (2006), os artistas revelaram o seu processo como sendo um fruto dos procedimentos baseados nas suas próprias experiências e necessidades. Se comparamos com o processo de design, constatamos que também revela a importância da experiência e é um processo muito mais pessoal. O facto de o artista estar directamente relacionado com a sua obra, dificulta a partilha sobre o seu processo. Esta partilha aproxima-se a uma confissão, porque a obra está directamente ligada a uma dimensão íntima do artista. Este afastamento de uma dimensão pessoal com o objeto criado só é possível no campo do design.

Em suma, tanto no processo de design, como no processo da arte, os entrevistados mostram uma noção de diretrizes, que revelam organização e preocupação em colmatar uma necessidade, imposta pelo próprio ou por um elemento exterior.

Com o intuito de responder às questões de investigação colocadas no primeiro capítulo desta investigação, podemos afirmar que existem distanciamentos e aproximações entre a arte e o design. A distância entre os dois termos revela uma componente de reflexão no campo de design, inerente ao campo da arte. Toda a liberdade artística associada a um conceito de uma não finalidade, que é inerente à condição artística, afasta a arte do campo do design. Mas também é importante referir que existe nos dois termos, uma preocupação com a técnica e os materiais e com a fruição do objecto de design ou objecto de arte, que os aproxima.

De modo a obter uma melhor percepção da complexidade que envolve a temática da representação sintetizada, é necessário referir que a técnica utilizada neste projecto foi a dos diagramas, que auxiliou na comparação dos dois processos criativos, da arte e do design. Esta técnica, desenhada através das diretrizes de Tufte (2009) e Lima (2011), permitiu a leitura e comparação dos processos criativos estudados ao longo desta investigação.





## Capítulo 3: Projeto

Este projeto pretende, após a revisão da literatura e a análise dos dados das entrevistas realizadas, criar um modelo avaliador dos processos criativos no design e na arte. Deste modo, iremos recorrer aos métodos de representação visual sintetizada, de Tufte, baseado nas obras, *Information is beautiful* (2009), *Information Graphics* (2012) e *Visual Story-Telling* (2011), ao estudo sobre a complexidade visuais e criação de padrões de Manuel Lima (2011), na sua obra *Visual Complexity*, e as noções de *Creative Thinking* de Jan Middendorp (2010).

### **3.1. Cartografar o Processo Criativo na Arte e no Design**

Após a realização das entrevistas, recorreremos ao conceito de “*Mind map*”, trazida por Tony Buzan (2001) como estudo das representações visuais do modo como o cérebro faz a associação de informação.

Procedemos às audições das entrevistas e selecionamos todo conteúdo, que ao ser filtrado numa “*word cloud*”, foram selecionados todos os conceitos relevantes referidos pelo artista entrevistado, referentes ao seu processo artístico. Esta será a primeira solução visual após a gravação da entrevista, que podemos identificar na figura 32.

Este processo consistiu no áudio da gravação da entrevista, que está dividida em quatro partes. Estas quatro partes são referentes às fases do método de Cooke (2006), que foi tido como base no estudo do processo criativo. A cada fase do processo criativo, correspondem uma ou duas questões que foram respondidas pelo artista. Destas respostas às questões efetuadas, foram retirados os conceitos chave que deram corpo à visualização do processo criativo do artista.

A repetição de palavras durante toda a entrevista dá força aos conceitos chave referidos pelo artista, atribuindo assim níveis de importância a estes conceitos. Aos conceitos são atribuídos valores numéricos, dependendo do número de vezes que os mesmos são referidos durante a elaboração das questões.

Também as ligações atribuem forma ao processo criativo. É através da repetição de conceitos durante as várias fases do processo que estas ligações são estabelecidas, reforçando assim a interação entre as várias fases do

processo criativo que atribui à sua representação visual, uma noção de conexão, irregularidade e elasticidade.

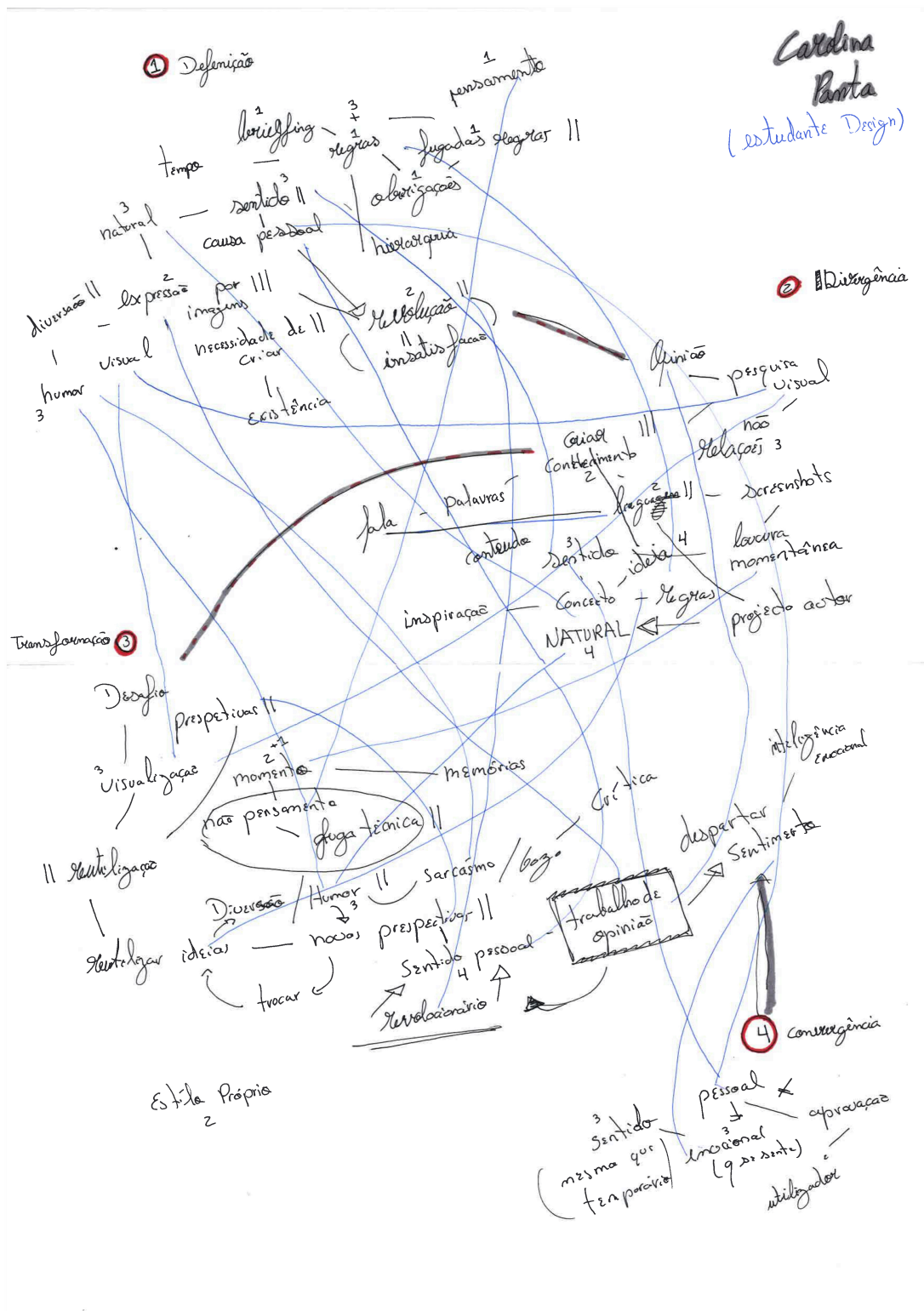


Figura 32 - Representação do Processo de Carolina Panta: *Mind mapping*

Fonte: Imagem de autor (2017)

### 3.2. Representação Gráfica (Linguagem)

Numa fase seguinte, após a audição das gravações e do levantamento dos conceitos principais, é necessário criar um método de representação gráfica do processo criativo. Foi este método, permitiu abordar os conceitos de criatividade e criação, presentes no design e na arte e tem como referência a utilização de diagramas como métodos de representação gráfica de uma estrutura, situação ou processo, identificados pelas autoras Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips (2008).

Para representar estes diagramas, recorreremos ao estudo já efectuado numa fase inicial desta investigação, sobre o autor Edward R. Tufte e ao seu contributo como teórico no estudo do design de informação e construção de diagramas. Também Manuel Lima (2011), na sua obra *Visual Complexity*, aborda a representação visual de informação e a criação de padrões visuais, em forma de digrama, que transmitem toda a complexidade da informação.

O estudo das formas representativas do processo criativo foi também dependente de todo o conteúdo recolhido ao longo das entrevistas. Um processo que foi evoluindo através de regras e grelhas ditadoras uma tendência visual, que só foi concluído no final da análise de todas as entrevistas. Este processo culminou na criação de uma linguagem própria, que tem o intuito de identificar as semelhanças e diferenças entre os vários processos criativos na arte e no design.

Tendo como matriz os limites entre a arte e o design e a metodologia base do processo, esta linguagem consiste numa relação entre a convergência e a divergência, a procura pelos limites e ultrapassar.

Na figura 33 e 34 está representado o início do estudo da forma, que vai servir como base à criação de um método de avaliação do processo criativo.

Com base nas regras sobre o estudo da forma de Tufte (2001), comecei a desenvolver um caminho para a visualização dos dados adquiridos através das entrevistas. Este estudo foi realizado primeiramente por uma abordagem manuscrita, focada no estudo do grafismo e da construção de uma grelha, como podemos identificar na figura 33, e numa fase posterior, já num contexto digital, representado na figura 34, o estudo sobre a criação de vários níveis de leitura presentes num diagrama, através de padrões e ligações entre conceitos.

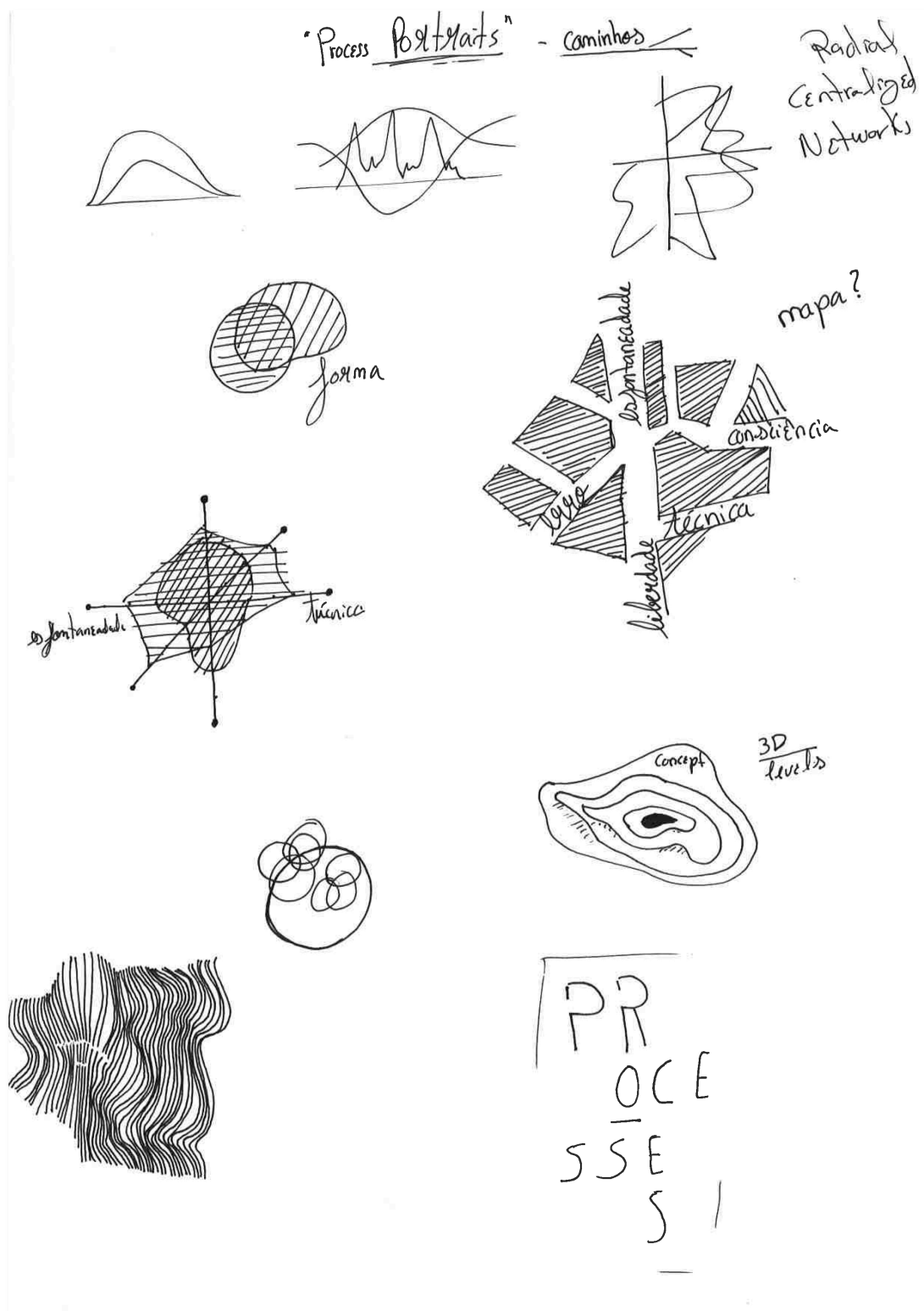


Figura 33 - Sketch manual sobre a forma de um diagrama  
Fonte: Imagem de autor (2017)

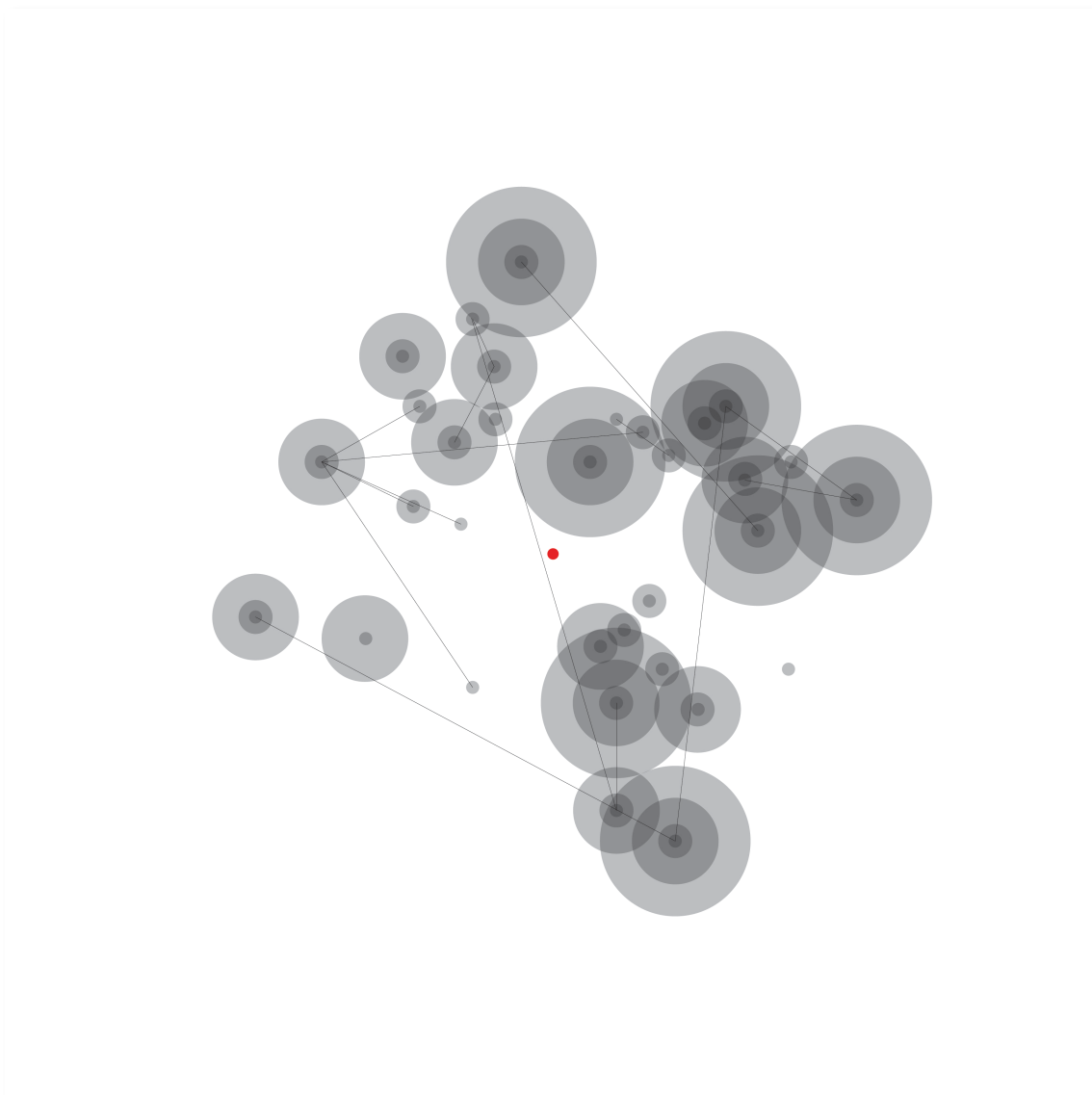


Figura 34 - Sketch digital sobre os níveis de leitura de um diagrama  
Fonte: Imagem de autor (2017)

É necessário mostrar os vários passos na construção desta metodologia, que aborda o processo criativo na arte e no design. Ao efectuar um estudo sob o processo criativo de vários designer e artistas, é importante referir que, como autor desta investigação, também eu estou a fazer uma reflexão constante sobre o meu processo na execução deste método. Para isso é necessário mostrar os vários passos dados durante esta investigação, que é o meu processo criativo, na construção desta metodologia.

### 3.3. Construção do Diagrama (Estrutura e Opções Formais)

Após uma reflexão sobre a representação gráfica, foi necessário dar início à materialização dos resultados das entrevistas. Com base nos processos de representação visual sintetizada de Tufte e baseado nas obras, *Information is beautiful* (2009), *Information Graphics* (2012) e *Visual Story-Telling* (2011), aliada as noções sobre *Creative Thinking* de Jan Middendorp (2010), vamos identificamos os vários passos na construção desta metodologia, que pretende mostrar as relações entre os diferentes processos criativos na arte e no design.

Demos início à representação visual dos processos criativos, com a definição da utilização de um suporte controlado. Neste caso um quadrado de 29,7cm por 29,7cm, para avaliar e mostrar as ligações entre as várias ideias que são referidos durante as entrevistas realizadas aos intervenientes.

A representação visual do processo teve como base uma linguagem geométrica, referida por Tufte (2009), na sua obra *Information is beautiful*. A sua conotação universal e ao facto de esta ter tido um grande destaque no meu próprio processo de aprendizagem enquanto designer, atribuem à linguagem geométrica, um grau de destaque na formulação de uma estética para a representação dos processos. O registo da lógica dos procedimentos é adquirido através da geometria, que funciona como uma matemática do design, atribuindo forma aos conceitos referidos durante o processo criativo.



### 3.3.1. Grelha

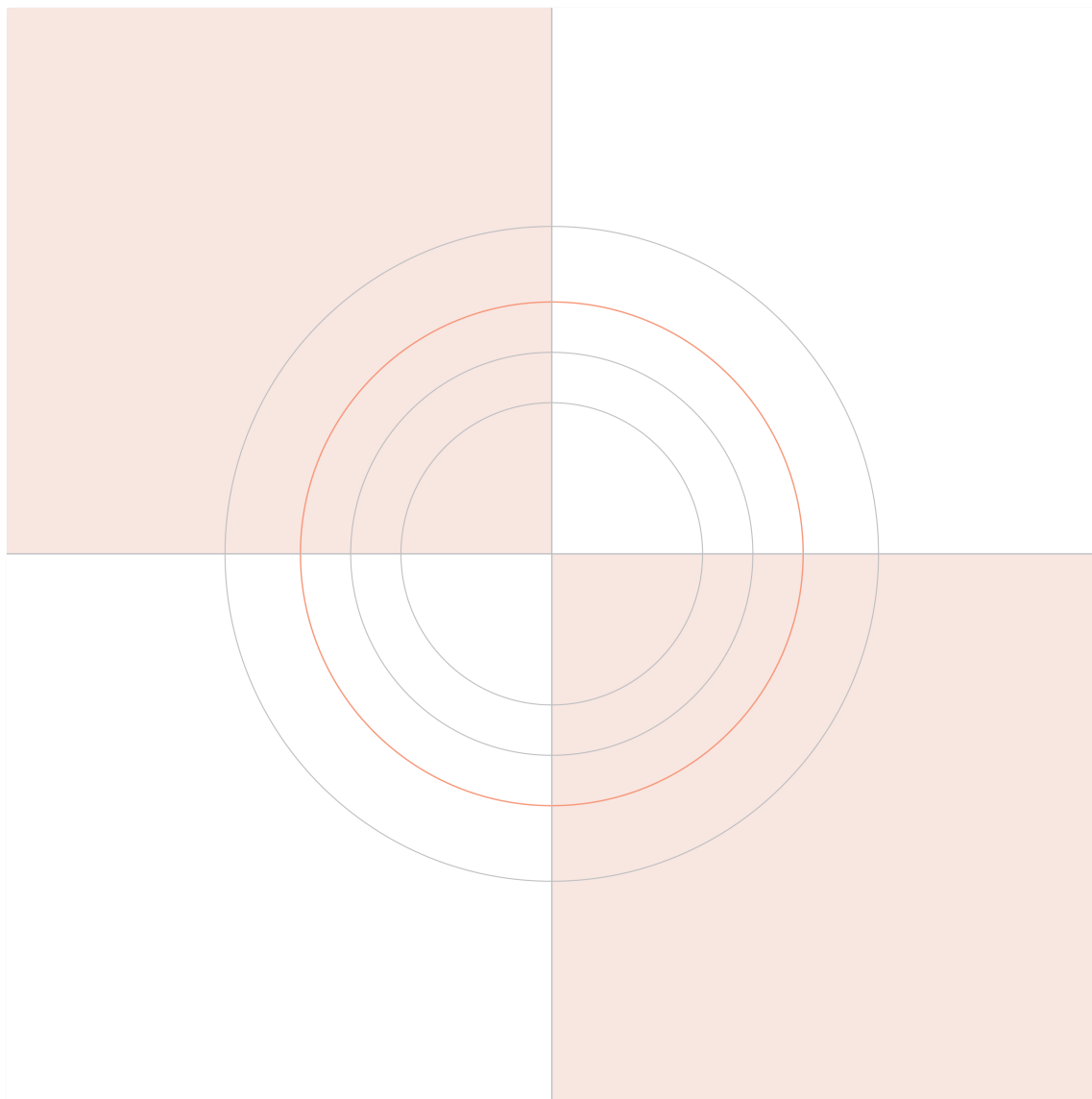


Figura 35 - Estudo sobre a construção da grelha

Fonte: Imagem de autor (2017)

Tendo como base os conceitos definidos por (Tufte, 2009, pp. 155), sobre a criação de uma estrutura generalizada normalmente criada a partir de uma micro-estrutura; e pela irregularidade e complexidade do processo criativo abordada por Manuel Lima (2011), na sua obra *Visual Complexity*, a grelha que deu corpo à representação visual do processo criativo foi constituída por um sistema circular. Representação de uma condição cíclica e não linear, inerente ao processo criativo. Com base na categorização de diagramas efetuada por

Manuel Lima (2011), e no contexto da análise de processos criativos na arte e no design, a construção da grelha que vai dar corpo ao diagrama, insere-se na categoria dos “Scalling Circles”.

Esta grelha circular, que podemos observar na figura 35, é composta por quatro níveis que representam a convergência ou divergência do processo criativo. Estes níveis têm como valor o limite, que existe entre o processo da arte e do design. Este limite é representado pelo 3º nível, que se apresenta com a cor vermelha e é a representação visual da separação entre os dois processos.

O primeiro nível, de raio menor, é, a medida que representa a convergência e, portanto, uma condição inerente de objetividade. Neste nível estão representadas as ideias que definem e objetivam o processo criativo. O último nível, de raio maior, é onde estão representadas as ideias do processo criativo que consistem na divergência, na descoberta e na superação de limites.

A representação circular dos quatro níveis do processo é intersectada por dois eixos, um eixo vertical e um eixo horizontal. A intersecção destes dois eixos com o plano, culmina na representação de 4 quadrantes proporcionais entre si, que podem ser observados na figura 35. Estes quadrantes representam as 4 fases do processo criativo, começando a contagem no canto superior esquerdo e seguindo no sentido dos ponteiros do relógio: o primeiro quadrante representa a fase inicial de definição, o segundo, a fase de divergência, o terceiro, a fase de convergência e o quarto, a fase final de convergência.

### 3.3.2. Ligações

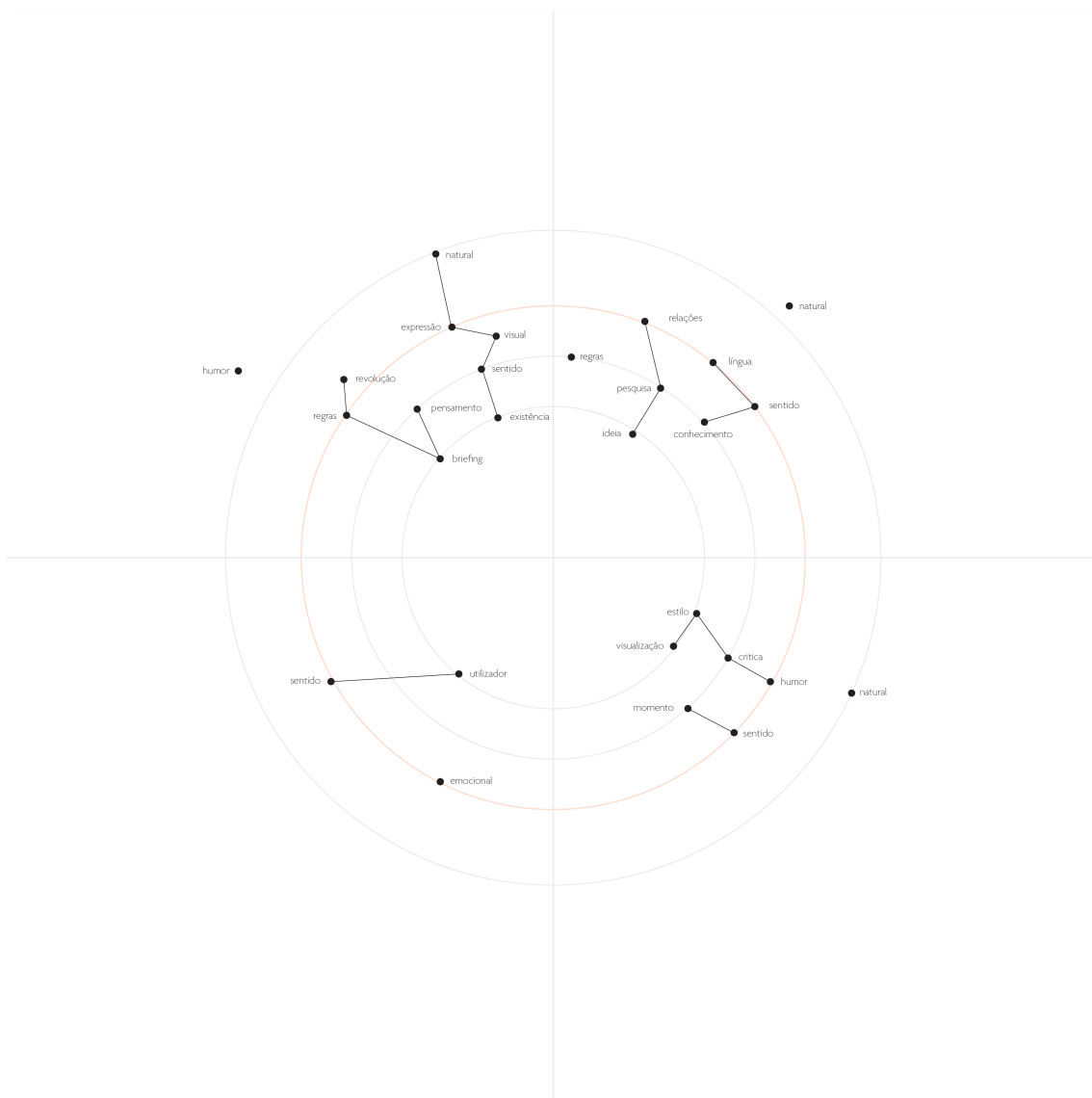


Figura 36 - Estudo sobre as ligações de conceitos no processo criativo

Fonte: Imagem de autor (2017)

Tony Buzan (2001) definiu uma série de leis que podem ser utilizadas na técnica de síntese, referida pelo autor como “Mind Mapping”. Estas técnicas permitem uma visualização mais fácil de um conceito ou processo. Para dar continuidade ao estudo da representação do processo criativo, recorreremos à utilização de ligações, referida pelo autor como ideal para estabelecer relações entre ideias que aparecem em diferentes locais e definir padrão.

Após o áudio das gravações das entrevistas, foram identificadas as ideias chave, que representam o processo criativo dos artistas. Estas ideias interagem entre si através de ligações, representado na figura 36, que ao evoluírem para pequenas ramificações de conceitos, dão corpo aos vários processos e às relações criadas pelo artista no decorrer do seu processo criativo. São estas ligações que delimitam as premissas de um processo criativo. Podemos identifica-las como representantes de um comportamento frequente no processo do artista. As ligações podem ter dois comportamentos possíveis: ou condensam - aproximam-se do centro, à medida que as ideias representadas nas ligações se vão tornando mais objetivos, ou dispersam - quando as ideias representadas ultrapassam um limite, atribuindo ao processo uma nova perspectiva criadora de divergência e de novos caminhos a seguir.

A utilização de palavra na representação de ideias, é essencial para transmitir um nível pessoal aos processos criativos dos vários artistas entrevistados. O uso de ideias transcritas dos testemunhos deixados pelos artistas sobre o seu processo, confere um nível de intimidade e compreensão na leitura do seu processo criativo.

### 3.3.4. Níveis

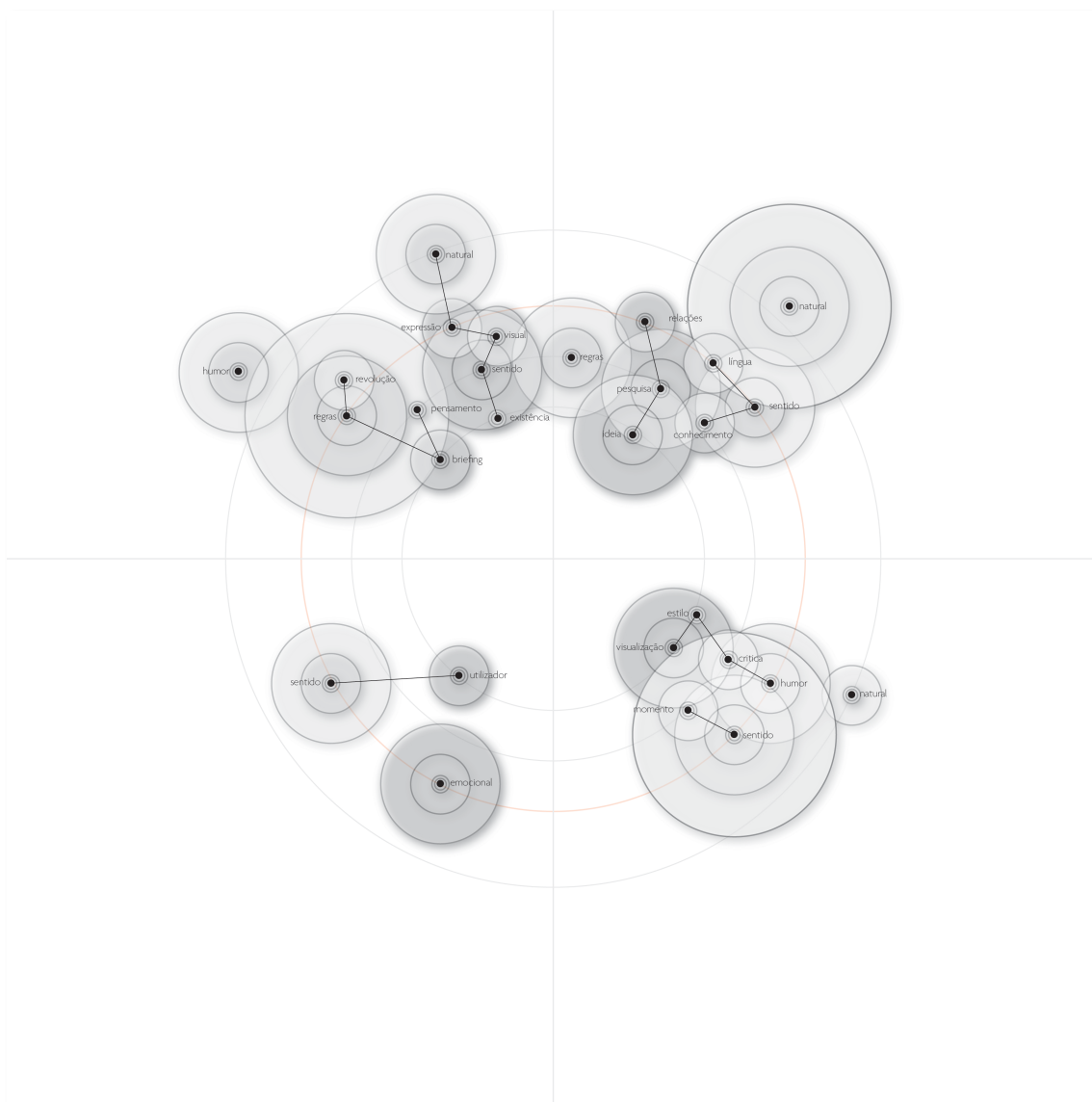


Figura 37 - Estudo sobre as hierarquias dos conceitos

Fonte: Imagem de autor (2017)

Sobre o tema de hierarquia de leitura, Tufte (2001 [2009]) afirma a necessidade da existência de camadas de informação que são lidas pelo observador em tempos distintos. No estudo do modelo representativo do processo criativo, é necessário a utilização de níveis de detalhe, que vão representar a estrutura das ideias retiradas das entrevistas aos artistas.

Às ideias representadas nas várias ligações, são atribuídos novos níveis de leitura, que funcionam como uma nova dimensão. Esta, tem como objetivo facilitar a leitura da complexidade representada num processo criativo.

Com base nas repetições de ideias, retiradas das entrevistas aos artistas, são atribuídos valores, que culminaram na criação de novos níveis de leitura. Estes níveis criam padrões que atribuem valores de importância e novas relações entre as várias ideias. Os valores são atribuídos numa escala de 1 a 4, sendo 4 o número maior de vezes em que uma ideia é repetida e, portanto, o valor com maior importância.

Seguindo uma base geométrica e os valores que esta detém, a representação das repetições, que podemos observar na figura 37, é dada através de uma forma circular, que representa um ciclo. Algo que se repete. Estes círculos têm raios diferentes, consoante a sua importância, concedendo maior destaque às ideias que mais são referidas durante a entrevista e, portanto, com mais importância no processo do artista.

A criação destes níveis de leitura realça a importância que cada ideia tem e faz com que o observado relacione os vários níveis representados, que através da semelhança, criam padrões e desvios, revelando a complexidade do processo criativo.

### 3.3.5. Conexões

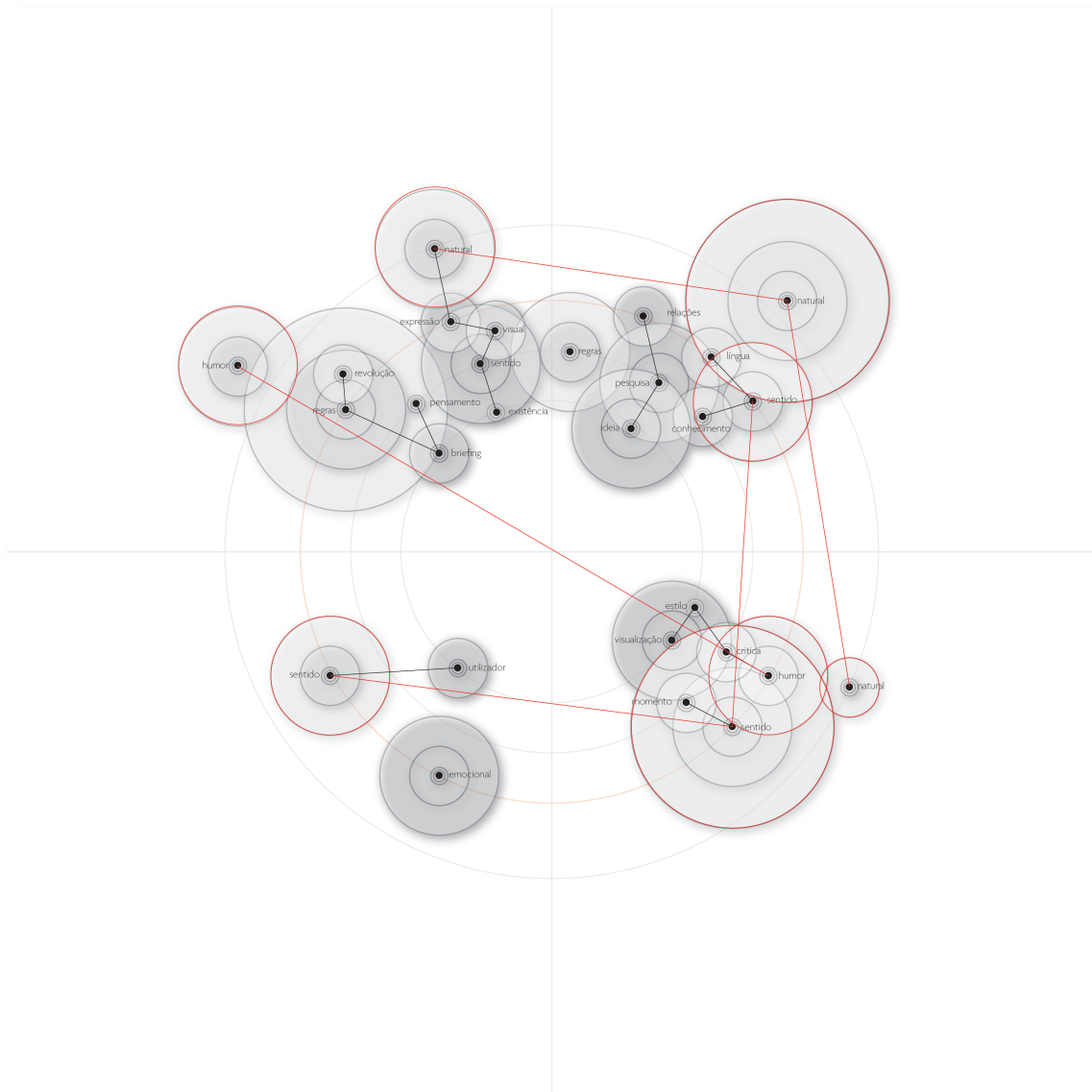


Figura 38 - Estudo sobre as conexões das quatro fases do processo criativo

Fonte: Imagem de autor (2017)

As definições sobre as relações entre as ideias e os seus níveis, revelaram uma nova relação para o estudo do processo criativo. É possível visualizar várias relações entre os quatro quadrantes que limitam as quatro fases do processo criativo. Esta relação existente sobre as quatro fases do processo criativo, num processo único, é comprovada pela repetição de conceitos iguais ao longo das várias fases do processo.

Na figura 38, podemos visualizar as representações efetuadas no estudo da construção do método avaliador de processos criativos. Neste, podemos confirmar que as ideias se repetem entre as várias fases do processo, atribuindo assim conexões entre os quatro quadrantes, referentes às quatro fases do processo criativo. Podemos assim, confirmar o conceito cíclico de um processo criativo, estabelecido pelas várias conexões representadas ao longo do processo. Estes conexões refletem as diversas escolhas tomadas pelo artista ao longo do processo criativo e as sua abordagens e decisões sobre os caminhos a seguir nas várias fases do seu processo. Ao tomar decisões sobre a melhor abordagem a seguir, o artista atribui ao seu processo uma condição não linear, que se manifesta na procura de respostas sobre um problema ou necessidade.



### 3.3.6. Regras Visuais (Morfologia)

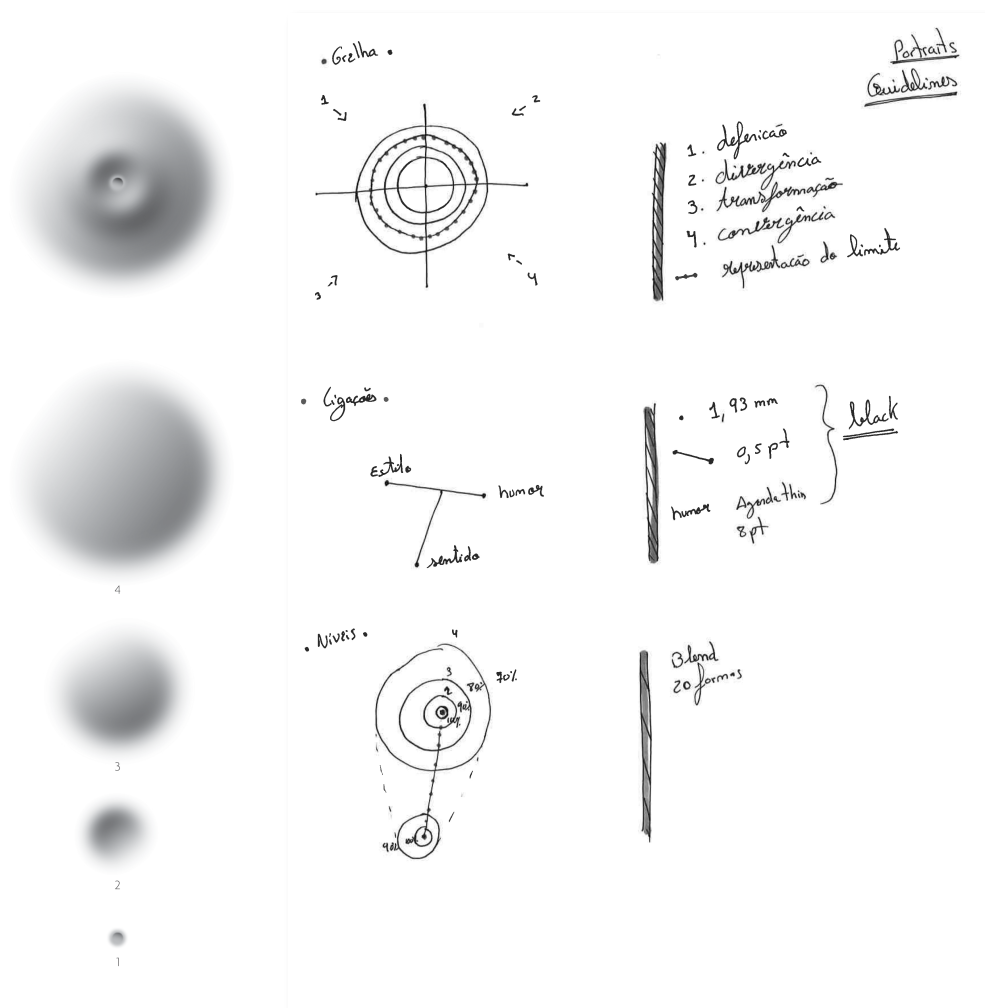


Figura 39 - (à esquerda) Estudos morfológicos do processo criativo  
Fonte: Imagem de autor (2017)

Figura 40 - (à direita) Estudos sobre a construção da estrutura  
Fonte: Imagem de autor (2017)

Após o estudo sobre a construção da estrutura, figura 40, que vai dar corpo à representação visual do processo criativo, passamos à aplicação das teorias revistas numa primeira parte desta investigação, sobre a estética e técnica do design de informação, baseadas as teorias de Tufte (2009).

Após definido o formato adequado da grelha, que deu suporte ao estudo do processo e que foi adaptada ao tipo de informação e mensagem que vai ser transmitida, é necessário definir uma morfologia e linguagem sobre o diagrama.

Para a temática da cor, vamos recorrer ao autor Tufte (2009), para confirmar que a utilização da cor é essencial no entendimento de um diagrama. O autor afirma que o uso de uma escala de cinzas simplifica a visualização. O uso da escala de cinzentos foi essencial para o estudo do processo criativo, visto criar uma maior percepção sobre as várias ideias referidas pelos artistas e exprime clareza em relação aos vários níveis de leitura sobre as várias importâncias dessas ideias. Ao não tomar partido da cor na representação dos diagramas, conseguimos atribuir o destaque necessário às ideias afirmadas pelos vários artistas, atribuindo aos níveis, representado na figura 39, um papel secundário na leitura do diagrama. Os níveis funcionam como uma sobreposição, que revelam as várias importâncias das ideias.

Em relação às formas utilizadas na representação, foi escolhida, com base nos estudos de Tufte (2006) e Manuel Lima (2009), uma representação difusa e com vários níveis de opacidade, de modo a criar novas relações entre as várias ideias, que se misturam através das transparências utilizadas. Um estudo desta representação está na figura 41. Ao tratarmos de um tema como o processo criativo na arte e no design, é necessário transmitir a complexidade presente nestes processos. Essa representação é feita através de uma linguagem tridimensional, que atribui subjectividade aos vários processos estudados, que não podem ser definidos como básicos e lineares. A escolha de uma representação tridimensional e complexa, com base no autor Manuel Lima (2009), foi necessária para transmitir uma narrativa, presente também durante as entrevistas aos artistas. Esta narrativa transmite a verdade do processo criativo do designer e criador em questão e ao observador, através das relações mostradas na representação visual, figura 42.

É importante referir que, segundo Manuel Lima (2009), o futuro da representação de diagramas, exige uma saída da linguagem de gráficos de barras, para exprimir graus de complexidade. No caso do estudo do processo criativo, a representação de complexidade é essencial para uma percepção mais verosímil e plausível dos resultados apresentados. Com base na categorização de diagramas de Manuel Lima (2011), o diagrama, insere-se na categoria dos “Scaling Circles”. (Lima, 2011, p:206)

Abaixo, na figura 42, podemos observar os resultados deste estudo, com base nas teorias de Tufte (2009) e Manuel Lima (2009), sobre a morfologia e

linguagem utilizadas na visualização dos processos criativos na arte e no design.

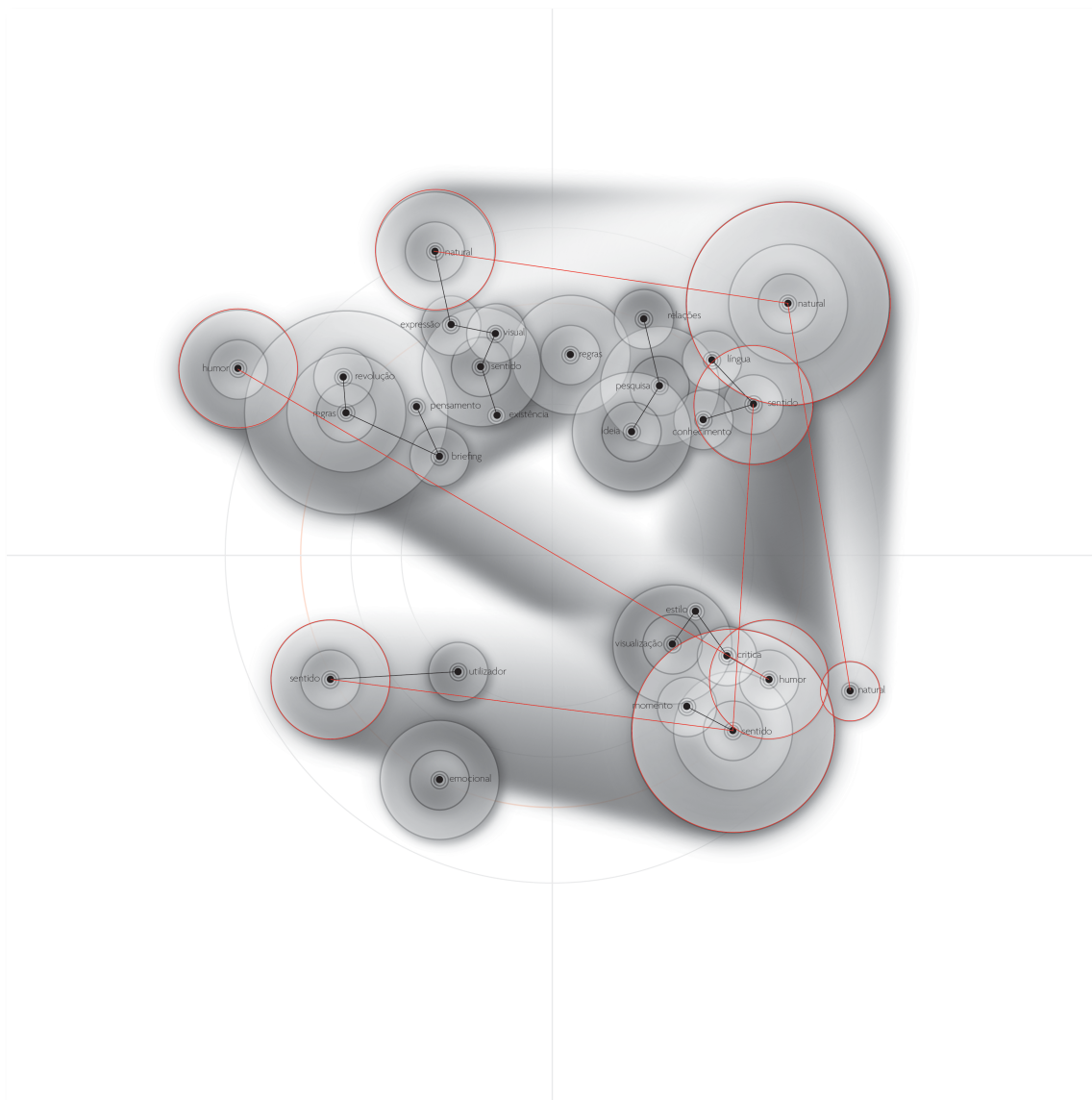


Figura 41 - Estudo sobre a morfologia na representação do processo criativo  
Fonte: Imagem de autor (2017)

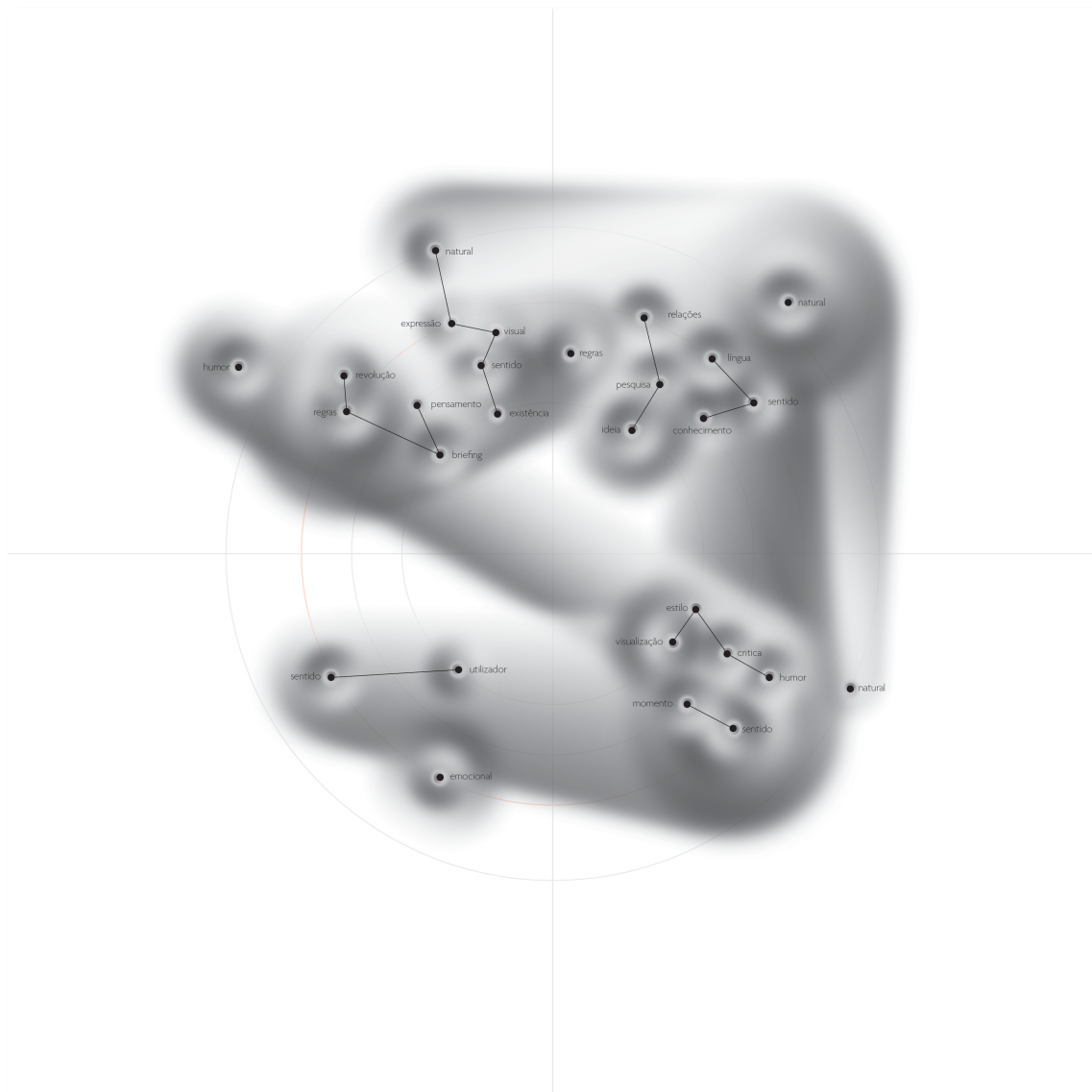


Figura 42 - Estudo da linguagem na representação do processo criativo  
 Fonte: Imagem de autor (2017)

### 3.4. Análise de Resultados



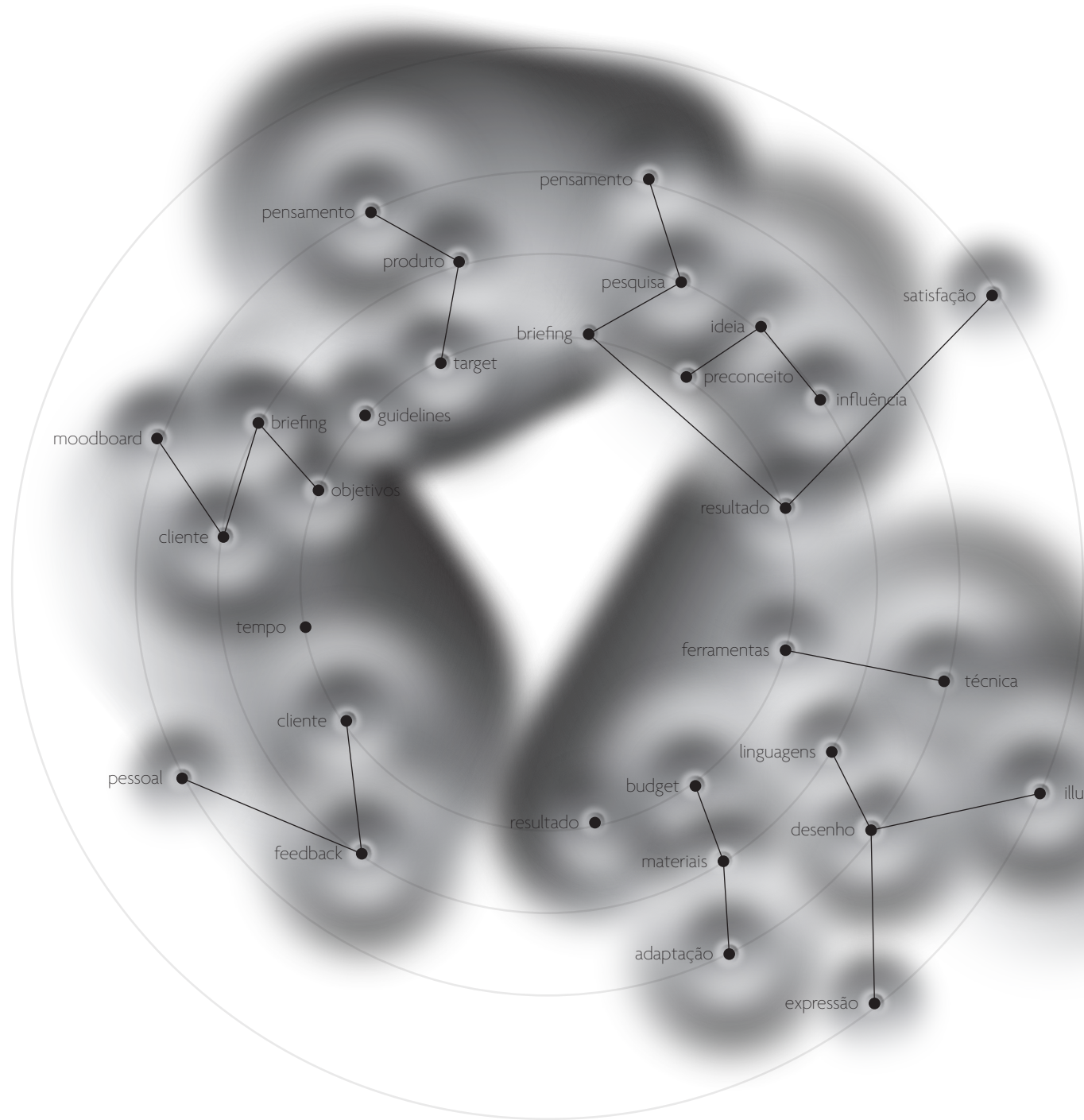


Figura 43 - Processo criativo de João Tito Gouveia  
Fonte: Imagem de autor (2017)







Figura 44 - Processo criativo de Salomé Nascimento  
Fonte: Imagem de autor (2017)

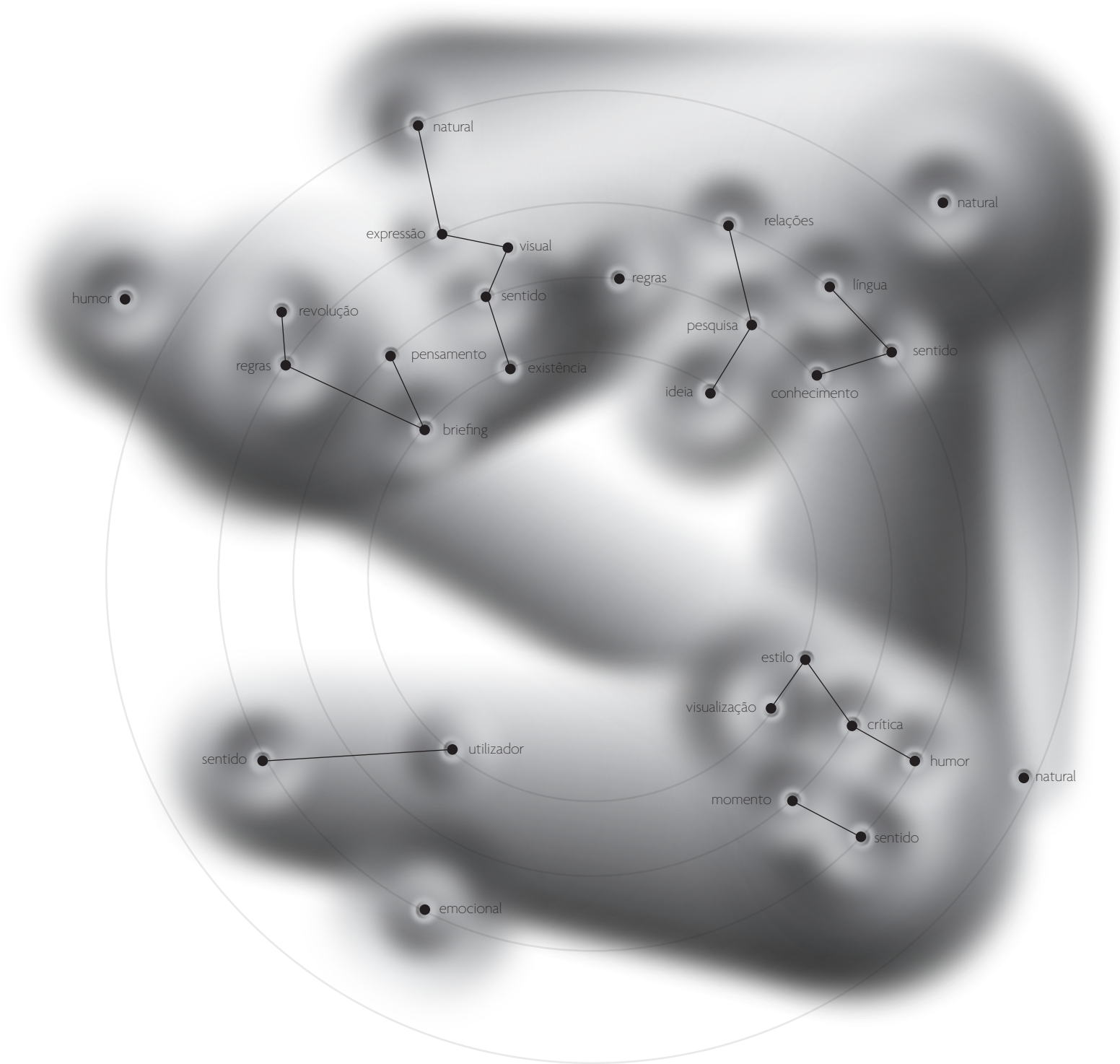


Figura 45 - Processo criativo de Carolina Panta  
Fonte: Imagem de autor (2017)

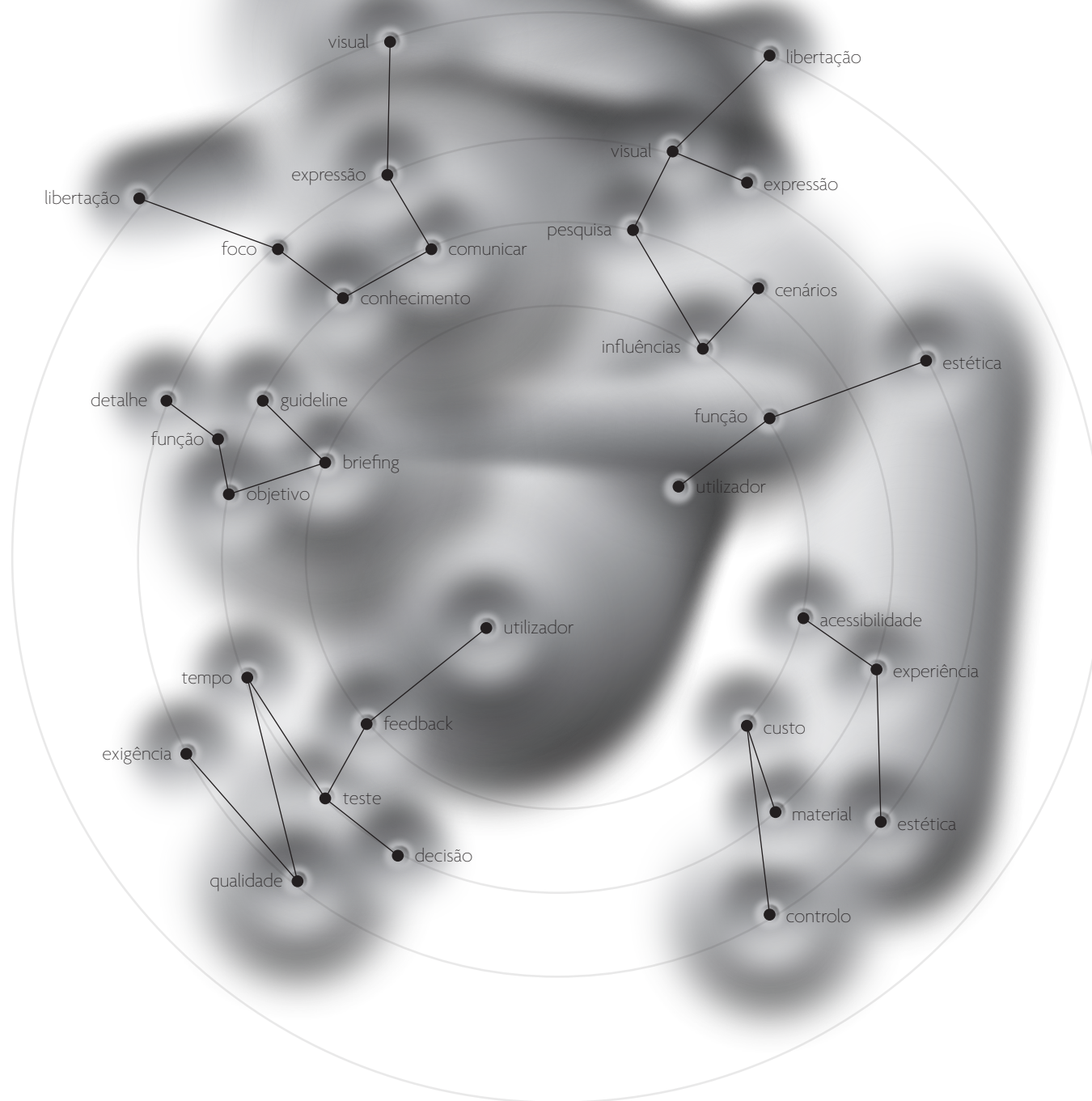


Figura 46 - Processo criativo de Frederico Cardoso  
Fonte: Imagem de autor (2017)



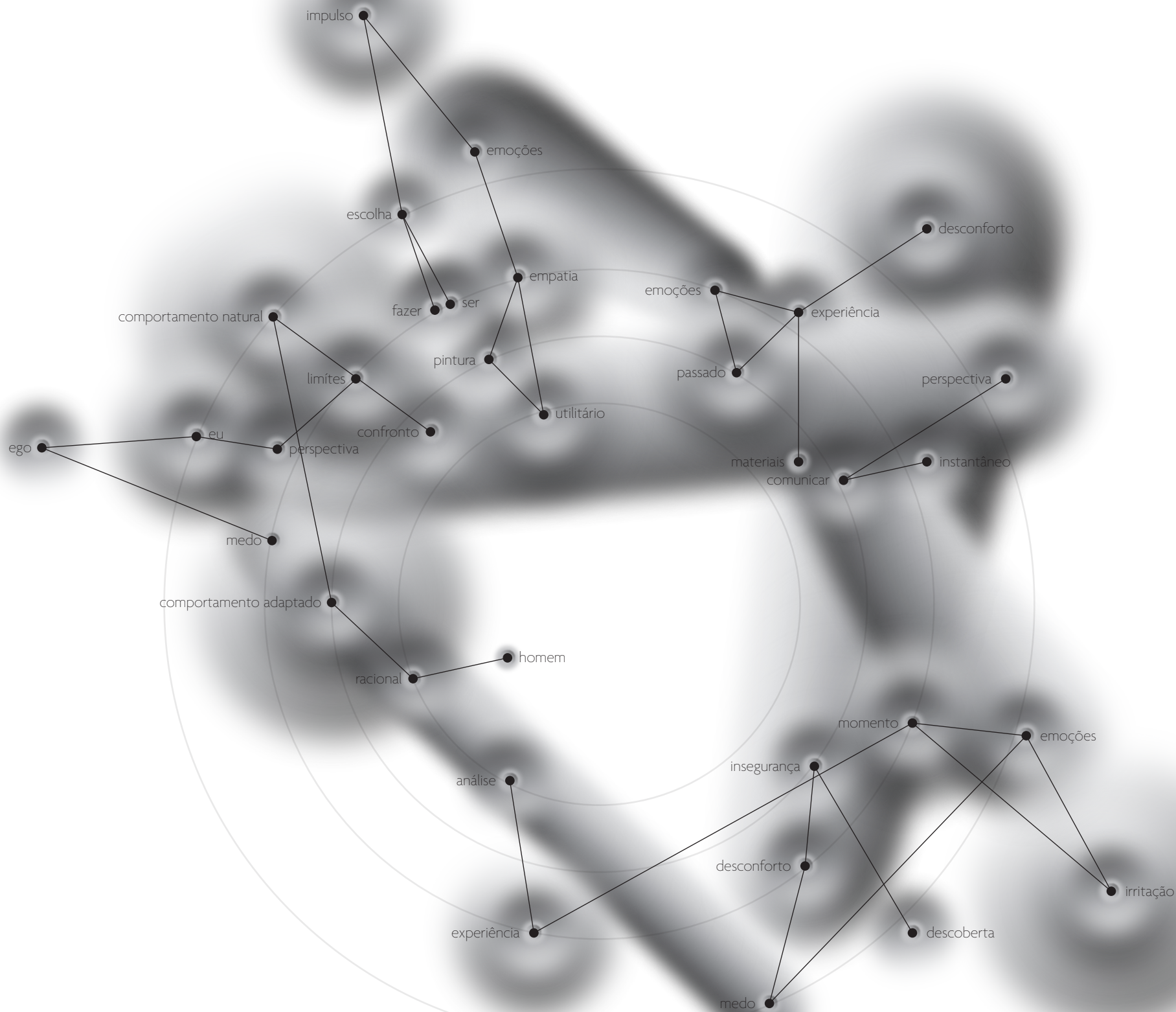


Figura 47 - Processo criativo de João Nepomuceno  
Fonte: Imagem de autor (2017)

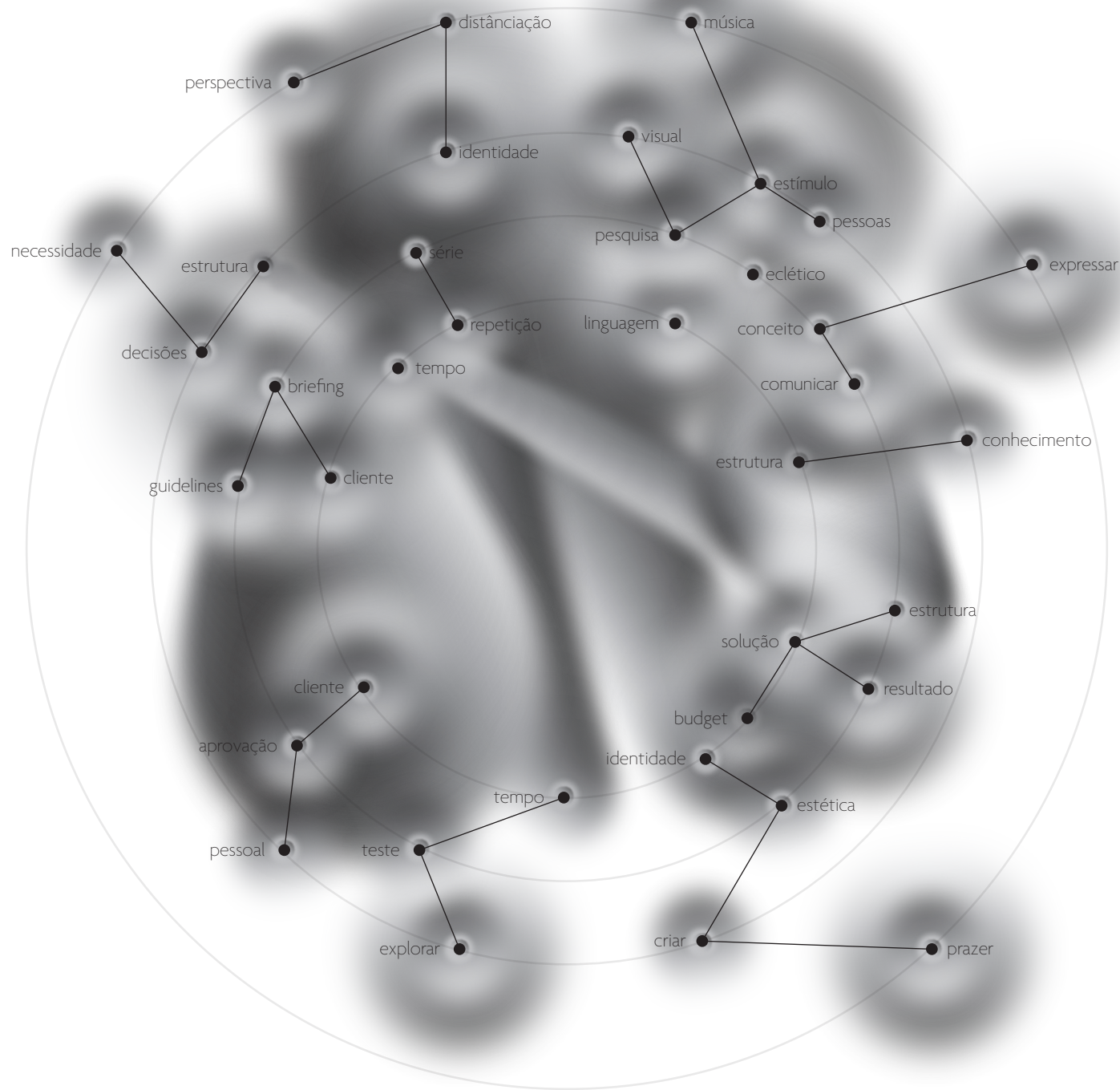




Figura 48 - Processo criativo de Pedro Lourenço  
Fonte: Imagem de autor (2017)

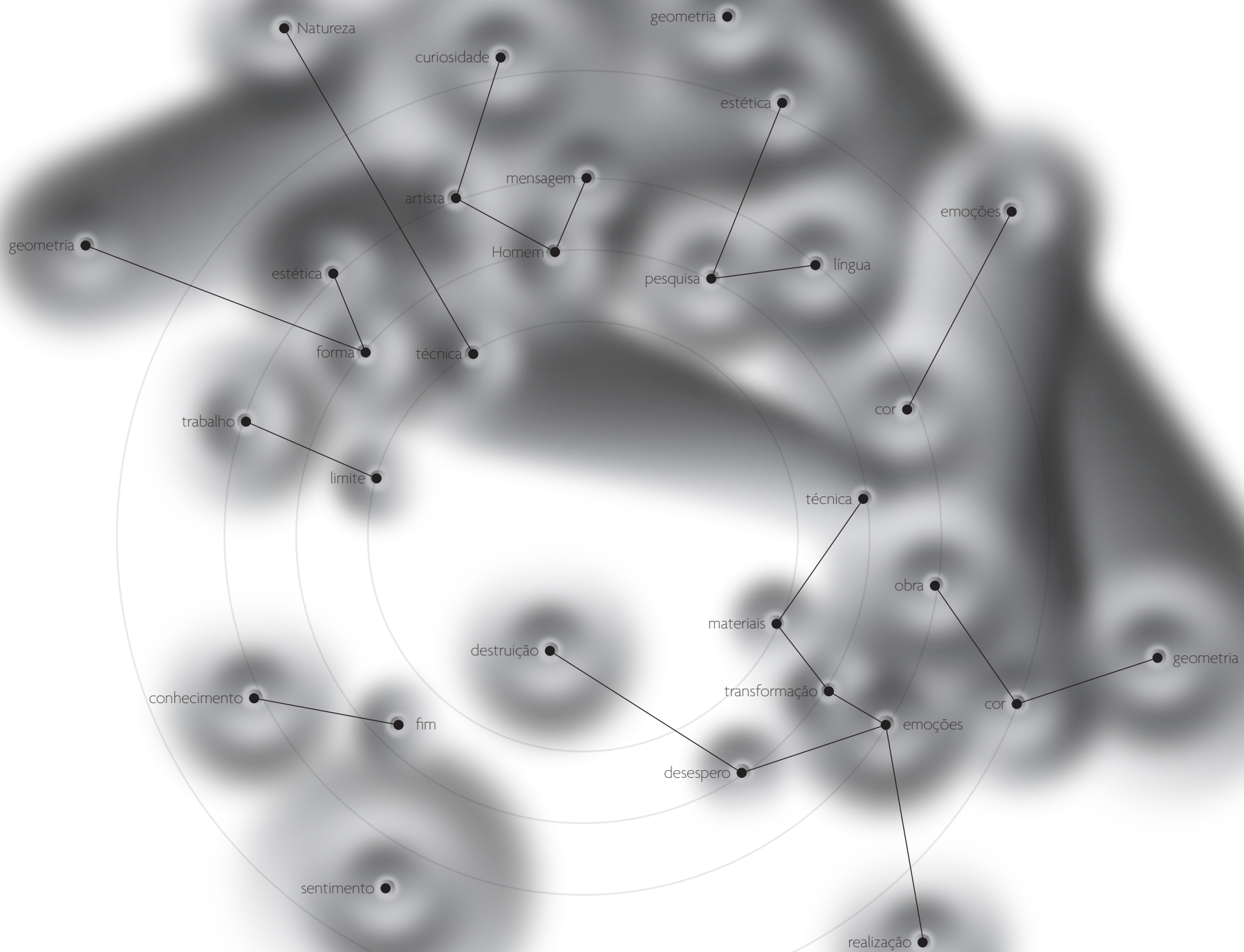
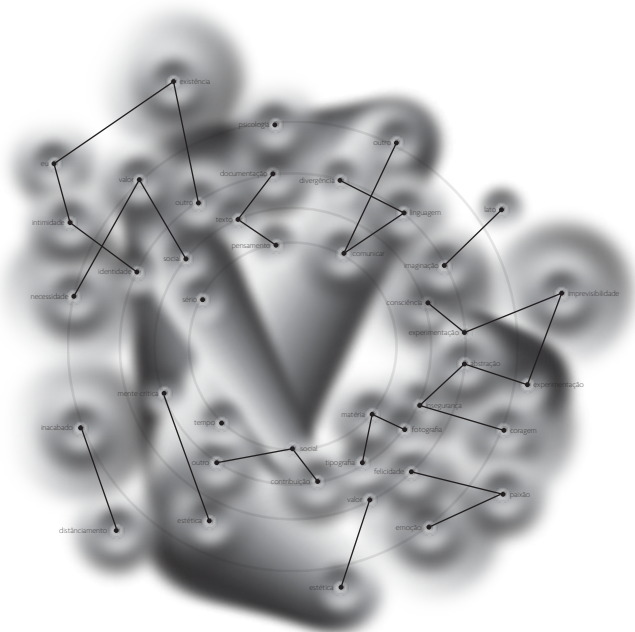
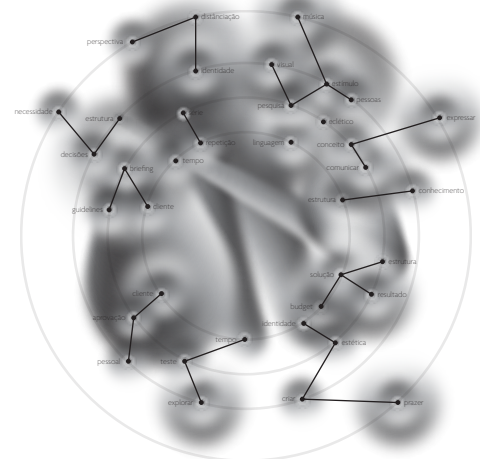
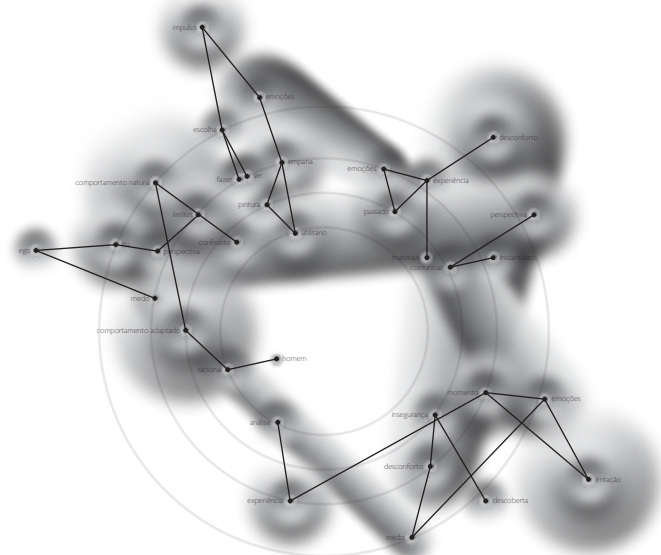
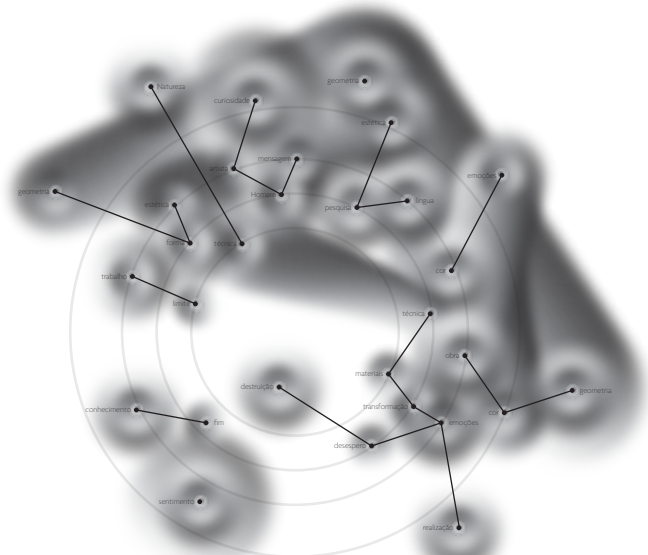
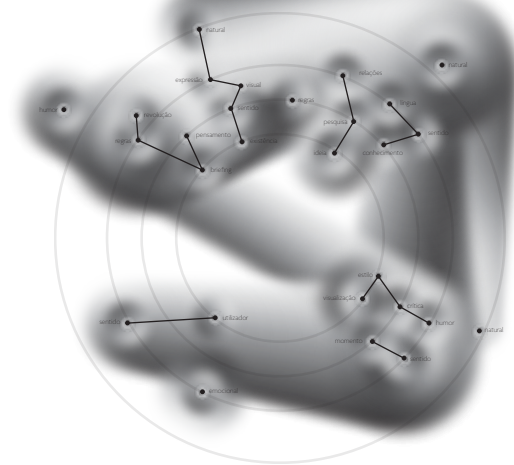
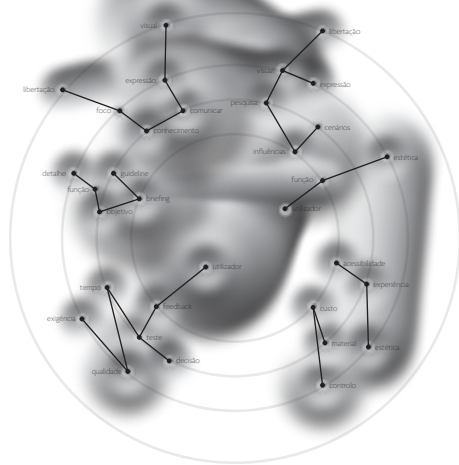
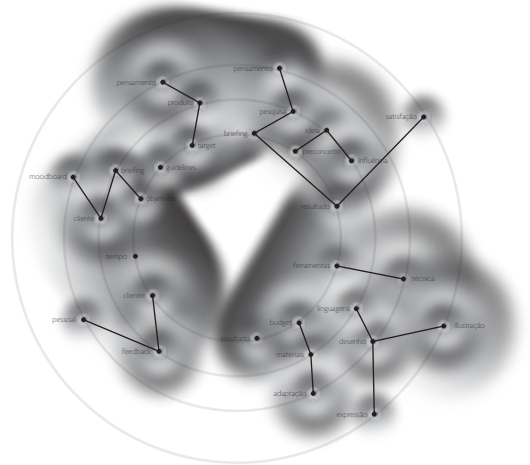


Figura 49 - Processo criativo de Fernando Oliveira  
Fonte: Imagem de autor (2017)



Tito Gouveia | Frederico Cardoso | Carolina Panta  
Fernando Oliveira | João Nepomuceno | Pedro Lourenço  
Salomé Nascimento

Figura 50 - Vários processo criativos  
Fonte: Imagem de autor (2017)

### 3.5. Comparações

Ao longo deste projeto foi efetuada uma leitura teórica sobre o estudo dos diagramas e a representação dos processos criativos na arte e no design. Esta abordagem teórica efetuada num contexto académico, teve como base o estudo de ideias, conceitos e definições, onde existiu a preocupação de um processo diacrónico e sequencial.

Nesta fase final do projeto, iremos abordar a leitura dos resultados e compará-los entre si, através de uma análise interpretativa e no ponto de vista pessoal. Iremos compreender os processos criativos na arte e no design através de um processo visual. Há uma autonomia visual dos diagramas representados na figura x, que os distancia de um contexto teórico, conceptual ou filosófico, referidos ao longo deste projeto.

A representação visual dos diagramas presentes nas figuras 43, 44, 45, 46, 47, 48 e 49, revelam uma quase contaminação do processo criativo da arte e do design. Num contexto imagiológico, podemos aproximar o resultado visual dos diagramas às leituras de resultados dos exames médicos, onde podemos observar as capacidades mentais momentâneas de um paciente que está a realizar um exame de ressonância magnética. Aproxima-se de uma leitura sobre o comportamento cerebral, onde podemos identificar as áreas que estão a ser mais trabalhadas num determinado momento ao desempenharmos uma ação. Da mesma maneira, e utilizando uma linguagem metafórica, as áreas de maior destaque durante todo o processo criativo dos artistas e designers também são visíveis através de manchas, que ao terem papéis e importâncias distintos, são representadas através de níveis circulares.

A representação destes diagramas é feita através de um processo de design, resultante de uma mistura de técnicas formais, mas sempre com a preocupação de dar a possibilidade ao observador de criar as suas próprias relações, finalidades e experiência estética, o que revela uma aproximação ao processo artístico.

A leitura efetuada a estes diagramas, que pretendem relacionar o processo criativo entre a arte e o design, deve ser feita de igual forma à de um objeto artístico. Apesar de estarem expressas noções referentes à construção de uma grelha e às relações entre palavra, forma, escala e cor, que atribuem a



este projeto uma categorização de projeto de design, estão também presentes vários níveis de leitura subjacentes, que devem ser interpretados de forma livre por cada um dos observadores, como se de um objeto de arte se tratasse, como podemos observar na figura 50.

A relação entre a criatividade e a criação, estabelecida e criada pelo observador, é reconhecida na fruição do objeto e na relação estabelecida com a visualidade daquilo que é um diagrama. Portanto, nessa relação há uma proximidade com o processo artístico e, ao mesmo tempo dentro do comportamento daquilo que é um processo.

Através do mesmo método de avaliação e da criação de uma grelha onde vão assentar os processos criativos da arte e do design, podemos observar uma convergência e divergência distinta entre os vários processos.

Num contexto de convergência, associado ao processo de design, podemos observar um grande controlo sobre os objetivos que vão delimitar todo o processo criativo. Também os conceitos presentes no círculo de menor raio, que convergem no centro do diagrama, focam, delimitam e definem o pensamento dos designers e artistas, o que possibilita a criação de objetivos ou a definição de obstáculos ao processo.

Num contexto de divergência, associado a todas as ideias referidas pelos artistas e designers que estão representadas no 3º e 4º nível, ou seja os dois círculos de maior raio, estão representadas as grandes necessidades impulsionadoras do processo criativo. As ideias reproduzidas no processo criativo, que estão mais afastadas do centro do diagrama, representam a estimulação e a superação das limitações definidas no centro do mesmo diagrama. Esta procura de um limite, definida como divergente, funciona como uma força centrífuga que estimula o pensamento e expande as ideias. Estas ideias definem os grandes atributos de cada um dos processos, que ao divergirem de uma ideia centralizada e por isso convencional, atribuem um carácter único e pessoal a cada um dos artistas e designers.

A relação estabelecida entre os dois processos, o da arte e o do design, pode ser reforçada com os resultados visuais destes processos. Que, ao serem fruídos como uma obra de arte, possibilitam uma leitura sem qualquer tipo de definição ou contexto teórico.

## Capítulo 4: Conclusões



Os temas que proporcionaram este projeto-tese mostraram-se como uma vasta fonte de aprendizagem, quer a nível de conhecimento sobre as temáticas da arte, do design e dos processos criativos, como das temáticas de representação visual sintetizada dos diagramas. A análise destes temas possibilitou um enriquecimento intelectual, consolidando conhecimentos já entendidos e adquirindo novos. Após uma vasta pesquisa e desenvolvimento deste projeto é possível afirmar que a análise do estado da arte, complementada com os estudos de casos, viabilizaram conceitos e ferramentas necessários à execução da fase projetual.

Ao analisarmos os distanciamentos e aproximações entre os dois termos, o da arte e o do design, a partir de definições mencionadas pelos autores no Enquadramento Teórico, podemos observar que a distância entre ambas revela que existe no campo do design uma componente de reflexão, que se aproxima do campo artístico.

Consolidando conhecimentos, é possível concluir que toda a liberdade artística associada a um conceito de uma não finalidade, que é inerente à condição artística, diferencia a arte do campo do design. Deste modo, podemos atribuir ao design uma condição de objeto finalizado, que ao ter um dever social, focar-se-á no utilizador e não irá suportar um absoluto, por ser uma representação de associações. Atinge um grau de finalidade inerente ao objeto criado.

Uma vez que consideramos importante a proximidade entre a arte e o design, esta conclusão foi também elaborada sob um ponto de vista da exposição de semelhanças entre os dois temas.

É importante referir que tanto o design como a arte têm uma preocupação com a técnica e o domínio de materiais. Podemos afirmar que durante o processo de conceção de um objeto de design, que será fruído por um utilizador, é possível identificar um processo também ele ilimitado, à semelhança do processo artístico, que se foca na conceção de uma obra de arte.

A passagem entre a criatividade e a criação, está no limite do design, que é o início do processo criativo na arte. O processo criativo do design pode aproximar-se do processo criativo da arte, alcançando um limite ou chegando mesmo a ultrapassá-lo. O processo de design pode entrar no campo da arte,

embora com uma finalidade. Pode também criar um objeto para ser fruído por um espectador.

A semelhança entre estes dois termos pode ser encontrada no processo criativo que os dois partilham e não no limite entre os dois, o qual definimos como finalidade do objeto ou obra de arte.

Dada a aproximação aos conhecimentos de design, a comparação entre os processos criativos na arte e no design foi criada através de um método de design. A partir da representação dos diagramas, que representam os processos criativos na arte e no design, é efetuada uma leitura visual através de um processo pessoal. Ao afastar-se de um processo sequencial e diacrónico é efetuada uma definição que se autonomiza do processo escrito, e permite uma leitura dos processos criativos, sem necessariamente recorrermos às definições efetuadas no capítulo 3 referente ao projeto. A relação entre visualização e o design é quase da mesma ordem que a relação entre o observador/espectador e a obra de arte.

Na representação do processo criativo no design e na arte existe uma relação visual que se pode distanciar do autor e do contexto histórico. O observador tem uma leitura da experiência visual que está a ter. O que acontece no design é que existe essa experiência visual e, em particular, uma compreensão através dessa experiência visual, que é autónoma de qualquer conteúdo teórico ou histórico.

A representação deste modelo identificador do processo criativo tem duas leituras distintas. A primeira leitura é efetuada através deste projeto, um elemento textual que pretende justificar a forma e o conteúdo. Num contexto autónomo, pode também ser feita uma leitura destes diagramas de forma independente, quase como um *readymade*, apresentado por Marcel Duchamp em Priscila e Jorge (2003).

Assim, ao entendermos que o processo de design opera como uma forma de expressão de conhecimento, podemos também afirmar que essa expressão de conhecimento estabelece uma relação de proximidade com o que esperamos de uma representação artística.

Os resultados deste projecto permitem concluir que no universo estudado podemos relacionar os processos criativos entre a arte e o design, de forma a reforçar a aproximação dos princípios da integração das artes no design.



## Referências Bibliográficas

Alencar, S. de & Fleith, D. (2003). Contribuições teóricas recentes sobre o estudo da criatividade. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 19(1). Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v19n1/a02v19n1.pdf> [acedido em 12/01/2017].

Almendra, R. (2010) *Decision Making in the Conceptual Phase of Design Process* (Tese de doutoramento). Lisboa, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Colorado: Westview Press.

Ángeles, J. (1996). *Creatividad publicitaria: concepto, estrategias y valoracion*. Navarra: Eunsa.

Arantes, P., & António, J. L. (2003). As fronteiras entre o design e a arte. In A. Valese, A. Lupinacci, C. Barbosa, C. Abs, G. Campos, M. Prioste, M. Moura, P. Arantes, & J. Antonio (Eds), *Faces do design* (pp. 129-143). São Paulo: Edições Rosari.

Arieti, S. (1976). *Creativity: the magic synthesis*. New York: Basic Books.

Aristóteles (1973). *Poética*. São Paulo: Abril Cultural.

Barbosa, C. A. (2003). Tékne e design: uma relação entre o conceito aristotélico de arte e o conceito contemporâneo de design. In A. Valese, A. Lupinacci, C. Barbosa, C. Abs, G. Campos, M. Prioste, M. Moura, P. Arantes, & J. Antonio (Eds), *Faces do design* (pp. 49-62). São Paulo: Edições Rosari.

Barilli. R. (1989) *Corso di Estetica*. Lisboa: Editorial Estampa

Beaudot, A. (1980). *La creatividad*. Madrid: Narcea.

Bono, E. (2005). *O pensamento lateral: um manual de criatividade*. Cascais: Pergaminho.

Buzan, T. (2001). *Use your Head*. London: BBC World wide Limited.

Cooke, M. (2006). Design methodologies: toward a systematic approach to Design. In A. Bennett (Ed.), *Design studies: theory and research in Graphic Design* (Capítulo 9, pp. 130- 144). New York: Princeton Architectural Press.

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cross, N. (2007) *Designerly Ways of Knowing*, London, Springer-Verlag.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). *Where is the evolving milieu? A response to Gruber*. *Creativity Research Journal*, 1, 60-62.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). Implications of a systems perspective for the study of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 313-335). New York: Cambridge University Press.
- De Masi, D. (2003). *Criatividade e grupos criativos*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Denis, R. C. (1998). *Design, cultura material e fetichismo dos objetos: arco-design, cultura material e visualidade*. Rio de Janeiro: ESDI.
- Eco, U. (1995). *A definição da arte*. Rio de Janeiro: Elfos.
- Formaggio, D. (1985). *Arte*. Lisboa: Presença.
- Gil, J. (2010). *A arte como linguagem: a última lição*. Lisboa: Relógio d'água.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5, 444-454.
- Guilford, J. P. (1977). *La naturaleza de la inteligencia humana*. Buenos Aires: Paidós.
- Kiefer, A. (2015). *A Arte há de sobreviver às suas ruínas*. Porto: Deriva Editores
- Klee, P. (1990). *Diários*. São Paulo: Martins Fontes.
- Lima, M. (2011). *Visual complexity: mapping patterns of information*. New York: Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2011). *Graphic design thinking: beyond brainstorming*. New York: Princeton Architectural Press.

Lupton, E., & Miller, A. (2003). *Design writing research: writings on graphic Design*. London: Phaidon.

Lupton, E. & Phillips, J. C. (2008). *Graphic design: the new basics*. New York: Princeton Architectural Press.

Martínez, C. H. (1999). *Manual de creatividad publicitaria*. Madrid: Editorial Síntesis.

Middendorp, J. (2010). Maps and legends: charting the working processes of early 21st-century designers. *Eye magazine*. Disponível em: <http://www.eyemagazine.com/blog/post/maps-and-legends> [acedido em 23/04/2017]

Munari, B. (1993). *Das coisas nascem coisas*. Lisboa: Edições 70.

Munari, B. (1987). *Fantasia: invenção criatividade e imaginação na comunicação visual*. Lisboa: Edições 70.

Munari, B. (1968). *Design e comunicação visual*. Lisboa: Edições 70.

Ostrower, F. (1977). *Criatividade e processos de criação*. Rio de Janeiro: Vozes.

Noble, I. & Bestley, R. (2005). *Visual research: an introduction to research methodologies in Graphic Design*. Lausanne: Ava publishing.

Picasso, P. (1985). *O pensamento vivo*. São Paulo: Martin Claret.

Ramalho, L. & Rebelo, A. (2010). *The process is the project*. Porto: AGI.

Rosa, M. C. & Arnoldi, C. (2006). *A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para a validação dos resultados*. Belo Horizonte: Autêntica Editora

Salles, C. (1998). *Gesto inacabado: processo de criação artística*. São Paulo: FAPESP, Annablume.

Stimpson, B. (1984) Paul Valéry and Music: A Study of the Techniques of Composition in Valéry's Poetry. Paperback.

Stanislavski, C. (1983). *A construção da personagem*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Sternberg, R. J. (1988). *A three-facet model of creativity*. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity: contemporary psychological perspectives* (pp. 125-147). Cambridge: Cambridge University Press.

Tschimmel, K. (2003). O pensamento criativo em Design: reflexões acerca da formação do designer. In *Use(r) Design: congresso internacional de design*. Lisboa: CPD. Disponível em: [http://www.creamundos.net/primerosartigo%20katja%20o\\_pensamento\\_criativo\\_em\\_design.htm](http://www.creamundos.net/primerosartigo%20katja%20o_pensamento_criativo_em_design.htm) [Acedido em 09.01.2017].

Tufte, E. R. (2006). *Beautiful evidence*. Connecticut: Graphics Press.

Tufte, E. R. (1990). *Envisioning information*. Connecticut: Graphics Press.

Tufte, E. R. (2009). *The visual display of quantitative information*. 2ª ed. Connecticut: Graphics Press LLC.

Tufte, E. R. (1997). *Visual explanations: images and quantities, evidence and narrative*. Connecticut: Graphics Press.

Vilas-Boas, A. (1998). *O que é (e o que nunca foi) design gráfico*. Rio de Janeiro: 2AB.

## **Webgrafia**

Artecapital (2010). Site da Artecapital. Disponível em: <http://www.artecapital.net/recomendacoes.php?ref=332>

Latka, J. (2007). About me. Disponível em: <http://www.joannalatka.com/about-me>



Costa. F. (2012). Disponível em: <https://www.linkedin.com/in/fernando-costa-3659818/?ppe=1>

Panta, C. (2015) Disponível em: <https://tet4tete.wixsite.com/meusite/about>

Nascimento, S. (2016). Bio. Disponível em: <http://www.salomenascimento.com/indexhibit/index.php?/bio/>

Cardoso, F. (2012). Disponível em: <https://www.behance.net/fredesign/resume>

Lourenço. P. (2016). Disponível em: <http://cargocollective.com/pedrofialholourenco/Pedro-Fialho-Lourenco-Work-in-Progress>

Nepomuceno. J. (2016). Disponível em: <https://www.behance.net/JoaoNepomuceno/resume>

Gouveia. J. (2015). About. Disponível em: <http://www.jtitogouveia.com/about>

Oliveira. F. (2017). Disponível em: <http://www.porto.pt/noticias/exposicao-e-livro-fazem-visita-antologica-a-obra-de-fernando-marques-de-oliveira>

Anexos

## **Anexo A**

Entrevista livre à artista Joanna Latka

### **Diogo: Qual é o motivo que te leva a criar?**

Joana: Eu crio porque sinto necessidade, Na ilustração, estou mais ligada à ilustração de autor, normalmente por encomenda, para ilustrar poemas. Normalmente já conhecem o meu estilo e querem algo do meu género, para ilustrar os poemas, dar um um novo contexto às palavras com as minhas imagens.

Comecei a trabalhar muito de uma forma direta, embora muito pensada. Neste último projeto, tive um ano a pensar, em alguns assuntos que me tocavam, como a política, questões do quotidiano. Nós absorvemos como esponjas e tu nunca estás consciente do que estas a absorver e futuramente vais passar para um trabalho.

Tudo começou com um projeto que fiz em 2013, chama-se stop motion, fiz algumas gravuras com várias acções que se ligavam entre si. Cada imagem funcionava individualmente, mas juntas faziam um puzzle, uma linha direta. Para este projeto já tinha umas “bonecadas” pensadas, mas como utilizei as técnicas de chapa e dos negativos, eu não fiz esboços, nem trabalhos... Normalmente os artistas fazem o esboço no papel e depois passam para chapa, através da calcografia. Neste projeto queria uma coisa mais espontânea, aprendi a lidar mais com o erro e com a expressividade que o erro me trazia nos trabalhos em chapa, para também me surpreender, a mim própria. Se não, eu faço aquilo que já sei, as coisas começam a ficar iguais. Quando eu começo a chapa, nunca sei como é que ela vai acabar... Quando pensas de mais, perdes a espontaneidade, a capacidade de expressão artística. A minha técnica é muito expressiva, figurativismo puro e duro, é uma criatividade direta. Penso que informação exagera num trabalho e um excesso, e as vezes acaba por distrair da mensagem principal. Eu trabalhei com crianças e tive crianças na minha exposição... e elas entendem as mensagens todas, sem ler textos e bla bla bla.

**D: Quando fazes o teu trabalho, fazes com um objetivo de o espectador entender essa mensagem?**

J: Sim claro, mas também dou liberdade às pessoas para tirarem as suas especulações. Gosto que as pessoas se identifiquem com o meu trabalho, é para mim, mas ao mesmo tempo para os outros. Gosto de imaginar as coisas que gostava de fazer quando era criança. E gosto de interagir com as pessoas e pica-las nestas vontades que tínhamos quando éramos crianças.

É complicado porque as pessoas nesta rotina, as vezes não pensam bem nas coisas e não têm tempo para as experiências. O meu objetivo é estimular a criatividade delas e abrir um bocadinho as suas perspectivas. E através da estimulação que faço para mim, gosto de acreditar que também o faço para os outros. Gosto muito de trabalhar com público, como na ultima exposição que fiz. Nem foi uma exposição, foi uma instalação...uma ação... como se fazia nos anos 60 e 70, onde começaram a aparecer estas formas de performance... um happening. As pessoas falavam comigo, e eu à mediada que ia ouvindo as histórias e comentários delas, ia desenvolvendo a minha história... transformavam os meus desenhos, tudo isto acontecia no momento. Como artista foi um desafio muito marcante. Porque fazer o trabalho no atelier sozinha, corrigir, entregar e por numa exposição, inauguração e vais embora... e as obras ficam lá mortas, na moldura... eu não gosto muito de culturas e vidros. Gosto de fazer coisas que quase podes tocar, até com as crianças que interagiram com as obras e com a técnica de raspagem que eu estava a fazer...

**D: Começaste a pensar na exposição à um ano atrás, quais foram os passos e motivos que te levaram à ideia?**

J: Ultimamente, comecei-me a sentir obrigada como artista e criadora... neste dia a dia frenético e stressante, com horários e tudo a acontecer ao mesmo tempo e temos tantos problemas como a crise dos refugiados e a política. Senti cada vez mais esta problemática a tocar-me. E gosto de usar esta linguagem ironia para chocar um bocadinho o público e tirar uma opinião deles. Mas não chocar drasticamente, se não o observador sente-se atacado, mas se for uma coisa bonita e interessante e depois de observar começar a perceber...

Desenhei um mar, cheio de afogados, mas em forma de bonecos e as crianças olhavam e diziam “ são lindos fantasmas” e a senhora mais velha não percebeu o que era. É engraçado que as crianças têm menos problemas de ler que os adultos.

Convidaram-me em Março do ano passado para fazer esta exposição e eu já sabia que queria fazer alguma coisa em direto, desenhar no momento... Sempre utilizei a mesma linguagem, a minha linguagem, os assuntos mudam, mas as ilustrações têm sempre a mesma linguagem. Acho que é importante mudar, e digo crescer e desenvolver...

**D: Quais são os teus passos durante o processo de criação?**

J: Ver imagens dos outros, inspirar-me, quando não tenho logo ideia, procuro e começo logo a desenhar. Gosto de procurar imagens de trabalhos antigos, medievais, que não têm correspondência com os tempos atuais, mas a nível de estrutura dos elementos e composição, como pegar assuntos e representar... mas normalmente leio e faço os meus bonecos, começo a desenhá-los, faço 5, 6, 20... e depois escolho que me agrada mais. Mas quando não sei o que fazer, vejo trabalhos dos outros, de criação, que têm muitas abordagens diferentes de que é dito normal.

Os artistas não têm limites. No design tens limites, técnicas e formatos, clientes que se sobrepõem à tua vontade e começam a limitar a criatividade do designer. Na arte não existe isso, lanças um problema e tentas responder e no design tens sempre um propósito e objetivos concretos, com uma função utilitária. Na arte o objetivo final é “alimentar a alma”... Eu senti a necessidade de mudar um bocadinho as coisas para mim, dar a volta... lanço um problema e tento responder com a minha visão e perceber se o espectador consegue perceber.

**D: Como é que ilustravas o teu processo de criação?**

J: Por padrões de repetição. No meu caso é um processo de repetição. Faço um esboço, passo para a chapa. É preciso haver um pensamento criativo. Eu gosto muito de ser espontânea... Quando estou a criar.... normalmente tenho uma ideia e depois construo à volta dessa ideia. É fundamental ter uma ideia base. Tu às vezes crias uma coisa e tu achas que tem uma determinada forma, mas o espectador vê de uma forma diferente... crias uma coisa e depois começam a aparecer outras novas coisas que completam o teu trabalho. Acho que depois é juntares os elementos que resultaram e criares uma composição que te agrade.

Tenho muito como referência o trabalho feito pelas crianças. Na faculdade, quando estava na Polónia, o que estava no pico era a arte conceptual, instalações... Ver exposições e ter de ler 30 páginas sobre o conceito da autora, para conseguires perceber... então ficava aborrecida. Então, um dia fui ver uma exposição de uns miúdos de 5-6 anos e fiquei duas horas lá, a fotografar e ver as composições. Gostei tanto que até fiz um mestrado sobre educação artísticas e sobre o quanto espontâneas são as crianças. Elas, não tem problema com o desenho e com o espaço disponível... não se preocupam com os enquadramentos e formar. Eu gosto de me inspirar no trabalho delas, nos conceitos delas, a pesar de depois passar por um pensamento mais organizado, esta espontaneidade pura é o que me influencia. Inspiração nas composições das crianças e na maneira como elas não pensam e desenham. Às vezes os artistas chegam ao ponto de pensarem tanto sobre o que estão a desenhar que acabam por fazê-lo sem prazer e espontaneidade... eles pensam.

Depois tens outro tipo de arte que me influencia bastante, a arte bruta, que esta relacionada com as pessoas que têm problemas mentais. Pessoas com esquizofrenia, tem a parte criativa desenvolvida como uma criança de 5 anos, pensam da mesma maneira que elas. Não vamos concluir que são idiotas, elas pensam e depois desenham como as crianças de 5 anos. Pegam na caneca e é uma coisa espontânea, é uma arte muito expressiva. É uma ligação, percebes? Não têm a parte criativa castrada. As pessoas sentem-se frustradas, estão constantemente à procura do sentimento de pertença, sentem-se incluídos num grupo, num padrão, e vivem para isso... Eu procuro fluidez no meu trabalho... Algo que seja natural.

**D: Achas que ao emoldurares o teu trabalho, há um corte nesse processo natural?**

J: Eu gosto que as pessoas levem as molduras para casa, para por nos seus espaços! Mas em relação à exposição, tenho procurado soluções diferentes, maneiras diferentes de expor o meu trabalho, fora do normal. Quando entras num espaço de exposição e está tudo muito branquinha e muito pipí, é uma coisa muito impessoal, que passa logo para um plano institucional. Faz sentido num ambiente familiar, a moldura, porque já não tens este contexto frio e

institucional, as paredes brancas... Isto começou me cada vez mais a incomodar. Se compras e levas para casa e depois emolduras, não me faz confusão, porque é o teu espaço e tens as tuas coisas, é no ambiente caseiro, é uma cosia natural. Já numa exposição incomoda, parece forçado . O meu trabalho é muito intuitivo e pessoal e não gosto de criar estas barreiras impessoais quando o exponho.

Não preciso de me preocupar com nada, na arte tudo é possível. Na Polónia, nós dividimos isto entre arte e design utilitário, com um propósito superior.

## **Anexo B**

Entrevista livre ao designer Fernando Costa, diretor criativo da *Ogilvy One*.

### **Diogo: O que entende por processo criativo?**

Fernando: Criar é fazer. Executar, fazer um filme, criar um logotipo, acompanhar um processo para essa realização, respeitando as existentes maneiras de criar, regras existentes aos poucos ou algo que surge, na criação. O importante é um objetivo a cumprir para poder realizar e atingir esse objetivo. Na ausência de regras intitulamos um criar de criação, quando existem regras passa a ser um criar de criatividade, existindo sempre um objetivo e um propósito e claro a existência de regras limitadas.

Ser criativo é prestar um serviço e cumprir algo, criação é algo diferente; vai depender da informação que temos.

### **D: Existem limites no seu processo?**

F: Podemos dizer que a criação surge de algo que não existe, realizar algo de novo é criar, fugir ao estipulado, cumprindo sempre algumas regras.

### **D: Desde o briefing até a apresentação da ideia ao cliente, o que está implicado?**

F: Formula que implica trabalho, identificar o caminho a percorrer até chegar à ideia; receber um briefing, tentar associar a coisas que podemos resolver, desde o encontrar respostas para a resolução de problemas vais depender principalmente da vivência da situação, alguma experiência, a ausência dessa

vivência ou experiência pode implicar nas possíveis decisões, os objetivos atingidos dependerão sempre da nossa experiência e vivência, qualquer pesquisa realizável dependerá da vivência, a criação de algo é possível com os dados existentes na minha cabeça, também importante é a maneira que utilizo para transmitir ao cliente a nossa perspectiva para uma melhor percepção do cliente. Ao apresentar um trabalho devo saber que tipo de perguntas vou fazer sobre o mesmo o que vai implicar o melhor percurso na recolha de informação de elementos, definição do problema é importante para poder resolver uma situação.

A vivência pode ter duas vertentes, algo que para mim possa não ser o ideal, mas a experiência diz-nos que se vende, em todos estes processos existe sem uma rotina algo que vamos adquirindo ao longo dos tempos, o importante é fazer uma avaliação de todos os ângulos possíveis, não contar só com aquilo que pensamos, tentar sair da zona de confronto.

**D: Como funciona a sua fase de pesquisa?**

F: Criar as ideias, em cada pesquisa tentar perceber a inconsciente da mesma; se a pesquisa for fazer um filme de memórias antigas, tento reconstruir o que tenho em memória visual, logo foi algo que fiz sem utilizar qualquer tipo de pesquisa, recorri à memória ou a algo que associamos diariamente, Importante também perceber o que envolve a ideia, recorrer ao processo criativo; qual a melhor foto a utilizar, o porque do conceito, etc...

Método de trabalho a utilizar; criar conceito; trabalhar a ideia e finalmente executá-la, na hierarquia da empresa a escolha passa pelo diretor e gestor ou supervisor da mesma.

**D: Como escolher a melhor ideia?**

F: A existência de regras na escolha é fundamental, algumas ideias acabam logo por morrer ali, existirão outras que nos permitem alongar o processo permitindo gerar outras ideias, são as melhores pois permite-nos acrescentar algo, leva-nos mais longe na escolha.

**D: Depois da ideia trabalha e decidida o que fazer?**



F: Materializar a ideia para uma prova real do cliente e a respetiva aprovação, claro que até aqui foram seguidos padrões próprios. O método de envio da ideia ao cliente poderá ser “*concept*”, pelo facto de existirem duas ideias escolhidas, como o tempo é escasso não foram materializadas e numa segunda hipótese o facto de existir só uma ideia terá de fazer a escolha se gosta ou não, o cliente traçou um conceito, logo a criação deve seguir esse parâmetro, o facto de quem cria estar dentro das normas exigidas estamos em fase final de execução e não de testes.

Sempre que se passa um briefing existe de imediato uma introdução, quem estiver com o projeto deve estar informado de projetos anteriores já realizados, para que não falhe.

## **Anexo C**

Entrevista livre à estudante do mestrado em design e cultura visual, Carolina Panta.

### **Diogo: Como é que processas um briefing? Quando é que começa o teu processo?**

Carolina: No ano passado tive um projeto para a cadeira de Design visual, que se chamava “Corpos Falantes”, consistia na representação e no pensamento que temos sobre o corpo. O meu primeiro instinto foi ir para o metro, com a cara pintada de amarelo. Queria perceber a reação das pessoas. Porque, quando me dão um briefing, eu nunca penso numa solução para o *briefing*. Penso na primeira coisa que me vem à cabeça e depois trabalho a ideia. Isto não foi o que eu fiz.

### **D: Qual é a razão para esse encadeamento de pensamentos?**

C: Eu já pensei que houvesse algum tipo de revolta, mas essa fase já passou. Eu funciono desta maneira... este trabalho era livre, eu podia fazer o que quisesse a partir do tema, mas quando há muitas regras num trabalho, eu bloqueio e tenho de fingir que não existem essas regras para conseguir avançar. Não consigo que me coloquem regras, para mim é muito difícil quebra-las, porque sei que elas estão lá, não me consigo abstrair disso. Eu

cumpro as regras todas que me ensinam, fui educada desta maneira e não consigo deixar de as cumprir. E quando um trabalho tem essas regras todas, para mim, perde todo o interesse. Eu para conseguir criar alguma coisa nova, tenho de fazer um processo de retroceder e imaginar que não existem regras e só depois é que as consigo introduzir. Começo num estado puro. Aproximo-me muito da ideia que para criar alguma coisa, sendo designer, tenho de ser fiel a mim mesma e identificar-me com o que estou a trabalhar, tem de me dizer alguma coisa para fazer sentido.

Para mim as regras são essas, que se introduzem num conceito de sociedade. Passar a passeadeira, as regras de trânsito, que toda a gente tem. Eu não posso ter regras para ser quem sou, eu tenho de impor as minhas próprias regras. A frase, tens de saber as regras para as quebrares, não faz parte dos meus princípios, porque se eu sei as regras não as vou desafiar.

Normalmente para fugir as regras, recorro ao humor e gozo com aquilo que me estão a pedir, e isso revela um pouco a minha parte cínica, mas que eu gosto.

Num contexto de pesquisa, vou ver imagens e coisas para me influenciar. Mas ao mesmo tempo também o posso fazer numa memória que tenho, de quando tinha 8 anos e me faz lembrar aquilo. Ou num pensamento que tive. Não é algo linear. É muito fluido e complexo para explicar. Muito espontâneo. Eu quero olhar para um trabalho meu e rever-me nele, saber que fui eu que o criei e que é parte de mim.

**D: Qual é o próximo passo, depois de filtrares o que para ti é o significado dessa mensagem?**

C: Primeiro vou no autocarro a pensar. Ligo à minha mãe e desabafo com ela sobre o que tenho de fazer. E penso imenso sobre isso... Normalmente tenho sempre quatro coisas na cabeça sobre o que quero fazer, por exemplo nesse trabalho da dança, comecei com essa ideia de pintar a cara, depois pensei em fazer um vídeo a rapar o cabelo. Tive quatro ideias que não tinham nada a haver umas com as outras. Mas acabei por danças, que era o que realmente me iria desafiar. Porque tinha de perceber exatamente o que achava do corpo. Comecei por pensar... Será que eu tenho um corpo? Ou que sou um corpo? Uma questão filosófica que me acabou por fazer escolher a dança. Naquela altura, era o que fazia sentido para mim, se calhar hoje o resultado seria

diferente. Eu tento compreender tudo o que está à minha volta, até sobre o facto do porquê de a Mariana ter trazido uma camisola de veludo e umas calças às riscas... desde estas coisas simples às mais complexas. Tento compreender e por esse tipo de pensamento em tudo o que eu faço. Porque é que eu reajo da maneira que reajo. Será que eu sou assim... Para mim o meu trabalho não se separa do que eu sou. Tenho de perceber mesmo o que é que eu acho sobre aquilo, o que é que eu estou a sentir. Compreender tudo e depois fazer uma análise desses resultados.

**D: Como é que funciona a parte de materialização desses resultados?**

C: É a parte em que me divirto. Já tenho como justificar o meu trabalho e já consigo explorar a minha liberdade. Depois já não perco muito tempo a pensar nas coisas, é um processo muito instintivo e deixo fluir. No projeto da dança. Quero ir para aquele sitio, vou-me vesti assim e quero pintar o braço. Lembro-me dos detalhes que quero fazer e depois deixo fluir e faço as coisas. É tudo completamente puro, eu não penso, isto vai ter de ficar exatamente assim. Eu experimento. Defino-me como uma pessoa experimental. eu não quero saber como é que se fazem as coisas em photoshop, risografia ou serigrafia. Eu quero é experimentar e fugir do comum. É no erro que está a piada de tudo. Ter as bases ajuda-te a perceber as coisas, mas eu não me preocupo assim tanto com essas regras e limitações, eu não quero isso. Eu não tenho base em dança clássica, mas fui dançar para o meu trabalho. Eu gosto da ingenuidade das coisas.

Outra coisa importante para mim é o autoconhecimento. Houve um trauma que eu tinha, desde os meus 15 anos, que só consegui a resolver a trabalhar. Algo catártico. Eu estava a pensar naquilo e a chorar, porque me estava a libertar daquilo. É uma coisa que me faz bem, ajuda-me a perceber-me melhor.

**D: Esta necessidade de uma análise semiótica representa uma grande parte do teu trabalho?**

C: Neste projeto que agora estou a desenvolver o SKday, tenho imensa regras e estou um bocadinho perdida no que vou fazer. No entanto faço, experimento e tenho de pensar sobre o significado do evento e o que me diz. É um evento sobre surf, skate e bmx. Então decidi saber mais sobre esta cultura. Ouvir punk

rock e a ver videos sobre estas modalidades. Porque eu tenho necessidade de perceber esta cultura e de criar uma opinião. Não vou fazer um trabalho sem me identificar ou sequer perceber. Tenho de ter uma opinião. Se for para trabalhar numa coisa que não me identifico, prefiro ir para um café, se for para ganhar dinheiro. Não vou fazer logotipos, não é isso que eu quero para a minha vida. Vou viver em constante frustração. Eu sei que sou criticada por isso, mas eu não consigo mesmo, prefiro fazer outra coisa. O meu processo pessoal e de crescimento, vai muito de encontro ao meu processo criativo. Não fui educada para outra coisa, se não para amar e ser feliz. Eu tenho uma educação muito hippie e livre, eu vou ser quem eu quero ser. Também vem muito de mim, o meu irmão é uma pessoa completamente diferente. Trabalho para a minha felicidade.

## **Anexo D**

Entrevista semi-estruturada, realizada à estudante, do mestrado em design e cultura visual, Carolina Panta.

### **Diogo: Em que fase do processo é que se impõem os limites / são definidos os limites?**

Carolina: Eu acho que, normalmente, o meu limite é o tempo. Para mim será sempre o tempo. Porque imagine se me disserem que tenho uma semana ou se me disserem que tenho um mês.. isto se me derem um briefing, porque se eu fizer uma cena minha, normalmente faço no próprio dia. Se eu quiser expressar alguma coisa minha, enquanto artista, eu penso e tenho de fazer nesse dia. Ou no máximo, dependendo do que eu fizer, porque se se tratar de uma banda desenhada, por exemplo, posso ir fazendo, quando tiver tempo livre. Se fizer uma “cena minha”, normalmente é assim, eu penso. Se alguém me solicitar que faça alguma coisa, por exemplo, “tens de fazer isto de hoje para amanhã” ou “sexta-feira tens de ter isto” eu vou fritar, porque preciso de tempo para amadurecer o conceito, para pesquisar ao meu ritmo, para poder ir

aqui ir ali, ou estar só em casa a pensar naquilo. Imagine, eu posso fazer no último dia do prazo, mas aquele tempo que andei a pensar, é mesmo fundamental. E quanto mais tempo para pensar eu tiver, melhor, para poder constituir a ideia.

D: Nestas definições, como descreves a tua definição de processo? Como vês este início, esta apresentação dos dados para começares a trabalhar?

C: Tudo isso depende do assunto, do que me dão para fazer... Se for alguma coisa que vá contra os meus princípios, algo com que não me identifico, provavelmente vou recusar-me a fazer, podem-me pedir que não irei fazer, ou então irei fazê-lo com muito esforço. Se for relativo a uma causa que apoio, algo que vejo que faz sentido, é outra questão. Nesse aspecto, dependerá sempre mesmo da identificação que tenho com o tema.

Diogo: Há pessoas que encaram esta definição de problema como uma coisa boa, uma vez que lhes estão a fornecer informação, para começarem a trabalhar.

C: Tudo depende do briefing que me dão, ou se é algo que parte de mim. Como designer, normalmente, inicialmente não sei o que irei fazer, vou pesquisar fora disso. Apenas pesquiso, não penso em mais nada. Isto após, receber o briefing, com o qual vou ver se me identifico ou não, numa perspectiva geral. Para mim, briefing não são regras. Agora, olhando para trás, já tendo feito outros trabalhos, vejo que em determinados casos, o problema foi como o briefing foi dado, porque tendo sido dado de uma forma completamente diferente, eu tinha feito de uma maneira completamente diferente, e provavelmente, muito melhor.

Não acho que os meus limites sejam as coisas obrigatórias que tenha de lá pôr. Porque isso é simplesmente “obrigatório”, então, eu vou brincar com tudo o resto, exactamente com o que não tenho de lá pôr obrigatoriamente. Ou seja, eu tenho os limites, eu aceito-os, mas vou sair dos limites em tudo o resto, que é a minha parte, em que posso fazer o que quiser. No fundo eu tenho um problema: se não me derem esses limites, eu não ponho nada disso, iriei apenas fazer uma coisa qualquer, pôr uma fotografia dele assim ou assim, que não vai ter nada a ver com “aquilo”, e não irei pôr “aquilo”. Portanto, têm de me dar esse limite, para eu saber, “ok, é um evento as 16:00h, então tenho de colocar que é às 16:00h”. E depois tenho de pensar na hierarquia, e isso, para

mim, é o pior. Eu sei que é importante, mas não gosto da hierarquia da informação. Acho que a hierarquia da informação estraga muito as coisas.

Os limites informativos são incutidos no início do processo, não irei colocar mais informação que essas, as informações que a pessoa que me está a pedir para fazer o trabalho quer transmitir. Até mesmo o tipo de letra que me podem dizer, porque eu detesto escolher letra (risos), portanto podem dizer à vontade.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?**

C: Eu também me via ser farmacêutica, a ser outra coisa qualquer. Mas acho que é porque sinceramente eu comunico muito melhor através de imagens e eu própria funciono muito mais por imagens que outra coisa qualquer, mas no bom sentido. No sentido de que isso é-me natural. Não por influência de telemóveis todas essas coisas. É uma cena mesmo natural. Eu queria ser arquitecta, mas vi que iria ter regras e não quis. Mas se me colocassem a fazer a parte criativa da arquitectura eu seria super feliz. Não queria mais nada da vida. “Esta sala será assim, com as escadas aqui, os móveis aqui” e depois daria a ideia toda a alguém, que faria a parte chata das regras, foi por isso que não fui para Arquitectura, porque me iria passar. E no fundo, vim para aqui, para esta área, onde posso brincar mais. Porque no fundo, estou sempre a gozar com tudo, é a cena do humor. Tem muito a ver com a minha natureza, tenho de estar sempre a criar, nem que seja com as coisas que estou a ver.

Se eu puder expressar-me e não ganhar dinheiro com isso, não quero saber. Esse processo também tem várias fases. Agora penso imenso, em que não sei o que irei fazer no futuro, mas se puder fazer cenas como *stories* do Instagram, em que me divirto imenso a fazê-las, todas com a fotografia como meio, no fundo, irei fazê-las e não recebo nada por isso, e divirto-me e divirto os outros. E vou sempre fazendo coisas minhas mesmo que não as mostre a ninguém. Acho que a parte que muita gente tem, de ter um grupo de amigos e que é com eles que vou partilhar todas as minhas opiniões. Eu não consigo ser assim, já experimentei ser assim e não consigo. Tenho de expressar as minhas opiniões sobre tudo. Acho que muito disto vem de eu ter uma cena evolucionária dentro de mim. Desde a primária que fui uma revolucionária, mesmo que não dissesse

a ninguém, fazia um cartaz em casa e não mostrava a ninguém. Nunca fui satisfeita com nada, nunca tive satisfeita com nada. E acho que isso tem influência no meu trabalho.

Além disso, há pouco tempo, vi um documentário, sobre pessoas que, no fundo, funcionam um pouco como eu, no qual alguém dizia “eu simplesmente faço coisas que gostaria de ver mas que não existem”, ou seja “eu quero fazer um filme que gostaria que existisse e ainda não existe”.

Às vezes penso, eu posso fazer isto (atitude revolucionária) em várias profissões, porque raio estou nesta? Se calhar é mesmo pela tal necessidade visual.

**D: Parte para a criação com conceitos e ideias já definidos (influências), ou de mente totalmente aberta (pesquisa)?**

C: Tudo depende. Se for algo em que possa ter uma opinião, por exemplo. Se for um cartaz para uma festa, eu não terei opinião sobre ela, não é algo que fundamente a minha opinião, é algo menos intelectual, aí a minha pesquisa é mais visual. Fora do contexto de festa, que não estejam relacionadas.

Se for algo da actualidade, em que é importante que haja uma opinião, é óbvio que vou primeiro ler sobre aquilo, mesmo que já saiba algo, irei ler sobre aquilo. Isto mesmo se eu não puder transmitir uma opinião, preciso de saber algo sobre aquilo. Detesto fazer algo sem saber algo sobre isso. Pensando bem, até no caso de uma festa, imaginando que a festa é no Fanqueiro, eu não sei nada sobre o Fanqueiro, nem as pessoas do Fanqueiro. Por isso, tenho de ir conhecer, minimamente o Fanqueiro ou a pessoa que lá irá passar música. Preciso de conhecer minimamente, para saber o que estou a fazer. Não gosto de fazer porque sim. E depois aí, é que vejo se construo uma opinião e vejo se a vou transmitir. Se o conhecer aquela pessoa me levou a pensar em algo. Quando falei com um DJ para lhe fazer um logotipo, as perguntas que lhe queria fazer eram pessoais, e fiz-lhe perguntas muito pessoais, e ele disse “tu estás a fazer-me perguntas muito estranhas, mas engraçadas”. Isto porque o queria conhecer melhor, e não queria simplesmente ir ver logotipos de outros DJ e fazer parecido, porque isso não faz sentido nenhum. Mesmo sendo uma linguagem ou o que for, isso não faz sentido nenhum. Eu estou a fazer para

aquela pessoa, e não apenas mais um DJ. Tenho de conhecer minimamente o universo, faço uma pesquisa do universo em si, do sito ou da pessoa, ou disto ou daquilo. A partir daí, em que já sei alguma coisa, pesquiso à minha maneira, e aí é que é a parte artística. Em que, por exemplo, faço *screenshots* de tecido, do meu feed do Instagram de hoje, só pode ser de hoje e faço um trabalho com isso. Ou então tiro fotografias a pessoas que saem da casa-da-banho no Fanqueiro. Decido coisas que parecem um pouco loucas e faço-as. Ou então não. Ou então pesquiso outras coisas quaisquer. Essa é a parte que não consigo definir... É no momento, consoante já a pesquisa, ou o que for. A parte visual é algo que me sai assim (*estala os dedos*), e se eu vejo que me inspirei em algo visual, prefiro fazer de novo. Porque tenho de me inspirar na parte das palavras, no conhecimento daquilo, para não ser uma coisa vazia. Porque se não, será sempre algo vazio.

**D: Encara a respetiva actividade (arte/design) como uma língua ou um conjunto de linguagens?**

C: Uma língua. Sei lá, também, dependerá do que se entende por design. Ambos, talvez. Sinto que estou a falar, e acho que posso usar várias linguagens para falar. Essas linguagens, surgem na fase em que estou a conhecer, na qual posso usar a linguagem do Teatro, da Medicina, da Moda, do Design Industrial, porque não quero abandonar nenhuma linguagem que exista no mundo, porque tudo pode ser inspirador. Quando estou a criar, estou a falar, é a minha linguagem. Não me preocupo com isso, é natural, mesmo natural. No fundo, seguimos sempre tendências, mas o que muda para mim, são as minhas influências porque tento influenciar-me em tudo, tudo, tudo. Não vou só ao cerne da questão do que me pedem, tento mesmo inspirar-me em tudo, tudo, tudo.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a actividade?**

C: Não vejo isso com um limite, mas como um desafio. Por exemplo, tenho o limite de 10€ para imprimir 20 coisas. Mas para mim não é um problema. Eu penso “10€ é 10€, não posso construir uma casa, mas posso construir o



desenho de uma casa”. Se calhar, posso dar uso a coisas que se não tivesse esse limite, não iria dar. Ia usar coisas que todos usam, assim, em vez de imprimir em vez de um papel xpto, vou buscar uma t-shirt velha e desenho sobre ela. Não costumo pensar muito nisso. Só no momento é que vejo. Nunca penso muito nisso. Nunca. Talvez porque nunca tive dinheiro, desde que comecei a criar. Acho que me habituei, por isso não penso nisso. Nem que use só o Instagram, e nesse caso, não preciso de ter dinheiro. Não penso mesmo nisso. Também uso o reaproveitamento de coisas e afins.

Depende muito do que estou a fazer. Se for um trabalho de Design, por exemplo, detesto pensar nessa parte, porque o que gosto é de ter a ideia, de fazer a parte ilustrativa, mas a parte de “vamos fazer a capa de um livro, tens de por a lombada assim e assado”, não gosto de fazer isso. Quando me dizem “tu fazes isso e eu digo onde colocar as coisas”. Se for criar para mim, eu adoro, porque posso fazer o que quiser. Eu posso fazer uma lombada de um livro que nem sequer faz sentido, que ninguém me diz nada. Ou então dizem algo, mas eu não tenho de me justificar. A materialização para mim é a parte artística, a outra parte técnica não é para mim. Isto no caso do design, porque no caso da arte já dou mais importância.

#### **D: Que tipo de prazer estético é que se sente ao trabalhar/ no processo de concretização?**

C: Para mim o criar está muito na ideia. Normalmente, quando o trabalho está feito, eu vejo e lembro-me de quando pensei naquilo e rio-me, porque eu tenho de me ter divertido a pensar naquilo ou a fazer aquilo. Se não estou a gostar de fazer algo, lembro-me que gostei de pensar naquilo. Tenho de achar sempre piada ao que estou a fazer. Não apenas achar bonito, qualquer coisa pode ser bonita. A parte de materialização serve, no fundo, para me relembrar de que algo teve imensa piada, para mim.

Acho que o que me dá prazer em ser designer é poder pedirem-me alhos, eu fazer-lhes bugalhos mas estarem lá os alhos. Não é bem uma persuasão. Quero contribuir de alguma maneira. A minha personalidade é revolucionária, mas não gosto de chatear as pessoas, a dizer, por exemplo, “tens de deixar de comer carne, tens de ser vegetariana”. Neste caso, posso fazer uma banda-

desenhada, em que diga, sarcasticamente, porque deixei de comer carne. Isto aconteceu quando deixei de fumar, não andei a dizer às pessoas que ainda fumavam “deixa de fumar, tens de deixar de fumar”. Em vez disso, na minha banda-desenhada, gozei com as pessoas que fumam, e que são completamente contraditórias com outras coisas na vida delas. De alguma maneira, não tenho de chatear ninguém para verem a realidade, não que eu saiba da realidade. Se alguém quiser ver aquilo e achar “esta gaja está doida” ou “não concordo com ela”, ainda melhor, não faço as coisas para toda a gente concordar comigo. Eu só tenho uma suástica tatuada no rabo. Estou a gozar. Eu gosto de dar a minha opinião. Eu detesto quando alguém não tem uma opinião própria. E dando-lhe pelo menos mais uma opção de opinião, mesmo que não seja a minha, só lhe mostro que também se pode pensar nisto, não concordar, mas pensar nisto. Gosto que as pessoas tenham espírito crítico, e acho que é isso que eu tento, mesmo na parte artística, nem que seja o eu tirar fotografias ao quotidiano, por exemplo às sandálias das pessoas, eu não estou a dar minha opinião, não estou lá a dizer que é ridículo ou que é lindo. Mas se calhar as pessoas acham que tiro essas fotos porque as sandálias são ridículas. Sei lá, eu só tiro fotografias a sandálias que ninguém vê. No fundo é nessa perspectiva.

**D: Como é que intende o fim deste processo / e se foi bem concebido ou não?**

C: No lado do design, agora só me lembro de uma capa de um livro que fiz. Porque sou uma pessoa que acho que pensa, esse ponto chega quando já transmiti o que queria transmitir, com as regras todas que me impuseram, e as coisas que me pediram. No máximo, posso estar muito bloqueada em determinado dia, e tenho de mostrar a alguém, até pode ser alguém que eu não conheço de lado nenhum. Mas se calhar faz parte tudo desse processo. Quando trabalho para mim, é uma questão muito emocional, não sei bem responder a isso. Acho que é mesmo emocional. Eu sinto que está pronto, está bem. Até posso sentir que agora faz sentido e daqui a duas semanas talvez não, mas até poderei pegar nisto daqui a duas semanas e faço algo diferente. Corresponde aos meus objetivos no momento. É mesmo uma coisa emocional.

## **Anexo E**

Entrevista semi-estruturada realizada à designer e pintora Salomé Nascimento.

### **Diogo: Qual foi o seu percurso académico?**

Salomé: Frequentei a Licenciatura em Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes, em que havia cinco anos comuns a Pintura, Escultura, Artes Plásticas e Design. Os três primeiros anos eram comuns a Design, Comunicação Industrial, Pintura e Escultura. Senti-me indecisa, pois gostava de materiais e de pintar. Estes cinco anos são transversais, são as mesmas bases para quem segue Escultura e Pintura.

Faço Design de Comunicação, e nessa altura fiz ERASMUS em Veneza, na Academia de Belas Artes de Veneza (mais tradicional e mais académica do que Lisboa, em 1994 – foi dos primeiros ERASMUS). Segui para Milão, onde tive a oportunidade de estagiar no ateliê do Gregoti que estava associado a um designer que fazia imensos trabalhos. Tive a oportunidade de fazer um catálogo da Fundação Pravda (mais do que o design, era o meio e as pessoas que ia conhecendo). Conheci um designer que estava a montar uma editora independente e comecei a fazer catálogos de artistas conhecidos, como Richard Serra. E achei que gostava de fazer design e livros.

Quando voltei para Portugal, senti que não poderia continuar somente como designer e decidi assumir-me como artista, comecei a expor. A minha primeira exposição foi em 2006. Fazia design quando me pediam, mas muito pouco. O meu último trabalho enquanto designer, foi há cerca de três anos.

Tive um projeto num edifício (Palácio que se tornou escola que está desactivada) que está em frente ao Museu Nacional de Arte Antiga, no sentido de recuperar o edifício tornando-o em ateliês. Este projeto funcionou até há dois anos e trabalhei neste espaço como artista. Quando fechei o espaço, senti-me perdida e decidi voltar a estudar. Nessa altura, enquanto criativa, fiz coisas para o teatro – cenografia, figurinos (faço muita formação em técnicas que me interessam – curso de costura, assistente de direção de cinema, assistente de casting). Quando fechei o espaço, fui para Veneza e fui estudar Curadoria e Arte Contemporânea e inscrevi-me em simultâneo na Faculdade

de Letras. Fui aceite em ambas e fui fazendo os cursos em simultâneo. O curso em Veneza era híper prático, o da Faculdade de Letras mais teórico e os dois complementavam-se.

Neste momento da minha vida, defini um projeto, um serviço para empresas em que uso todas as minhas competências enquanto artista e designer. Existe um projeto, uma metodologia, interessam-me coisas ligadas à Psicologia (entretanto fiz uma Pós-Graduação em Arte e Terapia, trabalhei com doentes mentais durante três anos). Não acho que a arte tem que ter uma função social, mas, há sempre uma função no trabalho do artista. Fiz uma experiência numa queijaria nestes últimos meses, uma intervenção que tem imensos objetivos teóricos. Na prática, fiz um questionário para tentar medir o impacto. A minha ideia é estar num sítio e perceber o que acontece, observar. Vou interagir com as pessoas. Estou num espaço, arranjaram-me uma sala, e num sítio de passagem, eu crio uma espécie de Facebook na parede. Ponho uma fotografia deste, faço uma pergunta e convido as pessoas a irem pondo *posts* com papéis de cores (*post-it*) – foi uma sessão única em que foi solicitado que escrevessem o nome e qual a profissão para que eu os pudesse ir conhecendo. Quando as pessoas entram no espaço há uma relação – essa interação tem por base uma estética relacional, em que a arte deixou de ser um produto para ser um serviço, em que o importante são as relações que estabelece no tempo e no espaço com as pessoas. É uma espécie de combate à desumanização. O ritmo de vida é muito acelerado. A minha ideia é desenvolver este programas e começar a convidar pessoas doutras áreas, interessa-me o desenvolvimento pessoal – levar alguém que faça meditação (consciência) e há muitos exercícios de arte terapia que são muito interessantes, no sentido de teres consciência do lugar que ocupas.

Assumo-me como artista, pois não vendo um serviço. Para não me vincular, para não ter um papel definido pois será sempre imprevisível, eu quero deixar uma obra. Assim, eu consigo atribuir um valor. Se eu vendo um serviço, tenho medo de me comprometer e empresas que achem que tenho que ter um certo desempenho, uma certa *performance* porque estou a ser paga. Mas ali sou livre, um artista não é um designer – enquanto designer faço o que o cliente me pede (dentro dos meus valores éticos).

**D: Em que fase do seu processo se impõem ou são definidos os seus limites?**

S: Talvez por ser mais prático ou mais claro, acho que o artista trabalha com matérias que não são claras, (pode não ser o meu caso hoje em dia e eu sempre escrevi sobre o meu trabalho. Eu sempre tentei perceber porque fazia o que fazia e vejo a minha evolução pessoal. De facto, penso que não haja um limite em relação ao trabalho de um artista, pode haver um limite no sentido de se me apetecer pintar numa tela e não tiver uma tela deste tamanho [pretendido] é um limite, mas é indiferente, se fosse maior era maior. Se me apetecesse pintar um lençol num espaço maior, é como teres um ateliê enorme e um ateliê pequeno. No outro espaço que tinha, era um palácio e tinha montes de espaço. Só o meu ateliê vazio eram 50 m<sup>2</sup>. Uma pessoa adapta-se, mas isso não é sentido como um limite, de facto.

O trabalho de um designer é muito diferente do trabalho de um artista. Pois um designer, por mais que trabalhe em síntese para depois convergir, nunca perde a noção da resposta, da solução. [O designer] está sempre à procura da solução.

O artista não está à procura de uma solução, está a colmatar uma necessidade, mas não é uma coisa consciente. A “luta” que se tem com o material para se trabalhar, essa relação com o material, nesse processo (e falo por mim – há muitos artistas assim) uma pessoa perde-se na relação com o material – não digo que o design não tenha isto, mas de facto é uma necessidade íntima que no design a necessidade é do outro. É uma necessidade que nos é imposta de fora. Enquanto que o artista tem uma necessidade interna e nem sabe muito bem de que é que anda à procura. Eu tenho a noção do que ando há procura à posteriori. Eu trabalho muito com bocados de coisas, com fragmentos. O meu trabalho tem sempre a ver com a minha necessidade de me perceber. E com a idade que tenho e com o percurso que já fiz, acho que estou mais ou menos resolvida, ou pelo menos, identificadas as questões, apetece-me começar a trabalhar a ajudar as outras pessoas, a trabalhar para fora.

Acho que o meu trabalho tem um traço de identidade narrativa (uso imenso fotografias e o corpo). Como tive uma infância um bocado atribulada, acho que há uma certa noção de valor e de identidade que eu perdi. E o meu trabalho

ajudou-me quase a remontar a minha vida e a pôr-me no sítio – construção de identidade narrativa. Por isso, também tive interesse por Psicologia e fui estudar Arte Terapia. Quando te sentes resolvido naquilo que foi o teu problema, queres ajudar crianças, jovens, adultos que tenham o mesmo problema que tu tiveste. É uma coisa muito comum. Eu tenho a noção de que o meu trabalho me ajudou a manter-me – se eu não tivesse sido artista, ou se eu não tivesse usado a arte, eu teria sido toxicodependente, alcoólica, qualquer coisa. Teria quase enlouquecido. E penso que é uma forma de trabalhares um mundo interior, de estares centrado para o bem e para o mal, mas mais vale estares centrado contigo numa coisa positiva e construtiva. De facto, criar é uma construção e é uma construção de uma independência enorme em que não é possível falhar. E isto é a coisa que eu acho mais interessante na arte: não é possível falhar! Tu usas a tinta – eu não digo que num projeto de design também não possa acontecer isso, não há certo e errado e isso é muito bom para resolver certas questões, porque há sempre um valor, mesmo no erro e o facto de poderes ainda assumir mais esse erro e apresentá-lo como é, é muito positivo. Não há uma avaliação, se é melhor, se é pior. É uma solução. No design, claro que também há imensas soluções. No design podes estabelecer que aquela solução se calhar não foi a mais feliz, há coisas que não funcionam.

#### **D: Considera que tem uma linguagem enquanto artista?**

S: As pessoas dizem – e eu não consigo ver de fora – “percebi logo que aquilo era teu”. E eu penso – “como é que é possível? O que é que tem a ver uma daquelas ilustrações híper [mostra trabalho fisicamente], nem eu me reconheço aqui. O que é que isto tem a ver com outras coisas completamente sujas. O que é que isto tem a ver com aquilo?! Mesmo quando são coisas muito limpas, eu não consigo reconhecer.” Sei que tenho uma linguagem, mas não sei muito bem defini-la. E colhi imensa coisa do design, porque utilizo imenso o texto e gosto muito de escrever aquilo que penso, mesmo sobre as telas ou na parte de trás. Ultimamente faço quase a definição do processo todo, desde o dia em que ele começa, com coordenadas geográficas e horas, é uma coisa quase compulsiva, até que o entrego ao cliente. O trabalho, para mim, sempre teve como documentar uma existência. Eu, se não tivesse feito estas coisas, eu não

tinha tido a noção de existir – claro que estou a exagerar – mas, em termos psicológicos fazes uma coisa mesmo que não seja com a intenção de fazer um documento, naquele momento, sabes que existes. Pode-se dizer isto em quase tudo o que se faz, só que é uma existência de alguma felicidade, porque é um momento em que uma pessoa está muito bem, não pensa muito, está completamente focada, centrada, não há contínuo juízo. É impossível criar e estares a julgar, mesmo no design, tu não podes estar “Ai isso não!”. Eu faço uma divisão do design, mas há um momento no design em que se estão a fazer experiências, não faz mal, podes mandar tudo para o lixo, não interessa, não há erro. O processo criativo tem isso, e não há ali uma mente crítica. A mente crítica vem depois, quando tem de se escolher. Se tiver de fazer uma exposição, há coisas que são uma porcaria, são boas enquanto exercício.

**D: Parte para a conceção com conceitos e ideais já definidos (influências), ou de mente totalmente aberta?**

S: Geralmente, não parto com ideias, porque se não, aborreço-me. Se tenho uma ideia – por exemplo, apeteceu-me montar uma espécie de livro com os restos das coisas que ficaram lá na parede do espaço da queijaria. Muitas coisas, eu fiz uma acção e as pessoas levaram o que quiseram, com os restos eu vou fazer um livro. Eu estou a odiar isto, porque cismeiei que ia fazer isto, portanto, já não há a coisa de se estar a fazer com a paixão, de se estar entregue a uma coisa. Por isso se [partir com uma ideia] têm de ser coisas mais simples, mais conceptuais. Há sempre uma base de uma ideia, mas depois pode ir para outro sítio qualquer. Aborrecer-me-ia se tivesse que chegar a um resultado, pelo menos da forma como eu geralmente trabalho. Eu não sou conceptual.

**D: Encara a actividade (arte), como uma língua (criar uma estética própria) ou como um conjunto de linguagens?**

S: Tenho andado há imenso tempo a tentar sentir que há um corpo de trabalho. Depois, estranhamente, as pessoas dizem que o meu trabalho é hiper-consistente. Eu acho que a minha cabeça vai de um sítio para o outro e que nada tem a ver com nada. [Utilizo várias técnicas e materiais – fotografia, plásticos, nada tem a ver com nada]. Faço vídeo, utilizo o vídeo no meu

trabalho. Às vezes, apresento o vídeo, às vezes apresento só *frames* para fazer outras composições. O que me dá gozo é o processo [de experimentação] com os materiais. O que tenho de preservar é a imprevisibilidade deste trabalho, *ok* há uma base teórica, *ok* há uma metodologia [adaptável], as acções que tenho com as pessoas são super abertas. No fundo, isto é, um projeto que reúne todas as minhas competências e que nunca vai ficar fechado, porque tem só uma base teórica e que se aplica a quase melhorar a vida das pessoas, ou a trazer uma consciência para que se questionem.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a sua actividade?**

S: Eu tenho milhares de folhas desenhadas [durante viagens nos últimos dois anos] que depois vou juntando. Se tivesse um ateliê grande não me faria sentido estar a juntar folhas. Isto tem sempre o valor de documento, porque é sempre o suporte de coisas que estão a acontecer, ou de livros que estou a ler, também sublinho palavras e construo frases. Esta coisa do livro, eu gosto muito de livros, o objeto livro é muito bonito e há tantos livros que se deitam fora que eu também tento resgatar um valor.

**D: Que tipo de prazer estético sente ao trabalhar?**

S: Para mim, e eu já escrevi bastante sobre isso, é mesmo uma coisa hedonística. O facto de uma pessoa se abstrair e de estar ali, mas sem estar ali, isso é uma paz enorme [é um processo de abstracção]. E ultimamente, como estou a pensar muito, porque estou a estudar teoria... Quero trabalhar de uma forma em que tenha prazer e em que tenha alguma contribuição na sociedade em coisas que eu acho que fazem sentido, sem ter que estar a definir o que sou. O que está na génese da admiração pelos artistas penso que não é pelo dom, penso que é pela coragem de trabalhares com aquilo que te dá prazer e de transformares aquilo que é um “pincel” numa coisa prazerosa.

Muita gente diz que vê que venho do design, não sei se é pela utilização de typeface, tenho uma preocupação estética. Eu reconheço que tenho uma preocupação com o belo, com a estética. Não vou afirmar que a arte está em crise, deve ser a coisa mais especulativa que existe, mais fácil de se criar do nada qualquer coisa e isso incomoda-me, mas deixando de existir



especificidades – a Pintura (termos teóricos) não existe, há muita gente a pintar – deve ser a única profissão, trabalho, em que o artista não define que é artista. Se eu faço uma ponte e esta cai, eu sou um mau engenheiro, mas não deixo de ser engenheiro. Há muitas pessoas que pensam que se um artista não está representado num museu, não é um artista. É como se o poder de decisão, a tua autoridade, estivesse na mão doutras pessoas. Porque é que o artista não tem poder? Porque trabalha com matérias que são muito pessoais. Penso que o artista trabalha com coisas tão delicadas e há uma necessidade tão grande, que o artista está sempre numa posição de fragilidade. É a única profissão em que se trabalha com coisas hiper-frágeis, o resto, consegues arranjar *personas*.

#### **D: Como é que entende o fim de um processo?**

S: Enquanto artista não te sei responder a isso. Eu não sei fazer a avaliação de um trabalho meu enquanto não me vou embora e volto. Porque se eu estiver com a neura, aquele trabalho vai ser uma porcaria. Se voltar passados cinco dias “normal”, olho, e por vezes, nem parece que fui eu que fiz. São tantas as variáveis e dizer que uma coisa chegou ao fim, é um problema enorme. Porque nada pode ter chegado ao fim e podes parar quando quiseres.

Em design acho que é mais fácil, mas também é uma disciplina. Às tantas, é em função do tempo. Se tenho que entregar o trabalho naquele dia, porque eu posso ser híper-perfeportfóliocionista e saber que uma coisa está acabada, acho que é a pior coisa. Por vezes, tenho a dificuldade de parar e não consigo largar uma coisa enquanto não gosto dela. Parece que tenho atracção por melhorar, de tornar as coisas bonitas. Tenho consciência disso, e não me parece que seja um impedimento para o artista. Mesmo este trabalho que fiz na queijaria, o trabalho parte do vídeo, em que eu fazia clips – mal filmados, pois interessa como expressão e não enquanto técnica, e depois, extraí algumas imagens. O aspecto final é um bocado *pop*. Eu gosto desta coisa básica. Mesmo que com o processo, possa ter escrito há dois anos sobre aquilo, e é um exemplo deste projeto, eu não gosto de fazer coisas que não se percebam. Eu não acho que a arte tenha de ser assim, acho que há quem goste e tem todo o direito de ser críptica, há gente que está só a fazer jogos formais e não está a dizer nada, e é válido. Cada um está onde está e faz o que faz. Eu só acho que deve ser sério, o que também é relativo. Mas acho que cada um faz o

que faz, é tudo válido. Como a forma estética é a forma de tocar toda a gente, eu, não me apetece que alguém tenha de ler durante dois anos para perceber aquilo que eu estou a fazer.

**D: Tem o utilizador muito presente no seu processo?**

S: A ideia, sim. Mesmo este projeto [queijaria] é uma espécie de serviço, e a arte está a tornar-se cada vez mais um serviço de contabilizar o outro, de se relacionar com o outro, de compreender o outro, quase etnográfico ao pormenorizar as tradições e os costumes. Em termos institucionais, a arte é utilizada. Eu não quero depender da ideia de se vende ou não. Eu quero trabalhar como um designer, eu tenho um projeto, eu apresento um projeto, eu não sei qual é que vai ser o resultado, mostro o meu *portfólio* [idêntico ao processo de um designer]. Quando eu me proponho e alguém acha que sim [que gosta], é mediante aquilo que viu, o meu trabalho e isso tem muito de design. A maneira como vou propor este projeto.

**Anexo F**

Entrevista semi-estruturada, realizada ao designer Pedro Lourenço.

**Diogo: Em que fase do processo é que se impõem os limites / são definidos os limites?**

Pedro: O briefing é uma ferramenta útil, mas muito limitativa, quando trabalhamos com times de 3 ou 4 meses a estrutura do briefing é fundamental para cumprir prazos. O facto de não ser numa campanha, mas sim num projeto mais fundo permite uma maior abertura do briefing. Dentro do próprio briefing devemos criar uma estrutura mais híbrida de te permita fazer coisas de que gostes mais.

Importante também a perspetiva mais aberta de mercados que existem, as marcas apostam mais nas ideias do que seguir parâmetros anteriores. Maior poder de decisão o que é muito bom. Para um brilhante desempenho e empenhamento empresarial o briefing é essencial é limitativo.

Depende também da estrutura da empresa, se for mais vertical existe uma maior dificuldade em aprovar, mais horizontal menos gente na decisão

permitindo dar uma melhor volta ao briefing que permite aprovar coisas diferentes. Em agência é difícil trabalhar sem um briefing fechado. Em algumas agências existe a preocupação em não limitar muito, deixam uma porta aberta permitindo melhores resultados.

O consumidor está a ficar saturado dos mesmos resultados da mesma coisa e quando surgem ideias boas é bom. Em todas as pesquisas que faço, quer qualitativas ou quantitativas a vivência pessoal superou todas as outras, permite uma pesquisa pessoal diária, a música que ouvimos, filmes que vemos, as revistas que lemos, nas conversas que vamos tendo ao longo do dia. Não existe dúvidas que a pesquisa pessoal é a melhor.

Se não desligares dos teus estímulos certos geralmente as coisas batem certo.

A música influencia quando estamos a trabalhar no projeto numa determinada altura, às vezes é preciso algum cuidado.

**D: Consideras o design em geral num conjunto de linguagens e numa língua?**

P: Acho que é um conjunto de linguagens, são infinitas, estamos sempre a criar, não conseguimos fazer nada sem criar, criamos sim linguagem.

Podemos pensar numa linguagem universal, tendo em conta determinados símbolos já existentes.

Determinados designers têm uma linguagem própria, gostam de explorar ao máximo o seu próprio estilo a sua identidade.

**D: Como tu achas que as condições materiais moldam um pouco a atividade que é design?**

P: Estamos sempre dependentes disso, dos fatores monetários, embora o tempo condiciona mais do que os próprios recursos materiais, embora o resultado possa ser sempre bom, manter o briefing inicial, pois a ideia é conseguir encontrar sempre um bom resultado independentemente das condições que possas ter.

Se a estrutura existe por trás for boa, sólida e tiveres uma divisão boa do que queres o resultado é bom.

Se estás concentrado no que fazer ou noutra estrutura pensada claro que existirão limitações.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?**

Nunca penso que estou a criar o melhor ou a fazer o melhor, não posso estar preso a essa teoria.

Nunca deixei fazer trabalho de *freelancer* para conseguir perceber como é que eu penso, o trabalho comercial de agência no dia-a-dia acaba por nos fechar num círculo e acaba por criar sempre o mesmo mecanismo.

Nunca quis perder a minha identidade daí vir novamente para o IADE conhecer novas pessoas e novos projetos no meu mestrado ajudou bastante. Novas abordagens, conhecer professores, refletiu-se bastante na minha identidade.

Novas influências permitiram novas perspectivas.

**D: Que tipo de prazer estético é que se sente ao trabalhar/ no processo de concretização?**

Bastante, não sei fazer mais nada... Quem trabalha na área visual tem que ter brio naquilo que faz, embora todos os que conheço têm esse brio, impossível pensar que vais fazer o melhor trabalho, impossível ficam preso a isso.

Sigo as minhas influências e dou o meu melhor. Gosto de chegar ao final do ano e ver que fiz coisas boas. Temos que fazer as coisas como se fossem para nós, colocar no lugar do cliente e pensar que promovo algo meu.

A nossa preocupação com a estética, ajuda a criar a nossa identidade e fazer pensar as pessoas que fomos nós que criámos aquilo, definimos assim a nossa identidade.

**D: Como é que intende o fim deste processo / e se foi bem concebido ou não?**

P: Se pensarmos na fase até ao cliente ver é um processo que me preocupa, que me limita. Até o cliente ver o trabalho é um processo. Ao criar a linguagem e as aplicações, criou-se um conceito logo vamos explorá-lo, só assim conseguimos dar essa visão ao cliente, temos que explorar bastante a imagem

criada para poder transmitir ao cliente que foi o nosso máximo. Nunca criamos nada fechado, criamos algo aberto e alguém pega nisso e cria fases novas.

A marca não existe e somos nós que vamos criar esse conteúdo, ter cuidado visual ao mostrar essas aplicações para que ele perceba.

Existe sempre a sensação de algo não estar acabado, mas o processo acaba ali, a exploração é que não tem fim.

Estamos sempre dependentes da nossa aprovação e da aprovação do cliente.

Se ficar com a marca a seu tempo podemos aos poucos alterar as coisas que vamos explorando.

Quando se entra numa escola como esta acabamos por perceber que temos um potencial grande, descobrimos o livro existente em nós que nos permite ter uma segurança em qualquer trabalho, aprendemos a desenvolver técnicas de apoio, isso é muito importante no nosso trabalho, nunca existe o receio de bloquear, somos criadores.

Todos temos capacidades de fazer algo diferente, as marcas apoiam isso.

Como exemplo, somos três do mesmo mestrado e pensamos algo totalmente diferente, isso é bom pois existem diferentes ideias que surgirão numa boa união. O design deve acompanhar o processo do início ao fim.

## **Anexo G**

Entrevista semi-estruturada, realizada ao designer Frederico Cardoso.

**Diogo: Encontro-me a entrevistar diversos designers e artistas, e gostava de entender o teu processo. Não na Vertty em específico, mas em tudo o resto.**

Frederico: Depende muito. Agora, infelizmente, tenho tido menos um processo criativo porque a minha vida não me permite. Eu comecei como diretor criativo, explicando um bocado a história da Vertty.

Basicamente foi um rapaz, que já não está comigo na empresa, mas que chegou ao pé de mim, pouco tempo depois de ter terminado o curso. E veio-me com uma ideia de negócio – sempre tive uma vertente muito business – e esse era já na altura um objetivo que tinha de carreira. Achei interessante a ideia... e desenhei o produto, a marca e tudo o que era necessário e lancei o produto –

para quem não tinha investimento. Como referi, iniciei-me como diretor criativo e durante 2 anos estive a fazer toda a parte gráfica de marketing, social media, criação de produto... tudo o que é design, branding da marca. Estivemos um ano só a fazer um *brand book* de 9 livros com tudo tudo definido. Quem agarrar nesta marca um dia – se eu morresse – está tudo lá!

Não está definida a linha de produtos – isso é *business plan* – mas tudo o que é marca, desde o conceito, ao tom e as linhas da marca e as regras. Mas para entenderes, isto foi antes de criarmos, depois foi criar conteúdo para promover – Marketing – todo o design para promover.

Hoje em dia assumi a gestão da empresa, o outro sócio saiu, e acabo por fazer tudo praticamente. Assumi um cargo que não me dá tanta liberdade criativa, por isso ter arranjado o Gonçalo, estive quase 2 anos e meio na empresa. Imagina, dando-te um exemplo concreto: temos o dia 4 de julho agora, dia da Independência dos Estados Unidos. Gonçalo, agarra na mochila, mete o chapéu e faz neste rapaz a caracterização... Bem, explico-lhe como é e ele fica um dia a desenvolver a arte final. Ou seja, o processo continuei a fazê-lo mas de forma demasiado rápida, para o que devia ser.

Entendes perfeitamente, que primeiro não controlas: posso demorar a ter a ideia no dia ou como posso demorar 2 meses a obter a ideia, isto se andas à procura de uma “cena fixe”. Mas o processo criativo tem que ter esse espaço para respirar e aqui não tenho. Aqui tem que estar pronto amanhã. Muitas vezes temos uma hora para fazer o processo criativo.

O IADE treinou-me muito bem para isso, comparativamente aos meus colegas. Pronto, agora foram todos para vertentes diferentes, mas eles não tinham essa capacidade de resposta – nem em uma semana, quanto mais em uma hora. O IADE ajudou-me muito a criar o processo criativo rapidamente, porque é focado no business. Corta na criatividade e no lado artístico, mas ao mesmo tempo prepara-te.

No entanto, depende muito... a minha especialidade é branding, é aquilo que gosto realmente de fazer e quero fazer no futuro - a identidade da marca – e expor isso de forma visual. Esse é o processo que te posso falar melhor. Como funciono, como é que eu faço. O processo de um produto, para mim, é completamente diferente... para desenhar um calção de banho como fizemos agora, é uma lógica totalmente diferente de criar uma marca. Porque eu olho

para uma marca, como fosse uma pessoa, uma entidade. E olho para um calção e não é bem isso, é mais a continuação de uma pessoa/entidade. Tem muito mais a parte de construção, e depois tens tanto fator à volta que tens que ter em conta enquanto crias – e branding também, sabes disso – tudo é importante, processo de construção, como vai ser a nível do preço, que material é que vem, como vai ficar, qual a durabilidade do produto, isto é, todos esses pormenores na marca são diferentes.

Claro que fui aprendendo a ter noção disto, mas já venho de um background de design e produto muito grande. Porque a minha mãe e a minha irmã, têm uma loja de decoração de interiores de imobiliário top. E lançaram a loja no ano em que nasci, ou seja, eu nasci com um background absoluto desta área. Não que tivesse experiência de criar e meter na prática – pois é completamente diferente – mas a parte visual já estava treinada.

A maior luta que tive eventualmente nesta empresa, foi a nível de produção. É o que tenho aprendido, porque não é controlável. Isto não é processo criativo, mas a partir do momento em que entendes como tem que funcionar tudo o que envolva a parte de produção, digo-te que cada vez mais no processo criativo tu teres consciência daquilo que é ou não possível de se fazer, mas isso limita muito a criatividade.

**D: Em que fase do processo é que se impõem os limites/ são definidos os limites?**

F: No início, quando não tens conhecimento ou experiência, sobre um produto, em questões de valor ou de como é feito, tu não tens limites. Isso é que é fixe para a criatividade. Um rapaz mais ingénuo, com menos informação vai criar mais – por isso, é que com as crianças vemos mais criatividade, dado que não tens quaisquer limitações/barreiras – quando te consegues libertar totalmente da coisa e criar...é a melhor maneira.

Bem... o que é que eu tento fazer. Tento libertar-me completamente – e acho que tenho essa capacidade – de todas as “cenas” que existem e crio! Tento criar sem qualquer tipo de barreira. Depois começo a analisar as soluções – esta solução é muito cara; esta solução graficamente não dá; esta solução não dá porque não vai passar a mensagem, as pessoas não vão entender, e assim sucessivamente – então, tento me libertar de qualquer tipo de ideia/locais/

fronteiras/limites e não tenho ninguém para me fazer esses limites. Aí, começo eu próprio e, obviamente com outras pessoas também, quando a fazer uma análise de soluções.

D: Teres um briefing é uma coisa que te ajuda?

F: Ajuda, como é óbvio. Imagina um projeto, podes ir por tantos caminhos. Um cliente diz-me: “Eu quero criar uma marca.”. E se só me dá essa informação, eu não consigo criar. Claro que posso criar, mas tenho que ter o briefing, ou seja, as bases para conseguir construir. Um exemplo: A marca é um talho vegetariano e o cliente gostava que fosse inspirado num filme qualquer... aí *okay*. Começo a criar dentro dessas bases, não sei se são limitações, acho que são mais *guidelines*, para te fazer chegar a algum sítio.

No entanto, acho que depende muito do que pretendes. Porque se tu não tens qualquer *guideline* estás a criar arte. Pois não tens um objetivo, não consegues criar uma mensagem, não consegues criar nada. Claro que depois, existem *briefings* que podem ser limitações. Se no briefing estiver tudo detalhado, desde a cor, tipo de letra específica como *comic sans*, estás completamente limitado. Aí és um técnico.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?**

F: Eu adoro! Gosto bastante. Bem... como estava a dizer, tenho todo um background da loja da minha mãe do design de interiores. Mas quando estás tão dentro de uma “cena”, nem pensas naquilo. Normalmente, até é o oposto tu saís, tu queres fugir.

Sinceramente, gostava. Desde miúdo senti logo aquela coisa de criar lá na loja. Eu adorava desenhar. Não tem nada a ver com design – eu desenhava muito mais, do que desenho hoje. Na altura, não sabia bem o que era design, por isso queria ser pintor/artista. Desde puto, sinto aquela necessidade querer criar visualmente. Sempre tive algumas dificuldades na escola, na comunicação verbal e escrita – ou seja, não sou bom a letras – tenho um bloqueio muito forte aí, mas depois no visual sou muito forte. Eu percebi que ia comunicar muito mais com as pessoas visualmente do que através das letras. Então começou por aí.



Tinha para aí 13 anos, quando decidi que queria ser designer... Houve um ano que tirei más notas – para aí no 6º ano – e os meus pais disseram-me: “Vai para Barcelona com a tua irmã. Fica lá 6 meses... passeia e diverte-te. Quando voltares, vais para o teu ano”. E eu com 13 anos, obviamente que vou! Mudou a minha vida completamente.

A minha irmã é 10 anos mais velha que eu, estava lá a tirar design de interiores e eu, ia para a escola dela ter as aulas dela – porque os professores autorizaram-na, dado ao facto de ela estar a tomar conta de mim – e eu, ia para lá desenhar. Há uma aula que uma professora está a dar o briefing – era uma casa – eu entendi tudo e fiz o projeto todo. Depois a professora passa e leva-me o projeto, dizendo no dia seguinte à minha irmã que tem que me colocar em design, porque tenho muito jeito. Depois a minha irmã conta-me isto e entendi que era design o que queria seguir. Foquei-me nisto e estava ansioso para ir para a faculdade.

É o que mais me realiza. Criar... Não tem que ser design em si, posso fazer um quadro e realiza-me completamente. Por exemplo, quando não estás a criar aquilo que não – lá está limitações – uma coisa é quando tens um casal amigo que se vai casar e dizem: “Fred, faz-me uma viagem louca, aquilo que achares!”, e aí sou capaz de tirar gosto nisso. Outra coisa é “Faz algo com uma linguagem típica de casamento, com brasão” aí sentes-te muito limitado e acabar por não ter tanto prazer. Aí já é trabalho por e duro. Por isso, a Vertty é perfeita porque não tenho nenhum cliente a dizer-me o que é eu tenho que fazer. Eu sou o próprio cliente. Não tenho limitações... foi isso que me mais fez querer criar esta empresa, foi por conseguir ter 100% criativa, apesar de ter o lado social que bloqueia.

**D: Numa fase de pesquisa, onde já recebeste o briefing, partes para essa conceção já com conceitos, ideias já definidos? Ou seja, influências ou mente totalmente aberta e vais pesquisar?**

F: Normalmente, já parto com ideias pré-definidas. Não sei porquê. Imagina... eu leio o briefing, e automaticamente tenho 4 ou 5 cenários... vem me à cabeça. Vem muito – acho eu – do lado da cultura visual. Por isso, eu acho que ser a coisa mais importante para um designer, é a cultura visual. Se todos os dias lês a revista Maria – isto é um exemplo – então a tua informação visual é

aquilo, mas se todos os leres uma revista de design com os melhores designers do mundo e, todos os dias vês aquilo. Quando tiveres um briefing, comesças a pesquisar e consegues juntar artistas no teu subconsciente – e acho que essa é a maior vantagem que tenho – consigo montar logo tudo rapidamente que vejo o briefing e quando começo a fazer a pesquisa, penso: “era por aqui” e depois pesquiso outra cena e penso novamente: “era por aqui”. Depois tenho uma pesquisa gigante e começo a criar à volta daquilo. Mas acho que a pesquisa já vem de trás, pesquisa do zero não existe. E quanto mais cultura visual tiveres, melhor será o teu trabalho. E é subconsciente, a maior da parte das coisas, pois acabas por ir buscar influências “aqui e ali”. E por isso é que há tendências.

Aquilo que me dá mais trabalho, mas que faço para qualquer marca é: coloco todos os concorrentes, sejam eles 30/40, e vejo aquilo que tenho que fazer terá que ser completamente diferente de todos... Claro que isso também depende daquilo que o cliente pretende, o que me paga e o tempo que tens para o fazer. Para te diferenciarestes ao máximo, porque se eu faço igual será apenas mais um e nunca te vais lembrar.

Acho que é por aí. Então, o processo de pesquisa é completamente igual, não varia de produto para produto. Vais pesquisar tudo o que há no resto da concorrência e, se calhar, em certos casos nem te compensa diferenciar tanto, para um equilíbrio, como tal há muitos factores nesta pesquisa. Mas na marca, já existe uma outra liberdade para te diferenciarestes totalmente, porque não interessa ser igual ao concorrente – a não ser que seja daquelas marcas cópia, as chamadas marcas brancas – aí interessa copiar a outra, de forma diferente claro, mas ir de encontro à marca que se pretende.

**D: Encaras o design como uma língua ou como um conjunto de linguagens?**

F: É um conjunto de linguagens, claramente. Mas também depende, na arte pode ser só uma língua.

Eu não consigo comparar arte e design. Por exemplo, muita gente diz que esta toalha (toalha da Vertty) é arte. Aquilo é ou podia ser uma peça de arte, verdade - até já pensámos fazer uma loja toda branca, só com as toalhas na parede e apenas a dizer por baixo “Galeria” – é muito por aí, apesar de eu não

querer arte mas sim design – porque para mim, o design é completamente separado da arte. Só o lado estético não tem nada a ver. A arte é do género *self expression*, não tem que ter função. Já o design é função e só depois é que é estético – mas claro que ninguém sabe responder o que é arte.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a atividade? Quando me refiro a materiais, também pretendo se a técnica, a disponibilidade monetária, todo o tipo de factores te vão influenciar depois de criares um conceito/ideia.**

F: Primeiro tens que ver o custo. Se encaixa no custo e qual vai ser o custo de produção. Depois ver qual é que é a capacidade de reproduzir – se é possível ou não é – logo, isto entra no meu processo porque quanto mais experiência tiveres do lado de produção, mais capacidade tens de criar. Criar e com liberdade, porque a partir do momento em que controlas e sabes que a “coisa” é produzida, podes criar dentro das limitações. Por exemplo, a nossa mochila tem um design tipo “estúpido”. Demorou um ano e tal a criar – ainda por cima não deu para criar em Portugal, faço na Ásia. Imagina.... Fazer uma mochila daquelas, acessível. Foi um processo criativo longo. Por exemplo, a parte debaixo da mochila abre, tipo tampa, para puderes sacudir a areia – foi uma ideia que eu tive, porque sempre que chegava a casa tinha que tirar tudo de dentro da mochila, virar a mochila que é uma seca, porque ficava sempre lá areia. E eu pensei: isso é um problema que uma pessoa tem que resolver, isto é design. O produto era feito para a cidade – então, criei a rede. Aí tive que analisar o peso da rede, depois se a rede é demasiado fina ou grossa, porque se for demasiado aberta as coisas mais pequenas que uma pessoa guarde, mas também não pode ser fininha porque tem que passar a areia toda. São tudo pormenores/ ”pormenores” que nós temos que ter em conta quando crias um produto. Depois o preço, a durabilidade dos materiais, a acessibilidade aos materiais, o lado estético de como vai ficar... No produto, os materiais nesse lado é mega importante, pois se criares sem pensares nisso vai dar asneira. E mesmo assim nós estamos a aprender, já fizemos muitos erros, porque não temos total experiência. Se soubesse o que sei hoje, se calhar não tinha desenhado a toalha como desenhei. Porquê? Porque eu não tinha experiência de produção de têxtil e criei a toalha com zero de preocupações de produção.

Claro que foi bom, mas para o negócio, para criar não é bom. O design, para ser bem feito, tem que ter a parte da função, tem que ter o lado da produção, se vai ser fácil de produzir – deves também ir contra à produção mas também tens de ter em conta a realidade – se não, não existe. É arte só. Felizmente, lutámos muito para conseguir fazer, e essa luta valeu a pena porque acho que conseguimos fazer uma coisa completamente diferente, mas as pessoas não têm consciência nenhuma, qualquer consumidor que não esteja ligado à marca, da luta que esta toalha/produto teve para estar à venda, e muito menos do processo que teve e até, do processo de produção – demora 45 minutos a fazer de 4 cores diferentes – o processo que é, um mês só para encontrar as cores e em laboratório mostrar a escolha. E depois as cores quando são estampadas, tem uma em cima das outras – ou seja, tem três lays por cima – ela faz a mistura e influencia a cor que está por baixo. Isso é quase incontrollável e temos que testar até chegar à cor pretendida... isto é o processo de materiais que leva para o lado criativo. Aí não é o lado criativo porque tu decides a cor e depois o que vais fazer é o processo – não influencia – mas teres consciência de como isso é feito também ajuda a criar o produto.

**D: Numa fase final de convergência que é uma coisa que para ti é menos importante porque trabalhas com o intuito de consumidor final, como é que tu sabes que o processo chegou a um fim? E como é que sabes se foi ou não bem concebido?**

F: Acho que difere muito... Para mim, tem a ver com a exigência própria, com a pessoa que está a criar. Neste caso, sou CEO e designer sim, mas depois há uma equipa – refiro-me agora à Vertty para ser mais fácil de contextualizar – acho que é quando eu comprava. Para mim está no ponto. E isso tem a ver com a exigência pessoal... eu mostro o produto ao meu sócio, que já é um investidor mais velho, e ele na terceira amostra fechava. Está feito! Está muita giro. Mas eu fiz trinta, entendes? Tem tudo a ver com a exigência própria e saber muito bem decidir. Saber esse momento...porquê? Porque não podes estar eternamente a fazer e quando não tomas uma decisão, perdes tempo. Mas também tens que encontrar um meio-termo de velocidade de conceção do produto com o *timing* para o mercado e ao mesmo tempo também teres um período certo – lançar antes com um produto mau, não é bom; estar demasiado

tempo à procura do produto certo/perfeito não existe – por isso, tenho que chegar àquele ponto de que sinto que está muito fixe, está o que eu queria, está o que eu imaginei no início. E como eu também me sinto um consumidor exigente, quando eu penso que compraria é porque está bom, então pode ir para o mercado. Eu podia sempre melhorar, mas também sabes que tens um limite com a empresa, no entanto tens que ter aquela sensibilidade para fazer aquele jogo entre *timing* e qualidade do produto.

D: O utilizador final também está nessa equação, certo?

F: Sim, de certa forma. Tu durante o processo de *simples* tens que ter a análise de estudo do consumidor final, aí mostrando o produto e ver qual é o seu feedback. Eu podia fazer, 100, 200 ou 300 mil que eu ia arranjar um consumidor a dizer que devia melhorar isto aqui ou devia mudar esta cor... é impossível, não vai haver uma altura que eu consiga agradar a todos os consumidores e eles dizerem que “está brutal!”. Isso não existe, todos temos gostos diferentes. Tens é que consoante a tua análise, que defines logo no início, ou dentro do target ou pessoas com gostos totalmente diferentes, vais percebendo/tendo sensibilidade para perceber se isto ou aquilo faz ou não sentido. E consoante as opiniões vais conseguindo melhorar, é o processo de conclusão. E aí, é com base no *feedback* que vais conseguir construir o produto. Eu dou-te o exemplo, bem específico na mochila, eu queria que o logótipo tivesse alto relevo a preto, mas 90% dos consumidores disse que gostava que o logótipo tivesse cor. E eu, com base contra aquilo que eu achava fui de encontro ao que pretendiam. Porque me adaptei e tive que ouvir o consumidor. Supostamente, esteticamente tu sabes mais que o consumidor, porque és tu que estás a criar para ele e estás a educa-lo nesse sentido, mas apesar disso, neste lado de design que é *business* não podes ir tão longe porque tens que vender.

Esquece, não vale a pena tentar fazer com que o cliente goste do teu produto. Nós andamos a tentar fazer isso e é uma luta para que eles gostem da toalha. Vendemos muito para a Suíça e não tem praia, por exemplo. Porquê? Porque eles têm muito bom gosto de design, têm poder de compra. A Alemanha também, porque são países que tem mais sensibilidade estética do que o Português. O Português quer é o preço... é a nossa cultura. A lógica varia de país para país, cá é preço, depois se calhar estética e qualidade. Logo, tens

que ao mesmo tempo – isso é que é difícil – ir contra àquilo que queres, que imaginas no início porque tens que te adaptar àquilo que as pessoas querem.

E essa luta do equilíbrio é o que eu tento fazer aqui. O calção de banho, é um produto que comparativamente ao mercado podia vendê-lo a 60€, mas eu vende-o a 39€ porque eu quero ganhar mercado no calção. E é um teste.

## **Anexo H**

Entrevista semi-estruturada, realizada ao artista plástico João Nepomuceno.

### **Diogo: Consegues-me guiar pelo teu processo? Como funciona, de onde é que vêm as tuas ideias**

João: Sempre me considerei, em todas as áreas da minha vida, meio carrascão. Aquela coisa que dá para um efeito mas que não é muito técnica ou que não entra num nível de exigência muito grande, e o meu processo criativo sempre girou um bocado à volta disso. Já tentei basear-me em ideias, já tentei basear-me em experiências, já tentei basear-me em livros, filosofia, o que quer que seja, mas apercebi-me que a minha forma criativa não consegue ser delineada. Ou seja, já tentei delineá-la, já tentei criar séries, já tentei criar fases, etc, mas sinto que quando estou a trabalhar com um objetivo em comum, quando estou a fazer um trabalho mais de pesquisa, a coisa acaba por se esbater um bocado, então o meu objetivo agora, entra em contacto com o que eu quis anteriormente, que traçou a linha que eu não quero tomar, é simplesmente aperceber-me que em última instância sou um gajo, e tenho experiências, tenho sentimentos, tenho emoções, tenho sensibilidade, como qualquer outra pessoa, e o meu único trabalho é simplesmente ser gajo e ser fiel a isso. Ser fiel a tudo aquilo que me passa dentro da mente e não ter barreiras em sentir aquilo que eu quero expressar. Dar-me estabilidade emocional através de enfrentar o lado para onde eu não quero olhar. Acima de tudo é isso, obrigar-me a olhar para o lado para onde eu não quero olhar. Acima de tudo meter-me sempre em posições desconfortáveis, porque apercebi-me que não consigo trabalhar numa posição confortável, ou seja, ter uma linha, ter um estilo, ter uma série, não consigo simplesmente.

Mas por exemplo, este quadro (aponta para um quadro no atelier) resultou de um quadro terrível que eu fiz, e basicamente cortei o quadro, tentei metê-lo

num sitio qualquer, pensei “Ah fica interessante”, mas precisa de uma coisa por baixo e tentei criar com base nisso, ou seja, simplesmente é pegar numa coisa que eu não gosto e torna-la numa coisa carrascona, que dá para beber mas que podia resultar em mais. E deixa-me feliz o facto de não resultar em mais. Quer dizer que teve um fim. É como numa relação, é como eu encaro as minhas pinturas, é um bocado eu vou-te acabar, não é até te gastar, é até sentir a empatia, ou seja, mesmo que eu sinta empatia e mesmo que eu sinta uma certa vontade de fazer, vou deixar de fazer porque não quero fartar-me dela. Isso acontece em praticamente todos os quadros. Basicamente quando eu olho para o quadro e percebo porque é que ele foi feito e percebo porque é que ele existe, perco o interesse por ele, e deixo de gostar dele. Só consigo fazer uma coisa enquanto ainda não souber muito bem o que é que eu estou a fazer, talvez sejam bloqueios mentais ou emocionais, mas é assim que funciona.

Houve uma coisa que eu nunca gostei, dos ismos, impressionismo, abstracionismo, por aí, então cada vez que eu dava por mim a começar-me a identificar com alguma coisa “Oh bicho vai-te embora, não gosto de ti. Então em termos artísticos sempre foi um bocado assim.

**D: Em que fase do processo é que se impõem os limites/ são definidos os limites?**

J: Quando eu estava a fazer as coisas e a trabalhar, fugia do limite. Ou seja, queria a coisa mais natural, absoluta, verdadeira. E olhava para aquilo e via um limite, via uma coisa material. E eu queria uma coisa imaterial através do material. Por um lado, resulta em coisas interessantes mas acaba por não ser nada em concreto, acaba por não se ter nada para pesquisar. Mas agora apercebi-me de uma coisa mais interessante, que tento fazer nestes últimos trabalhos, que é o estar confortável com os limites e olhar para o limite e em vez de pensar “Isto está-me a aproximar de uma coisa que eu não quero ser” não, olho para aquilo e é “filha da mãe vou-te ultrapassar”. Então agora estou nesta postura, literalmente, filha da mãe vou-te ultrapassar. Olho para um limite e está bem, ok, porque é que isto está aqui? Estou-me nas tintas, vou-me esforçar. Ou seja, acima de tudo, é ir perdendo a pressão do que quer que seja, ir estando confortável com a minha condição enquanto artista e pessoa,

aceitar limites como uma condição minha mas aceitar que eu não os tenho que ter. Não tenho que fugir deles, porque eles existem, então tenho que me desenvolver na área em que for necessário. Às vezes não é preciso desenvolver mais a técnica, basta ir viajar. Vai viajar e fica 4 dias no estrangeiro, sozinho, brinca, vai viver. Deixa coisas acontecerem e testa os teus limites aí. E aí, quando vais atacar uma pintura, muda completamente a postura. É tipo ok, sei lidar com este sentimento de desconforto. Já passei por coisas piores do que estar a pintar um quadro, é tipo, há coisas piores, portanto o limite acaba por se ir desmistificando, ou melhor, torna-se mais palpável do que nunca, tens é um impulso muito maior para o quebrar e aí ocorre uma espécie de efeito de expansão. E aí é que começa a criatividade a sério. Acho que isso é que é a criatividade. Não é tu seres criativo na pintura e depois nas outras áreas não seres, acho que isso não faz sentido. Assim estás a distinguir aquilo que tu fazes daquilo que tu és e não é saudável fazer isso numa área criativa, na minha opinião. E depois perdes os dois, ou és o que tu fazes ou fazes o que tu és e depois crias dois polos e eles começam a consumir-se um ao outro. Pela minha experiência e pela minha observação de amigos e colegas e pessoas, tem sempre efeitos destrutivos. No fundo passou a ser uma coisa da qual eu fugia para ser uma coisa que eu procuro.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?**

J: Parei quando me surgiu essa pergunta na mente e eu não soube responder. Parei de querer ser artista, de produzir sequer, durante 3 meses para aí. E só quando voltei a pintar é que percebi que tinha estado a olhar para o lado errado durante imenso tempo, ou seja, a pintura tem um carácter utilitário muito forte que eu nunca consegui ver. Por exemplo, os quadros são coisas que me lembram constantemente daquilo que eu pensei, daquilo que eu passei, daquilo que eu queria, daquilo que eu tinha medo. Tudo aquilo constitui o João. Então de facto apercebi-me que há um lado utilitário muito forte para a pintura. Para quem usufrui eu acho que é um exercício muito bom para criar empatia, e é bom porque, em festivais de arte ou exposições coletivas, estás sempre a ver imensas perspetivas que fazem sentido. Podes ter mais preferência por uma ou



por outra, mas em termos de matéria é difícil dizeres qual é a melhor e qual é a pior. E a verdade é que um gajo na vida inteira, passa a vida a comparar, o que é melhor e o que é pior. A arte acaba por desmistificar um bocado isso, porque vais pela técnica, vais pela cor, vais por uma coisa que viste há não sei quantos anos atrás e gostaste. O artista não tem culpa disso, pelo bom ou pelo mau. Portanto acho que a arte é uma ferramenta incrível para se criar empatia. Ajudar-nos a explorarmos a nossa escolha diária com o próximo, as micro-decisões que tomamos quando estamos a meter preconceito, é uma forma de mudar isso.

A minha necessidade de criar passa por dar amor. Do género, aquilo que eu não consigo fazer no meu dia-a-dia, falar daquilo que eu tenho medo, tenho uma coisa que diz abertamente do que tenho medo, ou o que eu quero ou o que não quero. Digo o que sou a pessoas que provavelmente nunca nos poderíamos conhecer ou desenvolver um nível de intimidade. Porque podes ser uma pessoa extrovertida mas até teres intimidade com uma pessoa demora tempo. Isto é a minha forma de cortar certos passos do sistema.

É importante para mim não pensar no observador, embora esteja sempre presente que eu estou a fazer para o observador. Nós temos dois comportamentos, o comportamento natural e o comportamento adaptado. E na sociedade nós temos um comportamento adaptado, não podemos fazer aquilo que nós quisermos porque estamos sujeitos às outras pessoas, a tudo. E quando eu estou a pintar eu estou a utilizar o meu comportamento natural, e eu sei à partida que vai ser observado. Mas esqueço-me disso, simplesmente vai-se embora. Se eu pensar no observador, que tenho que fazer isto por, já estou a entrar num lado mais adaptado. Eu acho que isso é bom para essas conversas, estou adaptado à situação, e continuamos a ter uma conversa boa e benéfica, mas, lá está, era um bocado contra-natura eu ter o meu comportamento natural assim do nada. Era desagradável até, não digo que seria nocivo, mas era desagradável porque acabava por não ser real. Normalmente as pessoas que eu vejo que se esforçam tanto por “Ah eu quero ser igual a mim mesmo, eu quero ser feliz e estou-me nas tintas para o que as pessoas dizem. Ah não o dinheiro faz mal, não sei quê não sei que mais”, a verdade é que eu olho e a própria postura delas, elas pegaram naquilo que podia ser o comportamento natural delas, mas meteram-lhe tanta adaptação,

tanta intelectualização, tanta racionalidade e tanto sentimento de inferioridade para cima, que acaba por ser uma mistura muito froxa, que não serve pra nada, serve para o ego e para as pessoas que praticam isso. Acho que é bom uma pessoa ter noções do comportamento humano.

**D: Parte para a criação com conceitos e ideias já definidos (influências), ou de mente totalmente aberta (pesquisa)?**

J: Tenho os dois lados, e os dois com coisas positivas e negativas. Uma parte da resposta já foi dada pelo que já estivemos a falar. Relativamente à outra parte, que acaba por ser irónico, a melhor ideia que eu tive em termos artísticos, não digo melhor por ser melhor que as outras, mas melhor por ter tudo o que uma ideia precisa, timing, a ideia em si, se bate cá dentro ou não que é muito importante, e se vem ou não de uma experiência. Tive essa ideia quando estava na posição mais desconfortável de sempre. Estava sozinho, no meio de Madrid. Uma viagem em que os últimos três dias foram incríveis, o primeiro foi horrível. Estava tão desconfortável interiormente, mas a tentar ter uma experiência tão boa mas a sentir-me tão genuinamente desconfortável. Eu por fora estava “Ah uma cidade nova, pessoas novas, estou a ver arte”, mas estava super mal, já tinha assumido que estava mal para caracas, tinha que estar sozinho, jantar sozinho, entretanto a seguir ao jantar fui para um café e tinha um bloco de notas e pus-me a escrever para me tentar sentir confortável. Quando estava nisso surgiu-me uma ideia e finalmente consegui passar o fio condutor a uma ideia que eu tinha tido e que não sabia muito bem o que era e no final da estadia em Madrid não só a consegui compreender e estar confortável com isso e acima de tudo ganhei material para fazer o trabalho. E foi a ideia que me bateu mais até agora. Qual é a parte má disso? Tem tudo para funcionar bem, já tenho metade do material, já podia começar a fazer orçamentos, já podia começar a fazer essa coisa toda e não fiz e não faço ideia porque é que não consegui começar a trabalhar nisso. Estou-te a responder isto não como resposta mas como percurso, porque é que eu não consigo responder.

Basicamente, como aquilo surgiu de um conjunto de emoções ou de uma experiência que eu tive numa altura no passado, que me afetou mais ou menos

e que me influencia mais ou menos hoje em dia, mas que não as sinto agora, é mais difícil ter a motivação para as fazer. De facto como forma de desenvolver a ideia é o que eu estou a sentir, que depois se desenvolve em várias coisas. Por exemplo, num quadro, as emoções vão-se misturando. Os meus quadros demoram um dia, é raro demorarem mais, e acabam por ser, vou tendo várias emoções e elas vão dançando umas com as outras, portanto estou a ter dificuldades em criar arte com um conceito, com uma ideia, ou seja preciso desse lado emocional e dessa disfuncionalidade toda.

Há uma diferença entre um artista e um artolas, e eu neste momento sinto-me um artolas porque estive a olhar para o lado errado este tempo todo. Se não se tem uma coisa digna de ser dita, às vezes mais vale estar calado. Acaba por ter que haver uma certa ousadia em fazer uma coisa, porque de facto estás a dar à luz, eu chamo os meus xuxus, uma coisa, um objeto. Ele vai viver por si, independente do que quer que seja, portanto é bom que ele saiba falar.

**D: Encara a respetiva actividade (arte/design) como uma língua ou um conjunto de linguagens?**

J: Como um conjunto de linguagens, sem duvida. Porque, a palavra “saude” não dá para transmitir nas outras línguas todas, mas no entanto, é uma coisa que toda a gente sente, portanto se uma pessoa só falar inglês acaba por deixar de lado imensas coisas. Acima de tudo uma linguagem, para mim, é uma estrutura de pensamento e de comportamento, uma herança cultural muito forte e a arte tem isso, porque é impossível fazer-se uma coisa tão grande como uma língua ou uma arte ou o que quer que seja sem se pensar na herança cultural e tudo isso que está associado, mas a arte é uma coisa da humanidade, ou seja, é uma coisa que é para ser feita para o ser humano. Por exemplo, quando eu estava em Inglaterra, estive lá durante um mês, mais outra posição desconfortável que eu me pus e lá aprendi imensas coisas relativamente à forma como tu articulas e conjugas certas frases e às traduções diretas que tu fazes da língua portuguesa para a língua inglesa. Um conjunto de linguagens porquê, porque tens que lidar com um conjunto de pessoas e porque é um conjunto de pessoas a fazerem arte, é um conjunto de pessoas a verem arte. E a ganharem dinheiro, a criticarem, o que quer que

seja. Portanto é bom tu aprenderes várias linguagens. É bom para definires os limites. Isto pode ir até aqui, mas pode ir mais longe. Mas faz sentido ir mais longe? Porque é que eu não vou fazer uma performance? Ou uma instalação. Por exemplo, quando estava em Inglaterra fiz uma instalação. Estava com imensas saudades de casa, triste e melancólico mais uma vez, e decidi fazer uma coisa que eu não conseguia fazer de outra maneira. Decidi criar um útero materno dentro de um escritório. Eu não tinha dinheiro nenhum, com 8 euros fiz uma instalação. E foi a primeira vez que me senti completo a fazer aquilo. Não é pintura, não sou pintor, há mais coisas. Não brinques só com o olhares para uma coisa, brinca com as pessoas passarem, interajam, sintam. Passar para outro nível, assim aprendes.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a actividade?**

J: Isso é o princípio da criatividade. Eu acho que tem a ver com duas coisas. Primeira coisa, as pessoas não pensam em grande. As pessoas olham para uma coisa e ficam “Se calhar não tenho dinheiro, se calhar não tenho currículo, então não posso fazer uma coisa tão grande..” então muda isso. Isso é um pensamento retrógrado que te está a diminuir a ti e está a contagiar as pessoas com as quais vais comunicar e estás a comunicar esse medo. Portanto, o que eu acredito é que criatividade não é só tu chegares ao final do dia e dizeres “Ah eu sou criativo e faço coisas tão giras e consigo pegar numa coisa e direccionar ou arranjo uma solução super criativa para resolver um problema.” Não! Fica imerso na tua área, nas coisas que tu fazes, nas coisas que queres fazer no teu objetivo ultimo e deixa a criatividade tratar disso. A criatividade é uma identidade de fora, não é uma atividade consciente. As ideias que uma pessoa tem, estás a pensar e a trabalhar, mas a ideia vem, e não sabes muito bem de onde é que ela vem ou porque é que ela vem ou o que quer que seja, portanto, é um dado adquirido e acima de tudo é uma coisa que pode ser expansiva. Aliás, a criatividade tem dois caminhos, ou expande ou retrai, nunca estagna. E retrai com medos materiais. Por exemplo, eu já fiz muita porcaria, mas vejo uma oportunidade ou desafiavam-me para fazer uma coisa e a primeira coisa que eu vou dizer é sim, depois logo se vê. Se calhar não tenho dinheiro, mas tentas, arranja-se. Para essa obra em Inglaterra que era uma instalação, eu tive de tirar aquela esponja de isolamento, e tirava aquilo e saltavam ratos e cocó

de rato e essas porcarias todas. Não tinha dinheiro para aquilo, mas pedia martelos emprestados, roubava pregos aos outros artistas. Por exemplo, aqui na minha casa de banho, houve uma altura em que a quis remodelar. Não tinha dinheiro nem fazia ideia como se remodelava uma casa de banho, nem como funcionava a canalização. Qual foi a primeira coisa que eu fiz? Não fui investigar como é que se fazia, não, mandei o lavatório a baixo. É tipo “Agora tenho um problema! Agora tenho que o resolver!” E funciona assim. Depois peguei numa panela wok que eu tinha, que estava com ferrugem, fiz-lhe um buraco com uma broca craniana e é o meu lavatório. Portanto, eu acho que o problema é que não têm problemas suficientes, não materializam as coisas, não se comprometem de maneira a criar um problema, tipo “Agora é que eu tenho que resolver isto, agora é que entra o pânico”. Se eu precisar de ir a uma loja de arte para arranjar tinta, isso é difícil, não vou arranjar urina de cavalo como antigamente, secar e depois misturar, isso não faz sentido. Ou seja, há o limite, ou se calhar não há. Mas pelo menos para mim é um limite que eu não sinto que tenha que o ultrapassar. Agora coisas mais assim “à campeão”, primeiro deixa a coisa acontecer, primeiro ganha o sim. Do género “aprovamos este projeto”, ok, estou lixado, não faço ideia do que vou fazer. Para aí há quatro meses, fiz uma coisa para a *Moda Lisboa*. Uma performance, nunca tinha feito uma performance. “Sim faço isso, sem duvida nenhuma, vamos fazer isso”. Depois de fazeres a afirmação, desligas a chamada “Estou lixado”, mas lá está, tens que ter um pensamento lógico e racional. Então o que é que eu fiz, éramos treze artistas, cada um tinha um modelo com uma obra de design feita em pano cru. O objetivo era fazeres uma intervenção por cima daquilo. Em primeiro lugar, já tinha dito que sim e era uma boa oportunidade. Depois tens que ver o que estás a fazer. A criatividade é muito gira mas é como um negocio, é tipo, tens que ter algo que te diferencia dos outros, que te faz único, uma coisa com mais valor. As pessoas afastam muito o negocio da arte mas o pensamento de marketing e de comunicação e o próprio business plan tem muito e ajuda muito para efeitos da arte. Não tem a ver com sacrificar a arte por dinheiro, mas aprender que o dinheiro existe, como é que se faz. Mas a parte gira foi olhar para aquilo e pensar “Não vou fazer uma pintura”, ainda por cima na altura estava com uma pintura muito geométrica, aquelas retas compulsivas. Então peguei num conceito ao qual sempre tive alguma aversão,

que é o movimento feminista, como é óbvio que eu respeito o movimento feminista. Mas sempre houve uma coisa que me irritou imenso que é, nas primeiras vagas que vieram, não estou a falar dos anos 20, estou a falar a partir de 2000 mais ou menos. Eram umas barraqueiras do caraças, os homens querem isto nós queremos isto, e isso deixava-me sempre um bocado revoltado. Achava que era uma coisa que tinha o efeito contrário, ou estares a comparar os teus direitos aos do homem, estás-te a fazer à medida do homem. És uma mulher, um ser incrível, não te compares a nós, nós somos diferentes, não podemos dizer que o homem e a mulher são iguais, temos uma forma comportamental completamente diferente, isso tem que ser exultado. Quis fazer uma coisa diferente para dar a minha aprovação ao movimento feminista, a criticar o homem num aspeto. Peguei em tinta preta e em cordas, e quis pegar no elemento castrador ou de dominância, a corda, que tem uma forma esguia, uma ideia paradoxal lá pelo meio. Molho a corda em tinta preta, faço estampagens à volta da modelo e quando tirar ficas com o padrão da corda. Convém que as mulheres não se esqueçam que foram castradas durante anos, tiraram-lhes praticamente tudo e a única coisa que não lhes tiraram foi o sexo. Acontece que quando tiras, deixas a marca de uma coisa que aconteceu no passado, mas depois só o facto de mexeres o teu braço, mostra que não estás presa e ridiculariza o elemento corda. Então utilizei a forma de libertação, o próprio movimento como forma de ridicularizar aquilo que prende. E correu bem, as pessoas gostaram. E com um budget dos mais pequenos que eles tinham, ideia mais simples, diverti-me para caraças, mas foi muita giro. E é isso que acredito. Primeiro faz, e depois vais-te preocupar com o material e não deixes de confiar na tua criatividade. E isso não é narcisismo, é ser artista. Se és artista, se vives pela criatividade, vai para o próximo passo.

**D: Que tipo de prazer estético é que se sente ao trabalhar/ no processo de concretização?**

J: Há mais irritação que prazer, não sei porquê. As coisas que durante o processo estão a resultar melhor, são as coisas que acabam por não ficar tão bem. Ou seja quando eu olho para uma coisa e sinto prazer estético dela, fico conformado com ela, não a quero levar para o próximo nível, do género, já

estás bem aqui. Agora se eu olhar para uma coisa e “não, não gosto de ti”, e depois fica pessoal, “não vais ficar assim” e aí tenho a necessidade de desenvolver e desenvolver. E quebro logo aquele medo que é um medo que está presente em cada quadro que tu fazes, que é o de ficar mal e, pelo menos nesta fase, nunca fiz nenhum quadro que estivesse confiante 100% que ele ia ficar bem. E há quadros em que tu consegues ultrapassar esse medo, a aí fazes de facto uma coisa nova, porque ultrapassaste esse medo e aí “Ok estou aqui, estou numa zona nova, nunca cá tive, vou ter que me esforçar”. Esforças-te, dás tudo e tens um resultado final e fica diferente, e as pessoas sentem aquela cena. Agora quando eu começo a sentir prazer estético numa coisa que eu faço enquanto a estou a fazer, aí vamos ter um problema, porque não vou deixar de sentir esse prazer estético, ou acabo aí e pode ficar incompleto o que às vezes é bom.

**D: Como é que entende o fim deste processo / e se foi bem concebido ou não?**

J: Acima de tudo é ter bem assente uma coisa, que eu acho que é o mais importante. Quando estás embalado a fazer um quadro, a tua mente segue um padrão, quando olhas para um quadro, a tua mente segue outro padrão. Portanto, estás a ver quando às vezes estás a falar ao telefone, e estás a fazer uns rabiscos, estás a gostar de fazer aquilo e a sentir-te bem, mas de facto não tem conteúdo estético nenhum, mas estás-te a sentir bem a fazer aquilo? O mesmo acontece com o quadro, porque às vezes confundo a componente estética, ou lado mais interior, mais emocional, mais espiritual, como lhe quiseres chamar, com o eu me sentir bem a fazer aquilo porque está a ser um processo mecânico e consciente. Portanto eu acho que é bom saberes a diferença entre o que é mecânico e consciente e entre o que é que o teu interior te está a dizer para fazeres. Portanto às vezes vais-te sentir bem num quadro e resulta bem porque estás a ouvir o teu interior, outras vezes estás-te a sentir bem a fazer um quadro e resulta mal porque estás a ouvir o teu lado mais mecânico e mais confortável. Agora quando acabar, eu acho que isso é a coisa que está mais ligada com a experiência. O saber acabar tem exclusivamente a ver com experiência. Experiência de pintar, de criar arte.

Vais-te analisando, e é do género, “ok, esta fase é-me familiar”, como quando estás a adormecer e não sabes se estás a dormir ou não, quando estou a pintar também fico mais ou menos nessa coisa, ou seja, dos sentimentos que vou tendo, não me vêm logicamente, não, é tipo vem “Ah já me lembrei disto, isto é-me familiar” e tem a ver “ah eu já fiz isto e da última vez não resultou muito bem, vou parar”. E às vezes é bom, fazes uma pausa e às vezes é uma pausa que acaba o quadro, olhas para aquilo e pensas “Ainda bem que parei agora”, outras vezes fazes a pausa um bocado antes e tens que voltar novamente a ele. Ou ainda tens um eco da emoção que tinhas e pegas nele, ou tentas recriar a emoção que tinhas e esbardalhas-te à força toda ou assumes uma emoção nova e usas isso como forma de complementar a emoção anterior e usas isso como forma de entrar outra vez no processo. Portanto lá está, não consigo encontrar nenhuma fórmula que diga que devo parar, só memórias de coisas que eu fiz que resultaram bem ou mal e comparar o sentimento que estava a ter na altura com o que estou a ter agora.

## **Anexo I**

Entrevista semi-estruturada, realizada ao designer João Tito Gouveia.

### **Diogo: Queria perceber um bocadinho do teu processo. Como é que tu o recebes, pensas, executas e concluis?**

João: Então... vamos imaginar que... -- isto no âmbito de um serviço de *freelancer* – um cliente qualquer pede-me um trabalho sobre um assunto específico. O que é que eu faço? Mediante à apresentação daquilo que é o trabalho e o assunto, eu primeiro tento perceber quais são os objetivos do cliente. Qual é a finalidade do trabalho, para também depois conseguir desenvolver da minha parte consoante os objetivos que ele tem delineado para aquilo.

Depois o que faço é, começo por estabelecer uma relação entre aquilo que é o tema do trabalho com coisas semelhantes, ou seja, quase que partir o tema em partes, para tentar ver onde é que eu próprio consigo agarrar... por exemplo, imaginando que quero fazer uma marca nova para uma clínica veterinária. Vou agarrar no conceito da clínica, vou ver que géneros de animais vão ao



veterinário, sem ser o clássico dos cães, gatos e hamsteres. Vou tentar entender qual é a lógica toda por trás do processo de trabalho do veterinário. Do género, como é que eles chegam, como é que eles fazem... se vão só lá levar vacinas, se são logo lá operados ou se existe um sítio específico para aquele género de serviços acontecerem. Se donos levam os animais ou se é a equipa veterinária que os vão buscar a casa. Estás a entender? Tento entender a grande maioria do processo, porque por exemplo na construção de uma marca há coisas que não são tão óbvias que podem ser utilizadas para delinear o que é efetivamente a imagem, a identidade visual daquela marca. Ou seja, isso para mim é uma parte de todo o processo... porquê? Porque ao identificar uma série de coisas diferentes de um determinado tema, torna-se muito mais fácil depois de visualmente construir aquilo que é o projeto para apresentar àquela pessoa: quer seja ela a marca, a comunicação ou a linguagem específica daquele meio.

E pronto... basicamente é isso. Também faço um bocadinho de *brainstorming* comigo mesmo – que por acaso é uma cena bem engraçada! – eu escrevo cenas numa folha, relacionadas com aquilo que me encontro a fazer. Depois, coloco essa mesma folha de lado e não olho para ela. Agarro noutra folha, e escrevo coisas sobre outro assunto qualquer relacionado com aquele tema... – voltando à clínica veterinária – eu escrevo tudo o que tem a ver com veterinários, para tentar perceber a “cena” da marca, isto é, por onde posso envergar. De seguida, deixo esse documento de lado e noutra folha escrevo tudo relacionado com jardins zoológicos. Isto porquê? Porque está diretamente ligado, tem alguma inerência ao assunto principal. Ajudando-me assim a construir uma coisa fora daquilo que é expectável.

– Havia um colega meu que me dizia... que dessa altura levo com alguma seriedade, que é “Agarra tudo aquilo que conheces sobre um determinado tema e depois agarra no oposto ou semelhante do oposto, e vê de que maneira é que o absurdo daqueles dois assuntos se ligam. De certeza, que vais encontrar alguma coisa que te dá aquele sentimento de: “Isto é super porreiro!”

“

**D: Numa fase inicial, onde tens um primeiro contacto com o briefing ou com o cliente, quando e como são definidos os limites? Entendo tu, o que entendes por limites.**

J: Bem... quando te referes a limites, para mim isso é um bocado ambíguo. Porque imagina, os teus limites não são os meus limites. Quando tu pensas em alguma coisa absurda, o meu nível absurdo pode ser completamente diferente. Ou seja, existe uma variável muito grande nesse tipo de coisas.

Por exemplo, um cliente que me diga: “Preciso de um *flyer* para uma campanha política e queríamos inovar, fazendo algo ilustrado em vez de ter aquela típica fotografia do candidato.” Ok, tudo bem. Eu faço. É giro, engraçado, vamos então arranjar aqui uma lógica para isto. Construir um *mood board*, ver como é que este desafio consegue andar, e... Imagina. Faço uma ilustração, e envio-lhe tudo montado na qual o cliente me responde “Não era bem isto aquilo que estávamos a pensar. Pois quando falámos em algo mais ilustrado, seria uma coisa mais desenhada, algo realístico não tanto um boneco.” Pronto, isto é a noção de limites. Varia até para o próprio conhecimento do cliente.

O cliente para mim é um limite... E eu encaro o briefing como uma *guideline*. Imagina muitas pessoas vêem o briefing como sendo um teto. “Ok, temos este espaço todo até ao teto, podemos fazer isto tudo.”. E eu não. Vejo mais o briefing como fossem paredes, isto é, para cima é tudo o que tu quiseses desde que te mantenhas dentro daquela coluna.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área?**

J: Não é propriamente uma necessidade, é algo que eu gosto de fazer. Quando fui tirar design nem sabia bem que género de design é que queria seguir. Eu gostava um bocado de tudo e acabei por encontrar uma vertente que me motivava muito mais que as outras todas, mas continuo a gostar de fazer todas as outras. No entanto, é mesmo só por gostar de fazer, porque se fosse por necessidade não seria design que tirava. Por necessidade, eu ia tirar um curso de mecânica e metia-me a trabalhar aí numa oficina que eles podem ganhar até 30€/hora.

Eu gosto desta área, porque existe aquela sensação de criar algo novo genuinamente... bem, muitas vezes não é genuíno porque hoje em dia criar algo de raiz é super complicado, mas, é criares algo mesmo que seja uma

recreação. Teres tu a ideia, fazeres o processo e chegares a um resultado final e veres se efetivamente, aquilo obtém objetivos/resultados e por fim, se as pessoas gostam ou não, qual o seu *feedback*. Há trabalhos que faço e eu gosto imenso contudo os outros não. Independentemente da opinião deles, eu continuo a aprovar o que fiz. Mas... quando existe algo que faço e os outros também apreciam, dá-me um nível de satisfação altíssimo! É fixe! Uma pessoa sente-se realizada.

**D: Partes para a conceção. Ou seja, imaginando numa fase inicial em que recibes o briefing, defines objetivos – as tais paredes – inicias com conceitos definidos, influências ou vais de mente totalmente aberta e fazes uma pesquisa? Como funciona?**

J: Depende do género do trabalho. Quando as paredes estão muito bem definidas, quando o briefing é claro e conciso, eu vou já com uma ideia pré-definida daquilo que estou a pensar fazer ou aquilo que o cliente pretende. Quando o trabalho é mais ambíguo apenas com algumas limitações, aí vou fazer alguma pesquisa, vou ver influências, vou ver trabalhos de outros designers, analiso a concorrência e vejo o que existe ou não existe. Tento perceber em que meio é está inserido, quem é que são os *targets*, tudo o que está relacionado com o marketing. A maneira como tu vais desenhar para um banco de investimento, não é de todo a mesma forma para um banco jovem. Por exemplo, tens o *ActivoBank* e a Caixa Geral de Depósitos, são bancos... é verdade. Mas vão de encontro a *targets* totalmente distintos, e daí precisarem de imagens completamente diferentes.

**D: Encaras o design como uma língua ou como um conjunto de linguagens?**

J: Eu não encaro o design como uma língua, mas sim como um conjunto de linguagens. Porque dentro do design existem tantos processos diferentes e tantas maneiras diferentes de se expressarem as coisas, até porque o design não pode ser uma língua... tem que ser, literalmente, um conjunto de linguagens porque aquilo que fazes para o meio ocidental não são de todo as que fazes para o meio oriental. As culturas funcionam de maneira diferente, as pessoas pensam de maneira distinta, como tal, o design não pode ser uma

língua, porque não é universal. Há coisas que podem ser como depois encontramos o inverso, daí concluir que é um conjunto de linguagens que tem facilidade em adaptar-se, dependendo da realidade.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a atividade? Quando me refiro a materiais, também pretendo se a técnica, a disponibilidade monetária, todo o tipo de factores te vão influenciar depois de criares um conceito/ideia.**

J: Tudo isso molda bastante a minha atividade. No sentido, em que posso ter uma ideia super porreira e pensar em fazer um grande packaging para uma marca de toalhas de praia – imagina a Vertty – quando idealizaram pela primeira vez em todo o conceito e na embalagem para colocar aquelas toalhas triangulares... o dinheiro que a empresa investiu para fazer aquilo. Agora se fosses tu a ter uma ideia tão ou mais fixe que a deles, e saberes que muito provavelmente não a vais conseguir executar porque existem limitações em termos financeiros e de materiais – o que podes ou não usar devido ao orçamento – faz todo o sentido e é perfeitamente lógico que existam, afinal de contas é uma realidade. Embora também aquilo que é o objetivo do design é contornar esses problemas e tornar a “coisa” o mais viável possível dentro daqueles moldes. Não desistires daquilo que é o teu produto final em prol daquilo que ele te pode custar ou não, readaptares para custar um pouco menos, mas ser igualmente bom.

Em termos de técnica... eu dou muita importância àquilo que desenho. Isto é, tento desenhar tudo antes de passar para qualquer ferramenta digital, porquê? Porque no papel sou mais verdadeiramente livre.

Por exemplo, se começo logo no Illustrator, encontro logo uma série de condicionantes. Vou buscar uma pantô e depois vou buscar um circleteo, o que acaba por próprio processo não ser fluído. Já com o papel e uma caneta ou um lápis consegues ter toda a liberdade do mundo, toda a liberdade que uma pessoa tem de pensamento transita tudo para aquele momento e não existe qualquer tipo de limitação, pois podes simular tudo com apenas um bocado de papel e um lápis.

Tenho uma cena preferencial em relação à cor... ou sou muito monocromático ou vou muito para cores de alto contraste. Nomeadamente, do género cores

complementares. Vejo muito isto nos meus trabalhos, se eu desenho algo em vermelho vou-lhe fazer umas sombras a azul, entendes? Ou vou-lhe dar os *high lights* a azul... É o que me chama mais, e se calhar, porque um dos meus artistas/designer/ativista é o Shepard Fairey. Eu gosto muito da linguagem que ele usa por detrás dos trabalhos que faz: os pequenos padrões, tudo com um ar vetorial, com muitos planos, quase como preto no branco e depois atira para lá uns vermelhos, castanhos e uns azuis. Gosto imenso da linguagem dele e, muitas vezes, tento transitar isso para as coisas que faço, para dar um ar mais profissional.

D: Mas por exemplo, pegando no caso anterior da clínica veterinária, consegues transformar isto tudo em alguma coisa que vá de acordo com aquilo que a pessoa pretende, o seu imaginário.

J: Sim consigo. Especialmente hoje em dia, vê-se cada vez mais isso mesmo... um designer conseguir transitar aquilo que é o seu estilo próprio, a sua maneira de pensar para as marcas que constrói ou a comunicação das marcas que faz. E isso, até faz algum sentido, o trabalho vai-te primar muito mais.

Uma coisa é seres um bom técnico e saberes usar todas as ferramentas do mundo, mas depois em termos criativos seres limitado. Outra coisa é seres grande criativo e conseguires pensar em “cenários” completamente fora, no entanto teres alguma limitação em termos de ferramentas não será um inconveniente para ti, porque o teu trabalho acaba sempre por muito bom pelo conteúdo que tem e não pela forma como está feito.

#### **D: Que tipo de prazer estético é que sentes ao trabalhar?**

J: É um ponto interessante... imagina. Às vezes quando te encontras a trabalhar/desenhar algo no ilustrador – um focinho de um cão, por exemplo – estás na parte das orelhas, e de repente estás com aquele *close up* só na orelha, acabas de desenhar e pensas: “Isto está mesmo fixe!” e estavas só a ver a tal orelha. Até parece um icon, caso separasses essa parte do resto do focinho, resultava. E são esse género de situações que me vão acontecendo e, que me vai dando alguma satisfação enquanto estou a trabalhar.

Por exemplo, estou a fazer uma coisa no seu todo, e depois reparo que existem pormenores muito interessantes e que ficaram mesmo bem-feitos, deixando-me bastante satisfeito.

**D: Como é que entendes o fim de um processo? Quando é que para ti acabava?**

J: O processo acaba quando o cliente não tem mais *feedbacks*.

A decisão pode ser minha ou do cliente. Por exemplo, quando tenho um projeto que “não anda nem desanda”.... Primeiro, o pagamento é feito antes da entrega do trabalho final, já para me salvar de alguma situação. Depois, ofereço aos meus clientes dois *feedbacks*, a partir daí pagam 20€ por cada alteração que desejem fazer. Por exemplo, faço um post de facebook e envio ao cliente. De seguida, ele dá-me um *feedback* dos pormenores que não vão de encontro ao objetivo. Altero e volta novamente para trás. Faço novamente as mudanças pretendidas e assim sucessivamente. Pronto, aqui não conta a quantidade de alterações mas sim, quando vai ao cliente e regressa, aí considero um *feedback*.

## **Anexo J**

Entrevista semi-estruturada, realizada ao artista Fernando Oliveira.

**Diogo: Em que fase do processo é que se impõem os limites / são definidos os limites?**

F: Crio uma forma. Depois essa forma vai criar outra. Pensa que vai reproduzir um pouco essa forma, mas depois acaba sempre por recriar outras diferentes e isso acontece durante o trabalho. Em princípio pode haver limites, é todo um processo, sendo um pouco difícil de explicar. Um artista está atento, há certas coisas que lhe chamam a atenção. Está atento, não é? Há certas coisas que o prendem, não é? Certas formas. Ou se for um pintor que tem a ver com a natureza, ele prende-se com certos ambientes da natureza. No meu caso são formas que tem a ver com a paisagem urbana, sendo a partir daí que as coisas nascem. Mas não há exactamente um limite, não se sabe quando é o limite, não sabemos que já vai ficar assim. Durante o tempo em que estamos a trabalhar é que as coisas se definem, não é? O mais importante é a atenção, a curiosidade e a memória.

**D: Qual é a necessidade que o leva a estar na área (necessidade de dominar um processo ou linguagem)?**

F: Essa necessidade é uma coisa que nasce com os artistas. Uma pessoa ou é artista ou não é artista. Ser artista não é nenhum privilégio. Isto exprime-se numa vontade de executar um trabalho, inspirado em qualquer coisa que a gente viu. A técnica já está cá dentro, não é? Eu transmito uma mensagem estética só, não é? Posso eventualmente, de repente, transmitir uma mensagem política, por exemplo, mas não é muito provável. Apesar de já ter transmitido, numa série de obras. Se lermos ULEBERQ, ele explica bem o que é um artista, tem umas ordens que se consideram misteriosas, que não sabem de onde vêm. Isto é o meu caso, não sei se são todos assim. Mas também isto é tudo muito relativo. O estético não é uma procura do belo, pode não ser, não é? Eu creio que não sei aquilo que procuro, eu nunca sei. Eu procuro uma emoção. Uma emoção, não é? Uma emoção. É uma satisfação por conseguir fazer, por conseguir reproduzir aquilo que recebi, de uma ordem qualquer que não sei de onde veio, mas que é inspirada nas tais coisas que me rodeiam, na Arquitectura e nas formas geométricas, que só encontro nas coisas feitas pelo ser humano. Não é uma procura na natureza.

**D: Parte para a criação com conceitos e ideias já definidos (influências), ou de mente totalmente aberta (pesquisa)?**

F: Parto de pesquisas pontuais, com intenção concreta, mas que surgem instantaneamente, por acaso. Mas sempre no mesmo registo, de procura de formas geométricas.

**D: Encara a respetiva actividade (arte/design) como uma língua ou um conjunto de linguagens?**

F: Agora, é uma linguagem só. Linguagem esta que vem através de um fio condutor, não é? Mas também não sabemos o que é o amanhã. Eu posso mudar e apetecer-me fazer outras coisas. Não sou prisioneiro de nada. Já tive outras linguagens. Como teve o Picasso, por exemplo, que teve a fase azul, teve isto, teve aquilo. Picasso e outros. Às vezes os artistas ficam prisioneiros numa mesma linguagem. Não sei dos outros. No meu trabalho só uso uma.

**D: De que forma é que as condições materiais moldam a actividade?**

F: Não só a mim. As condições afectam qualquer pessoa, não é? Se eu tiver a ideia de fazer um quadro com 50 metros de comprimento, fico condicionado porque não tenho atelier. Porque não tenho espaço.

No caso de umas placas redondas que fiz para um museu, inicialmente tinha pensado usar em MDF, mas fui aconselhado a fazê-las em madeira, porque tinha outra nobreza.

Gosto muito de trabalhar sobre papel. Em certas fases. Noutras fases, também gosto muito de trabalhar sobre tela. Isso depende. Não sinto limitação por isso. Evidentemente que quando a pessoa não tem dinheiro, vê-se um bocado aflita, não é? Que o material custa muito dinheiro. Mas eu penso que uma pessoa acaba sempre por fazer qualquer coisa, mesmo que não tenha dinheiro. Mesmo que seja no papel mais barato. Não tenho noção disso, felizmente tenho tido mais ou menos dinheiro e condições para trabalhar no papel que eu quero.

**D: Que tipo de prazer estético é que se sente ao trabalhar/ no processo de concretização?**

F: Que tipo de prazer? Prazer há só um! Quando estamos a fazer uma obra, estamos como se estivéssemos numa luta com uma outra coisa qualquer, que é o trabalho. Essa luta tem momentos de algum desespero. De repente, a pessoa sente que dominou o trabalho e depois dá prazer, não é? Às vezes não é quando termino. Chega-se a um ponto em que já se sabe que aquilo está controlado. Mas também acontece às vezes não se conseguir fazer um trabalho, e até destruí-lo, não é? Meto para o lado e passo para outro. Às vezes dá prazer do início até ao fim, outras vezes só dá até meio e a meio deixa de dar prazer, mas a pessoa não desiste e continua a trabalhar em cima e em cima, e às vezes a coisa fica transformada numa coisa diferente daquilo que estava a pensar inicialmente.

**D: Como é que entende o fim deste processo / e se foi bem concebido ou não?**

F: Como é que entendo? Percebo porque sinto, porque acho que acabou. Sei porque sei. Porque considero que está acabado (risos).