

# Design Criativo

Professor Me. Dênis Martins de Oliveira



O 48d Oliveira, Dênis Martins de  
Design criativo / Dênis Martins de Oliveira. Paranavaí:  
EduFatecie, 2022.  
101 p.: il. Color.

1. Desenho de moda. 2. Projeto de Produtos. 3. Moda – Estilo.
4. Criatividade. I. Centro Universitário UniFatecie. II. Núcleo de Educação a Distância. II. Título.

CDD: 23 ed. 746.9209

Catalogação na publicação: Zineide Pereira dos Santos – CRB 9/1577



**Reitor**

Prof. Ms. Gilmar de Oliveira

**Diretor de Ensino**

Prof. Ms. Daniel de Lima

**Diretor Financeiro**

Prof. Eduardo Luiz Campano Santini

**Diretor Administrativo**

Prof. Ms. Renato Valença Correia

**Secretário Acadêmico**

Tiago Pereira da Silva

**Coord. de Ensino, Pesquisa e Extensão - CONPEX**

Prof. Dr. Hudson Sérgio de Souza

**Coordenação Adjunta de Ensino**

Prof. Dra. Nelma Sgarbosa Roman de Araújo

**Coordenação Adjunta de Pesquisa**

Prof. Dr. Flávio Ricardo Guilherme

**Coordenação Adjunta de Extensão**

Prof. Esp. Heider Jeferson Gonçalves

**Coordenador NEAD - Núcleo de Educação à Distância**

Prof. Me. Jorge Luiz Garcia Van Dal

**Web Designer**

Thiago Azenha

**Revisão Textual**

Kauê Berto

**Projeto Gráfico, Design e Diagramação**

Carlos Eduardo Firmino de Oliveira



**UNIFATECIE Unidade 1**

Rua Getúlio Vargas, 333  
Centro, Paranavaí, PR  
(44) 3045-9898

**UNIFATECIE Unidade 2**

Rua Cândido Bertier Fortes, 2178, Centro,  
Paranavaí, PR  
(44) 3045-9898

**UNIFATECIE Unidade 3**

Rodovia BR - 376, KM 102, nº 1000 - Chácara Jaraguá , Paranavaí, PR  
(44) 3045-9898

[www.unifatecie.edu.br/site](http://www.unifatecie.edu.br/site)

As imagens utilizadas neste livro foram obtidas a partir do site Shutterstock.

# AUTOR

## **Professor Mestre Dênis Martins de Oliveira**

- Mestrado em Gestão do Conhecimento nas Organizações pela Unicesumar (2020).
- Especialização em EAD e as novas Tecnologias Educacionais. Centro Universitário de Maringá, UNICESUMAR (2019).
- Curso superior de Tecnologia em Design de Interiores pela Unicesumar (2018)
- Bacharelado em Moda pela Unicesumar (2016).
- Pós-graduação em Docência no Ensino Superior, Centro Universitário de Maringá (2016).
- Licenciatura em Artes Visuais pelo Centro Universitário de Maringá (2012).

Possui experiência na área de Moda, com ênfase em Artes. Ministrando as disciplinas de: História da Arte e do Design; Teoria e Fundamentos do Design; Linguagem Visual; Processo Criativo Avançado; *Visual Merchandising*; Materiais e Expressão Gráfica; Desenho de Moda; Pintura e Gravura; Materiais e Técnicas Artísticas; Visagismo e Consultoria de Imagem. Professor de graduação e pós-graduação. Consultor de Imagem.

**CURRÍCULO LATTES:** <http://lattes.cnpq.br/787808509434425>

# APRESENTAÇÃO DO MATERIAL

## Olá Acadêmico (a)

Seja bem-vindo (a) ao universo do Design Criativo, saiba que é um prazer receber você para esse mergulho nos processos que formam nosso raciocínio criativo, vamos embarcar nessa jornada?

Ser criativo não é uma tarefa fácil, existem pessoas que possuem maior facilidade em criar, inventar e apresentar soluções criativas para resolver problemas funcionais ou estéticos, outras precisam de ajuda. Mas fique calmo, ser criativo é um exercício e você aluno (a) poderá aprender a utilizar diferentes ferramentas para potencializar seus projetos ao longo desse material didático.

Na Unidade I, temos como principal foco a explanação acerca dos conceitos e da história sobre a criatividade e o processo criativo, você verá as conexões existentes com outras áreas do saber, entenderá como a arte e o design se conectam com a criatividade e qual a importância do repertório criativo de um profissional.

Já na Unidade II de nosso material didático, você irá ter acesso às ferramentas que auxiliam no desenvolvimento de projetos criativos, dentre elas você verá como se organizam os mapas conceituais por exemplo e como você pode aplicar tais ferramentas em seu dia a dia profissional.

A Unidade III lhe apresentará as possibilidades criativas por meio das ferramentas úteis para avaliação de ideias, ou seja, você conhecerá as possibilidades para validar seus processos criativos e entender se realmente você está no caminho certo no decorrer do desenvolvimento de um projeto criativo.

Por fim na Unidade IV, você irá conhecer as aplicabilidades por meio de alguns cases e de como você aluno (a) enquanto profissional da área criativa, pode explorar as possibilidades para o desenvolvimento de uma personalidade criativa e uma linguagem autoral em seus projetos.

**Boa leitura!!!**

# SUMÁRIO

UNIDADE I .....	3
<b>O que é Criatividade?</b>	
UNIDADE II .....	27
<b>Ferramentas para o Processo Criativo</b>	
UNIDADE III .....	51
<b>Avaliação de Ideias</b>	
UNIDADE IV .....	76
<b>Cases e Aplicações</b>	

# UNIDADE I

## O que é Criatividade?

Professor Me. Dênis Martins de Oliveira



### Plano de Estudo:

- Conceitos e Histórico;
- Arte e Criatividade;
- Design e Criatividade;
- Repertório Criativo.

### Objetivos da Aprendizagem:

- Conceituar e contextualizar o que é criatividade e suas nuances;
- Compreender a conexão entre Arte e Criatividade;
- Estabelecer a relação entre o Design e a relevância da criatividade nesse processo;
- Compreender a importância da construção do repertório criativo.

# INTRODUÇÃO

**Olá, caro (a) aluno (a)!**

Seja bem-vindo (a) à primeira unidade do nosso livro didático. Você já se pegou em alguma situação, em que precisasse ser criativo e de alguma forma essa tal “criatividade” não acontecia?

Pois bem, como profissionais da área criativa designers, arquitetos, artistas, músicos, atores entre outras profissões; muitas vezes somos cobrados para que sejamos criativos o tempo todo. Primeiramente, é importante frisar que a criatividade não é um dom divino, nem algo sobrenatural. A criatividade é um exercício, em que por meio de técnicas é possível trabalhar de forma inovadora no processo de resolução de uma determinada problemática.

Enquanto criadores, temos inúmeras referências que constituem nosso repertório pessoal, histórico, imagético e consequentemente criativo. A própria atividade criativa é parte das possíveis conexões que somos capazes de fazer com toda essa bagagem que temos. Assim, nossa discussão se mantém nessa perspectiva de conexão entre as áreas que possuem relação mais estreita com a criação.

Conversaremos a respeito da concepção, do raciocínio imaginativo, da criação e da exploração da personalidade para o desenvolvimento de soluções criativas. Você poderá observar sob a ótica de diferentes autores, quais conceitos permeiam a criatividade e como essas referências criativas se conectam com as artes e o design.

Outro aspecto importante sobre a criatividade e o design criativo como um todo é justamente o entendimento e a valorização do repertório criativo de cada pessoa. É a sua bagagem pessoal, que trará personalidade a seus projetos, e assim você, aluno (a), tem em suas mãos a chave para se destacar no mercado criativo do qual você fará parte. Vamos embarcar nessa jornada?



## 1. CONCEITOS E HISTÓRICO

Conforme citado anteriormente, ser criativo, ou a criatividade, não é nenhuma dádiva. Trata-se de um exercício, e como todo exercício é possível ser aprendido. Muitos pensam a criatividade como sendo algo milagroso, diferente, único; e de fato muitas vezes é, mas a criatividade pode estar nas pequenas coisas, em pequenos ajustes, soluções, análises e reflexões que imprimem de alguma forma uma estratégia não pensada anteriormente para a resolução de problemas.

No universo do design, a criatividade envolve justamente o processo de resolver problemas de modo que alguns pilares sejam trabalhados no projeto, conforme nos narra Hsuan-na (2017):

Conforme alguns dicionários, a palavra design tem os seguintes significados: desígnio, projeto, plano, intento, esquema, desenho, construção e configuração. Assim, podemos deduzir que é design poderia ser uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de um determinado problema. O design, então, consiste na transformação dessa ideia por meio de uma metodologia, com o processo e os respectivos recursos auxiliares, para fazer visualmente perceptível a solução de um problema (HSUAN-NA, 2017, p. 43).

Considerando a fala de Hsuan-na (2017), é importante que o processo de desenvolvimento dessa resolução de problema que pode envolver um ambiente, um produto, uma moradia, perpassse pelo universo da criatividade. Assim o resultado de um processo criativo enquanto produto precisa envolver:

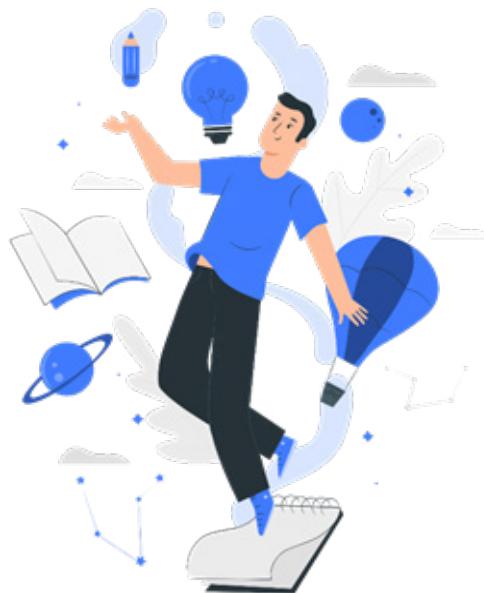
$$\begin{array}{c} \text{ESTÉTICA} + \text{FUNCIONALIDADE} + \text{INOVAÇÃO} \\ = \\ \text{PROJETO CRIATIVO} \end{array}$$

O pensamento criativo, ou os estudos sobre a criatividade enquanto campo de pesquisa, são explorados a vários anos, assim como a aplicabilidade de tais conceitos para as mais diferentes áreas de atuação do homem. Ostrower (2014) nos fala sobre a relação do homem com a criatividade:

Desde as primeiras culturas, o ser humano surge dotado de um dom singular: mais do que ser fazedor, o homem é um ser formador. Ele é capaz de estabelecer relacionamentos entre os múltiplos eventos que ocorrem ao redor e dentro dele. Relacionando os eventos, ele os configura em sua experiência do viver e lhes dá significado. (OSTROWER, 2014, p. 09).

Não há como desvincular o raciocínio criativo, de nossas experiências diárias, pois a capacidade de conectar ideias e construir novos conhecimentos é parte de nós e está enraizada no ato criativo que reverbera em nossas ações, sejam elas projetuais ou não.

**FIGURA 1 - CONSTRUÇÃO CRIATIVA**



**Fonte:** Freepik.

A bagagem criativa de cada indivíduo permite com que ele construa sua jornada criativa de forma única, e é justamente desse potencial individual, que os profissionais da área criativa devem usufruir, compartilhando experiências para construir novos conhecimentos, de forma conectada, integrada e colaborativa.

Mas o universo da criatividade ainda é relativamente pouco explorado, e muito mitos o permeiam, conforme Kleon (2016):

Existem muitos mitos destrutivos sobre a criatividade, mas um dos mais perigosos é o mito do “gênio solitário”: um indivíduo com faculdades sobre-humanas aparece do nada em um certo ponto da história, livre de influências ou precedentes e abençoado com uma conexão direta com Deus ou com as musas. Quando a inspiração vem, bate nele como um raio, uma lâmpada se acende em sua cabeça e depois disso, o gênio passa o resto de sua vida trabalhando duro em seu estúdio, transformando sua ideia em um trabalho finalizado, que então entrega para o mundo exterior anuciá-lo com grande alarde. Para acreditar no mito de Gênio solitário, a criatividade se tornaria um ato antissocial que está ao alcance de apenas algumas figuras, principalmente homens como Mozart, Einstein ou Picasso. O resto de nós só teria a opção de flutuar em torno deles, de boca aberta de admiração e babando por suas realizações (KLEON, 2016, p. 35).

A reflexão de Kleon (2016) enfatiza a necessidade de se explorar as diferentes técnicas e exercícios criativos, justamente para evidenciar a faculdade aprendível que faz parte da criatividade. Desta forma ao longo dos anos, muitas definições acerca do termo criatividade foram estruturadas a partir de diferentes contextos.

**TABELA 1 - DEFINIÇÕES SOBRE CRIATIVIDADE**

Autor	Definição
Spearman (1931)	“A criatividade está na capacidade intelectual de formar correlatos entre ideias diferentes”
Freud (1908-1959)	“A criatividade resulta de uma tensão entre realidade consciente e pulsões inconscientes”
Maslow (1968)	“A criatividade é um meio de realizar suas potencialidades”
Amabile, (1996); Barron, (1988); Lubart, (1994); MacKinnon, (1962); Ochse, (1990); Sternberg e Lubart, (1995).	“A criatividade é a capacidade de realizar uma produção que seja ao mesmo tempo nova e adaptada ao contexto na qual ela se manifesta”

**Fonte:** Adaptado de: Lubart (2007)

Cada definição citada tem em comum um elemento que parte da vivência humana, envolve sempre uma ação, seja ela cognitiva ou tátil. O ato criativo está ligado ao processo de fazer, colocar em prática, realizar, verbos estes que se conectam diretamente com universo do design. “Dentro dessa visão, a criatividade se apoia sobre as diferentes operações mentais e particularmente sobre o pensamento divergente - que é a capacidade de encontrar um grande número de ideias a partir de um estímulo único” (LUBART 2007, p. 13).

**FIGURA 2 - PENSAMENTO CRIATIVO**



**Fonte:** Freepik.

As múltiplas conexões elaboradas pelo raciocínio criativo, são utilizadas como estratégias para resolução de problemas, para as mais variadas áreas. Quando acionamos nosso processo criativo, trabalhamos justamente as conexões entre nossa experiência, vivência, repertório e conhecimento a fim de resolver o problema colocado a nossa frente. Segundo o manual da criatividade da universidade do Algarve (2010) o ato criativo envolve o seguinte aspecto:

A criatividade está relacionada com a utilização de mecanismos e métodos que não respondem a esquemas e lógicas tradicionais. A cada vez mais complexa situação do meio e dos problemas a que nos enfrentamos exige novas ideias e, sobretudo, novos enfoques. Uma mente criativa é aquela que procura métodos diferentes e que é capaz de reinterpretar a realidade segundo novos parâmetros lógicos (ALGARVE 2010, p. 10).

Mas se a criatividade pode ser aprendida por todos, o que difere o resultado criativo de cada um? É justamente a bagagem pessoal e a forma de lidar com a problemática imposta, que fará com que cada indivíduo pense de forma diferente, e assim construa alternativas diferentes para uma mesma resolução de problema. Peychaux (2003) nos traz um olhar sobre a questão individual da criatividade em cada indivíduo:

Acredita-se que os artistas, por exemplo, desenvolvem mais esses potenciais, pois tais pessoas trabalham com a linguagem da imagem, linguagem esta que está ligada ao mundo da emoção. Por esse motivo, eles são capazes de gerar “um ponto de vista diferente”, um ponto de vista criativo, fora dos padrões lineares e repetitivos comandados pelo velho programa mecânico e racional (PEYCHAUX, 2003, p. 10).

Pensar de forma criativa, ser criativo, envolve explorar o mundo ao seu redor, e relacioná-lo com o universo pessoal que existe dentro de você. Com a aplicação das diferentes ferramentas e o exercício de resolver situações colocando em prática as conexões existentes em seu acervo mental, as soluções passam a aflorar, e aos poucos a criatividade ganha destaque em seu processo metodológico.



## 2. ARTE E CRIATIVIDADE

O homem ao longo da história, a humanidade desenvolveu inúmeras estratégias para se comunicar, mas a primeira delas foi o processo de pintura rupestre, ou seja, as pinturas nas paredes das cavernas. Esse processo de representação gráfica é uma das mais antigas formas de comunicação e de expressão da humanidade. Posteriormente, as escritas primitivas foram se estruturando nas mais variadas culturas, bem como o processo de comunicação verbal.

A Arte, enquanto forma de expressão, faz parte de nossas vidas mesmo que inconscientemente. As referências visuais que a história acumulou por meio das obras de arte, são acervos estéticos dos quais podemos aproveitar para criar conexões criativas. Usar da arte para a criatividade é explorar um contexto que bebe diretamente na fonte da criatividade, conforme narra Brasil (1997):

Aprender Arte é desenvolver progressivamente um percurso de criação pessoal cultivado, ou seja, alimentado pelas interações significativas, com fontes de informação (pintura, gravura, escultura, música, teatro, dança) e com o seu próprio percurso de criador. Fazer Arte e pensar sobre o trabalho artístico, assim como sobre a Arte que é e foi concretizada na história, podem garantir ao indivíduo uma situação de aprendizagem conectada com os valores e os modos de produção artística nos meios socioculturais (BRASIL, 1997, p. 35).

Os recursos visuais, a forma de fazer, o contexto criativo, a experiência estética, as linhas, cores e formas que estruturam o campo das artes, é um vasto acervo a ser explorado. O ato criativo, ou o processo criativo em si, é estimulado por diferentes experiências, e a arte proporciona uma integração entre a intencionalidade do artista criador e a análise subjetiva do espectador.

Desta forma, é possível criar e conectar inúmeras interpretações ao observarmos uma determina obra de arte, e como cada um de nós irá enxergar as referências da obra a partir de nossas experiências pessoais, esse processo permite a criação de conexões, análises e interpretações ricas em subjetividade e que podem se tornar *insights* para possíveis resoluções de problemas.

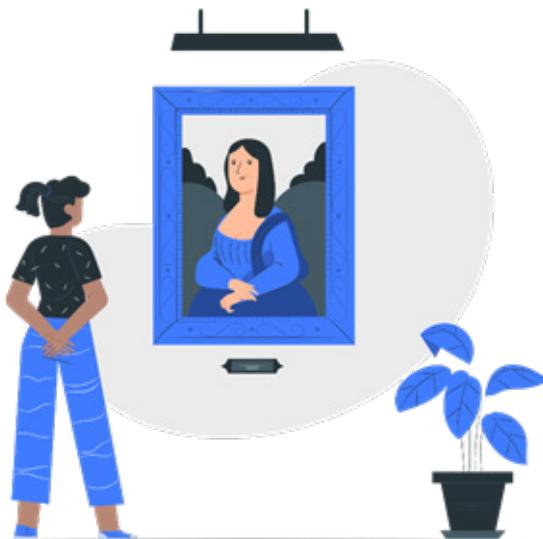
A educação em Arte propicia o desenvolvimento do pensamento artístico e da percepção estética, que caracterizam um modo próprio de ordenar e dar sentido à experiência humana: o indivíduo desenvolve sua sensibilidade, percepção e imaginação, tanto ao realizar formas artísticas quanto na ação de apreciar e conhecer as formas produzidas por ele e pelos colegas, pela natureza e nas diferentes culturas (BRASIL, 1997, p. 14).

O que nos narra Brasil (1997, p. 14), é justamente a relevância e importância do contato dos indivíduos com o universo criativo da arte, para estimular diferentes interpretações e criar em cada um raciocínio criativo, a fim de formar pessoas que saibam da importância e relevância da arte, bem como utilizem essa fonte inesgotável de criatividade como parte da construção de um repertório imagético, crítico, reflexivo e consequentemente criativo. Assim sendo, Barbosa (2007) nos apresenta a importância inclusive do ensino de arte nas escolas:

Apreciar, educar os sentidos e avaliar a qualidade das imagens produzidas pelos artistas é uma ampliação necessária à livre expressão, de maneira a possibilitar o desenvolvimento contínuo daqueles que, depois de deixar a escola, não se tornarão produtores de Arte ou de profissões que possuem elo com a arte. Através da apreciação e da decodificação de trabalhos artísticos, desenvolvemos a fluência, flexibilidade, elaboração e originalidade - os processos básicos da criatividade. Além disso a educação da apreciação é fundamental para o desenvolvimento cultural de um país. Este desenvolvimento só acontece quando uma produção artística de alta qualidade é associada a um alto grau de entendimento dessa produção pelo público. (BARBOSA, 2007, p. 18).

Não se ensina sobre arte somente para criar e desenvolver artistas, o contato com a arte é benéfico para qualquer área do conhecimento, pois a Arte se conecta com as mais variadas áreas, uma vez que está atrelada ao contato com a expressividade por meio de estímulos associados aos nossos sentidos.

### FIGURA 3 - O CONTATO COM A ARTE



**Fonte:** Freepik.

O fato de que a arte amplia nossos horizontes criativos, está no processo criativo de cada artista, cujo a combinação da vivência e experiência pessoal e cultural do artista resultou em um produto criativo, que para nós hoje é chamado de arte. É por meio da observação e da busca pelo conhecimento em artes e sobre as artes, que podemos ampliar nosso repertório e estimular conexões criativas. Ao observarmos uma pintura ou escultura, ativamos em nossa mente uma leitura subjetiva, que faz com que consigamos pensar em possibilidades, que talvez sem tal estímulo, não conseguíssemos.

## SAIBA MAIS

Uma vida dedicada a criatividade: Einstein e Picasso [...] Einstein e Picasso [...] foram as primeiras pessoas a usar grupos interdisciplinares de discussão. Eles tinham amigos e colegas que organizavam círculos literários e os alimentavam com informações, as quais seriam reinterpretadas por eles de diversas maneiras criativas. Ambos tinham seus grupos de discussão. Einstein tinha a “Academia Olímpia” e Picasso tinha *La Bande à Picasso*. Em relação aos lugares em que produziram seus trabalhos mais criativos, é interessante que Einstein tenha deixado o escritório de patentes em 1909 e Picasso tenha deixado Le Bateau-Lavoir em 1909. Além disso, seus trabalhos de ruptura não foram, imediatamente, reconhecidos pelo que eram. Eles eram apreciados, se eram, por razões completamente equivocadas. Prova disso é Einstein ainda ter ficado quatro anos no escritório de patentes. Sua Teoria da Relatividade foi interpretada, inicialmente, como um embelezamento da teoria do elétron, que era de outra pessoa. *Les Demoiselles D’Avignon*, de Picasso, não foi exibida, publicamente, até 1916, e só foi vendida em 1926.

**Fonte:** Miller (2006).

Mas é importante compreender que a criatividade e a Arte não são elementos caracterizados como “dom divino”, se trata de exercício e de processos aprendíveis, portanto, caro (a) aluno (a), você pode ser criativo, basta exercitar, e a Arte é uma excelente ferramenta, conforme nos conta Arnhein (2018):

Não se pode mais considerar o trabalho do artista como uma atividade independente, misteriosamente inspirada do alto, sem relação e sem possibilidades de relacionar-se com outras atividades humanas. Pelo contrário, reconhecemos como elevada a observação que leva à criação da grande Arte como um produto da atividade visual mais humilde e mais comum, baseada na vida diária. Assim como a procura prosaica de informação é “artística” porque envolve o ato de dar e de encontrar forma e significado, também a concepção do artista é um instrumento de vida, uma maneira refinada de entender quem somos e onde estamos (ARNHEIN, 2018, p. XIII).

O exercício criativo e a conexão do universo das artes com a criatividade são essenciais para formar uma capacidade analítica, crítica e reflexiva em qualquer profissional, mas nos profissionais da área criativa como nós, esse processo é primordial, para que sejamos capazes de desenvolver soluções criativas e inovadoras por meio de nossos projetos.

Para finalizar nosso tópico Brasil (1997) traz uma perspectiva importante sobre a Arte e a Criatividade:

O conhecimento da Arte abre perspectivas para que o indivíduo tenha uma compreensão do mundo na qual a dimensão poética esteja presente: a Arte ensina que é possível transformar continuamente a existência, que é preciso mudar referências a cada momento, ser flexível. Isso quer dizer que criar e conhecer são indissociáveis e a flexibilidade é condição fundamental para aprender. (BRASIL, 1997, p.14)

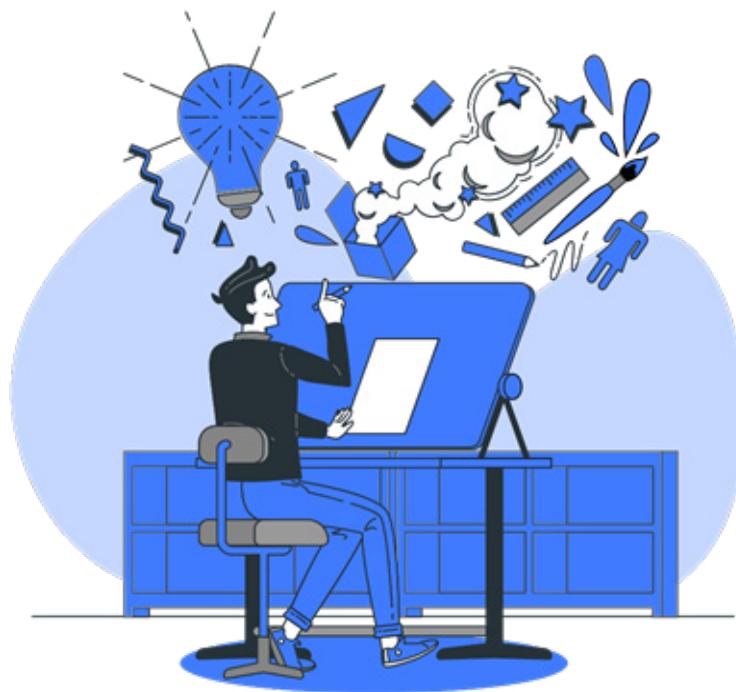
Conectada as mais variadas áreas do conhecimento humano, a Arte nos permite viajar no universo das diferentes culturas, processos, artistas, técnicas e enredos históricos. Assim, os saberes pesquisados e acumulados no universo da Arte são capazes de ampliar o repertório imagético e histórico dos indivíduos, a fim de que este repertório se torne fonte de novas conexões criativas.



### 3. DESIGN E CRIATIVIDADE

No universo do design, o potencial criativo de um profissional está atrelado ao desenvolvimento de uma solução inovadora para um determinado problema. Onde por meio de um projeto o profissional cria um produto, espaço, monumento, objeto ou processo que irá auxiliar no dia a dia de um determinado público-alvo.

**FIGURA 4 - PROJETANDO**



Fonte: Freepik.

A conexão criativa entre o design e a criatividade é diferente do que a conexão entre arte e criatividade. Enquanto no universo da arte, o indivíduo pode explorar a subjetividade e extrapolar as conexões criativas, no universo do design o indivíduo precisa direcionar seus esforços para a resolução de um problema, fazer com que a criatividade trabalhe em prol de auxiliá-lo na entrega de um determinado resultado solucionador da demanda que lhe foi proposta.

Esse entendimento e processo de uso da criatividade ou da construção de um processo criativo que auxilie os mais diversos profissionais, é resultado de inúmeros estudos acumulados ao longo dos anos, acerca da criatividade como capacidade inovadora, mas Lubart (1999) nos diz que:

A concepção de criatividade pode variar conforme a cultura e a época. Assim, dentro de certas culturas, a criatividade está centrada nas produções que rompem com a tradição, enquanto outras culturas valorizam os processos de criação em si, mais do resultado e/ou que a utilização inovadora de elementos tradicionais da cultura (LUBART, 1999b, p. 83).

Conforme Lubart (1999) afirma, cada cultura em diferentes épocas pode trazer o contexto da criatividade com diferentes ênfases e aplicá-lo a fim de obter resultados diferentes. No campo do design, os profissionais criativos usam dos processos e das ferramentas ligadas a criatividade, para traçar estratégias do que tange o desenvolvimento de soluções, observe a figura abaixo:

**FIGURA 5 - DA IDEIA AO PROJETO INOVADOR**



**Fonte:** Algarve (2010, p. 10).

As diferentes fases pelas quais um projeto passa, fazem parte de um processo caracterizado como criativo, mas que demanda inúmeras análises de diferentes áreas quando falamos de um projeto de design. Ao centro na Figura 5 (em azul escuro) temos o eixo norteador de um projeto, as pessoas, o orçamento e a meta ou objetivo. Em paralelo a esta sequência, outras áreas estão vinculadas ao exercício criativo de transformar uma ideia em um produto.

Pensar os processos, entender sobre a empresa ou sobre o negócio com o qual se está lidando, olhar para os aspectos inovadores desse produto ou serviço e discutir diferentes alternativas por meio de agrupamentos de ideias são estratégias essenciais para se chegar nas fases finais desse fluxo, que consistem em avaliação das propostas ou possibilidades levantadas e por fim um consenso ou proposta definitiva para a resolução da problemática.

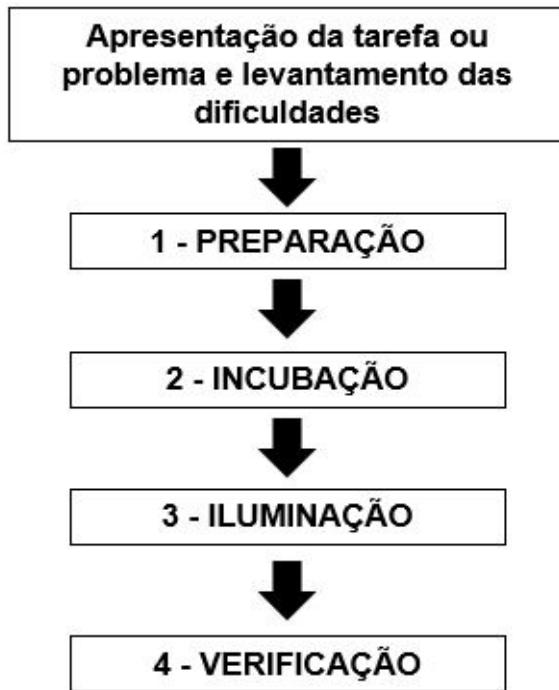
**FIGURA 6 - DESIGN E PROCESSO CRIATIVO**



**Fonte:** Freepik.

Considerando o contexto de desenvolvimento projetual que envolve o design e a criatividade, Wallas (1926) formalizou o modelo dos processos criativos em quatro etapas. Conforme a Figura 7.

**FIGURA 7 - FASES DO PROCESSO CRIATIVO DE WALLAS**



**Fonte:** Adaptado de: Lubart (2007, p. 73).

Trata-se de um processo que envolve as funções cerebrais, colocadas a prova em uma sequência pré-organizada a fim de gerar o resultado esperado, uma solução inovadora. Segundo Wallas (1926), cada etapa se organiza da seguinte forma:

- A fase de preparação necessita de uma análise preliminar a fim de definir e de colocar o problema. Ela requer um trabalho consciente e demanda, capacidade analítica e conhecimentos sobre o problema.
- A fase de incubação pode então começar. No decorrer dela, não há trabalho consciente sobre o problema; a pessoa pode muito bem se concentrar em outros objetivos ou simplesmente relaxar, se estiver longe do problema. O cérebro continua então a trabalhar inconscientemente, formando associações. Pensamos que as numerosas associações de ideias nascem no decorrer da fase de incubação: o inconsciente rejeita grande parte dessas associações, que ele julga inútil, mas procura, às vezes, uma ideia mais promissora.
- Uma terceira fase, chamada iluminação, aparece quando a ideia interessante se torna consciente. A iluminação pode se definir por um flash, uma iluminação súbita. Wallas observou, entretanto, que a iluminação era frequentemente precedida por uma intuição de que a ideia iria chegar.
- Depois da iluminação, chega uma fase de trabalho consciente chamada verificação que necessita avaliar, redefinir e desenvolver a ideia.

O aspecto mais interessante nessa sequência organizada por Wallas (1926), é a justamente a flexibilidade do processo em que voltar as fases iniciais é sempre possível. Se, por exemplo, uma ideia mostrou as imperfeições no momento da verificação, uma outra ideia poderia incubar para resolver essa dificuldade.

Utilizar dessa sequência, pensando o processo criativo atrelado o design, é de extrema valia, pois desta forma o entendimento sobre a criatividade se torna claro e aplicável. No decorrer de nossos estudos, você poderá observar que a partir do estudo de Wallas (1926) inúmeras outras ferramentas para o processo criativo foram desenvolvidas, e você tem a liberdade de utilizá-las conforme a sua necessidade enquanto profissional da área criativa.



#### 4. REPERTÓRIO CRIATIVO

Dante dos cenários apresentados até aqui, você pode se perguntar: Como faço para ser criativo? A resposta para essa pergunta se concentra no exercício de conectar diferentes áreas do saber, de modo que, essas conexões lhe auxiliem na resolução do problema de design que está a sua frente.

#### REFLITA

A descoberta consiste em olhar a mesma coisa como todo mundo e pensar em algo diferente.

**Fonte:** Roger Von Oech (2011).

O repertório de um profissional da área criativa, é a sua bagagem, sua fonte de inspiração; portanto este repertório precisa ser vasto, rico, multifacetado, combinando diferentes referências. Ao transitar por diferentes áreas do conhecimento, você aluno (a), arquiva inúmeras informações, imagens, textos e contextos, que poderão ser acionados de diferentes formas e combinados entre si.

São essas conexões que formam o seu repertório, e quando tais referências externas se conectam com sua vivência pessoal, você tem então a possibilidade de transformar as informações em conhecimento aplicado, palpável. Ostrower (2014) fala dessa conexão entre a sociedade na qual estamos inseridos e o repertório criativo:

A individualidade de cada um, vista como valor, é parte do acervo humanista. Ressalvamos sua importância, a fim de poder abandonar a questão das influências a que estará exposto indivíduo criativo em qualquer contexto cultural e em qualquer idade biológica. As influências culturais existem sempre. Não há por que opô-las a espontaneidade criativa, como se o fato em si, e não o tipo de influências, impedissem o agir espontâneo (OSTROWER, 2014, p. 147).

Não há como desvincular nossa bagagem criativa, ou seja, nosso repertório das influências sociais que sofremos ao longo da vida, essas influências são parte e auxiliam na formação de nossa história, que se combina e nutri, por sua vez, o repertório pessoal e profissional de qualquer indivíduo. É mergulhando nesse universo social que podemos explorar as referências culturais e utilizá-las em propostas projetuais como parte da solução de problemas, essa importância da cultura é o que afirma Lubart (2007):

A cultura se refere à divisão de um conjunto de pensamentos, de condutas, de tradições, de valores e de símbolos que estruturam o modo como um grupo de indivíduos vai interagir com seu ambiente psíquico e social. A cultura de uma comunidade é aprendida e transmitida de geração a geração, mas sua natureza evolui espontaneamente através das inovações ou de abertura para outras culturas. Além dessa forma de variabilidade temporal (na qual as contribuições criativas desempenham um papel importante), interessamo-nos, nesse contexto, pelas diferenças interculturais e os seus efeitos sobre a criatividade. Os estudos indicam que a cada cultura corresponde a uma concepção própria do ato criativo e que o quadro cultural age bem mais sobre o nível de atividade criativa do que sobre as oportunidades de expressão, variáveis em função das áreas (LUBART 2007, p. 65).

É vinculado a esse universo cultural que o homem se torna capaz de extrapolar as barreiras do óbvio, pois devido as diferentes influências que podemos explorar ao estarmos imersos em um determinado núcleo social, ou transitarmos em diferentes núcleos sociais, nos tornamos capazes de conectar situações e ideias que outrora não seriam passíveis de combinação. É isso que nos faz indivíduos criativos pois somos capazes de manipular e organizar “uma coerência interior que absorve os múltiplos aspectos da realidade externa e interna, os contém e os comprehende coerentemente, e os ordena em novas realidades significativas para o indivíduo” OSTROWER (2014, p. 132).

**FIGURA 8 - REPERTÓRIO CRIATIVO**



**Fonte:** Freepik.

O universo do repertório individual de cada um se combina com o contexto no qual o indivíduo se encontra, e quando pensamos na área do design, colocamos a questão do “problema a ser resolvido”, ou seja, as conexões criativas mescladas ao repertório do indivíduo, precisam se tornar palpáveis e atender a resolução do problema conforme Ostrower (2014):

A natureza criativa do homem se elabora no contexto cultural. todo o indivíduo se desenvolve em uma realidade social, em cujas necessidades e valores culturais se moldam os próprios valores da vida. no indivíduo confrontam se por assim dizer 2 polos de uma mesma relação: a sua criatividade que representa as potencialidades de um ser único, e sua criação que será a realização dessas potencialidades já dentro do quadro de determinada cultura (OSTROWER, 2014, p. 05).

De forma resumida, o indivíduo só é criativo, se forma capaz de trabalhar as combinações existentes em sua mente (repertório), de modo a resolver um problema, que pode ser de ordem estética, funcional, ergonômica, técnica ou projetual. Portanto, a capacidade criativa está intrínseca a nós, uma vez que todos os indivíduos possuem uma história de vida, experiências, saberes, talentos, conhecimentos que podem ser acionados para a resolução de problemas. Lubart (2007) nos fala das influências sociais e de como esse universo se combina com a bagagem criativa pessoal de cada indivíduo:

O ambiente exerce um papel-chave tanto no desenvolvimento das capacidades criativas como nas diversas formas que pode tomar a expressão criativa. Em um nível macroscópico, a sociedade e a cultura de uma época têm igualmente uma influência preponderante, não somente favorecendo ou travando o acesso aos recursos, mas também definindo as normas de aceitabilidade das condutas criativas. Essas diferenças interculturais são, às vezes, de uma tal amplitude que elas sublinham o relativismo cultural do conceito de criatividade. Enfim, o ambiente psíquico afeta a cada época a quantidade e a qualidade dos trabalhos criativos. Em particular, o progresso tecnológico depois das últimas décadas tem influenciado consideravelmente as realizações criativas (LUBART 2007, p. 59).

Quando buscamos pesquisar, ler, assistir, transitar em outras áreas, diferentes da nossa área de formação ou atuação, estamos ampliando nosso repertório e criando possibilidades de conexões para que nossa mente se torne ainda mais criativa. O conhecimento e seus desdobramentos como a informação ou os dados, são fontes que devem ser exploradas, para que você seja capaz de transitar em diferentes áreas e utilizar dessas referências para pensar em soluções criativas. O processo de ampliação de nosso repertório, pode se associar a forma como você aluno (a) vê o mundo que o cerca, e como você absorve o que este mundo lhe oferta, veja alguns questionamentos que Kleon (2016) nos apresenta:

Antes de estarmos prontos para compartilhar nosso trabalho com o mundo, podemos compartilhar nossos gostos sobre o trabalho dos outros. O que te inspira? Com que tipo de coisas você ocupa a cabeça? O que você lê? Você está inscrito em algo? Quais sites você costuma visitar na internet? Que música ouve? Quais filmes você assiste? Você vê alguma arte? Que coisas você coleciona? O que seus álbuns de recortes contêm? Qual trabalho você admira? De quem você busca entender as ideias? Você tem algum ídolo? Quem você segue na internet? Quem são os profissionais da sua área que você mais olha? (KLEON, 2016, p. 77).

Esses questionamentos levantados por Kleon (2016) nos levam a reflexão sobre quais componentes fazem parte de nosso dia a dia, e se por acaso você respondeu a maioria das perguntas com respostas parecidas, é sinal de que você precisa explorar melhor o mundo que o cerca, ampliando assim seu olhar sobre diferentes áreas e abrindo novos caminhos de pesquisa, análise e conteúdos a fim de expandir seu repertório criativo.

Embora pareça complicado e muitas vezes até um tanto quanto fora da realidade, ao transitarmos em diferentes áreas podemos encontrar soluções ou criar *insights* que irão auxiliar na resolução dos problemas de forma criativa. Ao profissional da área criativa, cabe conhecimentos sobre economia, arte, engenharia, gastronomia, história, cultura, direito, saúde, meio ambiente, entre muitas outras áreas. O aspecto mais importante desse repertório de áreas, é a conexão capaz de ser criada entre cada uma delas, é esse elo que formará o seu repertório criativo caro aluno (a).

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

**Caro (a) aluno (a),**

encerramos a nossa primeira unidade, mas isso não significa que encerramos o assunto. Neste primeiro momento, estudamos algumas definições e foi possível compreender o universo da criatividade, bem como a definição do termo.

Em uma retrospectiva do nosso percurso, você pôde notar que ser criativo e trabalhar a criatividade, é um exercício, portanto, todos nós somos criativos, basta exercitar. Observamos como a criatividade se conecta com o universo das artes, bem como foi possível notar os desdobramentos do aspecto criativo atrelado ao design.

Por fim, mas não menos importante, você pode entender a importância da construção de um repertório criativo e de como esse repertório se conecta com as diferentes áreas do conhecimento humano. O processo de pesquisa, e enriquecimento de seu repertório pessoal, garantirá ampliação das possíveis conexões criativas que você venha a realizar ao longo de sua jornada profissional.

É válido reforçar que a criatividade não é um dom, é um exercício, e quanto maior as possibilidades de conexões com diferentes áreas do saber, maior será a sua capacidade caro aluno(a) de criar soluções inovadoras, frente as problemáticas com as quais você irá lidar no dia a dia da profissão.

O conhecimento é o único item que ninguém pode tirar de você, desta forma, estar em constante pesquisa, e na busca por agregar cada vez mais conhecimentos em sua jornada acadêmica e posteriormente profissional, é primordial para que você seja destaque em sua função e se torna cada vez mais criativo.

## As técnicas de criatividade no processo de design

### 1) A criatividade

De acordo com Mouchiroud e Lubart (2002) criatividade é conceituada como um conjunto de capacidades que permitem uma pessoa comportar-se de modos novos e adaptativos em determinados contextos. Para Duailibi e Simonsen (2009), é a capacidade de formar mentalmente ideias, imagens, sistemas, estruturas e coisas não presentes ou dar existência a algo novo, único e original, visando soluções de problemas e não necessariamente a originalidade. Esta afirmativa é corroborada por Sternberg e Lubart (1999), que aborda a criatividade como a capacidade de criar soluções inovadoras, úteis e apropriadas.

Gomes (2001) comprehende a criatividade como um conjunto de fatores e processos, comportamentos e atitudes presentes no desenvolvimento do pensamento produtivo. Para o autor, criar significa o processo pelo qual os seres humanos encontram meios para conceber, gerar, formar, desenvolver e materializar ideias por meio de dois fatores distintos: (I) os cinco sentidos perceptivos; (II) e a quantidade de conexões que o cérebro produz.

Para Tschimmel (2003), a criatividade é o resultado de um pensamento intencional, colocado à serviço da resolução de problemas que não têm uma solução conhecida ou que admitem mais e melhores soluções que as já conhecidas. Ainda, complementa que todos os seres humanos possuem potencialidades para serem criativos e, portanto, podem desenvolver e melhorar a sua capacidade criativa, buscando conhecimentos e motivação.

No que se refere a classificação de uma solução como criativa, Newell, Shaw e Simon (1959) utilizam quatro critérios: (I) **a solução** é nova e útil, tanto para o indivíduo quanto para a sociedade; (II) **a solução** requer que sejam rejeitadas ideias previamente aceitas; (III) **a solução** resulta de intensa motivação e persistência e (IV) **a solução** é obtida a partir do esclarecimento de um problema que era inicialmente vago.

No desenvolvimento de projetos, Gomes (2001) afirma que a criatividade é fundamental no início do projeto, bem como na escolha de meios eficientes para a sua comunicação. Assim, aponta que a criatividade é apresentada por meio de três fatores: (I) **ilusão** - produto livremente fantasiável; (II) **invenção** - produto exclusivamente funcional; e (III) **inovação** - produto plenamente realizável. Contudo, diante da relevância da criatividade e da possibilidade de estímulo da capacidade criativa, Baxter (2000) sugere aos profissionais um esforço e a aplicação de uma técnica específica.

## **2) Técnicas de criatividade**

No que se refere às técnicas de criatividade, Alves, Campos e Neves (2007) as conceituam como formas heurísticas de acelerar o processo criativo, capazes de gerar soluções no momento e local em que se fazem necessárias, independentemente da criatividade espontânea, o que permite aflorar o potencial criativo de cada membro da equipe. Além de promoverem uma melhor interação entre os componentes de uma equipe de criação, uniformizam a criatividade de todos, fazendo com que o sucesso do projeto não dependa das pessoas consideradas naturalmente criativas.

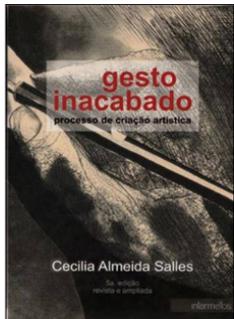
Para Daalhuizen (2014), os métodos sistemáticos e heurísticos ajudam a visualizar relações, e podem auxiliar os designers a gerarem novas ideias a partir do estímulo da capacidade associativa ao pensamento, incluindo também os processos em grupo. Funcionam, como ferramentas mentais para os designers no processo criativo e projetual. As técnicas criativas induzem o designer ou a equipe de projeto a gerarem a maior quantidade de alternativas, possibilitando soluções convenientes e inovadoras.

Assim, as técnicas de criatividade servem como ferramentas intensas para inspirações, conforme as necessidades dos profissionais, o que possibilita torná-los mais criativos e menos reflexivos e críticos (MORRIS, 2001). Logo, são capazes de gerar soluções no momento e local onde elas sejam necessárias (ALVES *et al.*, 2007).

De acordo com Coronas e Hernández (2012), antes da resolução de um problema por meio do processo criativo, deve-se ter clareza sobre as duas habilidades fundamentais do ser humano - a divergência e a convergência. Assim, os autores ressaltam a necessidade de separar claramente os momentos de divergência, utilizados para gerar o máximo de dados sem avaliações e críticas prévias, a fim de manter um fluxo contínuo, e de convergência, para a seleção dos dados ou ideias mais relevantes e para a tomada de decisão. Para tanto, existem diversas e distintas técnicas de criatividade, adequadas aos momentos de convergência e divergência.

**Fonte:** FORCELINI, F; VARNIER, T; FIALHO, F. A. P; MERINO, E. A. D. Técnicas de criatividade no processo de design. Temática, Ano XIV, n. 1. NAMID/UFPB, Janeiro 2018. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/cid2020-352/list#articles>. Acesso em: 22 set 2021.

## MATERIAL COMPLEMENTAR



### LIVRO

**Título:** Gesto Inacabado: processo de criação artística

**Autor:** Cecília Almeida Salles

**Editora:** Intermeios

**Sinopse:** O livro busca oferecer ampla investigação sobre o processo de criação artística em suas diferentes manifestações. Refaz, a partir de documentos de artistas, a construção das obras e descreve os procedimentos que sustentam essas produções. A proposta de compreender a criação leva à constatação de que uma possível teoria do gesto criador precisa falar da beleza da precariedade de formas inacabadas e da complexidade de sua metamorfose. Além de novas imagens e algumas adequações, teve duas adições significativas – a Apresentação da Elida Tessler e o Posfácio, em que são apresentadas as questões semióticas que embasam as reflexões sobre a criação artística desenvolvidas no livro.



### FILME/VÍDEO

**Título:** A vida é um sopro

**Ano:** 2007.

**Sinopse:** Documentário sobre o maior dos arquitetos modernos brasileiros: Oscar Niemeyer. Ele conta, de maneira descontraída, como foram concebidos seus principais projetos, entre eles, Brasília, a sede do Partido Comunista Francês e da Editora Mondadori, em Milão. Niemeyer fala do Brasil, de política e dos amigos, fazendo também uma apaixonada defesa da “invenção e da criatividade”.

# UNIDADE II

## Ferramentas para o Processo Criativo

Professor Me. Dênis Martins de Oliveira



### Plano de Estudo:

- Equipe de Projeto;
- *Brainstorming*;
- Mapas Conceituais;
- Análise de Imagem.

### Objetivos da Aprendizagem:

- Conhecer as diferentes ferramentas aplicadas ao Processo Criativo, e como usá-las no desenvolvimento de soluções para a resolução de problemas.

# INTRODUÇÃO

Olá, caro (a) aluno (a)! Seja bem-vindo (a) à segunda unidade do livro da disciplina de Design Criativo. Aqui, vamos conhecer algumas ferramentas que podem tornar mais simples o processo de resolução de problemas e, consequentemente, facilitar seu trabalho como profissional da área criativa.

O processo criativo, consiste em uma sequência de passos que partem de um problema e caminham até a solução ou até que se alcance um resultado final satisfatório. Cada indivíduo percorre as etapas e em cada passo ocorre um conjunto de ações que são realizadas por ele mesmo, ou por outros profissionais com conhecimentos diferentes que possam fazer parte da equipe. Esse processo estabelece uma relação de múltiplas ideias, informações, opiniões e teorias em trocas contínuas entre os envolvidos no projeto.

As possibilidades e ferramentas úteis nas fases de planejamento, organização e exteriorização da criatividade são essenciais para gerar propostas projetuais únicas com diferencial não apenas estético, mas também funcional, ergonômico e que vá ao encontro das reais necessidades daqueles que usufruirão do projeto enquanto resultado final.

O profissional da área criativa associa métodos e teorias de muitas disciplinas, com o objetivo de conectar as possibilidades acessando o acervo e o repertório de cada indivíduo envolvido no processo de desenvolvimento do projeto. Assim, o que temos aqui são algumas das muitas técnicas e ferramentas que auxiliam durante o processo de desenvolvimento de projetos, no momento da geração das ideias e elaboração da solução já no final do processo de concepção de produtos de design.

É importante frisar que não se trata de uma receita de bolo, são teorias organizadas de modo didático para que você, aluno (a), possa acessar seu potencial criativo e de sua equipe de trabalho a fim de extrair o melhor e da melhor forma para a resolução de seu problema de design. Espero, que você possa aplicar essas técnicas para exteriorizar seus pensamentos e, como consequência disso, criar novas e boas soluções de projeto independente de sua área de atuação.

**Boa leitura!**



## 1. EQUIPE DE PROJETO

O trabalho relacionado ao processo de resolução de problemas, pode apresentar inúmeras vertentes, mas algo que é comum a toda organização, ou a todo profissional que lida com a criatividade é o trabalho colaborativo, ou seja, o trabalho em equipe. No mundo globalizado, em que as interações estão cada vez mais possíveis seja de modo físico, ou virtual, possuir a habilidade de trabalhar em equipe é essencial.

Para além desse olhar empático e colaborativo, é necessário entender sobre os diferentes perfis profissionais e pessoais que podemos encontrar em uma equipe, assim, entendendo esses perfis é possível construir um processo em que cada indivíduo é valorizado a partir de sua bagagem e se torna um componente participativo no processo de planejamento de ações criativas em uma organização frente a resolução de problemas. Para iniciar esse entendimento sobre o perfil de pessoas e como podemos organizar uma boa equipe, Lubart (2007) nos apresenta um panorama sobre os perfis basilares:

A abertura é frequentemente uma das dimensões propícias à criatividade. Certas pessoas são relativamente reticentes, e outras mais abertas ao incomum, estas últimas demonstram curiosidade no que diz respeito ao mundo exterior e ao mundo interior. Vivem as situações novas sem experimentar ansiedade. As pessoas fechadas se protegem quanto às novidades, que são consideradas por elas como potencialmente perigosas: preferem as situações conhecidas e as ideias que já foram aprovadas. (LUBART 2007, p. 35).

Como em qualquer meio em que haja trabalho colaborativo ou processos que demandam diferentes etapas passando por diferentes pessoas, em uma equipe de projeto, os perfis podem variar, e é entendendo esses perfis que será possível organizar uma dinâmica efetiva para o desenvolvimento da criatividade na resolução de problemas. Pazmino (2015, p. 11) nos apresenta que “o design é uma atividade multidisciplinar que precisa da interrelação com outras áreas de conhecimento ou com pessoas que tenham conhecimentos diversos, há, portanto, necessidade de trabalho em equipe”.

**FIGURA 1 - TRABALHO COLABORATIVO**



**Fonte:** Freepik.

Trabalhar em equipe ou administrar uma equipe nem sempre é tarefa fácil, pois devido a multiplicidade de perfis, algumas barreiras podem ser colocadas, assim se você estiver a frente de algum projeto que exija o trabalho em equipe é importante estar atento a algumas falas conforme Isaksen e Treffinger (1985) nos apresentam:

Frequentemente ao se tentar apresentar ou implementar ideias novas no ambiente de trabalho ou até em casa é possível ouvir algo como: • Esta ideia é ridícula. • Nós nunca tentamos isso antes. • Vai custar muito caro. • Este problema não é nosso. • É uma mudança muito radical. • Nós não temos tempo. • Somos muito poucos para fazer isto. • Não é prático para a nossa situação. • Os outros membros do grupo não vão gostar. • Vamos voltar à realidade (ISAKSEN e TREFFINGER 1985, p. 47).

Para quem trabalha ou lidera uma equipe é necessário saber contornar falas como essas, citadas anteriormente. Por isso, Pazmino (2015) organizou de forma didática estudos acerca de como estabelecer um bom entrosamento ao criar uma equipe de projeto.

O primeiro passo consiste em mostrar aos indivíduos que eles fazem parte de um todo, e que são necessários enquanto componentes, para o sucesso do processo no qual estão participando, seja ele um projeto, ou apenas uma fase de planejamento ou imersão criativa.

Para que cada potencial individual seja valorizado, é ideal que se conheça as características de cada indivíduo traçando assim perfis individuais e que farão parte da equipe como um todo. Uma forma de realizar esse processo de identificação das capacidades e competências de cada membro é realizando uma análise das forças e fraquezas, conforme Pazmino (2015):

Assim nas forças seriam listadas todas as capacidades e habilidades e nas debilidades todas as fraquezas. Esta lista pode ser mensurada a partir de uma escala numérica para cada habilidade e fraqueza na montagem de equipes e propor ações que permitam superar as fraquezas (PAZMINO, 2015, p. 35).

Diversos autores já criaram escalas para detalhar ou identificar capacidades e competências, e todas essas teorias perpassam por fases em comum que consideram: A persona, como sendo o título dado ao perfil do indivíduo; as capacidades e habilidades; as possíveis fraquezas e por fim o estilo de pensamento.

De modo geral uma boa equipe de projeto deve ter uma mescla de perfis para que o resultado seja positivo. Pazmino (2015) organizou os perfis da seguinte forma:

**TABELA 1 - EQUIPE DE PROJETO**

PERFIL	CONTRIBUIÇÃO	ESTILO DE PENSAMENTO
<b>Coordenador</b>	Confidente, Maduro e bom chefe. Clarifica os objetivos e promove o trabalho. Tem facilidade em delegar tarefas	Linear
<b>Trabalhador em equipe</b>	Diplomático, cooperativo e perceptivo. Importa-se pelos membros da equipe; sabe ouvir e resolver os conflitos sociais	Divergente
<b>Implementador</b>	Implementa ideias. Bem organizado, disciplinado, eficiente. Conservador e previsível	Metodista
<b>Completador</b>	Conclui o trabalho meticoloso, conscientizado e ansioso. Completa as tarefas. Procura e corrige erros	Metodista / Linear
<b>Especialista</b>	Dedicado, simples. Possui conhecimentos e competências	Convergente
<b>Semeador</b>	Criativo, imaginativo, heterodoxo. Resolve problemas difíceis	Divergente / Lateral
<b>Pesquisador de recursos</b>	Extrovertido, entusiasta e comunicativo. Explora novas ideias e oportunidades. Desenvolve contatos	Lateral
<b>Monitor / Avaliador</b>	Monitora e avalia o trabalho. Pensa cuidadosamente e tem visão clara dos processos. Honesto, discreto, estratégico e tem bom discernimento	Serialista
<b>Formatador</b>	Da forma e direciona ações. Dinâmico gosta de ação e trabalha bem sob pressão. Corajoso e motivado por obstáculos	Divergente

**Fonte:** PAZMINO (2015 p. 38).

Desta forma segundo Pazmino (2015) a equipe ideal vai ser aquela que mistura diversas habilidades, tipos de personalidades e estilos de pensamento. Pois é essa mescla de referências que irá formar um diálogo coerente e complementar nas ações de qualquer processo que envolva o desenvolvimento de um produto, projeto ou qualquer item que exija criatividade em sua concepção.

Desta forma, os perfis de indivíduos que devem ser considerados e que se estruturam a partir dos estudos de Baxter (2000); Belbin (2001) e Kelley (2007), apresentam as seguintes características:

**TABELA 2 - PERFIS E CARACTERÍSTICAS DE UMA EQUIPE DE PROJETO IDEAL**

PERFIL	CARACTERÍSTICAS
<b>Coordenador</b>	Consegue reunir a equipe, são líderes interdisciplinares, conseguem a coesão do grupo
<b>Trabalhador em equipe</b>	Socialmente orientado, tolerante, sensível
<b>Implementador</b>	Coloca ideias básicas em prática. Obediente, tem senso prático, trabalhador
<b>Completador</b>	Materializa as Ideias (esboços, modelos) para dar forma a novos conceitos
<b>Especialista</b>	Baseia-se em seus conhecimentos para desenvolver hipóteses sobre o problema a ser resolvido
<b>Semeador</b>	Pode criar algo novo e melhor por meio da aplicação de ideias e conceitos aparentemente dispares. Inova ao descobrir soluções em determinado contexto ou setor e aplica em outro
<b>Pesquisador de Recursos</b>	Curioso. Capacidade de contratar pessoas
<b>Monitor / Avaliador</b>	Planeja e organiza. Motiva os membros da equipe. Tem uma visão macro e faz acontecer
<b>Formatador</b>	É um solucionador de problemas incansável. Determinado e positivo

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 39).

Munido dessas informações perfis, agora você, aluno(a), pode aplicar tais conhecimentos para formar uma equipe de projeto eficiente no que diz respeito ao exercício criativo para a resolução de problemas. Assim, você pode não só entender como distribuir as tarefas para um melhor andamento de um projeto de design, como também potencializar as atitudes de cada membro de sua equipe conforme o perfil que você identificar em cada um.

Mas você pode se perguntar, e se os perfis se repetirem? Você então precisar reorganizar sua equipe, criando subdivisões de modo que cada membro consiga atuar em diferentes frentes, em prol de um objetivo maior que é a entrega de resultados em si.



## 2. BRAINSTORMING

O processo criativo, ou a geração de ideias advinda desse processo, pode não ser uma tarefa tão simples para algumas pessoas. Embora já saibamos que criatividade não é um dom, é um exercício, existem pessoas que possuem bloqueios e desta forma não conseguem avançar em um processo criativo para inovar e trazer soluções diferenciadas.

Alguns fatores fazem com que uns pensem de forma rápida, intuitiva e objetiva enquanto outros podem levar um pouco mais de tempo para traçar estratégias e organizar as ideias, quando falamos de um raciocínio criativo. Ostrower (2014) nos traz um panorama interessante sobre esse processo:

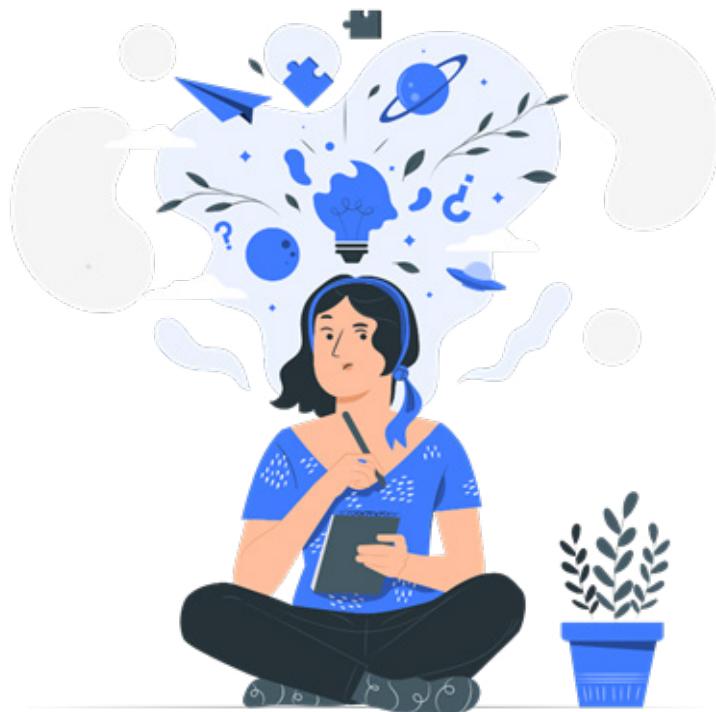
Criar é, basicamente, formar. É poder dar forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse novo, de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar (OSTROWER, 2014, p. 09).

É necessário, portanto, entender que a criatividade enquanto resultado de um processo, perpassa diferentes etapas, e é por meio das diferentes conexões possíveis feitas por nossa mente frente a um determinado problema, de modo que nosso repertório é acessado e este por sua vez se conecta com as possibilidades para resolução do problema, que temos a criatividade enquanto produto original e individual de cada ser humano.

O processo criativo pode ser diferente para cada pessoa e para cada ideia. Mais importante do que forçar o processo é realizar algumas experiências e práticas de conviver com sua enorme e, muitas vezes, inescrutável fonte criativa interior (PEYCHAUX, 2003, p. 157).

É importante entender que o processo de exteriorizar as ideias pode ser exercitado, e na área de desenvolvimento de projetos e produtos usamos esse tipo de técnica chamada de Tempestade de Ideias, ou *Brainstorming*.

**FIGURA 2 - MENTE CRIATIVA**



**Fonte:** Freepik.

O processo de *Brainstorming*, envolve, portanto, a manifestação as ideias daqueles que estão envolvidos na dinâmica, de modo que não haja julgamentos, apenas sejam ouvidas as possibilidades e reflexões de cada um. Os princípios básicos para a aplicação das sessões de *brainstorming*, de acordo com seu idealizador, Osborn (1987), são:

1. O julgamento ou críticas as ideias não devem acontecer durante o processo de geração de ideias, pois pode frear ou reduzir os processos imaginativo e associativo empregados para a concepção e manifestação de ideias;
2. Embora possam parecer fora de contexto ou sem propósito, todas as ideias devem ser aceitas, inclusive aquelas ideias bem-humoradas, que podem vir a gerar associações, combinações e melhorias que enriqueçam o resultado da sessão;
3. O volume de ideias é um fator determinante, quanto maior o número de ideias propostas, maiores as possibilidades de que sejam originais e realmente boas ideias.

Esse processo pode envolver somente um indivíduo, ou seja, você mesmo aluno (a) pode criar um *brainstorming* para buscar alternativas para a resolução de um determinado problema, ou a dinâmica pode ser feita em grupo. Se for algo em grupo é ideal que um líder apresente a problemática e passe a ouvir as ideias, e anotá-las em um quadro, ou em *post its*, assim é possível ir apresentando as ideias e criando conexões para a resolução do problema.

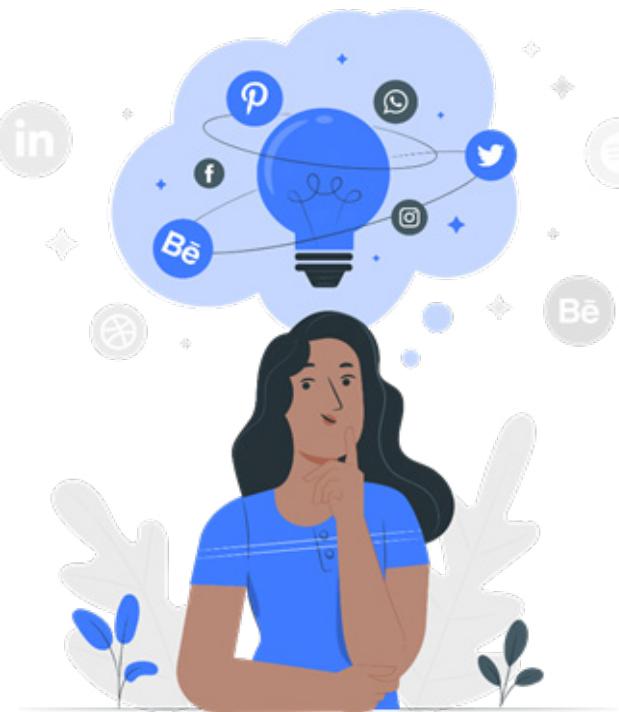
## SAIBA MAIS

O processo de design não é apenas constituído pelas fases projetuais, mas pelas ações que se estabelece entre elas. O conjunto dessas relações constitui a organização do processo. Esse processo parte do problema até sua resolução. E para chegar nos resultados podemos explorar diferentes ferramentas.

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 05).

É válido reforçar que nem sempre uma tempestade de ideias resultará na resolução do problema, ela pode ser apenas um *start* para que a real solução se manifeste algum tempo depois.

**FIGURA 3 - CRIANDO CONEXÕES**



**Fonte:** Freepik.

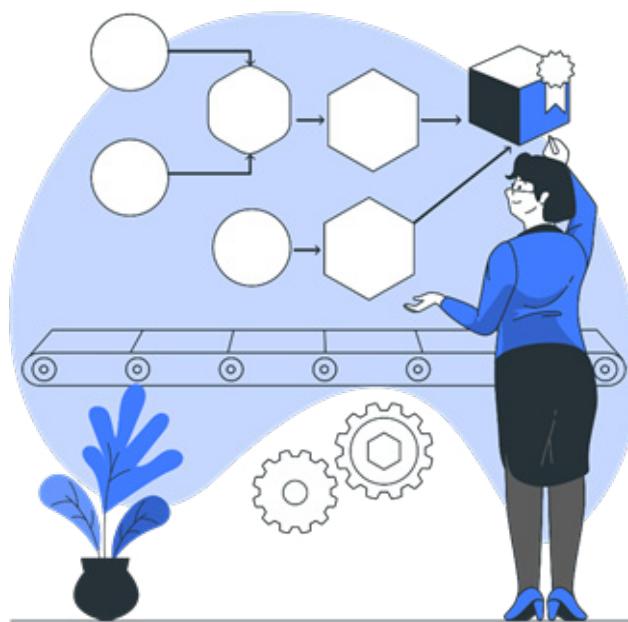
O exercício realizado por meio da ferramenta *Brainstorming*, permite construir conexões não só com nossas próprias ideias, mas com as ideias dos demais envolvidos na dinâmica, e assim ampliar as possibilidades a fim de explorar alternativas criativas para a resolução do problema de forma dinâmica, colaborativa e criativa.



### 3. MAPAS CONCEITUAIS

Dentre as diversas ferramentas que são úteis para acessarmos as ideias e transformá-las em referenciais criativos, temos a possibilidade de trabalhar com mapas conceituais, segundo Pazmino (2015, p. 182) a ferramenta Mapa Conceitual pode ser definida como “Um instrumento utilizado para representar graficamente partes do conhecimento adquirido sobre determinado tema ou conteúdo”. Foi desenvolvido nos anos de 1960 por Joseph Novak, que o apresentava como “estratégia”, “método” e “recurso esquemático”.

**FIGURA 4 - ORGANIZANDO IDEIAS**



Fonte: Freepik.

Organizar Mapas Conceituais pode ser uma excelente estratégia para quem lida com o desenvolvimento de projetos, justamente porque essa ferramenta, permite expressar um panorama geral das ideias e ações atreladas ao projeto. Segundo Pazmino (2015, p. 182) os elementos que constituem um Mapa Conceitual são: O Conceito, as Palavras de Enlace e a Preposição.

Nesse jogo de palavras que vai se formando a organização pode ser variada, comumente temos ao centro o problema a ser resolvido, e ao redor as palavras por meio de conceitos chave, ou conectores vão se organizando veja um exemplo na Figura 5.

**FIGURA 5 - EXEMPLO DE MAPA CONCEITUAL**



**Fonte:** Pazmino (2015, p.187)

Você, aluno (a), enquanto profissional da área criativa, pode utilizar essa ferramenta para organizar as ideias frente a um novo projeto, bem como para ouvir os demais membros da equipe que se relacionam com o projeto e assim criar sub áreas nessa teia de palavras e conceitos, que possam organizar de forma clara e objetiva um panorama geral do projeto, conforme Pazmino (2015):

No campo do design o mapa conceitual é uma ferramenta que serve para organizar o pensamento. Permite ter uma visão geral do problema planejar os objetivos e reunir uma grande quantidade de dados em um só lugar. É uma ferramenta que pode ser utilizada análise síntese e criatividade (PAZMINO, 2015, p. 183).

Ao organizarmos o processo criativo por meio de Mapas Conceituais, conseguirmos fazer com que boa parte das ideias se manifestem e assim geramos novas ideias também. Por meio das conexões que são feitas frente a cada conceito apresentado e organizado no Mapa. Trata-se, portanto, de um processo de comunicação eficiente enquanto ferramenta conforme nos apresenta Ostrower (2014):

Entendemos o fazer e o configurar do homem como atuações de caráter simbólico. Toda forma é forma de comunicação ao mesmo tempo que forma de realização. Ela corresponde, ainda a aspectos expressivos de um desenvolvimento interior na pessoa, refletindo processos de crescimento e de maturação cujos níveis integrativos consideramos indispensáveis para a realização das potencialidades criativas (OSTROWER, 2014, p. 06).

Sugiro a você aluno (a), que faça o exercício de construção de Mapas Conceituais, inclusive você pode utilizar até mesmo para seus estudos, organizando um mapa para cada disciplina, ou para cada conteúdo, e construindo assim um esquema visual de conceitos, definições e temas que lhe auxiliarão na rotina acadêmica.



#### 4. ANÁLISE DE IMAGEM

No desenvolvimento de projeto criativos, quase sempre buscamos inspirações em referenciais estéticos, ou seja, é nas imagens que boa parte de nossas inspirações surgem, por isso costumamos usar painéis de Tema, *Moodboards*, estudos de correlatos entre outras ferramentas para organizar uma gama de referências visuais, que irão servir de base para extração de linhas, cores, formas e texturas para nossos projetos, considerando que o resultado de um projeto é uma composição visual.

#### REFLITA

O designer trabalha em nível pluri e multidisciplinar integrando métodos e teoria de diversas áreas.

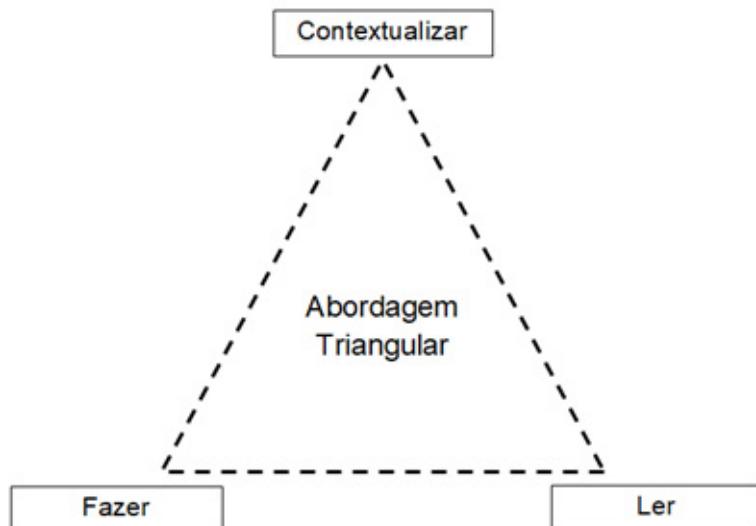
**Fonte:** Pazmino (2015, p. 05).

Dentre os estudiosos acerca do processo de leitura de imagem temos como referência nacional a artista e pesquisadora Ana Mae Barbosa. Assim emprestamos dos estudos de artes o olhar reflexivo sobre o processo de Leitura de Imagem enquanto ferramenta para desenvolvimento de um projeto de design criativo.

A teoria de Ana Mae consiste em uma organização triádica, com três pilares que juntos permitem construir o entendimento para analisar uma imagem, chamada de Abordagem Triangular. Desta forma, Barbosa (2012, p. 73, 74, 75) apresenta o processo pautado na tríade ler, fazer e contextualizar, com as seguintes definições:

- Ler obras de arte: A leitura de obra de arte envolve o questionamento, a busca, a descoberta e o despertar da capacidade crítica dos indivíduos. As interpretações oriundas desse processo de leitura, relacionando sujeito, obra e contexto.
- Fazer Arte: Ação do domínio da prática artística, como por exemplo, o trabalho em ateliê.
- Contextualizar: Ao contextualizar, estamos operando no domínio da história da arte e outras áreas do conhecimento necessárias para determinar o entendimento sobre a composição observada.

**FIGURA 6 - ABORDAGEM TRIANGULAR**



**Fonte:** Adaptado de: Barbosa (2010).

A proposta organizada por Barbosa 2010, nos permite fazer análises em outras áreas que não sejam as artes, justamente porque ao lidar com composições de caráter visual, também podemos explorar a tríade proposta pela autora. Um arquiteto precisa projetar os espaço e estruturas de forma visual, e suas inspirações podem vir por meio de uma análise de imagem, assim como qualquer profissional designer pode buscar inspiração em um *Moodboard* ou realizar um estudo de correlatos para se inspirar em materiais, formas e texturas para aplicar em seus projetos.

O processo é bem simples, imagine que você iniciou suas pesquisas para criar um novo projeto de design, desta forma você organizou um painel com referências visuais de um determinado período histórico. Como exemplo apresento para vocês um painel de tema organizado como referência visual para gerar uma coleção de produtos de moda.

**FIGURA 7 - PAINEL VISUAL ART DÉCO**



Fonte: O autor (2021).

O painel apresentado na Figura 7, traz referências do movimento artístico Art Déco que teve seu auge por volta da década de 1920. Com o painel estruturado é importante entender as informações que ele contém e de onde vieram tais imagens, esse é o pilar da Contextualização, que permite então com que você, por meio da pesquisa, entenda o que foi o movimento Art Déco, quais eram seus precursores, qual a estética do movimento, e se ele se estendeu para outras áreas além da arte.

Depois de entender o contexto no qual o movimento se desenvolveu você, aluno(a), pode realizar o processo de Leitura da obra, ou seja, entender quais elementos podem ser extraídos e utilizados em seu projeto de design. Esse processo de leitura envolve as estruturas basilares chamadas de Elementos e Princípios do design, em que você explora as Linhas, Cores, Texturas, Formas e Volumes, analisando a composição visual em si. Lembrando que você conecta essa Leitura estrutural, com a Contextualização, de modo a combinar os conhecimentos levantados na primeira etapa. O processo pode ser feito da seguinte forma.

**FIGURA 8 - LEITURA DE IMAGEM**



**Fonte:** O autor (2021).

Agora que já conhecemos o histórico da composição organizada, já realizamos o processo de Leitura estrutural dessa composição, o próximo passo para finalizar a tríade de leitura de imagem é colocar em prática, ou seja, é fazer o seu projeto acontecer. Usando as referências que você analisou, pesquisou e combinou, estará munido de informações para aplicar em seu projeto de design de forma criativa.

A Abordagem Triangular com seus três eixos foi estruturada para deixar claro que o conhecimento por meio do processo de análise de imagem só se torna realmente significativo após passar pelas três fases. Oliveira e Corrêa (2018, p. 03) apresentam a definição para cada uma das fases:

- Contextualização: Permite entender em que condições a obra ou a composição visual foi produzida, bem como as relações de poder que estão implícitas nessa produção.
- Apreciação/Ler: Organiza-se diante de aspectos que lidam com as interações entre o sujeito e os artefatos visuais. Nesse eixo são mobilizadas competências de leitura que requerem do sujeito o domínio dos códigos estruturantes e suas relações formais sobre a imagem e quais elementos se encontram nela.
- Produção/Fazer: Estão envolvidos neste pilar os aspectos da criação. Nele, o sujeito torna-se autor e precisa mobilizar conhecimentos sobre as linguagens para transformar em invenções ou em projetos as imagens analisadas.

Usar o processo de Leitura de imagem como ferramenta criativa para o desenvolvimento de projetos, se torna uma excelente prática, pois permite combinar a teoria advinda da história contextualizada sobre a composição visual, combinando-a com a leitura estética dos componentes visuais da imagem ou das imagens organizadas no painel ou *Moodboard*, e que se tornam as referências para construir o projeto de forma criativa e inovadora.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

## Caro (a) aluno (a)

Chegamos ao final da segunda unidade do nosso livro didático, nela, vimos que existem diferentes ferramentas que são úteis ao processo criativo de concepção de novas ideias, ressalto que aqui apresentei a você algumas delas, mas existem outras que podem ser exploradas e aplicadas em seu dia a dia como idealizador de projetos.

O processo criativo nem sempre é algo acessível, e muitas vezes nos deparamos com projetos em que a capacidade de resolução não é tão clara, ou nós não conseguirmos organizá-la de forma tão rápida e prática. Por isso o uso das diferentes ferramentas é importante, para que possamos estimular os processos a fim de desenvolver projetos de forma criativa, mesmo que não estejamos em um momento de fluidez criativa.

Até que esse momento de fato aconteça, é necessário muito esforço. Justamente por esse motivo, existem várias ferramentas que podem ser empregadas durante o processo de concepção das ideias, como, por exemplo, Equipe de Projeto, Brainstorming, o uso dos Mapas Conceituais ou ainda a Análise de Imagem. O intuito dessa unidade foi apresentar a você aluno (a) possibilidades para que você explore a criatividade individual ou em grupo e construa projetos que realmente tenham diferenciais inovadores, seja em termos estéticos, seja em termos funcionais.

Embora no dia a dia, muitas vezes não tenhamos tempo suficiente para aplicar tais ferramentas, essas ferramentas existem e são, inclusive, utilizadas em diferentes campos do conhecimento como facilitadores do processo criativo. E você agora pode usá-las conforme for necessário, explore, pratique, exercite e tenho certeza que não haverá nenhum bloqueio criativo em sua jornada frente ao desenvolvimento de projetos com criatividade.

## A coisa, o Objeto e o Lixo

### 1) Desconectar-se do objeto

É de fundamental importância, antes de falarmos das formas de desconexão entre o objeto e o homem, compreendermos o período da história em que este ensaio é realizado. Vivemos em plena era do consumo, onde o consumidor está cada vez mais ávido por novos *gadgets*, roupas, games, decoração de interiores, entre outros, e como isso tudo dita o ritmo da indústria e acelera a obsolescência estilística dos objetos para satisfazer essa ânsia pelo consumo que nos leva ao individualismo. A apropriação e uso momentâneo desses objetos caracterizam o cotidiano da pós-modernidade (BAUMAN, 2008; CANCLINI, 1995; LIPOVETSKY; SERROY, 2014; MOLES, 1981).

Também é importante observar que o objeto influencia e configura, em sua essência, a cultura do cotidiano, pois uma simples pedra, ao ser amolada e transformada em uma ferramenta (Figura 4) para cortar a pele de um animal e assim transformar essa pele em uma vestimenta útil, para nos proteger de intempéries, acaba estabelecendo uma relação vital para a sobrevivência e desenvolvimento humano. Logo, os objetos são responsáveis tanto pela transmissão de informação quanto pela parceria funcional e emocional. Contudo, o descarte desses objetos produzidos massivamente pelo homem contemporâneo também pode ser um obstáculo para sua evolução, por exemplo: “[...] Uma greve de coleta de lixo que dure mais de uma semana é suficiente para paralisar qualquer metrópole” (CARDOSO, 2016, p. 131). Isso nos leva a conclusão que quanto mais queremos evoluir, mais consumimos e obstruímos nossos caminhos (DOHMANN, 2013; FLUSSER; CARDOSO, 2017; MOLES, 1981).

Muitas pesquisas procuram compreender o motivo que nos leva ao consumo, e como isso nos afeta, mas tão pouco sabemos, por exemplo, a causa de os objetos serem descartados e se de fato perdem a capacidade de programar nossos hábitos quando viram ‘lixo’. Outro fato importante para compreensão do fenômeno do descarte é o da velocidade com que os artefatos cotidianos entram e saem de nossas vidas, a ponto de a existência de alguns quase serem imperceptíveis. É um desafio entender quais significados damos aos objetos, mas o mais intrigante seria compreender os significados que retiramos dos objetos antes de serem descartados.

Ao examinarmos uma lata de lixo, podemos encontrar inúmeros objetos e coisas descartadas em seu interior, no entanto poderíamos identificar claramente a diferença de um galho de árvore e de um espetinho de churrasco, logo, nem todos os significados das coisas são retirados por completo de nós. Ambos estariam no mundo desprovidos de significados, mas suas conexões para com os seres humanos, participando para evolução ou como obstáculo, estariam presentes. Dessa forma, todas as coisas estão à mercê de uma “objetificação” ou “desobjetificação” de acordo com sua importância e influência na sociedade (FLUSSER; CARDOSO, 2017). Sobre isso, Sudjic (2008, p. 20) explana que:

De um ponto de vista prático, ela [um objeto qualquer] é totalmente inútil. Mas ainda não consigo jogá-la fora, apesar de saber que, algum dia, quem quer que venha esvaziar a minha casa enfrentará o mesmo dilema que enfrentei. Desfazer-me até mesmo de um objeto inútil para o qual fico sem olhar anos a fio é, de certa forma, me desfazer de parte de uma vida. Mas guardá-lo sem uso é experimentar uma censura muda cada vez que se abre a porta do armário. A mesma censura é projetada por uma estante cheia de livros não lidos. E uma vez lidos, eles perguntam, baixinho a princípio, mas depois cada vez com mais insistência: será que algum dia tornaremos a lê-los?

Em vista dos argumentos apresentados, considerando a máxima: “na natureza nada se perde, tudo se transforma”, nos deparamos com questões sobre os objetos que possuem valores afetivos e emocionais e que são estimados pelas pessoas, mas que, ao mesmo tempo, são descartados e/ou estão em desuso. Nesse contexto, qual a melhor definição para esses objetos? São considerados “lixo” ou “coisa artificial”? Não é fácil chegar a um consenso a esse respeito. Para nós, a palavra “lixo” apontará para objetos estimados que foram substituídos por outros – favorito ou não – que nos trazem recordações e sentimentos agradáveis e prazerosos.

A palavra “lixo” não representa apenas os resíduos provenientes de atividades comerciais, domésticas, industriais, mas em alguma fase de seu ciclo ele pode ser empregado na construção de produtos tornando-se um recurso, que pode ser empregado novamente em outros setores e atividades comerciais, industriais, de lazer, pois, assim como nossos recursos naturais, os resíduos também seguem suas vidas sociais e possuem valor social. Tanto é verdade que o que aprendemos a chamar de lixo nunca deixou de ser considerado como material ou coisa, mesmo que desprovidos de sentido ou propósito. Logo, lixo é o resultado da cultura e não apenas de um comportamento social (BRAGA, 2016; FLUSSER; CARDOSO, 2017).

Contudo, o desafio maior é entender como a circulação dos objetos de nosso cotidiano, organizados e evoluídos, estariam à mercê de uma desobjetificação. Nesse contexto, Ingold (2012, p. 29) esclarece que o objeto se coloca diante de nós como um fato consumado, oferecendo para nossa inspeção suas superfícies externas e congeladas. Ele é definido por sua própria contrastividade com relação à situação na qual ele se encontra (HEIDEGGER, 1971, p. 167). A coisa, por sua vez, é um “acontecer”, ou melhor, um lugar onde vários aconteceres se entrelaçam. Observar uma coisa não é ser trancado do lado de fora, mas ser convidado para a reunião.

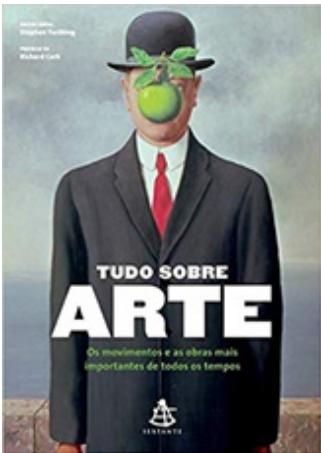
Nesta perspectiva, surgem questionamentos como: “o que ocorre com os artefatos comuns que nos cercam o tempo todo, que entram e saem de nossas vidas com tamanha rapidez que, às vezes, sua existência passa despercebida? O que acontece com as coisas depois que são descartadas por nós?” (CARDOSO, 2016, p. 141). Essas indagações reforçam que, tanto o termo “lixo” quanto o termo “coisa”, neste caso, servem para distinguir e nos dar pontos de vista distintos dos objetos estimados que descartamos. Dohmann (2013, p. 32) explica que “no princípio tudo eram coisas, enquanto, atualmente, tudo tende ao objeto”. Uma razão para isso é que os objetos, mesmo depois de descartados e de terem perdido sua essência de utilidade, de tecnologia, de interesse, de valor, ainda contam a história de nossas vidas. Em outras palavras, nem todos os objetos perdem seu encanto quando um novo ocupa seu lugar.

[...] Felizmente, para todos nós, o lixo de um é mesmo o luxo de outro. Quem duvidar disso, que jogue uma latinha de alumínio vazia na rua de uma grande cidade brasileira. Ao retornar ao local, horas ou minutos depois, seu lixo terá sido catado por alguém que tira seu sustento do desprezo alheio. Aquele objeto que havia sido esvaziado de sentido para quem o encarava apenas como veículo volta a ser mais do que apenas lixo a partir do instante que é encontrado por alguém que lhe atribua valor (CARDOSO, 2016, p. 113).

Sem dúvida, Canclini (1995), ao dizer que o “consumo serve para pensar”, nos permitiu repensar sobre o modo como consumimos, interagimos e criamos laços emocionais com os objetos e, ainda, como eles são importantes para nossas vidas. Porém, muitas vezes esquecemos de refletir sobre a ruptura, o descarte dos nossos objetos estimados quando chegam ao desuso.

**Fonte:** MAXIMO, F. H. D.; VAZ, G. R. M.; SILVA, S. A. A coisa, o Objeto e o Lixo. Colóquio internacional de design 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/cid2020-352/list#articles>. Acesso em: 22 ago.2021.

## MATERIAL COMPLEMENTAR



### LIVRO

**Título:** Tudo Sobre Arte

**Autor:** Stephen Farthing.

**Editora:** Sextante.

**Sinopse:** Abrangente e informativo, *Tudo sobre arte* será seu guia pelas imagens mais importantes de todos os tempos - aquelas que encontramos ao visitar museus, folhear jornais e revistas ou olhar para a capa de um romance. Organizado cronologicamente e repleto de ícones que encantaram o mundo, este livro traça um panorama da evolução artística em seus mais importantes estilos e movimentos, apresentando as obras emblemáticas da pintura, da escultura, da arte conceitual e da performática, além de análises detalhadas que facilitam sua compreensão.



### FILME/VÍDEO

**Título:** O Jogo da Imitação

**Ano:** 2014.

**Sinopse:** O Jogo da Imitação (The Imitation Game) é baseado na história real do lendário criptoanalista inglês Alan Turing, considerado o pai da computação moderna. Durante a Segunda Guerra Mundial, o governo britânico monta uma equipe que tem por objetivo quebrar o Enigma, o famoso código que os alemães usam para enviar mensagens aos submarinos. Um de seus integrantes é Alan Turing (Benedict Cumberbatch), um matemático de 27 anos, estritamente, lógico e focado no trabalho, que tem problemas de relacionamento com, praticamente, todos à sua volta. Não demora muito para que Turing, apesar de sua intransigência, lidere a equipe. Seu grande projeto é construir uma máquina que permita analisar todas as possibilidades de codificação do Enigma, em apenas 18 horas, de forma que os ingleses congeçam as ordens enviadas antes que elas sejam executadas. Entretanto, para que o projeto dê certo, Turing terá que aprender a trabalhar em equipe, e tem Joan Clarke (Keira Knightley) como sua grande incentivadora.

# UNIDADE III

## Avaliação de Ideias

Professor Me. Dênis Martins de Oliveira



### Plano de Estudo:

- *Briefing*;
- Análise Funcional;
- Lista de Verificação;
- Eliminação de Bloqueio Mental.

### Objetivos da Aprendizagem:

- Conhecer a importância do briefing como ferramenta de trabalho;
- Compreender as etapas de Análise Funcional;
- Entender as etapas que envolvem a lista de verificação;
- Estabelecer a importância da eliminação de bloqueio mental.

# INTRODUÇÃO

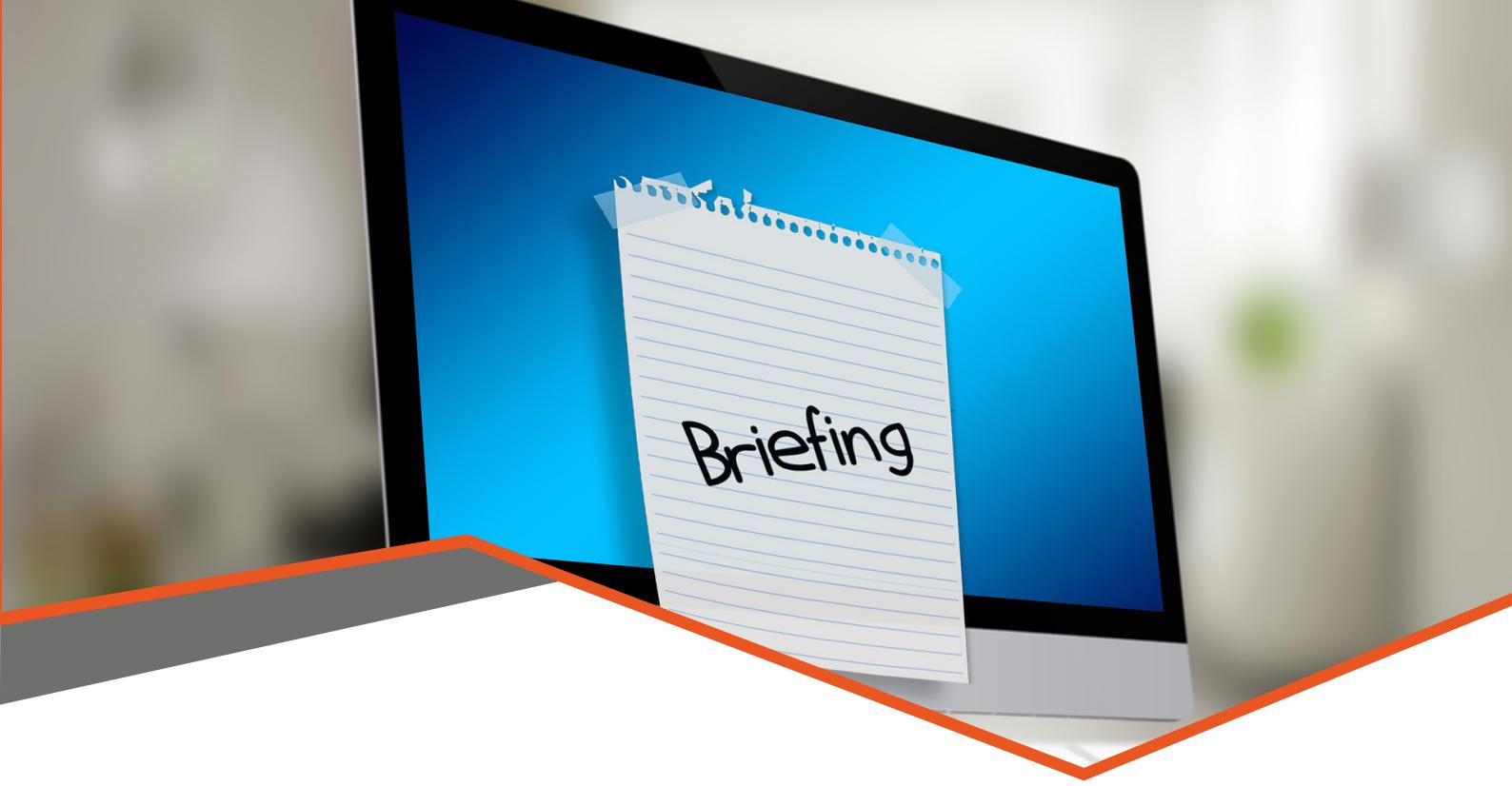
Caro (a) aluno (a), nossa jornada a respeito do processo criativo continua, e neste caminho é importante compreender como selecionar as melhores rotas a serem seguidas. Desta forma, você pode se perguntar, Como eu faço para avaliar se minhas ideias são boas? Elas realmente funcionarão como guia em meu percurso criativo para a resolução dos problemas que levantei?

Neste momento, é importante que você já tenha compreendido que o ato de ser criativo exige trabalho e reflexão, não apenas talento. Passamos em nossos estudos por diferentes ferramentas apresentando possibilidades metodológicas de criação e suas etapas. Já nesta unidade o foco é apresentar a, você aluno(a), ferramentas que lhe auxiliem no processo de avaliação de suas ideias, ou seja, apresentar a você mecanismos fundamentais para qualquer processo criativo.

É necessário compreender que cada sujeito tem seus próprios métodos de criação e, com o tempo, você também desenvolve sua própria metodologia, suas próprias formas de trabalho. Isso é muito importante, porque é, justamente, a ideia por trás da criação, ou seja, precisamos sempre inovar, dar vida a novas possibilidades a partir do conhecido, do já existente combinar de forma criativa nosso universo particular com as possibilidades criativas em um projeto.

Em termos de metodologia de criação, conforme trabalharemos, nesta unidade, você conhecerá umas ferramentas que podem ser utilizadas para que você tenha maior segurança no momento de validar suas ideias e de aplicá-las em seus projetos.

Você verá no decorrer desta unidade os conceitos e aplicações do *Briefing*, o processo de Análise Funcional; como se dá e qual a importância de uma Lista de Verificação e por aprenderá como eliminar os bloqueios mentais. Desejo a você um excelente estudo e uma ótima leitura.



## 1. BRIEFING

Para que sejamos acertivos em nossos projetos criativos, independente da área de atuação, o profissional precisa ser, antes de tudo, organizado e trabalhar de forma objetiva, a fim de solucionar os problemas com as melhores ideias que surgirem no processo de planejamento de tal projeto. Dentre as ferramentas úteis para o processo de avaliação das ideias, bem como para o planejamento de um projeto, temos o *Briefing*. Segundo Pazmino (2015) o *Briefing* pode ser definido como:

O Briefing é visto como um documento completo das necessidades e restrições do projeto, com informações sobre o produto, o mercado, público alvo, concorrência, além de diferenciais a serem explorados como: custo, tecnologia, apelo estético, entre outros. Este documento apresenta-se como um guia estratégico para o profissional ou para a equipe de projeto (PAZMINO, 2015, p. 22)

O *Briefing*, é um importante resumo, organizado de forma objetiva para levantar as informações sobre o projeto e delimitar os caminhos a serem percorridos. Esse tipo de ferramenta serve como uma etapa prévia ao projeto, e se aplica a praticamente todas as áreas de desenvolvimento de projetos e/ou produtos. O *Briefing* precisa ser elaborado de forma escrita em conjunto com o profissional ou a equipe de projeto e o cliente para o qual se está elaborando o projeto, para que as informações apresentadas no documento, sejam legíveis para todos.

Os elementos que estarão em um *Briefing* dependerão de diversos fatores, como a complexidade do projeto, as características do cliente e também da natureza do projeto que pode ter diferentes enfoques criativos, inovativos ou de impacto. Algumas informações são importantes para entender um *Briefing* conforme nos apresentam Phillips (2008):

Alguns requisitos devem ser atendidos para a elaboração de um briefing, como , por exemplo: É importante organização da equipe que vai montá-lo, de forma a definir o que se pretende realizar? É fundamental conhecer **porque** está sendo feito? **Quais** os objetivos do projeto? **Quem** são os parceiros do projeto? E finalmente **quem** vai trabalhar no projeto? (PHILLIPS, 2008, p. 27).

Para que haja coerência entre o que será definido no *Briefing* e o que será executado no projeto em si, Phillips (2008) organizou uma lista com os elementos básicos de um *briefing*, de forma bem completa. Esse processo pode ser adaptado e adequado a realidade de cada organização e de cada profissional para atender as demandas do projeto que irá ser estruturado.

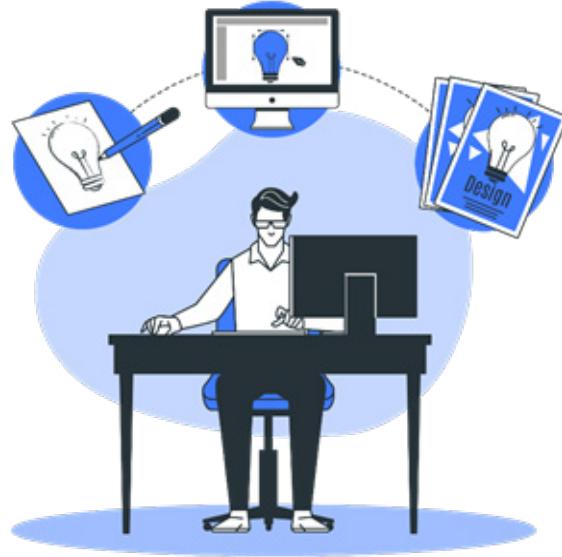
**TABELA 1 - ELEMENTOS DO BRIEFING**

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS
Natureza do projeto e contexto	<b>Sumário executivo</b> incluindo: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Justificativas</li> <li>● Objetivo do projeto</li> <li>● Resultados desejáveis</li> <li>● Responsáveis pelo projeto</li> </ul>
Análise setorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lista de produtos abrangidos pelo projeto</li> <li>● Concorrentes</li> <li>● Preços e promoções</li> <li>● Estudo de tendências</li> <li>● Estratégia da empresa</li> </ul>
Publico-Alvo	<b>Características do público alvo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sexo, faixa etária, escolaridade, nível de renda, ocupação, hobbies, comportamento.</li> </ul> <b>Diferenças:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Regionais, culturais, hábitos de consumo</li> </ul>
Dados da empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Segmentação no mercado</li> <li>● Missão</li> </ul>
Objetivo, prazo e orçamento do projeto	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Descrição das fases do projeto</li> <li>● Tempo previsto</li> <li>● Orçamento</li> <li>● Recursos humanos necessários</li> <li>● Responsável pelo projeto</li> </ul>
Aprovação, implementação e avaliação	<b>Aprovação do projeto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Materiais de apresentação</li> <li>● Responsáveis pelas aprovações</li> </ul> <b>implementação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Documentos necessários para a implementação</li> </ul> <b>Avaliação</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Critérios para avaliar o resultado do projeto</li> </ul>
Informações e pesquisa	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tendências do mercado</li> <li>● Avanços tecnológicos</li> <li>● Lançamentos de novos produtos</li> </ul>
Apêndice	Catálogo de produtos, fotos, mostruários, artigos científicos, manuais.

**Fonte:** Adaptado de: Phillips (2008, p. 29).

No caso do desenvolvimento de um produto de moda, de um projeto de interiores ou de um móvel por exemplo, o *Briefing* entra como parte do processo para compreender o que o cliente deseja, seus anseios e preferências estéticas bem como suas necessidades funcionais em termos de projeto.

**FIGURA 1 - ELABORANDO UM BRIEFING**



**Fonte:** Freepik.

Usando dessa estrutura de informações é possível organizar um documento que seja não só parte do projeto inicial, como também uma ferramenta de checagem, para que no decorrer do desenvolvimento do projeto se tenha acesso a tais etapas e se possa conferí-las a cada avanço no desenvolvimento do projeto. A seguir você encontra um exemplo de *Briefing* elaborado por Pazmino (2015) para um projeto de produto conceitual.

**FIGURA 2 - EXEMPLO DE BRIEFING**

<b>DESENVOLVIMENTO DE VEÍCULO CONCEITUAL DE TRAÇÃO HUMANA</b>	
<b>ENUNCIADO</b>	
<p>Desenvolver um veículo conceitual a propulsão humana, destinada ao público masculino adulto com idade entre 20 e 40 anos pertencentes à classe B. o objetivo do produto é suprir as necessidades de transporte individual gerando uma melhor qualidade de vida e minimizando o impacto ao meio ambiente.</p>	
<b>CLIENTE</b>	
<b>Cliente - Empresa</b>	Empresas que atuam na produção de veículos, utilizando tanto processos artesanais quanto mecânicos, com possibilidade de produzir tanto veículos exclusivos quanto produção em série. Empresas que tenham como missão sensibilizar o usuário final para uma mudança de estilo de vida.
<b>Mercado</b>	Atuar no mercado de veículos alternativos, oferecendo uma proposta de transporte movido à energia humana e elétrica que possua um desempenho adequado às necessidades de percorrer pequenas distâncias
<b>Linha de Produtos</b>	Pode variar entre a fabricação de modelos padrão ou personalizados
<b>Mercado</b>	Compreende o nicho de produtos ecologicamente amigáveis atendendo às necessidades de redução de impacto ambiental, utilizando fontes alternativas de energia e diminuição do tamanho do veículo
<b>Público-Alvo</b>	Público masculino adulto com idade entre 20 e 40 anos da classe b que busca uma vida mais saudável. Razões de compra: quanto ao lado racional à procura é por um transporte alternativo e eficiente para curtas distâncias. Pelo lado emocional, a procura é por um estilo de vida
<b>Concorrência</b>	Como concorrentes indiretos existem os scooters elétricos e automóveis
<b>Produto</b>	Nome: <i>Human powered vehicle</i> Categoria: veículo conceitual de tração humana

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 27).

O *Briefing* enquanto ferramenta, serve portanto, para estruturar um projeto de design e consequentemente para ser utilizado como um *checklist*, no decorrer do processo de desenvolvimento do projeto, tanto para o profissional que estará desenvolvendo o projeto em si, quanto para o cliente caso queira verificar alguma parte do projeto. Quando bem construído, o *Briefing* apresenta todas as informações essenciais para potencializar os aspectos criativos do projeto, bem como para facilitar o desenvolvimento dos aspectos funcionais do mesmo.

## SAIBA MAIS

Johannes Gutenberg combinou duas ideias não relacionadas: a prensa de vinho e cunhadora de moedas. A finalidade da cunhadora de moedas era produzir uma imagem em uma área pequena, como a de uma moeda. A função da prensa de vinho era, e ainda é, aplicar força sobre uma grande área para extrair o suco das uvas. Um dia Gutenberg perguntou a si mesmo: “e se eu pegasse um punhado dessas cunhadoras de moedas e as pusesse sob a força da prensa de vinho para deixar a imagem no papel?”, o resultado foi a prensa de imprimir e a prensa de tipos móveis.

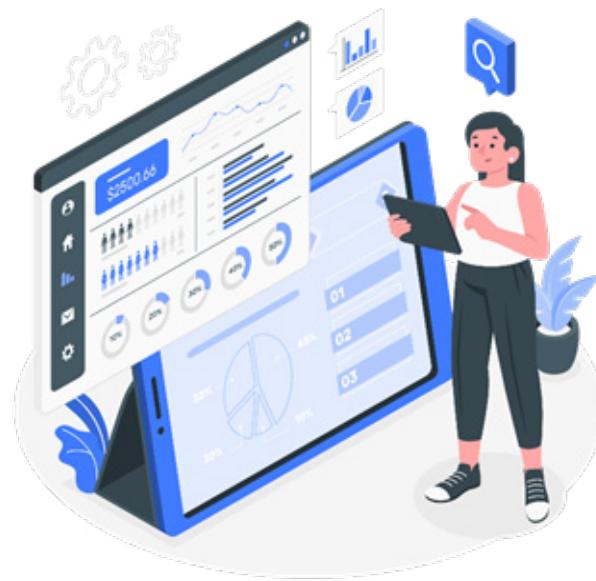
**Fonte:** Von Oech (2011).



## 2. ANÁLISE FUNCIONAL

Ao desenvolvermos um determinado produto, por meio de técnicas que envolvam o processo criativo e que são pautadas no apelo de inovação, é necessário trabalhar com o mínimo de erros possível e para isso utilizamos ferramentas de verificação ou de validação do projeto, como é o caso da Análise Funcional.

**FIGURA 3 - ANALISE FUNCIONAL**



**Fonte:** Freepik.

Sobre essa ferramenta, Pazmino (2015, p. 128) nos diz que a “ferramenta análise funcional permite construir uma árvore funcional do produto, aumentando os conhecimentos do mesmo, do ponto de vista funcional e do usuário, de forma lógica e objetiva!”.

Esse processo de análise é importante justamente para identificar possíveis ajustes no produto, e deixá-lo ainda mais assertivo de forma alinhada com os objetivos propostos para seu desenvolvimento. Assim, de acordo com o complemento da visão sobre análise funcional de Pazmino (2015), Mackinnon (1978) apresenta cinco critérios necessários para avaliar o produto quanto a seu aspecto criativo:

- 1) Originalidade: os produtos mais criativos são aqueles que são originais entre toda a civilização ou história da Humanidade;
- 2) Adaptação à realidade: o simples fato de ser original, não quer dizer que seja criativo. É necessário que o produto sirva para resolver um problema ou para alcançar um determinado objetivo. Que seja adaptado à realidade;
- 3) Elaboração: é necessário que o produto seja desenvolvido e comunicado. Dessa forma, o produto poderá ser avaliado quanto a sua possibilidade de utilização pela sociedade;
- 4) Solução elegante: a solução do produto é simples, porém esteticamente agradável;
- 5) Transformação de princípios antigos: que o produto transcendente, transforme ou revolucione os princípios até então aceitos pela sociedade.

Os pontos citados por Mackinnon (1978) resumem de forma geral os pontos a serem considerados na elaboração de um produto. A Análise Funcional proposta por Pazmino (2015) é mais objetiva e direciona sua análise para compreender o produto em si. Para realizar a Análise Funcional, primeiramente se define a sua função principal: **O que o produto faz?** Posteriormente, trabalha-se com subfunções respondendo a pergunta **“Como?”**. Levantadas essas funções e subfunções, por fim pergunta-se o **Por quê?** De baixo para cima, e assim se houver alguma informação que não faça sentido no fluxo de perguntas e respostas, é sinal de que a função não está sendo executada, então elimina-se a função, ou ajusta-se o produto para atender a determinada função.

A organização desse fluxo pode ser compreendida com o auxílio da tabela elaborada pela autora:

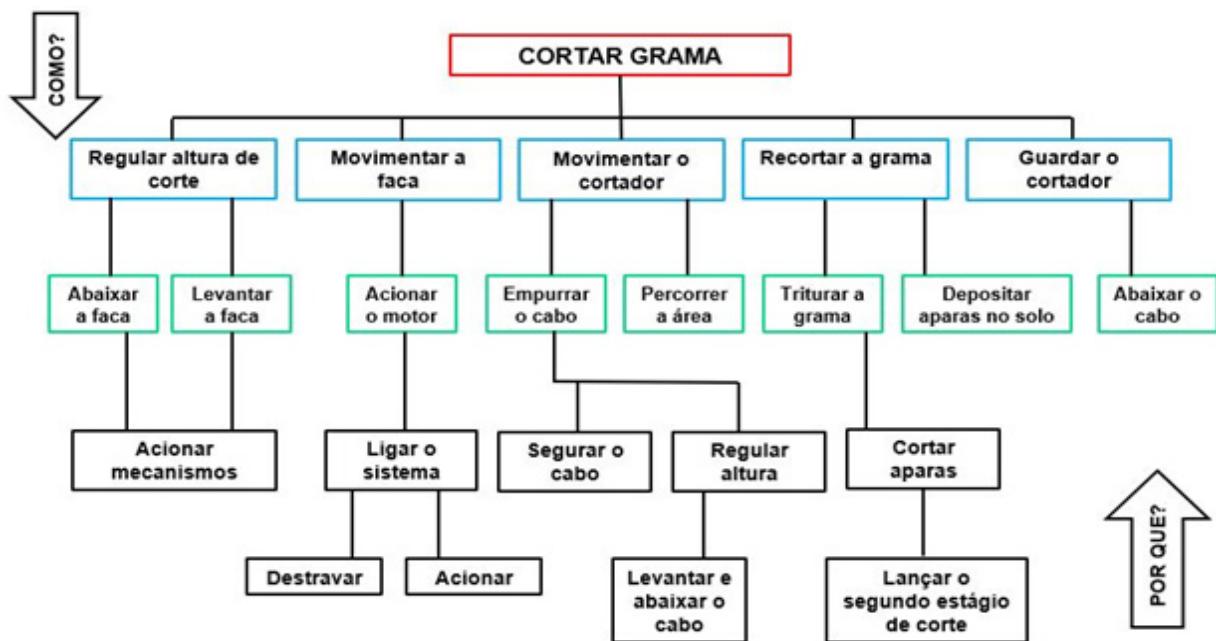
**TABELA 2 - DEFINIÇÕES DAS FUNÇÕES**

TERMO	DEFINIÇÃO
Função Principal	Trata se de uma função mais abrangente que reúne, em si, todas as demais funções. Que compõem o desempenho de uma determinada tarefa.
Função Básica	São funções consideradas fundamentais e essenciais para o desenvolvimento de um sistema, ou seja, sem tais funções o sistema não poderia cumprir seus objetivos.
Função Secundária ou Auxiliar	são funções consideradas fundamentais e essenciais para o desenvolvimento de um sistema. tenho papel de auxílio, ajudar, favorecer outras funções a cumprirem seus objetivos.

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 130).

Desta forma para que você aluno(a) compreenda a organização e aplicação dessa ferramenta segue um fluxograma de uma Análise Funcional de um cortador reciclador, em que a Análise Funcional foi utilizada para definir novas funções para um novo produto.

**FIGURA 4 - EXEMPLO DE ANÁLISE FUNCIONAL**



**Fonte:** Pazmino (2015, p. 135)

Na Figura 4, temos um exemplo de organograma cujo apresentam-se os tópicos de análise funcional do produto, sendo o tópico vermelho a Função Principal, os tópicos em Azul as funções básicas e os tópicos em verde as funções secundárias. Os demais tópicos são componentes necessários para que as funções ocorram. Desta forma como resultado na Análise Funcional do cortador de grama o resultado foi o seguinte:

**TABELA 3 - RESULTADO DA ANÁLISE**

As funções permitiram definir que o cortador deveria ter:
<ul style="list-style-type: none"><li>● Faca responsável pelo corte da grama, e esta deveria ser acionada por motor elétrico, dentro de uma carcaça;</li><li>● Soluções para permitir a regulagem para os vários tipos de gramados e alturas de cortes desejados;</li><li>● Interface com o usuário, para que possa movimentar o cortador, ser regulável em diferentes alturas e permitir articulação ou desmontagem para armazenar o sistema de acionamento;</li><li>● Rodas que permitam percorrer a área de corte;</li><li>● Recolhedor para recolher os resíduos de grama cortados e armazenagem;</li><li>● Sistema para triturar a grama transformando-a em adubo, Interface de ligar e desligar</li><li>● Estrutura para suportar o motor, facas e sistema de ventilação.</li></ul>

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 135).

O processo de Análise Funcional serve como ferramenta para avaliação das reais funções de um produto e como verificação de sua interface, funcionalidade e relação com o usuário, portanto é uma excelente ferramenta para ser aplicada em produtos que precisam passar por reformulação, ou ainda para uma avaliação criteriosa do desempenho de um projeto no qual você aluno(a) poderá estar trabalhando, ou queira conferir após a finalização do mesmo.



### 3. LISTA DE VERIFICAÇÃO

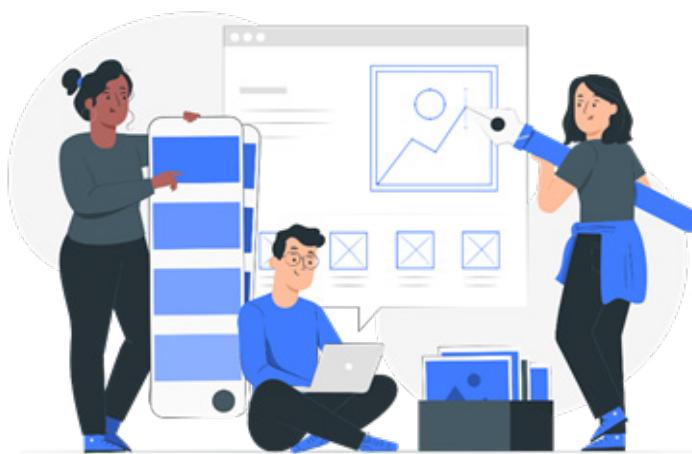
Dentre as ferramentas que podem ser utilizadas para a avaliação dos mais diferentes produtos ou projetos, podemos citar a Lista de Verificação como uma das mais comuns e fáceis de ser aplicada. Diferente do que muitos imaginam, a Lista de Verificação não é apenas uma *CheckList*, trata-se de um processo analítico no qual você poderá desvendar os pontos positivos e negativos de outros projetos, a fim de trazer para sua proposta, a melhor solução frente a problemática apresentada. Segundo Pazmino (2015, p. 67) “A lista de verificação permite ver como competir com o produto concorrente, mas pode ajudar também como oferecer um produto ou serviço alternativo”, fazendo com que o profissional observe, não somente o concorrente em si, mas os nichos de mercado que possam permeiar a análise, bem como potenciais produtos ou serviços que possam surgir ao observar os concorrentes.

Torna-se portanto de se aproximar dos anseios do público-alvo, e compreender suas necessidades para trazer soluções de forma criativa por meio dos projetos propostos, conforme narra Peychaux (2003).:

Desenvolver a criatividade para evoluir e crescer não acontece apenas porque se usa o raciocínio ou se pratica a leitura. Isso não basta! A realidade deve ser sentida, isto é compreendida e não apenas entendida intelectualmente. Compreensão exige emoção, coração, em definitivo; enxergar a vida sob uma ótica diferente. (PEYCHAUX, 2003, p. 10).

Utilizar a lista de verificação como ferramenta, permite trazer a tona o que já é feito em termos de qualidade pelo concorrente, bem como levantar os pontos falhos, para então propor um produto que atenda por completo as necessidades do público-alvo.

**FIGURA 5 - LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES**



Fonte: Freepik

Em resumo, a Lista de Verificação é uma ferramenta de análise que serve para organizar de forma exaustiva os atributos do produto, servindo para detectar deficiências de características que devem ser superadas ou mantidas (PAZMINO, 2015). Lembrando que a Lista de Verificação tem dofo no produto em si e não em uma marca ou em uma empresa.

A seguir, você encontra um exemplo de Lista de Verificação para o desenvolvimento de um bicho de pelúcia para crianças com problemas respiratórios.

**FIGURA 6 - EXEMPLO DE LISTA DE VERIFICAÇÃO**

Produto: Cães e Gatos - Perfect Petzzz						
Emoção	██████	Pontos Positivos		Pontos Negativos		
Eco Design	██	Possuem duas linhas definidas		Possuem pelos compridos		
Estética	██████	Possuem vários modelos		Ficam na mesma posição		
Identidade	███████	Parecem reais		Não são laváveis		
Impacto	██████	Forte apelo emocional		Possuem partes que podem soltar		
Tecnologia	███████	Imitam a respiração				
Qualidade	██████					
Produto: Animais - Ricsen						
Emoção	██████	Pontos Positivos		Pontos Negativos		
Eco Design	██	Grande variedade de animais		Não seguem uma linha definida		
Estética	██	Mostram animais em extinção		Não possuem forte apelo ambiental		
Identidade	██	São laváveis		Não parecem tão reais		
Impacto	██			Possuem pelos compridos		
Tecnologia	██			Possuem laços que podem soltar		
Qualidade	██			Não fazem nada de especial		

Fonte: Pazmino (2015, p. 71).

O processo de elaboração da lista pode ser organizado conforme definições da equipe envolvida no levantamento de informações, mas o foco está em buscar o maximo de atributos positivos nos produtos concorrentes analisados, para então organizar as esteratégias para desenvolvimento do produto ou projeto da equipe.

## REFLITA

A descoberta consiste em olhar a mesma coisa como todo mundo e pensar em algo diferente.

**Fonte:** Roger Von Oech (2011).



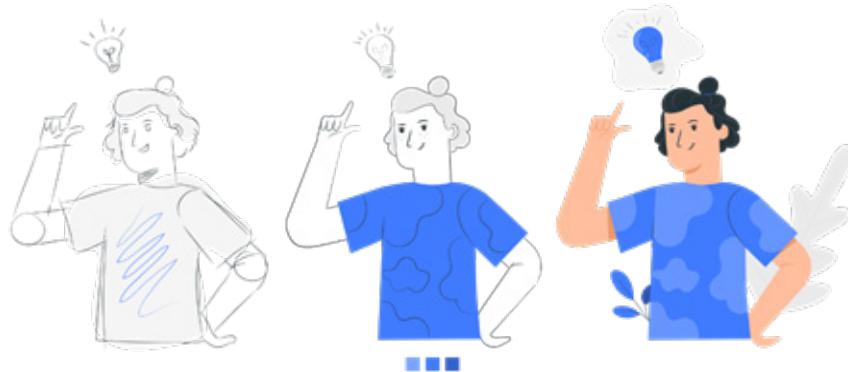
#### **4. ELIMINAÇÃO DE BLOQUEIO MENTAL**

Quando falamos em processo criativo, ou exercício de criatividade, ou ainda em ferramentas criativas automaticamente vinculamos o ato criativo como algo relacionado somente ao universo das artes, ou de atividades artísticas. Essa premissa precisa ser derrubada, uma vez que o profissional criativo é fundamental em qualquer organização ou área de atuação da sociedade, Ostrower (2014) nos diz que:

As potencialidades e os processos criativos não se restringem, porém a Arte. Em nossa época, as Artes são vistas como área privilegiada do fazer humano, onde ao indivíduo parece facultada uma liberdade de ação em amplitude emocional e intelectual inexistente nos outros campos de atividade humana, e unicamente o trabalho artístico é qualificado de criativo. Não nos parece correta essa visão de criatividade. O criar só pode ser visto num sentido global, como um agir integrado em um viver humano. De fato, criar/fazer e viver se interligam (OSTROWER, 2014, p. 05).

Diante do exposto por Ostrower (2014), é valido reforçar que a criatividade e seus processos necessitam serem exercitados, aprendidos e colocados em prática para que cada vez mais as conceções ocorram de forma espontânea em nossas mentes. Ser criativo, como já apresentei para você aluno(a) não é nenhuma espécie de dádiva, é algo que pode ser construído. Mas em muitos casos existem situações, pessoas ou elementos que podem nos trazer bloqueios criativos.

**FIGURA 7 - ELIMINANDO BLOQUEIOS**



**Fonte:** Freepik.

Não é sempre que acordamos dispostos a orquestrar a dinâmica da criatividade em nossa prática diária; há momentos em que as conexões simplesmente somem de nossa mente, e pensar de forma criativa ou trazer soluções inovadoras para um determinado projeto se torna algo quase impossível. Mas para isso, é necessário que tenhamos o conhecimento sobre nosso próprio ritmo e possamos assim parar, respirar, deixar a mente se acalmar ou se conectar com outras referências, para então voltar posteriormente e pensar no projeto em si. Predebon (2002) apresenta os bloqueios mais comuns à criatividade:

- 1. Acomodação:** caracterizada por certo imobilismo, cultivado a partir da valorização da rotina confortável e do “não desafio”, do previsível.
- 2. Miopia estratégica:** falta de boa percepção do contexto e sua dinâmica. A miopia geralmente nasce de um nível exagerado de egocentrismo.
- 3. Imediatismo:** constituído pelo posicionamento simplista de “ir direto ao ponto”.
- 4. Insegurança:** comum falta de confiança, peculiar às pessoas com necessidade exagerada de aprovação.
- 5. Pessimismo:** inimigo de todo e qualquer tipo de investimento, pelo palpite invariável de que “não dará certo”.
- 6. Timidez:** característica de personalidade que inibe a apresentação de atitudes e comportamentos mais assertivos, necessários na discussão das iniciativas peculiares à criatividade.
- 7. Prudência:** qualidade pessoal que a partir de certo grau passa a se caracterizar simplesmente como medo, com óbvio prejuízo de todas as iniciativas necessárias no campo da criatividade e das inovações.
- 8. Desânimo:** falta generalizada de motivação e estímulo.
- 9. Dispersão:** comum falta de administração do tempo, que dificulta ou impede a implementação de qualquer projeto que não esteja ligado às necessidades imediatas, o que provoca permanentemente adiamento das iniciativas inovadoras.

Provavelmente, você aluno (a) irá se deparar com pessoas que tenham algumas dessas características, ou você mesmo (a) terá alguma manifestação como essas listadas em algum momento de sua vida profissional. O fato é o que fazer diante dessas situações. Como prática para eliminar bloqueios criativos, eu tenho alguns hábitos que me auxiliam a oxigenar a mente e esvaziá-la para que novas ideias possam surgir. No meu caso, música e caminhadas ao ar livre me ajudam a desconectar das situações de trabalho e da rotina, para que a mente ganhe espaço para possibilitar novas conexões e assim construir alternativas de forma criativa.

Por isso, é importante que você aluno (a) se conheça, procure praticar alguma atividade que lhe faça se desconectar da rotina, busque tem um tempo livre, e assim evite que a mente se sobrecarregue. Considerando esse cenário de bloqueios criativos, podemos considerar outras variantes que possam se tornar obstáculos em nossa jornada criativa.

Os bloqueios, também chamados de barreiras, abordados por várias vertentes que iremos estudar mais a fundo nas próximas seções. Iremos conhecer as principais linhas de investigação (WECHSLER, 2002). São elas:

- Bloqueios culturais: são bloqueios ao pensamento e ao comportamento criativo. Advêm, em primeiro lugar, da própria sociedade. A sociedade pune ou exclui o indivíduo que é diferente. Como já foi estudado anteriormente, a ligação entre criatividade e loucura surge do modo e da dificuldade de lidar com as diferenças individuais.
- Bloqueios perceptuais: são barreiras ligadas à incapacidade de resolver problemas criativamente. O indivíduo se fecha às novas percepções. Tem dificuldade de olhar o mesmo fato, problema ou situação sob um diferente ponto de vista, não tendo flexibilidade necessária ao processo criativo.
- Bloqueios emocionais: são os bloqueios internos à criatividade e constituem um grande impedimento para o comportamento ou realização criativa. Esses bloqueios vão se constituindo através da história de vida da pessoa e de sua interação com a família e com a sociedade.

Mas você pode se perguntar qual a solução para suprera tais bloqueios? Pazmino (2015) nos apresenta uma sequência de posturas que possam ajudar a se livrar de bloqueios mentais:

**TABELA 4 - DESBLOQUEIO MENTAL**

Busque outra resposta	Recebe as novas ideias com confiança
Pense que as vezes o ilógico faz sentido	Evite ambientes e comportamentos autoritários
Tenha ideias instigantes e improváveis	Corra riscos
Conteste e quebre as regras	Seja tolerante com atitudes alegras e joviais
Adote uma visão ambígua	Sinta prazer em resolver as coisas, e não espere recompensas
Use erros como ponto de apoio	Cometa erros
Brinque e aprenda. Brinque e crie	Aceite outros pensamentos, tenha a mente aberta
Conheça outras áreas	Dedique um tempo para solucionar novos problemas
Brinque de bobo e tenha ideias loucas	Crie um ambiente estimulante de trabalho
Pense que é criativo	Momento de criar, criar. Momento de julgar, julgar.

**Fonte:** Pazmino (2015, p. 177).

Sempre que você se deparar com um bloqueio mental, pare, respire, dê um tempo do projeto em si, e posteriormente analise as partes isoladas de seu projeto e busque conectar essas partes com outras referências; reorganize seu projeto para que novas soluções possam aparecer, e conte com o olhar de outras pessoas, valorizando o trabalho em equipe ou até mesmo a simples opção que poderá lhe servir de gatilho para avançar em soluções criativas.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

## Prezado (a) aluno (a)

As ferramentas de processo criativo que apresentei, aqui, são apenas algumas das muitas existentes, as quais você pode utilizar para auxiliar sua equipe, ou mesmo utilizá-las em sua prática diária enquanto profissional da área criativa, e assim desenvolver suas habilidades criativas e avaliar as melhores propostas para solucionar os problemas por meio de seus projetos.

O que você precisa ter em mente caro (a) aluno (a), é que o processo criativo exige estudo e dedicação, podendo variar de profissional para profissional, ou seja, com o tempo, cada pessoa desenvolve seu próprio método. Isso ocorre devido ao fato de que cada indivíduo, ao conhecer-se enquanto criador no decorrer de sua carreira, aperfeiçoa ou encontra ferramentas e processos que melhor se adequam às suas necessidades – o que também pode ocorrer com a sua jornada.

Lidar com ferramentas criativas é vasculhar as possibilidades e articulá-las com seu repertório pessoal de forma única, criando assim conexões a fim de desenvolver projetos inovadores, assertivos e criativos. Conhecer as possibilidades e compreender como aplicá-las aos diferentes cenários de sua rotina profissional é o que fará com que você se destaque de forma impar no mercado de trabalho, e a habilidade criativa é algo muito valorizado nas diferentes empresas hoje em dia.

Deve ficar claro que, para ocorrer o processo criativo, deve haver preparo, em vez de, simplesmente, criar qualquer coisa que vem à mente. Ao tornar o ato criativo reflexivo, você desenvolve habilidades de entender as linguagens simbólicas para construir a própria, ao interpretar e relacionar sua bagagem com diferentes teorias e situações, saberes e experiências àquilo que criou.

Sendo assim, é importante estimular a aplicação das metodologias de criação, bem como de avaliação de ideias, para lapidar seus *insights* de modo a buscar sempre melhorar os resultados pretendidos com seus projetos criativos.

## [Arte]fato para além do design

### 1) Artefato no design

Assim como a discussão sobre arte ou artefato e seu modelo de ‘consumo’ nos museus e seu contexto, Gombrich (2013, p. 28) afirma que “uma obra pode parecer muito distante quando pendurada na parede em sua moldura atrás de um vidro [...] as obras foram feitas para serem tocadas, como objetos de barganha, disputa e preocupação”. O design não produz – pelo menos não declaradamente – artefatos para fazerem parte de coleções de museus. Atualmente alguns destes objetos marcantes pela sua contribuição ao desenvolvimento das características de um período da sociedade estão em acervos de museus. Ao realizar a curadoria de uma exposição no MoMA (*Talk to Me: Design and the Communication between People and Objects*, 2011), a designer Paola Antonelli se viu na situação de precisar criar vários pontos de ‘interatividade’ virtual para que os visitantes pudessem compreender o caráter, o propósito e o ambiente dos artefatos expostos.

Em sua obra, *Objetos do desejo*, Forty (2013) faz um compilado da evolução do design iniciando em suas bases industriais até as identidades corporativas em que propõe uma análise sobre os objetos criados. Sob esta ótica, faz sentido a tentativa de distinção entre arte e artefato. A questão da ‘boa forma’ dos objetos entremeia a própria discussão em relação ao design e o estudo das artes como base da formação do designer.

Diversos aspectos propostos pelo autor poderiam ser questionados. Por exemplo, se a função primordial do design seria “dar lucro ao fabricante”. Na verdade, existem variadas dimensões dos produtos do design, sendo o “dar lucro” uma delas. Igualmente, a criatividade e a livre expressão são componentes importantes do fazer design. De acordo com Flusser (2007) o homem pré-moderno tentava interpretar o mundo enquanto nós, pessoas pós-modernas, criamos artes que são produtos da tecnologia, pois buscamos interpretar as teorias referentes ao mundo. Ainda mais, ele chama a atenção ao fato de que há, cada vez mais, a distinção de “conceito objeto, do conceito matéria, e a projetar objetos de uso imateriais” (FLUSSER, 2007, p. 197).

No fazer artístico, reside tanta engenhosidade, tanto sentir e expressar que esta afirmação (de que ‘toda arte é artificial’) soa taxativa, embora seja acurada. Na introdução (escrita por Rafael Cardozo) à edição brasileira do livro de Flusser (2007), há uma contextualização significativa deste entendimento: “a base de toda a cultura é a tentativa de enganar a natureza por meio da tecnologia, isto é, da maquinção. Fazemos isso com tamanha engenhosidade que o mundo parece corresponder ao sistema conceitual que impingimos a ele” (FLUSSER, 2007, p. 14).

## 2) Arte e design

Muito embora seja comum encontrar um designer que se intitule artista, será bem mais difícil localizar um artista que receba, também, a alcunha de designer. O design não esteve inerte aos períodos artísticos mencionados para este artigo (Modernista e Contemporâneo), muito pelo contrário, há uma profusão de precursores do design que foram, também, arquitetos e artistas, como o caso de Peter Behrens (arquiteto e designer alemão), Walter Gropius (arquiteto alemão), e das escolas Bauhaus e de Arte de Chicago e tantos outros nomes que demonstraram, através de seus projetos, esta relação intrínseca entre as duas áreas de conhecimento. Para além da argumentação de Flusser (2007) de que o design é um lugar em que arte e técnica se encontram, há um grande ponto de contato entre arte e design - que já foi amplamente estudado - que é a estética.

Neste artigo, não entraremos neste detalhamento (por limitações do formato), mas vale à pena citar três aspectos da convergência elaborados por Lupo (2011): (1) função estética dos objetos como um dos primeiros pontos de interseção entre arte e design, (2) arte/estética como um lugar para experimentação do design e (3) similaridades entre arte e design dizem respeito a ambos: formas e processos.

Aforismos, assim como dualismos, não comportam as dimensões humanas. São modelos reducionistas, úteis, sem dúvida, em um momento de compreensão, mas rasos no sentido de elucidar as capacidades humanas e suas complexidades.

Dijon de Moraes (2008) elaborou um elenco de dualismos da história do design, no seu livro ‘Limites do Design’ e mostra em parte, esse esforço de distinção de contextos, mundos, linguagens, histórias, culturas e homens com os quais o design convive.

- artesanal X industrial
- operário x patrão
- arte pura x arte aplicada
- forma x função
- arte x técnica
- natural x artificial
- método x intuição
- mecânica x eletrônica
- local x global
- conservador x revolucionário
- moderno x pós-moderno
- sociedade industrial x sociedade pós-industrial
- real x virtual

Se faz relevante mencionar o caráter polissêmico dos objetos individuais, comportando seus múltiplos significados e capazes de serem colocados em muitas formas diferentes de categorização. Estes objetos individuais, ou ‘objetos de uso’, testemunham um mundo de emoções, pensamentos e evocam conhecimentos somente significativos em seu contexto, além de serem uma “mediação entre mim e outros homens, e não meros objetos” (FLUSSER, 2007, p. 195). Essa mediação proposta por Flusser (2007) para o ‘objeto de uso’ pode ser elevada a uma linguagem da arte, do artefato, do artificial.

A arte é a linguagem das sensações, que faz entrar nas palavras, nas cores, nos sons ou nas pedras. A arte não tem opinião. A arte desfaz a tríplice organização das percepções, afecções e opiniões, que substitui por um monumento composto de perceptos, de afectos e de blocos de sensações que fazem as vezes de linguagem (DELEUZE e GUATTARI, 1992, p. 232).

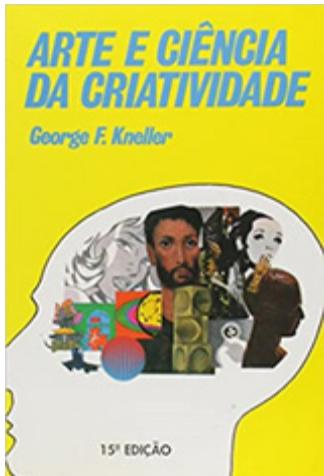
Frayling (1993), embora anterior, é consoante a Flusser (2007) e afirma que a pesquisa em arte e design é espinhosa e está dentro e fora do objeto:

Pesquisa onde o produto final é um artefato - onde o pensamento é, por assim dizer, incorporado no artefato, onde o objetivo não é principalmente o conhecimento comunicável no sentido da comunicação verbal, mas no sentido da comunicação visual, icônica ou imaginária. Eu mencionei a tradição cognitiva na arte, e isso me parece ser uma tradição da qual muitas pesquisas futuras poderiam crescer: uma tradição que fica do lado de fora do artefato ao mesmo tempo em que fica dentro dele (FRAYLING, 1993, p. 05).

As duas citações acima exemplificam o caráter de comunicação, de linguagem, presentes no mundo artificial da arte e do artefato em seu contexto. Seu objetivo é o de apresentar como o propósito e o caráter do artefato podem ser interpretados ou alterados de acordo com o ambiente e suas variáveis. O design e seus artefatos são carregados de significado, estética e informação. Estes elementos nos remetem à capacidade e necessidade de comunicação, de compreensão de linguagens e o que estas transmitem ou intentam transmitir.

**Fonte:** ROSA, M. C. da; BARUANA, D.; SCALETSKY, C. C. Artefato para além do design. Colóquio internacional de design 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-list/cid2020-352/list#articles>. Acesso em: 22 ago. 2021.

## MATERIAL COMPLEMENTAR



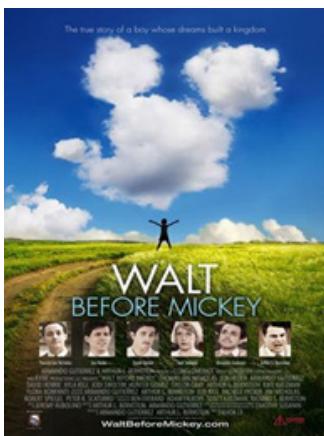
### LIVRO

**Título:** Arte e Ciência da Criatividade

**Autor:** George F. Kneller.

**Editora:** Brasa.

**Sinopse:** esse livro apresenta o que de mais importante se conhece sobre criatividade, desde definições e conceitos até teorias explicativas do processo criador, e as modificações que o reconhecimento da criatividade impõe ao sistema educacional.



### FILME/VÍDEO

**Título:** Walt Antes do Mickey

**Ano:** 2014.

**Sinopse:** ainda criança, Walt Disney tinha por hábito desenhar os animais da fazenda em que morava. Ao crescer, ele decidiu tentar a sorte como animador na cidade grande. Decidido a ter uma empresa própria, que lhe permitisse trabalhar no que gostasse, ele enfrenta diversos obstáculos até ter a grande ideia de sua vida: um pequeno rato chamado Mickey Mouse.

# UNIDADE IV

## Cases e Aplicações

Professor Me. Dênis Martins de Oliveira



### Plano de Estudo:

- Moodboards no Design;
- Inspirações Criativas;
- Case de Arquitetura Criativa;
- Case de Design Criativo.

### Objetivos da Aprendizagem:

- Compreender os tipos de moodboards e sua relevância para os projetos;
- Estabelecer relações entre as diferentes possibilidades para explorar o potencial criativo;
- Analisar cases de arquitetura criativa e as cases de design criativo.

# INTRODUÇÃO

Para os profissionais da área criativa, caro(a) aluno(a), existem diversos mecanismos que auxiliam no desenvolvimento dos projetos de forma completa. No decorrer da carreira profissional, é possível se deparar com os mais variados cenários e situações nas quais será necessário não só o domínio técnico sobre o processo a ser executado, mas também a criatividade para explorar de forma inovadora o potencial que o projeto tem, bem como surpreender de forma positiva o cliente.

É importante compreendermos que a criatividade, e consequentemente o processo criativo, se faz, por meio de conexões. Essas conexões podem ocorrer entre o tema do projeto e o nosso acervo pessoal de referências, em que buscamos inspirações, assim como pode ocorrer com o processo de conectar a nossa área de atuação com diferentes áreas do saber, cujo podemos extrair elementos estéticos, conceitos ou materiais e assim criar algo novo, ou ainda organizar uma nova visão, por um ângulo diferente, expressando assim de forma criativa nosso olhar.

Quando observamos o processo criativo e suas possibilidades sob a ótica de um mercado, onde é necessário atender aos anseios de um público-alvo, a análise de inserção de um produto no mercado envolve muito mais conteúdo do que exclusivamente o processo criador, existindo uma complexa interação entre as diversas áreas envolvidas na produção. Assim é necessário que o profissional vislumbre diferentes cenários e saiba como “beber” em diferentes fontes, para extrair referências criativas e ser assertivo em seus projetos.

Por isso, o processo criativo atualmente é cada vez mais polivalente, porque transita nas sensações do consumidor, nas flutuações do mercado, na criatividade dos profissionais e nos infinidáveis estilos para cada estação, situação ou área de atuação. Você verá caro(a) aluno(a), algumas possibilidades que envolvem diferentes conexões de forma criativa para pensar o design e o desenvolvimento de projetos criativos.

**Bons Estudos!**



## 1. MOODBOARDS NO DESIGN

Além das ferramentas já apresentadas como forma de organizar e trabalhar o processo criativo na área de desenvolvimento de projetos e produtos, os profissionais da área criativa também fazem uso de um outro material essencial para a organização visual das possibilidades e referenciais estéticos que permeiam um projeto, esse material é chamado de *Moodboard*.

De acordo com o estudo de Vera (2009), o *moodboard* tem seis etapas principais:

- **Coleta** – o profissional recapitula seu banco pessoal assim como busca por novas referências;
- **Eleição** – o profissional seleciona quais referências têm maior capacidade de visionar uma solução do problema;
- **Conexão** – com as referências que foram escolhidas, o profissional conecta as que juntas podem tornar visível o direcionamento criativo desejado;
- **Construção** – nessa etapa o profissional constrói o *moodboard* e cria uma composição com referências criativas;
- **Expansão** – para o autor, essa fase é facultativa. Trata de buscar outras matérias que reforcem o estado emocional criado pelo *moodboard*;
- **Apresentação** – o profissional compartilha com os demais o *moodboard* para discussão.

O processo de elaboração de um Moodboard geralmente ocorre após a apresentação do *Briefing* por parte do cliente, que irá falar sobre suas propostas, desejos, objetivos e preferências frente a um projeto. Depois então iniciam-se as etapas apresentadas por Vera (2009).

**FIGURA 1 – BUSCANDO REFERENCIAIS**



**Fonte:** O autor (2021).

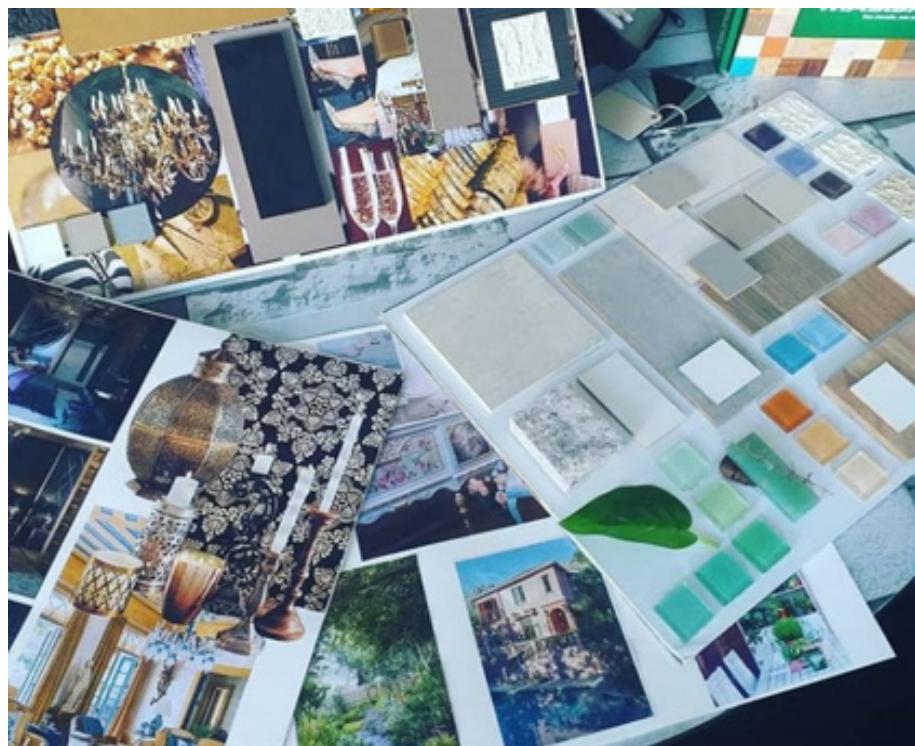
O profissional pode elaborar um *Moodboard* seguindo alguns critérios para as diferentes áreas onde a criatividade está presente no caso de nossos estudos:

**Arquitetura e Design de Interiores:** Para essas áreas, o *Moodboard* serve como um painel de referenciais estéticos, que envolve os materiais que serão utilizados no projeto em si, desta forma as Linhas, Cores e Texturas que estarão no *Moodboard* servem como referência para desenvolver a atmosfera do projeto arquitetônico ou de interiores.

**Design de Produto:** Para a área de desenvolvimento de produtos, o *Moodboard* serve como painel de inspiração, apresentando elementos estéticos, materiais e estruturas que sirvam como alicerce criativo para o projeto.

**Design de Moda:** Na área de moda, o *Moodboard* tem como função vender a essência da coleção de moda, ou seja, é a ferramenta que apresenta o tema, a inspiração para o desenvolvimento dos produtos de moda daquela coleção. As Linhas, Cores, Formas e Texturas do *Moodboard*, também chamado de Painel de Tema se desdobram em decotes, volumes, mangas, plissados, vestidos, saias, blusas, estampas, ou seja, as referências do *Moodboard* vão para os produtos de moda da coleção.

**FIGURA 2 – DIFERENTES MOODBOARDS**



**Fonte:** O autor (2021).

O *Moodboard* pode ser elaborado de forma física, ou de forma digital, o importante é que ele faça sentido para o projeto, ou seja, em suma o *Moodboard* é uma ferramenta para trazer à tona a atmosfera inspiracional para desenvolvimento de um produto, projeto ou ambiente, veja a seguir alguns exemplos de *Moodboards*.

**FIGURA 3 – MOODBOARD DIGITAL PARA COLEÇÃO DE MODA**



**Fonte:** O autor (2021).

**FIGURA 4 – MOODBOARD FÍSICO PARA ESTUDO DE MATERIAIS**



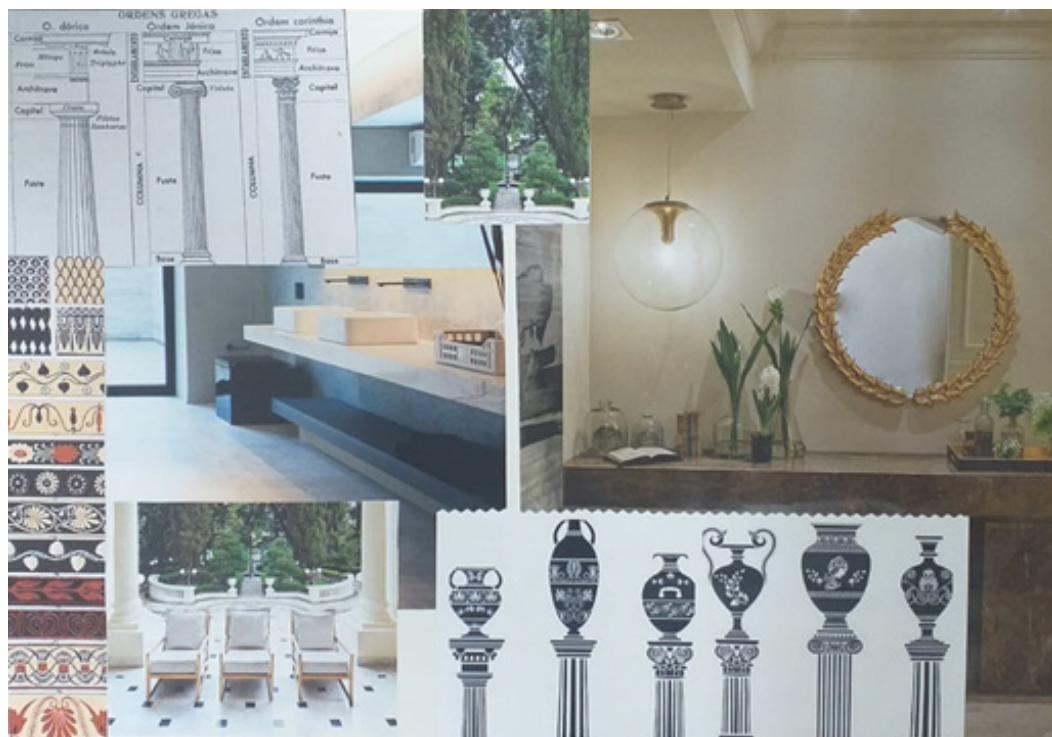
Fonte: O autor (2021).

**FIGURA 5 – MOODBOARD DIGITAL PARA CAMPANHA DE DESIGN GRÁFICO**



Fonte: O autor (2021).

**FIGURA 6 – MOODBOARD DE REFERÊNCIAS ESTÉTICAS ROMANAS PARA PROJETO DE INTERIORES**



**Fonte:** O autor (2021).

Os *Moodboards* são ferramentas extremamente úteis para projetos criativos, pois permitem organizar de forma didática e visual os referenciais e inspirações que irão nortear o projeto. A organização e distribuição das imagens no painel é livre, fica a seu critério apresentar o melhor “arranjo” visual para evidenciar sua proposta criativa.

### REFLITA

O ato de olhar o mundo provou exigir uma interação entre propriedades supridas pelo objeto e pela natureza do sujeito que observa. Foi uma lição salutar a descoberta de que a visão não é um registro mecânico de elementos, mas sim a apreensão de padrões estruturais significativos.

**Fonte:** ARNHEIN, 2018, p. XIV.

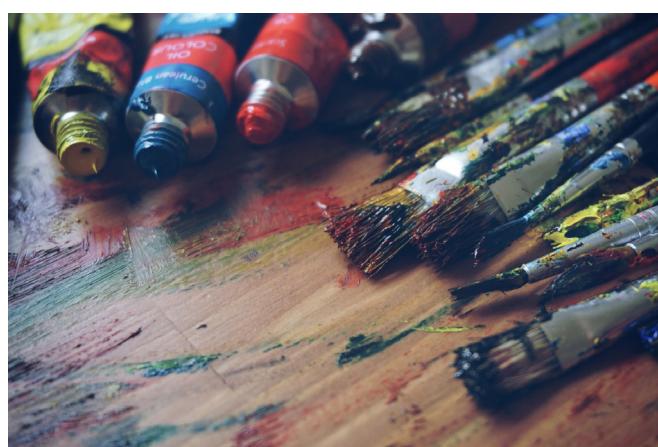


## 2. INSPIRAÇÕES CRIATIVAS

Pensar de forma criativa, ou ainda estar em constante conexão com aspectos inovadores, nem sempre é algo fácil e muitas vezes não somos capazes de avançar no desenvolvimento de um projeto de forma ímpar, única e exclusiva. Somos seres influenciados pelas referências que nos cercam, ou seja, devemos explorar esse processo de absorção de referenciais e usar como trampolim para alcançar novas conexões, conforme nos apresenta o Manual da Criatividade (2010):

De uma forma geral, as pessoas criativas são aquelas capazes de descobrir novas formas de abordar um problema ou de apresentar soluções aos problemas através de mecanismos lógicos não convencionais. Destacam-se pela sua capacidade de adaptação a todo o tipo de situações e por serem capazes de atingir os objetivos estabelecidos. Para o conseguir, estes indivíduos recorrem a mecanismos complexos. É exatamente essa qualidade, a complexidade, que mais os diferencia das restantes pessoas (ALGARVE, 2010, p. 20)

**FIGURA 7 – INSPIRAÇÕES**



Fonte: Pixabay

A capacidade de se reinventar do homem é o que faz com que tenhamos o potencial de inovar, e, portanto, de conectar áreas diferentes, assuntos diferentes, temas diferentes e referências diferentes a fim de desenvolver um novo olhar ou uma nova perspectiva sobre determinado assunto. No caso de projetos o processo é o mesmo, você, aluno(a) como profissional, terá que lidar com diferentes ferramentas, para explorar novos saberes e criar novas conexões a fim de ser inovador naquilo que você se propôs a exercer como profissão. Lubart (2007) nos fala sobre a influência da tecnologia nesse processo de inovação e de criatividade:

Os avanços tecnológicos puseram à disposição dos indivíduos criativos certa quantidade de meios novos; seria parcial não revelar os aspectos positivos dessa evolução sobre a criatividade. Certos progressos tecnológicos e a televisão são suscetíveis de apoiar, mas também de frear o desenvolvimento da criatividade na sociedade. As novas possibilidades tecnológicas provocaram várias áreas de mudanças notáveis quanto à maneira de abordar uma tarefa criativa. Além disso, novos instrumentos têm, às vezes, dado lugar a novas descobertas científicas e a novas formas de expressão (LUBART 2007, p. 69).

Mas você pode estar se perguntando, como e de onde vem essa criatividade não necessária as profissões do futuro? A criatividade vem da constante busca que você, aluno(a), precisa fazer no decorrer de sua jornada acadêmica e de sua vida profissional. Engana-se quem pensa que um profissional para de estudar depois que se forma na graduação; se você quer se manter ativo no mercado de trabalho, quer se destacar em sua área de atuação e quer continuar crescendo profissionalmente, você jamais poderá parar de buscar conhecimento, pois quanto maior for seu repertório, maior será sua capacidade de criar conexões e inovar em seus projetos. A seguir, você tem um exemplo de como desenvolver um produto trazendo aspectos criativos para sua configuração, por meio de diferentes referências.

**FIGURA 8 – COLEÇÃO DE MODA**



Fonte: O autor (2021).

A Figura 8 apresenta um projeto de produto de moda cujo desafio consistia em elaborar uma coleção com o tema Tibet, ou seja, a proposta pautava-se em desenvolver uma coleção de moda feminina que tivesse como referência algum elemento do país Tibet. Considerando esse cenário, pesquisei o país, sua cultura e suas referências estéticas, arquitetônicas, culturais, folclóricas, fauna e flora, até que cheguei em um animal bastante comum no país, o laque tibetano.

Esse animal é uma espécie de boi, com pelagem comprida, que permite com que as pessoas usem seus pelos como matéria prima para desenvolver tecidos. Assim, mesclei a referência do laque com as tranças dos cabelos das mulheres tibetanas, bem como trouxe para o *Moodboard* com cores e referências da paisagem tibetana. Considerando o foco na pelagem do laque, bem como nos trajes femininos tibetanos e nas traças, o *Moodboard* apresenta esses elementos como foco. Assim a cartela de cores apresentada foi retirada do painel, e os demais elementos foram transformados em partes dos produtos da coleção.

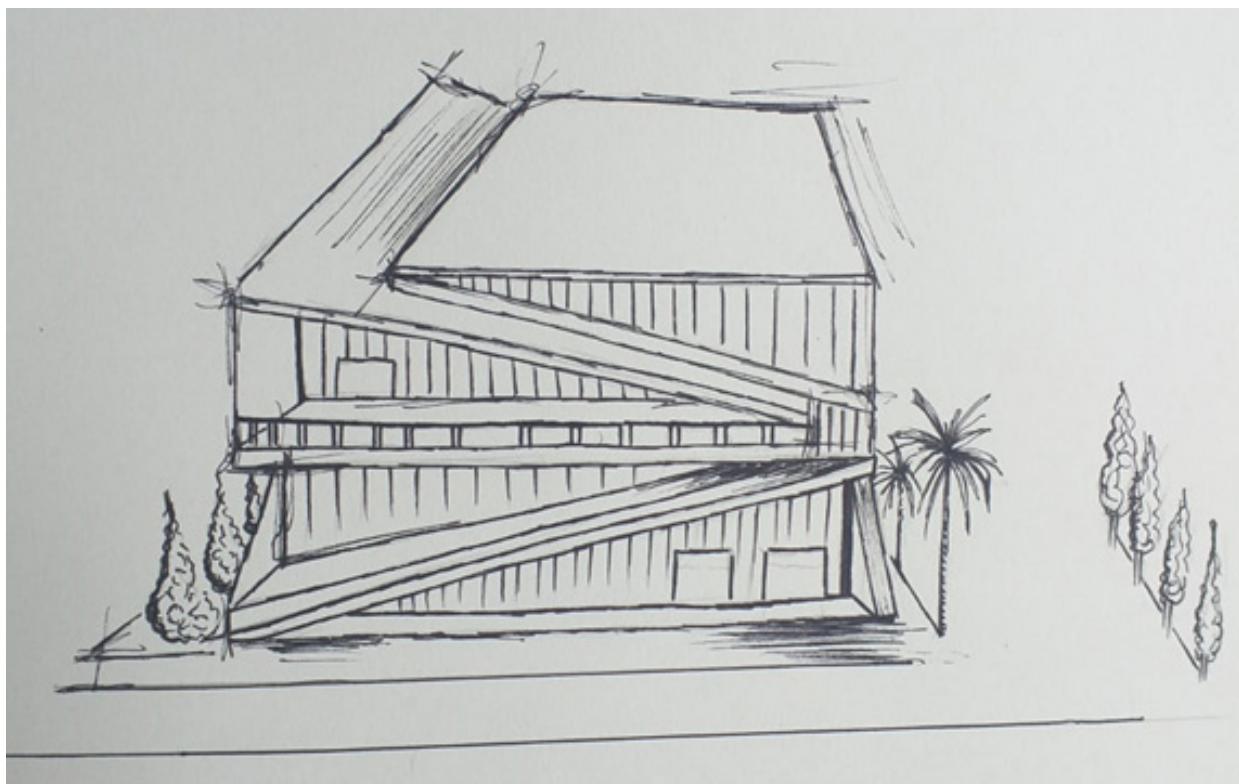
A pelagem do laque se transformou em camadas de pelo sintético formando os coletes que sobrepõem tanto o vestido quanto o macacão; as tranças se transformaram em bordados em alto relevo aplicados, nos ombros ou cintura das peças; e as formas das vestes das mulheres tibetanas ganharam estética ocidental e formaram a estrutura da saia do vestido por exemplo.

Esse processo de abstração de um tema, a combinação de referências pesquisadas e a reconfiguração estética desses elementos transformados em um produto é o que faz do Processo Criativo algo único, conforme nos conta Peychaux (2003):

Quando temos uma ideia ou uma experiência criativa e nos perguntamos qual é sua origem, nos damos conta de que é muito difícil descrever a ideia criativa por meio de palavras. E é, justamente, essa capacidade de ser tão sutil e, por estar além das palavras, que a criatividade ganha uma importância tão significativa em nossas vidas (PEYCHAUX, 2003, p. 158).

Podemos explorar o processo de observar os elementos ao nosso redor e transformá-los em projetos de forma criativa, como é o caso de uma proposta arquitetônica inspirada em fichários de escritório empilhados por exemplo, o esboço pode ser também um exercício que possa lhe trazer inspiração e gerar novas conexões.

**FIGURA 9 – EXERCÍCIO CRIATIVO**



**Fonte:** O autor (2021).

A capacidade de inventar e de criar é algo incrível e você aluno deve explorar essas possibilidades, independente da área de atuação, o que importa é você trazer personalidade aos seus projetos e buscar inovar de forma coerente. Ser criativo é olhar o mesmo elemento, mas de uma forma diferente, e isso só é possível quando há um vasto repertório por parte do profissional



### 3. CASE DE ARQUITETURA CRIATIVA

Quando pensamos em projetar um espaço ou um produto, muitas vezes nem paramos para analisar as possibilidades criativas que temos para serem exploradas, das mais diversas maneiras. A comunicação por meio do aspecto visual de um projeto é de extrema importância, pois é essa comunicação que trará coerência entre suas pesquisas enquanto profissional da área criativa e sua proposta de projeto. A respeito da importância e da singularidade das mensagens visuais Ostrower (2013), nos diz que:

A propósito das imagens e de sua compreensão, quero antecipar o seguinte: nas imagens – que são portadoras da comunicação - se preservam intactos os elementos de orientação espacial. É esse fato extraordinário que faz com que as mensagens visuais provenientes de épocas remotas (cujas línguas faladas ou escritas desconhecemos – por exemplo, a Arte pré-histórica, ou a Arte etrusca, ou a Arte chinesa, ou mesmo a Arte da idade média) ainda possam ser legíveis e ter sentido para nós (OSTROWER, 2013, p. 28).

Essa capacidade de leitura visual, que o ser humano faz sem que haja algo escrito, é o que representa nosso senso estético, ou seja, nossa capacidade de compreender as imagens e interpretá-las, por isso os *Moodboards* são ferramentas importantes, para criar a atmosfera de inspiração para o desenvolvimento de um produto ou projeto.

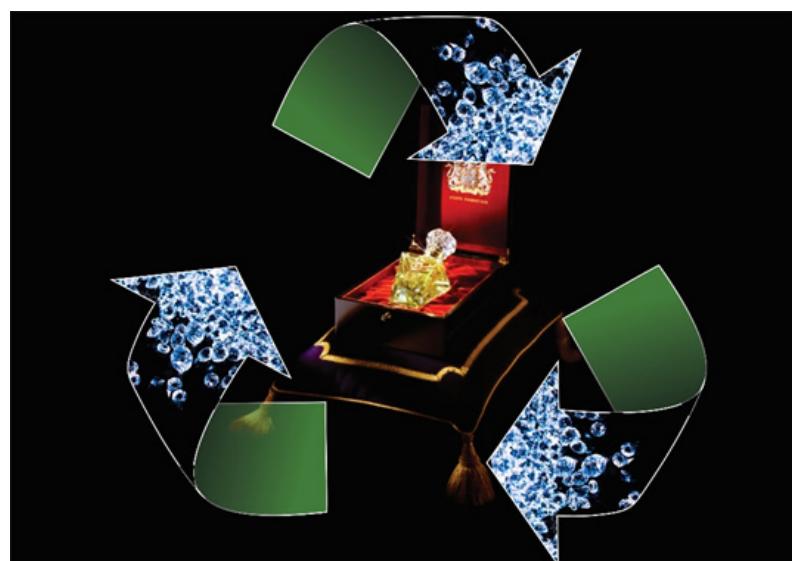
Considerando esse processo de abstração de referenciais estéticos para serem aplicados em um processo criativo, o exemplo a seguir considera como *briefing* a criação de uma loja de moda feminina voltada para produtos de moda festa, com caráter sustentável, feitos a partir de reaproveitamento de tecidos por meio da técnica de *upcycling*. A Figura 10 apresenta a identidade da marca, chamada *Ecollection* e a Figura 11 é a imagem que representa a expressão do produto.

**FIGURA 10 – IDENTIDADE DA MARCA**



**Fonte:** O autor (2021).

**FIGURA 11 – EXPRESSÃO DO PRODUTO**



**Fonte:** O autor (2021).

Considerando o *briefing* e os dois painéis apresentados, o profissional consegue traçar uma linha de referências e pensar em como seria a estética de um ponto de venda para tais produtos, assim a proposta para esse projeto que envolve questões arquitetônicas e de projeto de interiores, pautou-se no seguinte *Moodboard* como inspiração.

**FIGURA 12 – MOODBOARD ECOLLECTION**



**Fonte:** O autor (2021).

Partindo dessas referências, enquanto estrutura arquitetônica o espaço de venda foi projetado com uma fachada em vidro para aproveitar a luz natural ao máximo, e por se tratar de moda festa, um produto que permite exclusividade e carece de ajustes na maioria das vezes, o espaço contará com um mezanino, para atendimentos personalizados. A estética do ambiente tem como foco a mistura entre o natural e o rústico com pontos de referências industriais, portanto a parede verde (desejo do cliente) foi pensada para evidenciar as questões sustentáveis ligadas a marca e aos produtos, e as paredes em tijolo a vista trazem um aspecto rústico e histórico ao espaço, que é completado com araras suspensas por cabos de aço e móveis icônicos do design de interiores. Assim, sofisticação e natureza se mesclam na proposta do projeto, acompanhe o projeto nas Figuras 13, 14, 15 e 16.

**FIGURA 13 – FACHADA DA LOJA**



**Fonte:** O autor (2021).

**FIGURA 14 – ESPAÇO DO MEZANINO**



**Fonte:** O autor (2021).

**FIGURA 15 – VISTA DO MEZANINO**



**Fonte:** O autor (2021).

**FIGURA 16 - TÉRREO**



**Fonte:** O autor (2021).

É claro que inúmeros outros aspectos poderiam ser explorados em um projeto como esse caro(a) aluno(a), e eu garanto que você já pensou em várias ideias para alterar no projeto. O fato é que um processo de desenvolvimento de projeto, precisa estar alinhado com o que o cliente deseja e você enquanto profissional, vai conduzir e lapidar as referências articulando de forma criativa as possibilidades estéticas e funcionais para com a realização do projeto em si, de modo a atender os anseios do cliente.

## SAIBA MAIS

Oração da criatividade

Senhor, fazei-nos instrumentos de sua criatividade.

Onde houver desânimo, que eu leve o otimismo.

Onde houver rigidez, que eu leve a flexibilidade.

Onde houver raiva, que eu leve o humor.

Onde houver medo, que eu leve a coragem.

Onde houver bloqueio, que eu leve a espontaneidade.

Onde houver insegurança, que eu leve a autoconfiança.

Ó mestre, fazei que eu procure mais, ser curioso do que acomodado.

Ser tolerante do que impaciente.

Ser ousado do que temeroso.

Porque é buscando a independência que temos intuição.

É com sensibilidade que encontramos novos caminhos e  
é inovando que encontramos a vida eterna. Amém.

**Fonte:** Alencar (2003).



#### 4. CASE DE DESIGN CRIATIVO

Para explorar de forma criativa um determinado tema em um projeto, o profissional deve buscar construir um raciocínio criativo, que faça sentido não só para ele enquanto criador do projeto, mas também para o cliente, uma vez que todo projeto parte de um *Briefing*, e visa atender uma necessidade estética e funcional daquele que solicitou o projeto ou a quem o projeto é destinado. Ostrower (2014) nos diz que:

Seja qual for a área de atuação, a criatividade se elabora em nossa capacidade de selecionar, relacionar e integrar os dados do mundo externo e interno, de transformá-los com o propósito de encaminhá-los para um sentido mais completo. Dentro de nossas possibilidades procuramos alcançar a forma mais ampla e mais precisa, a mais expressiva (OSTROWER, 2014, p. 69).

Explorar nossos potenciais criativos, e saber conectar os desafios da profissão com nossa bagagem pessoal, é um processo fundamental para ser criativo no desenvolvimento de projetos ou produtos. É válido reforçar que o acervo cultural e imagético sempre influenciará no repertório de cada um de nós, e você, aluno(a), deve estar em constante busca por ampliar esse repertório para que a mente sempre esteja em movimento, reformulando-se e criando novas conexões.

A forma como cada profissional utiliza de seu acervo e cria conexões a fim de apresentar um projeto de forma inovadora é única, ou seja, cada um de nós terá um olhar diferente sobre um mesmo tema, por isso ao trabalhar em equipe o potencial, a fala, e as interpretações de cada membro devem ser valorizadas, pois é uma forma de trazer ainda mais consistência para a discussão e criar novas conexões entre os envolvidos.

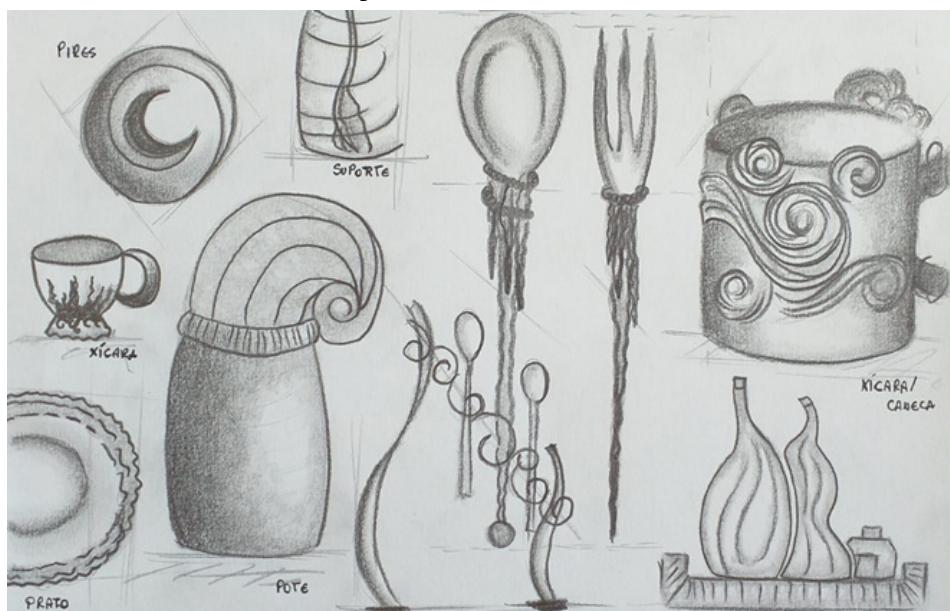
O processo de pesquisa de um profissional pode estar atrelado a diferentes temáticas, no caso do exemplo a seguir, a proposta pauta-se na pesquisa histórica, ou seja, as referências estéticas para o projeto partem de estruturas, teorias e imagens advindas nesse caso da história da arte, para se tornarem a base estética e estrutural do projeto.

**FIGURA 17 – OBRA DE ARTE NOITE ESTRELADA DE VINCENT VAN GOGH**



**Fonte:** Wikipedia. A noite Estrelada. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/A\\_Noite\\_Estrelada#/media/Ficheiro:Van\\_Gogh\\_-\\_Starry\\_Night\\_-\\_Google\\_Art\\_Project.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/A_Noite_Estrelada#/media/Ficheiro:Van_Gogh_-_Starry_Night_-_Google_Art_Project.jpg). Acesso em: 30 nov. 2021.

**FIGURA 18 – COLEÇÃO DE UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS**



**Fonte:** O autor (2021).

As diferentes técnicas de ilustração ou desenho, podem ser um excelente material para que você explore possibilidades ao iniciar um processo criativo, desta forma, você pode esboçar inúmeras criações, e posteriormente lapidá-las para que somente as ideias mais assertivas continuem no projeto.

A coleção de utensílios domésticos inspirada na obra de arte Noite Estrelada do pintor Vincent Van Gogh, apresenta as linhas, formas e texturas que estão presentes na obra, e que foram então, traduzidas para as partes dos objetos como forma de usar a obra enquanto ferramenta criativa inspiracional para o desenvolvimento de uma linha de produtos.

O design em seus processos é uma área que transita e se relaciona com as mais variadas áreas do saber, portanto, cabe a você aluno (a) explorar esses potenciais conexões e usar elas a seu favor, para idealizar e apresentar propostas inovadoras em suas produções e projetos.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

## Parabéns!

Você chegou ao final de nossa última unidade. Nesta unidade, você pode constatar o quanto o design é multifacetado o que exige muito repertório do profissional que lida com projetos criativos.

É importante compreender que as ferramentas úteis para o desenvolvimento de projetos criativos podem ser combinadas e você aluno (a) pode explorá-las de forma conjunta para assim garantir cada vez mais autenticidade a seus projetos. As inspirações para pensar propostas criativas e inovadoras são as mais variadas possíveis e você deve sempre estar em constante pesquisa, lendo, ouvindo, observando e percebendo o mundo ao seu redor e como você pode explorar essas referências em seus projetos.

Nesse sentido, você vai aos poucos definindo o seu estilo criativo e assim construindo uma identidade criativa, algo chamado de autoria; a autoria pode ser equacionada em uma combinação de domínio de campo com o autoconhecimento, ou seja, a mistura do domínio técnico e teórico do campo de atuação com a personalidade do criador, é essa personalidade criativa que fará com que você ganhe destaque em sua área de atuação.

Você pode observar alguns cases, ou exemplos de como usar as ferramentas criativas para desenvolver projetos, e também você pode perceber que cada profissional trará para seu projeto uma leitura de mundo diferente, é isso que faz da criatividade algo tão fascinante. Espero que você utilize desse conteúdo para alçar novos voos criativos e construir novas conexões a fim de desenvolver sua personalidade criativa.

### O QUE REALMENTE É ESTÉTICA?

No emaranhado de fios que tecem os conceitos, é preciso decifrar o da estética e dele puxar novos fios. Muitas vezes, o conteúdo de estética não parece ser diferenciado da disciplina História da Arte, nos cursos de Arte. Misturada à história da arte, a estética pode se condicionar à visão das mudanças estilísticas fundamentadas, evidentemente, pela filosofia que guia cada movimento histórico.

O termo estética origina-se etimologicamente do grego clássico *Aisthesis*, referindo-se ao conhecimento sensível, através dos sentidos, das sensações. O seu uso ganhou designações diferenciadas desde que Baumgarten a empregou em 1735 como “a arte de pensar de modo belo”, conforme Gadamer (1985, p. 30). É mais fácil expor sobre uma estética romântica do que diagnosticar uma estética pós-moderna, caracterizada por uma falta de porto seguro para os conceitos. A obra de arte já não pode mais ser lida dentro de movimentos estilísticos, nem procura mais descobrir o mundo, pois é o prolongamento do próprio artista, com sua subjetividade mergulhada nas ambiguidades e diversidades culturais do mundo contemporâneo.

Entretanto, o belo é uma questão que continua sendo abordada como integrante do termo estética. Sobre esse termo, Frederico Morais (1998), em Arte é o que eu e você chamamos arte: 801 definições sobre arte e o sistema da arte, oferece-nos definições que relacionam estética ao belo, beleza.

Em uma recente videoconferência nacional, um professor de Tocantins solicitou que eu falasse mais sobre a arte não apenas como prática estética, mas como agregadora de valores na formação de indivíduos. O pedido suscitou uma série de questões que animaram essa conversa. Por que separar os objetivos estéticos de outros ligados à formação? Estaria a estética desligada de preocupações mais amplas?

Em tempos em que a palavra estética cada vez mais se relaciona à beleza do corpo, com tratamentos e cirurgias, com esteticistas cada vez mais especializados, o termo parece distanciar-se de sua ligação com a educação ou com a experiência estética, ou, ainda, é travestido de uma intenção de beleza, frequentemente conectado com obras ditas bem feitas que reproduzem a realidade do mundo. Afinal, o que tenho chamado de “olhar de missão francesa”, preso a valores acadêmicos da arte, ainda está presente nas escolas como a melhor e verdadeira arte.

Um exemplo disso é o modo como as releituras são muitas vezes traduzidas pela ação de cópia de originais, ou melhor, de reproduções de obras que nem sempre têm boa qualidade de impressão ou digitalização e das quais a materialidade e sua dimensão nem sempre são percebidas. Olham-se pinturas em grandes telas e fazem-se cópia em giz de cera em papel A4. Evidentemente, isso não acontece entre arte-educadores e estudiosos da arte. Todavia, preocupo-me cada vez mais com aqueles cujo contato com a arte move-se pela beleza e encantamento que ela desperta, seja pela técnica apurada, pela reprodução fiel da realidade, pela significação facilmente oferecida.

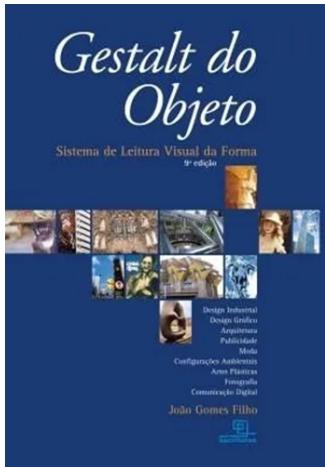
Superar as aparências e tratar a realidade para além de sua “reprodução” são algumas das prerrogativas do artista contemporâneo que deseja criar um mundo, desvelando sua subjetividade, rompendo com todas as representações “clássicas” da ideia de belo. Superando a busca modernista da originalidade, reapropriando-se de si pelo conhecimento histórico, enlaçando a objetividade e a subjetividade, o homo *Aestheticus* contemporâneo instaura seu modo particular de ser/estar no mundo. Afinal, não há mundo objetivo, apenas interpretações...

Hoje, em tempos de muitas transformações, a estética procura seus contornos. Os marcos de referência herdados do passado, sob o olhar de Platão, Aristóteles, Kant e de tantos outros teóricos, vão sendo pulverizados no que Ferry (1994, p. 19) chama de “era da interrogação sem fim”: vida cotidiana e intelectual colocada sempre em confronto com critérios esgarçados, em permanente revisão das tradições. Para além de uma “história do declínio das tradições”, a contemporaneidade marca a “história das múltiplas faces da subjetividade”. Nesse cenário, a estética se apresenta como campo de observação privilegiado dessa subjetividade, em suas diversas concepções e nas relações entre o individual e o coletivo. Talvez, possamos compreender melhor porque Dewey (1959, 2010) e Stenhouse (1987) viram o ensino como uma arte e os professores como artistas. Há uma sintonia entre o fazer, o pensar, o conteúdo e a forma, interconectando os fins e os meios na unicidade de ação e consequências: os fins são criados no próprio processo (EISNER, 1985, 1998); há aprendizagem na própria ação, na reflexão sobre a própria ação (SCHÖN, 1992); há envolvimento total (GARDNER, 1996). As ideias e as ações se fundem na produção e nelas são comprovadas. Há, no fazer artístico, estético, uma sintonia entre o pensar e o fazer, entre a prática e a teoria, entre o conteúdo e a forma. “A ideia se sintoniza com a forma da arte e a forma se emprega como expressão da ideia”, diz Stenhouse (1987, p. 138).

Existe uma unicidade na experiência estética; um pensar na própria ação, presente em processos educativos. Dentre as inúmeras possibilidades de investigar esse campo, dirijo meu olhar para a experiência e a educação estética, buscando nela a especificidade do que a torna estética.

**Fonte:** MARTINS, M. C. F. D. Arte, só na aula de arte? Revista Educação, Porto Alegre, v. 34, n. 3, p. 311-316, set./dez. 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/viewFile/9516/677>. Acesso em: 22 set. 2021.

# MATERIAL COMPLEMENTAR



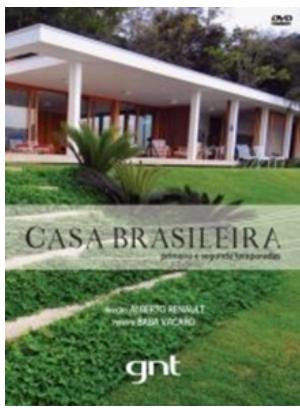
## LIVRO

**Título:** Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma

**Autor:** João Gomes Filho.

**Editora:** Escrituras.

**Sinopse:** é consenso que a capacidade da informação visual é muito mais ampla do que aquelas transmitidas e/ou assimiladas pelos outros sentidos. Diante dessa realidade, o aprendizado e a absorção de uma gramática da imagem tornam-se imprescindíveis à compreensão da forma como se apresenta nossa cultura atual. *Gestalt do objeto* (selo Escrituras), constitui uma importante contribuição para esse entendimento. Foi concebido e estruturado de maneira a proporcionar claras exemplificações dos princípios, conceitos e técnicas visuais. E tudo está fartamente registrado com imagens de objetos concretos, ou seja, existentes em nossa realidade. Isso contribui, sensivelmente, para uma compreensão plena e rápida do exposto.



## FILME/VÍDEO

**Título:** Casa Brasileira: Irmãos Campana e Sérgio Rodrigues

**Ano:** 2010.

**Sinopse:** série documental sobre o jeito brasileiro de morar, na visão dos mais importantes arquitetos e designers do país. A cada episódio, os profissionais falam de seus projetos, suas influências e escolhas. Diversos personagens, clientes famosos e admiradores de suas trajetórias falam de suas relações com arquitetura e decoração. Com direção de Alberto Renault e roteiro de Baba Vacaro, *Casa Brasileira* é um passeio pelos hábitos, tradições e particularidades da arquitetura e do design do Brasil.

## REFERENCIAS

ALENCAR, E. S. de. Criatividade: múltiplas perspectivas. Brasília: Universidade de Brasília, 2003.

ALGARVE, Universidade do. Manual de criatividade empresarial. Faro: Litografis, 2010.

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

BARBOSA, Ana Mae. Inquietações e mudanças no ensino da Arte, 7. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

BARBOSA, Ana Mae. Tópicos Utópicos. Belo Horizonte: Editora C/Arte, 2007 (2<sup>a</sup> reimpressão).

BARBOSA, Ana Mae; CUNHA, Fernanda, Pereira da. A Abordagem Triangular no ensino das Artes e culturas visuais. São Paulo: Cortez, 2010.

BRASIL. Parâmetros curriculares nacionais: Arte / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997.

HSUAN-NA, Tai. Design conceitos e métodos. São Paulo: Edgard Blucher, 2017.

ISAKSEN, S.; TREFFINGER, D. Creative problem solving: the basic course. New York: Bearly Limited, 1985.

KLEON, Austin. Aprende a promocionar su trabajo 10 recursos para artistas, diseñadores y creativos. Barcelona, Gustavo Gili, 2016.

LUBART, T. I. Creativity across cultures, in R. J. Sternberg (ed.), Handbook of creativity (p. 339-350), Cambridge, Cambridge University Press, 1999b.

LUBART, T. Psicología da criatividade. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MACKINNON, D. W. In search of human effectiveness: identifying and developing creativity. Creative Education Foundation, 1978.

MILLER, A. I. Einstein e Picasso: mera coincidência? Suplemento, Manguinhos, v. 13, p. 223- 231, out. 2006. Disponível em: <https://bit.ly/2Jh5i7l>. Acesso em: 25 set 2021.

OLIVEIRA, Eliane dos Santos; CORRÊA, Vanisse Simone Alves. Ensino de Artes: A Abordagem Triangular de Ana Mae Barbosa. ContemporArtes, coluna Planetário, 2018.

OSBORN, A. F. O poder criador da mente. França: IBRASA, 1987.

OSTROWER, F. Criatividade e processos de criação. Petrópolis: Vozes, 2014.

OSTROWER, Faiga. Universos da Arte. Campinas: Editora Unicamp, 2013.

PAZMINO, A. V. Como se cria: 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.

PEYCHAUX, L. Acessando o Hemisfério Direito do Cérebro - A Arte Como Ferramenta Para Desenvolver a Criatividade. Rio de Janeiro: Papel Virtual, 2003.

PREDEBON, J. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 2002.

VERA, A. L. Co-Designing Interactive Spaces for and with Designers: Supporting Moodboard Making. Technische Universiteit. Eindhoven, 2009.

VON OECH, R. Tenho uma ideia: como ser mais criativo e ter seus melhores insights. Rio de Janeiro: BestSeller, 2011.

WALLAS, G. The art of thought, New York, Harcourt, Brace, 1926.

WECHSLER, S. M. Criatividade: descobrindo e encorajando. Campinas: Livro Pleno, 2002.

# CONCLUSÃO GERAL

## Caro aluno (a)

Chegamos ao fim de nossa jornada no universo da criatividade. Espero que você tenha aproveitado cada linha deste material, e ressalto que esse foi apenas o início de sua jornada no mundo do Design Criativo, pois a cada novo projeto com o qual você se deparar, as ferramentas apresentadas nesse material poderão ser revisitadas e combinadas para que você explore todo seu potencial criativo.

Em cada uma de nossas unidades do material didático apresentei os princípios básicos que norteiam a criatividade e o elo criativo entre o projeto e o profissional. Na primeira unidade referente os conceitos históricos desmistificamos a criatividade como sendo um dom, e você pode observar que se trata de um exercício o ato de ser criativo.

Na segunda unidade, a intenção foi a de trazer para você as ferramentas úteis para trabalhar a criatividade em seu dia a dia por meio de diferentes formas de exercitar as conexões criativas e usá-las em seu benefício.

Em nossa terceira unidade, o intuito foi apresentar a você possibilidades e processos relacionados a avaliação das ideias, para assim perceber se há coerência no processo de desenvolvimento de um projeto criativo, independente da área de atuação na qual o projeto está sendo desenvolvido.

Por fim, ao conhecer as diferentes possibilidades para exercitar a criatividade, fechamos nosso material com alguns cases e entendendo como *Moodboard* pode ser uma ferramenta útil para projetos de design.

Após conhecer todos esses elementos ligados ao processo criativo, tenho certeza de que você será capaz de desenvolver com maestria os melhores projetos e soluções de forma criativa em sua profissão. Desejo sucesso em sua jornada, e continue pesquisando!



+55 (44) 3045 9898  
Rua Getúlio Vargas, 333 - Centro  
CEP 87.702-200 - Paranavaí - PR  
[www.unifatecie.edu.br](http://www.unifatecie.edu.br)

