



Ensaio criativo pela prática livre do Design Gráfico

EXPERIENCIAR A LIBERDADE, MANIFESTAR A EXPERIÊNCIA

Ana Beatriz Mendes Ramos

Experienciar a Liberdade, Manifestar a Experiência

– um exercício e um manifesto

Ensaio criativo pela prática livre do Design Gráfico

Ana Beatriz Mendes Ramos

Orientador Prof. Mário Jorge da Câmara de Melo Caeiro

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Design Gráfico

Instituto Politécnico de Leiria – Escola Superior de Artes e Design

Caldas da Rainha

AGRADECIMENTOS

Obrigada,

Professor Mário Caeiro

Professora Madalena Folgado, Universidade Nova de Lisboa

Professor Fernando Poeiras, ESAD.cr

Professor Philip Cabau, ESAD.cr

Tiago Carrão, Câmara Municipal de Tomar

Ana Soares, Câmara Municipal de Tomar

Cláudia Chora, Câmara Municipal de Tomar

Mãe

Pai

Mano

Lucie

Malú

Maria Arvelos

Joana Costa

Melanie Ventura

Hugo Monteiro

Daniel Neves

Sara Janeiro

Inês Pina

Bruno Ferreira

Bruno Piedade

RESUMO

A nossa proposta pretende explorar a experiência e o experimento pessoal no âmbito de Design Gráfico, surgindo assim a questão: será que um trabalho totalmente individual, sem *briefing* e livre – desde logo de constrangimentos prévios determinados –, tem interesse para o Design Gráfico, enquanto disciplina, cultura, dimensão da *praxis* criativa? Será que tal circunstância contribui para repensar a sua esfera pedagógica, gerando uma vivência profundamente autopoietica? E que vias concretas se podem arriscar nesta deriva?

Como projeto prático, foi projetada uma instalação com base num exercício rizomático. Invocámos dessa forma aquilo que designámos como *Experiência da Liberdade*. Ou seja, o reflexo da experimentação individual na prática do Design Gráfico, através do conceito de *autopoiesis*. O resultado desse exercício deu origem a um manifesto que surgiu da análise da experiência do conhecimento. O manifesto é a passagem – a tradução – para palavras (tipografia e *lay-out*) do que a investigação conseguiu ir articulando no seu multidimensional processo.

A metodologia utilizada é qualitativa, visto que consiste numa pesquisa direcionada àquilo que é pessoal à autora da dissertação, bem como a uma reunião e análise de referências teóricas e históricas. Uma segunda etapa passou pela experimentação de um espaço e, mais tarde, em jeito de manifesto acerca do Design Gráfico como processo deliberado – consciente – ou pelo menos estrategicamente autopoietico.

ABSTRACT

Our thesis proposal intends to explore the experience and the individual experiment in the scope of Graphic Design. Hereby the question arises: would it be considered free an entirely individual project without briefing – right away from predetermined constraints –, does it intrigue Graphic Design, as a discipline, culture, dimension of creative *praxis*? Will such circumstances contribute to the rethinking of its pedagogic domain, creating a profoundly autopoietic experience.

The practical project was designed as an installation based on a rhizomatic exercise. Thus we invoke what we designate as the *Experience of freedom*. Meaning the reflection of the individual experiment in the Graphic Design practice through the concept of *autopoiesis*.

The outcome of this exercise results in a manifesto which arises from the analysis of the experience of knowledge. The manifesto was the gateway – the translation – to words (typography and layout) of what the investigation was able to articulate in its processes.

The methodology is qualitative, whereas it consists in a research aimed at what is personal to the author of the dissertation, moreover to an analysis of theoretical and historical references. A second stage has been defined by the experience of a space and, subsequently as a manifesto, regarding Graphic Design as an autopoietic process.

ÍNDICE DE ESQUEMAS E IMAGENS

Esquemas

Esquema 1 – Página 20. Metodologia Pesquisa-ação.

Esquema 2 – Página 21. Calendarização.

Esquema 3 – Página 51. *Autopoiesis* – Processo criativo.

Imagens

Imagem 1 – Página 31. *Debate On human nature*, Michel Foucault e Noam Chomsky, 1971.

Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=9_HaHtcKG9c&ab_channel=PercyReflex%C3%A3o

Imagem 2 – Página 33. *Uma e três cadeiras*, Joseph Kosuth, 1965.

Fonte: <https://agoraalternativa.wordpress.com/2015/05/16/muito-mais-que-uma-e-tres-cadeiras/>

Imagem 3 – Página 33. Filme, *O Enigma de Kaspar Hauser*, 1974.

Fonte: <https://www.dvdversatil.com.br/o-enigma-de-kaspar-hauser-capa-novodisc/>

Imagem 4 – Página 36. Filme, *O quarto de Jack*, 2015.

Fonte: <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-228263/>

Imagem 5 – Página 37. Livro, *Room*, Emma Donoghue, 2010.

Fonte: <https://www.bulbapp.com/u/novel-analysis-room-emma-donoghue~1>

Imagem 6 – Página 39. Instalação de arte, *Empty club*, Gabriel Orozco, 1996.

Fonte: <https://twitter.com/artangel/status/943891212393644033>

Imagem 7 – Página 43. Performance, *In Relation in Time*, Marina Abramovic e Ulay, 1977.

Fonte: <https://oglobo.globo.com/cultura/morre-ulyay-ex-companheiro-de-marina-abramovic-par-ceiro-em-famosos-trabalhos-dos-anos-1970-24281232>

Imagem 8 – Página 45. Fotografia de Edmund Husserl.

Fonte: <https://literariness.org/2018/01/30/key-theories-of-edmund-husserl/>

Imagem 9 – Página 48. Imagem criada por David Carson para o *Internacional Festival of Creativity* – Dubai Lynx, 2015.

Fonte: <http://www.davidcarsondesign.com/>

Imagem 10 – Página 54. Exercício, teste de Rorschach.

Fonte: <https://www.swissinfo.ch/por/o-teste-de-rorschach--raios-x-do-inconsciente/46475736>

Imagem 11 – Página 59. Fotografia de Art Tatum, 1947.

Fonte: <https://delphipages.live/pt/entretenimento-e-cultura-pop/musica-generos-contemporaneos/musica-jazz/art-tatum>

Imagem 12 – Página 59. Fotografia de Mário Laginha.

Fonte: <https://observador.pt/especiais/mario-laginha-aqui-entre-nos-que-ninguem-nos-ouve-estou-a-preparar-um-novo-disco-a-solo/>

Imagem 13 – Página 70. Alguma da maquinaria presente no espaço.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 14 – Página 71. *Experiência da Liberdade* – Entrada da exposição.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 15 – Página 73. *Experiência da Liberdade* – Esquema rizomático que inspirou a instalação.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 16 – Página 75. *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe com comando e imagem de Roda de Bicleta de Marcel Duchamp.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 17 – Página 76. *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de microfone e texto de Nathan Shedroff.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 18 – Página 77. *Experiência da Liberdade* – Plano médio de rádio/tv, cadeira e texto de José Saramago.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 19 – Página 77. *Experiência da Liberdade* – Plano médio de mesa com desenhos.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 20 – Página 78-79. *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de pormenor de ligações.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 21 – Página 80. *Experiência da Liberdade* – Plano médio de parede frontal com raquete de *badminton* e texto de Luciano Floridi.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 22 – Página 81. *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de elementos tipográficos.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 23 – Página 81. *Experiência da Liberdade* – Plano médio de parede lateral com destaque para as ligações feitas com fio cor de laranja.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 24 – Página 82-83. *Experiência da Liberdade* – Plano geral da instalação.

Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 25 – Página 87. Manifesto, *Manifesto atropófago*, Oswald de Andrade, 1928.

Fonte: <https://incinerrante.com/manifesto-antropofago-devoragem/>

Imagem 26 – Página 87. Manifesto, *Sociedade do Espetáculo*, Guy Debord, 1967.

Fonte: <https://www.kobo.com/br/pt/ebook/a-sociedade-do-espetaculo>

Imagem 27 – Página 87. Manifesto, *Manifesto Comunista*, Friedrich Engels e Karl Marx, 1848.

Fonte: <https://www.amazon.com.br/Manifesto-Partido-Comunista-Marx-Karl/dp/8581862810>

Imagem 28 – Página 87. Manifesto, *Manifesto Surrealista*, André Breton, 1924.
Fonte: https://stringfixer.com/pt/Surrealist_Manifesto

Imagem 29 – Página 88. *The Topology of Typography*, El Lissitzky, 1923.
Fonte: <https://designmanifestos.org/el-lissitzky-the-topology-of-typography/>

Imagem 30 – Página 88. *Good Design*, Bruno Munari, 1963.
Fonte: <https://designmanifestos.org/bruno-munari-good-design/>

Imagem 31 – Página 88. *Free Font Manifesto*, Ellen Lupton, 2006.
Fonte: <https://designmanifestos.org/bruno-munari-good-design/>

Imagem 32 – Página 89. *Seeking Comfort in an Uncomfortable Chair*, Bruno Munari, 1944.
Fonte: <https://designmanifestos.org/bruno-munari-seeking-comfort-in-an-uncomfortable-chair/>

Imagem 33 – Página 91. A manifesto by Aindrea Emelife.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-aindrea-emelife/>

Imagem 34 – Página 91. A manifesto by Pussy Riot.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/a-manifesto-by-pussy-riot/>

Imagem 35 – Página 91. A manifesto by Amadou & Mariam.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-amadou-and-mariam/>

Imagem 36 – Página 91. A manifesto by Susan Abulhawa.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-susan-abulhawa-playgrounds-for-palestine/>

Imagem 37 – Página 91. A manifesto by Alain de Botton.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-alain-de-botton/>

Imagem 38 – Página 91. A manifesto by Goat Girl.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-goat-girl/>

Imagem 39 – Página 91. A manifesto by Fountains D.C.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/a-manifesto-by-fontaines-dc-grian-chatten/>

Imagem 40 – Página 91. A manifesto by Patrisse Cullors.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/a-manifesto-by-patrisse-cullors/>

Imagem 41 – Página 91. A manifesto by Lee Scratch Perry.
Fonte: <https://wepresent.wetransfer.com/story/manifesto-lee-scratch-perry/>

Imagem 42 – Página 92-93. *The incomplete Manifesto for growth*, Bruce Mau, 1998.
Fonte: <https://designmanifestos.files.wordpress.com/2020/04/imfg-poster-101716.pdf>

Imagem 43 – Página 97. *Imagem 44 – Manifesto Liberdade da Experiência* pormenor.
Fonte: Imagem de autoria própria

Imagem 44 – Página 98. Manifesto *Liberdade da Experiência* em utilização.
Fonte: Imagem de autoria própria

NOTA:

Todos os apontamentos, em jeito de glossário informal, no decorrer desta investigação, foram retirados da infopédia online da Porto Editora.

Porto Editora – Infopédia. Porto: Porto Editora.
<https://www.infopedia.pt/>
[Acedido entre 2021 e 2022]

Porto Editora – Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora.
<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/>
[Acedido entre 2021 e 2022]

ÍNDICE

01 INTRODUÇÃO 18

02 ESTADO DA ARTE	
Questão de Investigação	
Limites do Design Gráfico	24
Evolução da técnica	26
Será o Design o diferenciador da memória?	27
Barreiras da criatividade	28
Fenomenologia da Percepção	
Empíria (fenomenologia enquanto metodologia)	30
Realidade/significado	32
Como se processam as experiências	40
Percepção visual	46
Comunicação e Semiótica	47
Autopoiesis	
Definição	50
Psicologia da consciência	52
Psicologia da personalidade	52
Modelos de exercícios	53
O Exercício	56

03 WORKSHOP	
Design gráfico no ensino superior	62
Enunciado	64
Reflexão – <i>workshop</i>	65

04 EXPERIÊNCIA DA LIBERDADE	
Ensaio individual de projeto	68
Exercício <i>Experiência da Liberdade</i>	76

05 LIBERDADE DA EXPERIÊNCIA	
Referências culturais	86
Manifestos em Design	88
Manifesto <i>Liberdade da Experiência</i>	95

06 CONCLUSÃO	
Considerações finais e limitações do estudo	102
Perspectivas futuras	105

07 REFERÊNCIAS	108
-----------------------	-----

08 ANEXOS	116
------------------	-----

01

01

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Desde o início da História da Humanidade e, hoje, nas ciências sociais têm-se construído definições do que é o (ser) humano e que características lhe são atribuídas. Por sua vez, a cultura caracteriza uma sociedade e, consoante os traços da mesma, cada um tem uma diferente percepção do conhecimento e informação, que é conseguida, orquestrada, gerida, etc. através da estimulação sensorial, que resultando numa panóplia de experiências, constrói a personalidade/ identidade de cada um – espécie de aspeto comunicável, visível, transmissível, de outros processos, nomeadamente inconscientes. Ou seja, é devido a todos os dados adquiridos ao longo da vida, todos os juízos, crenças e tradições, bem como experiências, que é constituído cada ser humano, de maneira distinta. Foucault e Chomsky (2013) abrem portas para o estudo da formação da natureza humana, assim como para os motivos que nos unem enquanto sociedade e diferenciam enquanto indivíduos. Neste contexto, convocaremos para o diálogo C. G. Jung (2009) e Bernard Stiegler (1996).

Neste seguimento, a presente proposta pretende explorar uma experiência e um experimento pessoal no âmbito do Design Gráfico enquanto disciplina criativa, surgindo assim a questão – que não pode ser totalmente separada da ideia de *briefing*, mas não se subsuma a essa ideia –, será que um trabalho totalmente individual, sem *briefing* e livre tem interesse para o Design Gráfico enquanto área e em especial para repensar o campo da pedagogia?

A estruturação teórica assenta na fenomenologia, de modo a perceber como é que nós entendemos os fenómenos na nossa consciência e como é possível criar-se de uma forma mais próxima do *eu* e do *agora* (Tolle, E. 2003).

Edmund Husserl (1724-1804) é a referência alicerce do processo fenomenológico, que é aproveitado por Merleau-Ponty (1999) e Gaston Bachelard (1993) no âmbito da procura do *eu*.

Durante o período de projeto, foi desenvolvido um exercício rizomático, a instalação – *A Experiência da Liberdade* – reflexo da experimentação individual na prática do Design Gráfico, através do conceito de *autopoiesis*. O conceito de *autopoiesis*, nomeadamente associado ao da intuição (Carson, D. 2021), surge numa tentativa de compreender a correlação do processo orgânico com o processo epistemológico, assimilado por Humberto Maturana e Francisco Varela (2011).

O projeto prático, que é uma resposta ao exercício rizomático, consiste no desenvolvimento de um manifesto – *Liberdade da Experiência* – uma reinvenção discursiva do objeto gráfico, integrando a noção de comunicação grafo-visual e abordando a tensão palavra/imagem relacionado com a semiologia. Antecedendo o processo de escrita/*layout*, foram estudados manifestos aplicados ao Design, caso dos manifestos de El Lissitzky e Bruce Mau (nas Artes Plásticas).

Em suma, a instalação é a experiência da liberdade^a, ou seja, estou a experienciar a minha liberdade e o objeto final é o manifesto, o resultado da liberdade da experiência.

A metodologia utilizada foi qualitativa: pesquisa-ação visto que consistiu numa pesquisa multidimensional^b direcionada ao *eu* íntimo, e a uma análise de referências teóricas que propiciava uma autorreflexão coletiva de forma a melhorar a racionalidade e justiça da prática social e educacional. Depois de uma estruturação teórica, uma segunda etapa passou pelo desenvolvimento de um *workshop*, em ambiente coletivo, e um exercício pessoal. De seguida o processo foi o estudo do objeto-manifesto, um dispositivo, conforme diria Agamben, em *A comunidade que vem*, e respectivo conteúdo, para concluir com uma peça experimental capaz de captar e comunicar a minha experiência da emergência de um modo, porventura efémero, mas entusiasmante, de um encontro com a criatividade. (Agamben, G. 1993)

Nota breve

^a **Liberdade** – Aristóteles (384 a.C. - 322 a.C.) “a liberdade é a capacidade de decidir-se a si mesmo para um determinado agir ou sua omissão” – A liberdade é o princípio para escolher entre possíveis alternativas, realizando-se como decisão e ato voluntário.

^b **multidimensional** – Henri Lefèbvre (1901- 1991) – são os vários níveis de um processo a que nós prestamos atenção.

Pesquisa-ação



Esquema 1 – Metodologia Pesquisa-ação.

Inquietação
Questão de
investigação

20
20

jul /
ago/
set
out /
nov/
dez

jan /
fev/
mar

20
21

Livros
Filmes
Docu-
mentários
Fenómeno
Signo
Percepção
visual
Consciência
Autopoiesis
Personali-
dade
Masterclass
Workshop

abr /
mai/
jun

jul /
ago/
set

out /
nov/
dez

Reflexão
Experiência
Instalação
Manifestos
Manifesto

20
22

jan /
fev/
mar

abr /
mai/
jun

Esquema 2 – Calendarização.

02

02

**ESTADO
DA ARTE**

¹ **design** |dezáine| ou |dizáine| (palavra inglesa) nome masculino
1. Disciplina que visa a criação de objectos, ambientes, obras gráficas, etc., ao mesmo tempo funcionais, estéticos e conformes aos imperativos de uma produção industrial.
2. Conjunto dos objectos criados segundo estes critérios (ex.: vender design).
3. Aspecto de um produto criado segundo esses critérios (ex.: o design é inovador).
adjectivo de dois géneros e de dois números
4. Criado, concebido segundo os critérios do design (ex.: móveis design).

² **briefing** | s. m. | (palavra inglesa)
1. Reunião de informação táctica antes de uma tarefa ou missão.
2. Conjunto das informações transmitidas nessa reunião.

QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

Para darmos início à discussão sobre um Design Gráfico livre e isento de *briefing* será necessário entendermos primeiro o que é o Design¹ Gráfico, e se na generalidade das definições, passa pela resolução de um problema estético e funcional, estará sempre ligado a um *briefing*² que ditará os objetivos e propósitos finais.

Limites do Design Gráfico

Na esfera da questão de investigação é necessário entender primeiro o que é o Design Gráfico, para que serve na nossa cultura e na nossa época – hoje, e qual é o objetivo para posteriormente podermos aprofundar a pergunta sobre qual é o processo que decorre da prática do Design Gráfico e se ele poderá ser totalmente individual, sem *briefing* e livre. De várias definições sobre o que é o Design Gráfico podemos declarar que o objetivo principal é transmitir uma mensagem. William Addison Dwiggins, em 1922, foi quem denominou *Graphic Designer* como profissão pela primeira vez nos anos 20, contudo Design Gráfico só foi utilizado recorrentemente na década de 80, para designar o projeto de objetos da indústria gráfica, quando o termo design se tornou genérico. A adoção dessa nomenclatura indica design como uma processualidade industrial. (Meggs, P. & Purvis, A. 2005 p.120)

De uma forma sucinta, a expressão design aproxima-se do termo desenhar/projetar e com esse significado surgiu uma confusão terminológica que pode associar-se a outras expressões como *hair design*, *nails design*, etc., e mesmo *sound design* ou *experience design*. Apesar de os profissionais dessas áreas serem designers não se enquadra na extensão dos profissionais a que nos referimos. A vulgarização do termo alastrou-se para outras áreas, o que levou à abertura de estabelecimentos que, ainda hoje, se intitulam como lojas de design.

A definição do Designer Gráfico nesta investigação pode ser examinada por dois pontos distintos. Um deles integra a história da tipografia, da escrita e do livro, compreendendo os aspetos culturais, tecnológicos e estéticos a partir dos resultados. A outra possibilidade é analisar a área no contexto histórico que se dá a partir da revolução industrial e consequentemente com o ensino em escolas como a Bauhaus e Ulm, entendida através dos sujeitos que projetam, os designers. (Lima, E. 1996) Estes dois aspetos complementares definem o território desta investigação.

Se delimitarmos a história do Design ao aparecimento do termo, estaremos a perder anos de história, pois a contribuição de jornalistas e artistas plásticos antes de se saber o que era o Design Gráfico foi muito importante para o reconhecimento da área de conhecimento. (Lessa, 1995)

³**técnica** | n. f. | fem. sing. de técnico

1. Parte material de uma arte.
2. Conjunto dos processos de uma arte.
3. Prática.

⁴**homonização** | n. f. |

A hominização é o processo evolutivo que conduziu, a partir de um primata ainda desconhecido, à forma atual do homem, quer física quer intelectualmente.

⁵**tecnicização** | n. f. |

1. transformação de um meio manual em meio técnico
2. mudança de um processo manual para um processo técnico
3. automatização
4. motorização

Bertrand Gilles (1956-)

Historiador.

Karl Marx (1816-1883)

Revolucionário socialista alemão, filósofo, economista, historiador, sociólogo, técnico político e jornalista.

Bernard Stiegler (1952-2020)

Filósofo francês.

Evolução da Técnica

Ao longo dos anos, houve várias “raturas tecnológicas”, como lhe chamou Bertrand Gilles aos períodos de tempo em que se deram transformações significativas. Inicialmente, da Pré-história ao Neolítico estas raturas demoravam milhares de anos. Dos gregos em diante, demoravam centenas de anos e a partir do clássico passaram a demorar dezenas de anos. Foi necessário esperar pelo fim do século XVIII pela chegada industrial que alterou completamente a relação entre ciência e a técnica, com a máquina a vapor, que provocou grandes mudanças na atividade de fabrico. Karl Marx, já no seu tempo, afirmou: “atualmente a estabilidade é uma exceção”, devido à rapidez dos processos tecnológicos. Todos os sistemas foram atingidos com a chegada desta revolução. A indústria, na sua luta económica, precisou de criar novos objetos diariamente e isso abriu portas para novos mercados.

Neste enquadramento, Bernard Stiegler, no documentário *The Ister*, levanta a questão: “A técnica é uma questão essencial para nós?”. Stiegler defende que a técnica³ se desenvolve primeiro que a cultura e que o fenómeno da hominização⁴ é o fenómeno da tecnicização⁵ da vida. (Barison, D. & Ross, D. 2004).

O Homem tem sido transportado nos braços da técnica, assim como foi descoberto na arqueologia, os vestígios e os fósseis. Da pedra para a lança, da lança para as armas, das armas para os foguetões, os computadores, o que quer que o Homem queira. Seja como for, o homem pré-histórico desenvolveu ferramentas/utensílios que serviram de base do sistema industrial global. E, dessa forma criou uma terceira forma de memória.

Até então, a vida consistia na combinação de dois sistemas de memória: a memória genética (ADN) e por outro lado, a memória individual, oriunda do sistema nervoso, constituída pelas experiências individuais. Essas duas memórias não comunicam entre si, são autónomas. Por exemplo, quando um animal morre, todas as experiências que ele acumulou individualmente são perdidas.

Pelo contrário, quando a técnica aparece, as dimensões da memória expandem-se e passa a ser possível transmitir essa mesma memória de geração em geração, através dessas ferramentas de fabricação. A aparência deste processo é o que nós chamamos de cultura.

A técnica é um suporte de memória⁶ e isto significa que a técnica é a condição da constituição da relação com o passado. O Homem, como ser vivo mortal, está inevitavelmente condenado a fabricar ferramentas para sobreviver. E esses objetos⁷ possibilitam conservar o passado de um grupo social através dos suportes. O conceito memória-suporte surge então, em todo o lado onde esteja o Homem, possuidor da técnica. (Stigler, B. 1994)

Será o Design o diferenciador da memória?

Se as fronteiras com o passado se abrem, também as definições de Design Gráfico se expandem, assim como a natureza dos métodos de trabalho. Uma vez que a finalidade do trabalho do designer é informar/comunicar uma ideia ou conceito, o processo passa por estabelecer passos que atinjam a finalidade pretendida, ou seja, que respondam a um *briefing*.

Poderemos então criar Design Gráfico sem *briefing*? A pergunta sugere a pré-existência de uma ou mais questões. E abre um parêntesis produtivo na atividade criativa.

“Cuando un problema no puede resolverse, no es un problema. Cuando un problema puede resolverse, no es un problema”

Antonio Rebolini

⁶**memória** | n. f. |

1. Faculdade pela qual o espírito conserva ideias ou imagens, ou as readquire sem grande esforço.
2. Lembrança.
3. Monumento comemorativo.
4. Nome, fama (que sobrevive à pessoa ou ao facto).
5. Recordação, presente.
6. Dissertação literária ou científica.
7. Nota diplomática.
8. [Galicismo] Relatório.
9. [Informática] Dispositivo de um computador ou sistema informático que permite o registo, a conservação e a restituição dos dados.

⁷**objeto** | n. m. |

- (latim objectus, -us, acção de pôr diante, oposição, barreira, obstáculo, coisa que se oferece aos olhares)
1. Tudo o que é exterior ao espírito.
 2. Coisa.
 3. Assunto, matéria, causa, motivo.
 4. Fim, escopo.

⁸ **experiência** | n.f. |

1. ato ou efeito de experimentar
2. conhecimento por meio dos sentidos de uma determinada realidade
3. conhecimento de uma realidade provocada, no propósito de saber algo, particularmente o valor de uma hipótese científica; experimentação
4. conhecimento obtido pela prática de uma atividade ou pela vivência
5. prova; ensaio; tentativa

⁹ **empíria** | n.f. | (grego empeiría, -as)

[Filosofia] Conjunto de conhecimentos adquiridos pela experiência, através das faculdades sensitivas, sem recurso à lógica e à racionalidade.

¹⁰ **ideia** | n.f. |

1. toda a espécie de representação mental; noção; conceito
2. pensamento
3. imagem
4. lembrança; memória
5. opinião; conceito
6. projeto; plano; intenção
7. imaginação; invenção
8. descoberta; achado
9. [filosofia, psicologia] representação intelectual, abstrata e geral, de um objeto de pensamento

¹¹ **termos junguianos** – referentes à obra de Carl Gustav Jung.

Antonio Rebolini (Antonio Grimau) (1944-)

Ator argentino.

Bruno Munari (1907-1998)

Artista e Designer italiano.

Antonio Rebolini disse: “Quando un problema no puede resolverse, no es un problema. Cuando un problema puede resolverse, no es un problema”. Em concordância com Rebolini, Bruno Munari explica que em primeiro lugar temos de entender se um problema pode ser resolvido ou não, e para o podermos fazer precisamos de experiência⁸ e técnica sobre determinada área. (Munari, B. 1981, p.37) Nesta investigação, o jogo é substituir o problema por uma questão.

De encontro com Bruno Munari, para resolvermos um problema temos de achar a solução que advém por ensinamento ou pelo processo empírico. Para entendermos melhor do que se trata em concreto a empíria⁹, estudámos como apreendemos o conhecimento, como é que ele nos chega e de onde vem, para isso usámos a fenomenologia como referência.

Finalmente, sendo um *briefing* uma reunião de informações que ajudaria a definir e traçar os objetivos finais do projeto é dele que emerge o conceito, que é uma espécie de energia vital da cultura visual do Design Gráfico. Neste exercício não temos ansiedade pelo conceito, para meditar sobre a processualidade, sobre o gesto, sobre o desenho, associação de ideias, criatividade.

Barreiras da criatividade

Para Bernard Stiegler, ser criativo é estar em contacto com a fonte, é estar em contacto com o fluxo. Quando temos uma ideia¹⁰, ela não vem feita. A ideia é um fluxo. E em termos junguianos¹¹, a ideia é uma espécie de desejo que ganha autonomia, e que depois a psique vai gerir, orquestrar, controlar, soltar. Talvez a dada altura gerando algo de mais estável, como provisório conceito, porventura operativo – mesmo que esgote essa operatividade no momento em que acontece e não se prolongue. (Stiegler, B. 1996)

Depois da ideia vem o projeto¹². O mesmo como processualidade, consciente a vários níveis. A criatividade profunda que quero realçar neste trabalho, ela está presente mesmo que este projeto não seja finalizado.

Qualquer ideia, qualquer tese, qualquer obra de arte, qualquer projeto vem de uma questão¹³. Só que o contexto social, político, económico que vivemos, tem vindo a influenciar em demasia o fluxo criativo e o processo de construção de ideias. De repente, estamos num mundo onde respondem por nós. O impacto geracional é alarmante pela massividade de conteúdo que é exposto diariamente, retirando o espaço dedicado à imaginação.

Neste contexto, Jung, em *The Red Book*, afirma que as imagens substituem a experiência de processos mais complexos de emergência da alma de cada um de nós. No caso de Jung, daria origem a uma obra de tal modo significativa que, por um lado, geraria ferramentas profissionais que o autor aplicaria na ciência da psicanálise; por outro é um exercício plástico, no retiro de um escritório habitado por sonhos, completamente disponível para a liberdade inerente ao fluxo das ideias, e em que é despoletado um diálogo com figuras que representam o processo psíquico. (Jung, C.G. 2009)

A partir do momento em que a tese incide sobre a reflexão do *eu* e do que acontece no vazio – um vazio que se abre no quotidiano (Lefebvre, H. 2008), um inferno de hábitos –, estas questões vão encontrar-se num determinado período de tempo, quase como num exercício que consiste em contactar com algo que nós não sabemos que está presente, procurando que isso decorra num determinado período. Ou que sentem que está lá mas não fazem uso da criatividade.

As formas culturais que pomos em questão nesta tese são a aula e o exercício.

¹² **projeto** | n. m. |

1. plano para a realização de um ato; esboço
2. representação gráfica e escrita, acompanhada de um orçamento que torne viável a realização de uma obra
3. cometimento; empresa
4. desígnio; tenção
5. [filosofia] na filosofia existencial, aquilo para que o homem tende e é constitutivo do seu ser verdadeiro

¹³ **questão** | n. f. |

1. ponto para discutir ou ser examinado
2. assunto; tema
3. contenda; discussão; pendência
4. pergunta
5. tese

Carl Gustav Jung (1875-1961)

Psiquiatra suíço.

Henri Lefebvre (1901-1991)

Sociólogo francês.

¹⁴ **linguagem** | n. f. |

1. qualquer sistema ou conjunto de sinais convencionais, fonéticos ou visuais, que servem para a expressão dos pensamentos e sentimentos
2. qualquer sistema de símbolos instituídos como signos; código
3. [linguística] conjunto de sons em cuja produção intervém a língua; articulação
4. modo particular pelo qual uma pessoa se exprime, oralmente ou por escrito; maneira de falar; estilo
5. sistema de comunicação natural usado pelos animais; meio de comunicação
6. sistema de representação que os membros de uma comunidade linguística usam como principal meio de comunicação, falado ou escrito; língua
7. forma de expressão própria de determinados grupos sociais, profissionais ou de determinadas áreas do saber; gíria
8. [informática] conjunto de símbolos, palavras e regras que expressam comandos para computadores
9. aquilo que as coisas significam

Paul-Michel Foucault (1926-1984) filósofo, teórico social, filólogo, crítico literário, psicólogo e escritor francês.

Noam Chomsky (1928-) linguista, ativista político, filósofo, sociólogo norte americano.

Fenomenologia da Percepção

Empíria (fenomenologia enquanto metodologia)

Para entendermos como é que o ser humano pode “entrar no vazio”, é necessário compreender primeiro como é que ele entende o mundo.

Em 1971 Foucault e Chomsky encontraram-se para um debate sobre o que nos une e diferencia, sobre o comportamento humano na experimentação do mundo exterior e a essência partilhada por todos nós.

Numa linha de pensamento construída por um processo cumulativo de experiências – empiria, Foucault não acredita que possa haver uma natureza essencial antes do contacto com o mundo, que só adquirimos uma natureza quando somos confrontados com outro indivíduo e somos lançados para um sistema de relações sociais, baseado no poder e no desejo de o adquirir. Dessa forma, as linguagens¹⁴ que desenvolvemos são ferramentas construídas pelas necessidades sociais.

Por sua vez, Chomsky não discorda do ponto de vista analisado pelo filósofo francês, em que surge pela urgência da comunicação, contudo afirma ser ilógico pensar que os termos adquiridos não dependem de uma natureza biológica essencial. As línguas só existem porque o ser humano é dotado de uma estrutura de percepção cerebral, desenvolvida para compreender o mundo. A linguagem guarda restos de uma capacidade inata, que advém do ADN, assim sendo, pensamos o mundo através de códigos que consequentemente formam frases, porque existe em nós essa gramática interna que ainda não foi programada.

O que distingue cada indivíduo é o resultado dos fatores externos ou apesar das diferenças que nos separam, há algo comum ao qual podemos designar de natureza humana?



Imagem 1 – Debate *On human nature* – Michel Foucault e Noam Chomsky, 1971.

Esta problemática incide sobre a questão palavra/objeto, ou seja, do reconhecimento do mundo através da língua. A forma como designamos todas as coisas a partir da percepção visual aliada a um signo foi a forma que encontramos para entender o mundo e é a capacidade de inventar o interior dos signos, não só as palavras como também todos os sentidos que criam a nossa percepção, que nos definem. (Chomsky, N. & Foucault, M. 2013)

O estudo filosófico do *pharmakon*¹⁵, com referência a Bernard Stiegler, também entra nesta discussão no âmbito de entendermos qual é o resultado final da sociedade de hoje. Assim como a emergência da individuação do ser humano, as tecnologias da mente, a organologia e a socioterapia. Segundo o autor, a sociedade capitalista que visa atrair as pessoas para o consumo é um problema grave, que está a afetar a individualidade do ser humano. (Stiegler, B. 2013)

Nesta dissertação queremos, com recurso ao estudo da fenomenologia¹⁶ e da individuação do ser humano, chegar ao *eu* íntimo e às condições que levam ao desenvolvimento da criatividade.

¹⁵ **pharmakon** | n. m. | na filosofia e na teoria crítica, é um composto de três significados: remédio, veneno e bode expiatório. Termo referido por Bernard Stiegler na sua obra.

¹⁶ **fenomenologia** | n. f. | [filosofia] estudo ontológico dos fenómenos, destinado a determinar as suas estruturas, a sua génese e a sua essência.

¹⁷ **noema** | n.m. | (grego nóema, -atos, percepção, pensamento)

1. [Retórica] Figura com que se faz entender uma coisa quando se diz outra.

2. [Filosofia] Ideia em geral.

Joseph Kosuth (1945-)
artista conceptual americano.

Realidade/significado

No seguimento da discussão, é importante refletir sobre a forma como assimilamos a realidade fazendo uso do signo.

Linguistas definiam o uso da palavra por uma relação direta entre realidade – significante – significado, mas a palavra não é a representação da realidade nem de nenhum objeto porque a mesma não é experimentada por todos da mesma maneira. Uma palavra nomeia uma imagem. Uma palavra é um acordo entre seres falantes que tenham a mesma percepção sobre a imagem, por exemplo, que ambos saibam que uma cadeira é efetivamente uma cadeira. Contudo podemos até estar a escrever para alguém que não tem a mesma noção de cadeira (noema) do que nós. (Dondis, A. 2003).

Um noema¹⁷ relaciona-se com a atividade da consciência sobre os objetos, ao qual Edmund Husserl designa de *noesis*. O noema, segundo o próprio, é diferente do objeto em si, ou seja o noema é um ideal, uma generalização da ideia de sentido em todas as vertentes da consciência. Neste caso, a cadeira pode representar a noção do objeto cadeira, a cadeira em si ou uma cadeira da faculdade, por exemplo.

Joseph Kosuth quando criou *uma e três cadeiras* desmaterializou aquilo a que chamamos de noema. A cadeira, a representação da cadeira e a definição da cadeira. Essas três representações da cadeira trazem para cima da mesa, no campo das artes, a questão da linguagem/significado. Como é que o seu conceito abstrato é aplicado na realidade física e como é que essa forma pode conformar-se para o nosso conhecimento de como é utilizada uma cadeira.

Esta obra abre discussão sobre os limites da linguagem e para a experiência da compreensão e da resposta a esse discurso. Qual das três representações será a mais precisa?

Se cada um de nós imaginar uma cadeira, como é que ela é? Terá 4 patas? Terá 3? Terá o encosto reto ou curvo? Será esta mesma cadeira (objeto físico em *uma e três cadeiras*) a representação ideal de uma cadeira?

Qual será a melhor representação da cadeira? Será o objeto cadeira? Com a definição podemos construir a cadeira na nossa imaginação. A fotografia da cadeira é uma representação bi-dimensional de algo tridimensional e talvez com essa esquematização consigamos apreender mais do que é, uma cadeira, do que a própria cadeira. Essa composição com as três representações da cadeira abre portas para o debate sobre novas ideias e significados.

Imagem 2 – *Uma e três cadeiras*, Joseph Kosuth, 1965.



¹⁸ **semiótica** | n. f. |

1. [linguística] ciência que se dedica ao estudo dos signos
2. [linguística] estudo das mudanças que a significação das palavras, como sinais das ideias, sofre no espaço ou no tempo
3. [literatura] ciência que estuda os sinais ou sistemas de sinais utilizados na comunicação e o seu significado

Charles Peirce (1839-1914)
filósofo, pedagogo, linguista,
cientista e matemático americano.

Charles Morris (1901-1979)
filósofo e semioticista estadunidense.

Charles Sanders Peirce, o fundador da semiótica¹⁸ define o signo, neste caso a palavra, como qualquer coisa que substitua outra, representando-a para alguém consoante certos aspetos. Em *Logic as semiotic: the teory of signs* escreveu a primeira tentativa de sistematização do estudo dos signos. Desse modo foi influência para vários linguistas, tais como, Morris, Ogden, Richard e Roman Jakobson. (Peirce, C. 1955. p.99)

Charles Morris, especialista da linguagem ao nível do comportamento, baseado no reflexo condicionado de Ivan Pavlov, realça que o signo é algo que substitui outro. Segundo os estudos ele classifica os signos em três categorias diferentes, *index* ou índice, ícone e símbolo. (Morris, C. 1985)

index – signo que designa a manifestação física, concreta de um signo. (ex. o chão molhado – indício de que esteve a chover; pegadas; impressão digital.)

ícone – semelhança ou analogia com o seu referente. (ex. fotografia; estátua; esquema; pictograma.)

símbolo – relação arbitrária com o referente, convencional. (ex. pronunciar a palavra “mesa”: som dos fonemas designa um determinado objeto; escrever a palavra “mesa”: representa fonemas, é um símbolo porque representa o signo do signo)

Para enquadrar esta relação de realidade – significante – significado, apresentamos duas notícias que retratam uma realidade anómala. Estes dois casos são importantes para entender que estes três conceitos: realidade, significante, significado estão sempre associados às experiências vividas. A forma como comunicamos estará sempre dependente daquilo que vivemos – individualidade. Os recursos linguísticos podem afetar completamente, não só o diálogo como o próprio entendimento do mundo e das coisas. Vejamos então:

Werner Harzog, cineasta alemão, em 1974, explorou o processo de inserção na sociedade através do filme *O Enigma de Kaspar Hauser*, baseado em vários casos verídicos.

O personagem principal, Kaspar Hauser, era um adulto que nunca tinha tido contacto com o mundo. Mesmo depois de ter experienciado o mundo fora do quarto onde estava preso, ele acreditava que o quarto era maior que tudo, porque ele poderia virar a cabeça para qualquer lado e continuava sempre a ver o quarto, era infinito. Enquanto que do lado de fora ele virava a cabeça na direção oposta e deixava de ver a torre (onde estava preso). Isto ocorreu porque ele desconhecia a noção de interior e exterior, dessa forma as palavras não lhe conseguem explicar o que o espaço não lhe ensinou, posto isto, os conceitos não têm o mesmo significado que têm para alguém familiarizado com os termos. (Harzog, W. 1974).

Imagem 3 – Filme, *O Enigma de Kaspar Hauser*, 1974.





Imagem 4 – Filme, *O quarto de Jack*, 2015.

Um outro exemplo foi o caso de Josef Fritzl, um austríaco que manteve a filha em cativeiro durante vinte e quatro anos, com a qual teve sete filhos, na cidade de Amstetten. (G1. 2009)

Este e outros relatos de histórias de pessoas que ficaram privadas de qualquer interação com o mundo exterior serviram também de referência para Emma Donoghue que escreveu um livro – *Room*, que mais tarde deu origem a um filme.

Nesta história, Jack, a personagem principal, não sabe que há algo para além das quatro paredes onde está fechado com a mãe, desse modo, ele explora o quarto como o próprio mundo e portanto o real é o que ele vive ali dentro. Jack nasceu naquele quarto onde permaneceu até aos cinco anos e apesar de conhecer uma grande panóplia de palavras, a maioria não é testada porque não há contexto para as mesmas.

Jack, enquanto esteve fechado não tinha qualquer noção que estava limitado, porque nunca soube o que era não estar fechado, por isso, para ele, ele era livre. A mãe ensinava-lhe as palavras através da televisão e ele associava à imagem que passava, mas em contexto real, a palavra não tinha empregabilidade. Por exemplo, quando chovia, Jack sabia que aquele fenómeno de facto se chamava chuva mas nunca a tinha experienciado, dessa forma a chuva para esta criança nunca foi, durante aqueles anos, o mesmo que foi para nós. Quando conseguiram fugir, ambos ficaram com traumas psicológicos, e Jack, desconfortável com o mundo queria voltar para a sua zona de conforto, o quarto onde eram prisioneiros. (Donoghue, E. 2010)

O debate destes casos reais, recai sobre a perceção individual e sobre o poder, valor, definição da palavra. Apre(e)ndemos o mundo através dos sentidos que formam o conhecimento empírico e que, uma vez conjugado com o que nos é ensinado compõe o conhecimento por inteiro do ser humano.

"Potent, darkly beautiful, and revelatory."

— Michael Cunningham

ROOM

A NOVEL

EMMA DONOGHUE

AUTHOR OF SLAMMERKIN

Imagem 5 – Livro, *Room*, Emma Donoghue, 2010.

Merleau-Ponty (1908-1961)
filósofo existencialista francês.

Claire Bishop (1971-)
historiadora, crítica e professora
de História de arte inglesa.

Em suma, mesmo compreendendo a linguagem que se desenvolveu da necessidade de comunicação como defende Foucault e tendo a percepção cerebral desenvolvida para captar o mundo como afirma Chomsky, tal não é possível se não o tivermos experienciado. Como tal, a palavra poderá ser compreendida como a soma das relações sociais, como uma predisposição biológica para entender o mundo de determinadas formas e uma resposta diária ao espaço. (Merleau-Ponty, M. 1999)

“Portanto, não é preciso perguntar se nós percebemos verdadeiramente o mundo, é preciso dizer, ao contrário: o mundo é aquilo que percebemos.”

Maurice Merleau-Ponty, 1999

A nossa primeira ação será habitar, habitar o ventre e assim que nascemos, habitar o mundo, o exterior. O espaço é a primeira descoberta. Uma casa, ícone identificativo do verbo habitar, só chega mais tarde. Uma casa simboliza o refúgio do morador, onde ele reflete a sua alma. Por exemplo, colocar um quadro na parede da sala, é vincar o espaço, torná-lo mais nosso do que alguma vez fora. A cada segundo estamos a marcar o espaço e é nele que manifestamos o desejo de permanência. Cada um de nós é moldado pelo espaço, que outrora foi moldado por outros e que por sua vez será moldado por nós. É no espaço que damos conta do tempo. Sem espaço não há tempo. Em suma, o espaço pode ser um objeto transicional por excelência. (Stiegler, B. 1994. pp 291-301)

Tomando como exemplo a instalação de Gabriel Orozco, no âmbito da esfera da percepção experiencial, há uma relação inevitável do espaço em que se inserem essas mesmas experiências e da forma como influencia cada um. O mesmo processo acontece nas instalações de arte, como diz Claire Bishop. A instalação de arte é um tipo de arte que exige que o espectador entre fisicamente no espaço e interaja com ele, uma linguagem em aberto. (Bishop, C. 2005)



Imagem 6 – Instalação de arte, *Empty club*, Gabriel Orozco, 1996.

¹⁹ **consciência** | n. f. |

1. conhecimento imediato da própria atividade psíquica
2. faculdade de se conhecer intuitivamente
3. sentimento de si mesmo
4. conhecimento espontâneo e mais ou menos vago; impressão
5. [psicologia] parte da atividade psíquica de que o sujeito tem um conhecimento intuitivo
6. [filosofia] estado no qual o sujeito se conhece enquanto tal, e se distingue dos objetos que o rodeiam
7. faculdade de fazer juízos de valor sobre os próprios atos
8. honradez; retidão
9. cuidado; esmero; escrúpulo

Edmund Husserl (1859-1938)
fundador da escola de fenomenologia,
filósofo e matemático alemão.

Como se processam as experiências?

A fenomenologia é hoje entendida como um método de descrição e análise da consciência¹⁹. Este conceito surgiu da emergência de colocar a matéria sobre o alcance da dúvida, oferecendo uma base segura para os estudos, aliada às ciências experimentais. (Husserl, E. 2008)

Husserl, considerado o pai da fenomenologia, defendia que a consciência é sempre a consciência de algo, ou seja, não se tem consciência de algo que nunca foi experimentado, visto ou sentido, e por sua vez, não só experimentar o objeto como refletir sobre ele. Se não há objeto, não há consciência, ou seja, sem fenômeno não há consciência. Os fenômenos, por sua vez, são tudo o que podemos ver, sentir e apreender, ou seja, a experiência de qualquer coisa da existência humana. (Bachelard, G. p.188)

Há uma ligação ontológica com o momento exato da experiência, com o *Agora*. Para vivermos o *agora* precisamos de não pensar e apenas experimentar. Alguns exemplos fáceis de referir são os momentos de adrenalina como quando praticamos um desporto radical. A experiência do desporto é o fenômeno e a consciência que temos é refletida pelo método fenomenológico. Mas quando exprimimos os nossos sentimentos e emoções sobre essa mesma experiência passa a ser uma repercussão da consciência. As palavras tornam-se coisas para evocar Foucault e mais uma vez, Stiegler. (Foucault, M. 2000)

Não compreender para compreender

Na obra *A poética do espaço*, Bachelard reforça que para entendermos a mente precisamos de não a entender, compreender ou atingir. É necessário estar livre de qualquer juízo ou valor para que seja possível captar a essência duma experiência. Este paradoxo poderá ser a razão de tantas análises críticas controversas, que exploram a obra deste autor. Quando experienciamos um novo fenômeno, colidimos com o seu valor de intersubjetividade, ou seja, a consciência ao absorver a imagem e a consciência da percepção da mesma. (Bachelard, G. p.188)

A contribuição teórica de Martin Buber é também importante de referir nesta temática. Para Buber, o encontro com o autêntico não pode ser forçado. A noção de dialogismo²⁰ é a base do seu estudo psicológico e é sobre ele que nos vamos debruçar para falarmos da chegada ao *eu*.

O autor utiliza como utensílios dialógicos o *eu-isto* e o *eu-tu*. O *eu-isto* representa uma forma de estar no mundo que objetifica as relações com as coisas. Esta palavra-princípio, como ele nomeia, é atravessada pela racionalidade, tornando a relação superficial com carácter utilitário, mas o mais relevante de referir no âmbito desta dissertação, é o *eu-tu*.

O *eu-tu* constitui uma relação de conexão que existe de forma autêntica. Martin Buber refere o diálogo autêntico como o momento em que o indivíduo se abre e o seu *eu* consegue tocar o *tu* do outro. Não é possível artificializar uma relação autêntica. Este diálogo existe em três esferas diferentes: A vida com a natureza, a vida com os outros e a vida com Deus. (Buber, M. 2008)

²⁰ **dialogismo** | n. m. |

1. arte de dialogar
2. género de diálogo
3. recurso estilístico que consiste em apresentar as ideias das personagens em forma de diálogo
4. [FILOSOFIA] método socrático de estudo, por meio de diálogos
5. [LINGUÍSTICA] característica presente em qualquer fenómeno comunicativo pois este envolve sempre a existência de um ou mais sujeitos virtualmente destinatários (o destinatário pode ser o próprio locutor, por exemplo na escrita de diários)

Gaston Bachelard (1884-1965)
epistemólogo, professor de física e química.

Martin Buber (1878-1962)
filósofo, escritor e pedagogo austríaco.

²¹ **encontro** | n. m. |

1. ato ou efeito de encontrar
2. reunião; agrupamento de duas ou mais pessoas
3. ligação; junção; união
4. choque
5. briga; disputa
6. compensação
7. peça que mantém firme outra

A vida com a natureza: É uma relação que não precisa de ser mediada por nenhuma palavra. É quando a experiência toma lugar de figura e no momento em que nos damos ao preenchimento pela experiência/sentimento (experiência sensorial).

A vida com os outros: A vida dialógica em relação para com os outros indivíduos. Neste caso acontece pela mediação da palavra.

A vida com Deus: Acontece no momento em que nos sentimos parte de um projeto maior, uma energia maior, à qual Buber designa de Deus. Ele refere Deus como uma força maior, porque afirma que o homem continua à procura de Deus, para resolver questões eternas e que não adianta buscar Deus para explicar Deus. Precisamos de sentir e manifestar Deus nos encontros autênticos. Dessa forma, o modo *eu-tu* representa a autenticidade de cada um. (Buber, M. 2008)

O designado encontro ²¹ é quando duas autenticidades se tocam e existem no presente de alguma forma. Se pudermos transpor esta teoria para o Design Gráfico, podemos dizer que o encontro com a criatividade acontece quando estamos a existir, quando estamos no presente e o *eu-tu* é ativado como *modus operandi* na esfera da vida com Deus, que representa um encontro com as nossas inquietudes pessoais (*eu íntimo*), que por sua vez é influenciado pelas experiências que captamos na esfera da vida com a natureza e é refletida nos projetos finais. O que chega cá fora, para a vida com os outros, através da comunicação, é então o resultado de todos esses encontros.

Existe um paradoxo ao longo de toda a investigação entre entender a mente e não poder entender a mente para que a possamos entender. Contudo o estudo desta temática não deve examinar ao detalhe a psicologia nem a psicanálise porque ao estarmos a refletir sobre essa mesma questão, entramos numa busca pela compreensão do fenómeno e, nesse mesmo instante perdemos a essência.



Imagem 7 – Performance, *In Relation in Time*, Marina Abramovic e Ulay, 1977.

Eckhart Tolle dedicou um livro a este *status quo*, *O Poder do Agora* que transmite uma lição sobre como usar o potencial do presente e viver no *agora*. A mensagem é simples, os nossos pensamentos situam-se, na maior parte das vezes, ou no passado ou no futuro, sempre a matutar no que se poderia ter feito e no que ainda se poderá fazer e o presente não é aproveitado e não é captada a essência das experiências presentes. Um guia de como atingir a libertação da mente e do corpo, usufruindo do melhor de nós próprios. (Tolle, E. 2001)

Immanuel Kant (1724-1804)
filósofo prussiano.

Resumo de como funciona a Fenomenologia segundo Husserl

Mesmo antes de Husserl falar em fenomenologia, já Immanuel Kant, filósofo alemão do iluminismo, falava da questão fenomenológica. Ele estabelecia duas caixas dentro do conhecimento, a que estava dentro da consciência, aquilo que apreendemos através dos sentidos, o chamado processo empírico e aquilo que a nossa consciência não consegue apreender sozinha, como o número.

Segundo Husserl podemos descrever a fenomenologia como uma metodologia para entender o mundo. O autor fala na necessidade de desvendar o mundo, ou seja, ao encontrarmos uma flor, por exemplo, a flor já estava lá mas é necessário que o ser humano a descubra para passar a fazer parte da sua memória e percepção. Cada coisa nova, cada passo, cada descoberta é um fenômeno e por isso ele vê o mundo como um fenômeno.

É através da consciência do fenômeno que nós captamos a informação e o conhecimento. Essa mesma consciência é mutável, conforme vamos adquirindo novos dados. Quando tomamos consciência de uma coisa, seja ela boa ou má, o ser humano adapta essa consciência ao momento, as sensações que decorrem da observação do fenômeno acontecem a partir da consciência.

No seguimento do raciocínio, Husserl explica que o conhecimento acaba por ser sempre intencional. Se olhamos para um determinado sítio, se tocamos, cheiramos, sentimos é porque o quisemos fazer. Quando temos a intenção de aprender, conhecer ou analisar os detalhes de algo, nós vamos observar e direcionar a consciência para captar a coisa, não necessariamente ao pormenor, mas em essencial a sua definição. Como é claro, a consciência é moldável e por isso também se adapta ao tempo. Uma coisa apreendida nos anos 50 por exemplo, não tem o mesmo significado que tem hoje, ou seja, ela é temporal e acontece ao longo do tempo de formas diferentes. (Husserl, E. 2008)

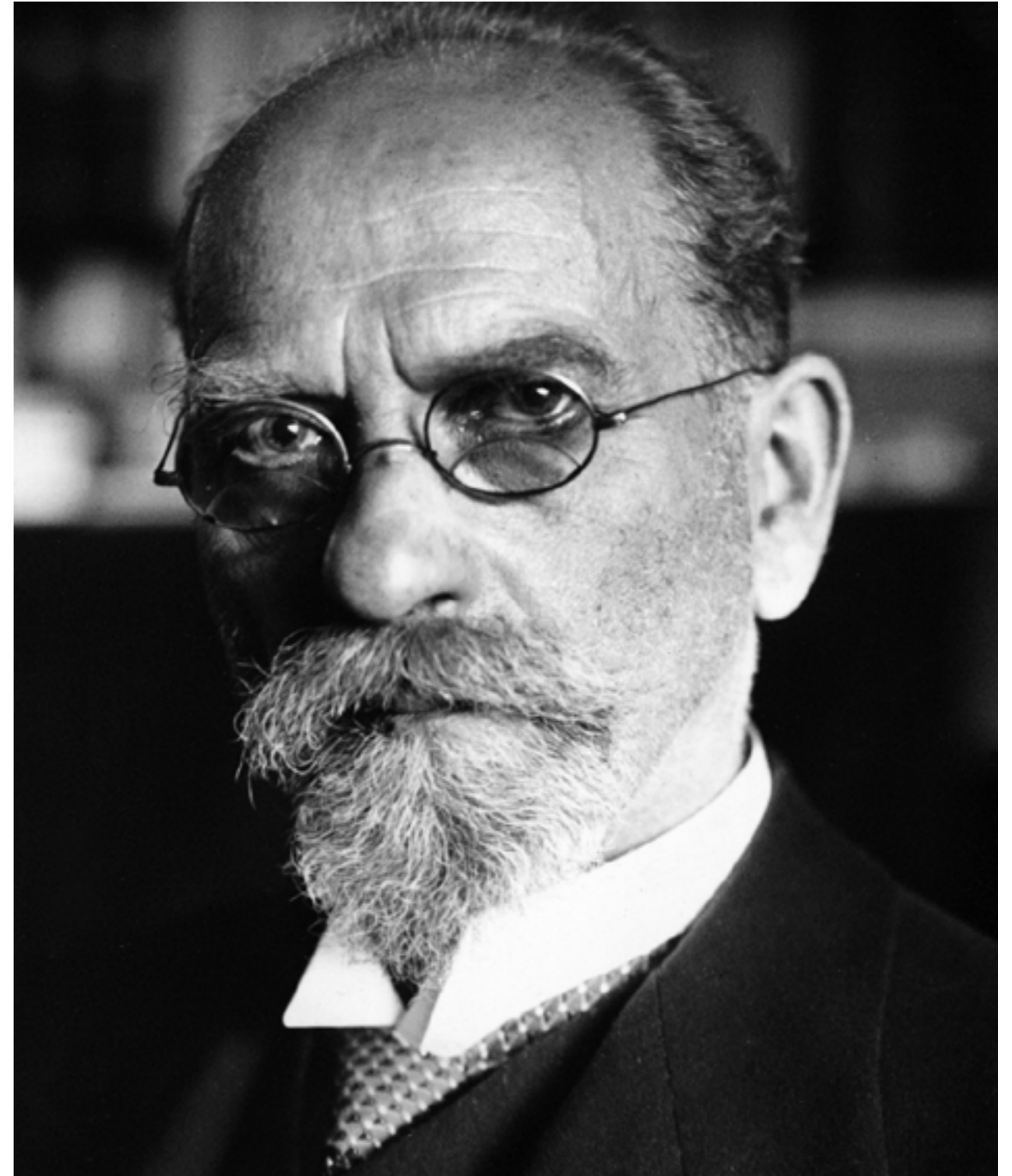


Imagem 8 – Fotografia de Edmund Husserl.

²² **percepção** | n. f. |

1. ato ou efeito de perceber
2. tomada de conhecimento sensorial de objetos ou de acontecimentos exteriores
3. resultado ou dados da percepção
4. noção; conhecimento
5. figurado discernimento

Percepção²² Visual

Uma vez senhor da técnica, qualquer indivíduo é capaz de produzir, não apenas uma infinita variedade de soluções criativas para os problemas da comunicação verbal, mas também um estilo pessoal. A disciplina estrutural está na estrutura verbal básica. O alfabetismo significa que um grupo compartilha o significado atribuído a um corpo comum de informações. O alfabetismo visual deve operar, de alguma maneira, dentro desses limites. Não se pode controlá-lo mais rigidamente que a comunicação verbal; nem mais nem menos.

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o funcional até aos mais elevados domínios da expressão artística. (Dondis, A. 2003)

Se o conhecimento se divide naquilo que podemos apreender através da nossa consciência, ao que chamamos de fenomenologia e aquilo que não podemos aprender através da consciência (como por exemplo o número), qual será a melhor forma de nos transportarmos nos projetos que fazemos e assim transmitir personalidade e torná-los autênticos?

Comunicação e Semiótica

O estudo da Comunicação e da Semiótica são duas das ciências sociais que respaldam uma ponte entre o trabalho do designer e o consumidor/espectador/usufruidor. Não é possível criar um produto ou objeto visual sem o intuito de comunicar. Por consequência, sem estas duas vertentes não há pensamento, nem linguagem, nem forma de expressar respetivamente.

Na sua origem etimológica²³, a palavra semiótica surge do vocábulo *semion* que significa signo²⁴, tolerando ser designada como uma ciência que estuda os signos. Subsistem várias interpretações ao tema, como por exemplo, a possibilidade de aliar a lógica a esta disciplina, ou mesclar os conceitos, consolidando um ao outro. No segmento deste princípio Noth declara que «Peirce diz que “semiótica é a doutrina da natureza essencial e variedades fundamentais de semiose possível”» (Noth, 1998: p.66).

A semiótica alicerça a base teórica em conformidade com a função que lhes está destinada. A metodologia utilizada na resolução de problemas comunicacionais e de significação são parâmetros englobados nesta área, assim como a análise do processo de criação do produto final, mais designada por semiose. Proporciona ainda um enfoque na medida da avaliação com a finalidade de alcançar boas soluções como a identidade, a segurança, o conforto e a significação que serão ajuizadas pelo destinatário. Para tal, utiliza um sistema estruturado de signos que expõe, no desenvolvimento da técnica, os fundamentos do conteúdo.

Os signos organizam-se em códigos, construindo um ou vários sistemas de linguagem, que por sua vez fundam a sustentação comunicacional. Com este procedimento, a semiótica possibilita a descrição e percepção da dimensão representativa dos objetos, estruturas ou fenómenos de diversas áreas do conhecimento. Centra-se assim na dinâmica dialógica da linguagem que é produzida através dos fatores que a suportam: o emissor, o recetor, a mensagem, a referência, o código e o canal. Sendo que o código é o composto por sinais e o canal é o percurso descrito do código, desde o emissor ao recetor no âmbito da translação da mensagem.

²³ **etimologia** | n. f. |

1. parte da gramática que estuda a origem, a formação e a evolução das palavras
2. origem de uma palavra

²⁴ **signo** | n. m. |

1. [linguística] sinal próprio da linguagem verbal, palavra. Unidade linguística mínima que possui um significante (imagem acústica) e um significado (conceito), indissociáveis e ligados por uma relação arbitrária

²⁵ **código** | n. m. |

1. sistema de sinais convencionais destinados a representar e a transmitir uma informação
2. [processo de comunicação] sistema de transformação da forma de uma mensagem numa outra forma que permite a transmissão da mensagem
3. [linguística] sistema de relações estruturadas entre signos ou conjuntos de signos

²⁶ **logos** | n. m. |

1. a faculdade de raciocinar e de falar, que distingue o ser humano dos outros animais e lhe permite apreender cognitivamente a realidade; razão
2. [filosofia] na doutrina de Heraclito, princípio cósmico de que derivam a ordem e a racionalidade do universo
3. [filosofia] na doutrina estoica, o princípio que anima a matéria e determina o destino humano
4. [filosofia] na doutrina neoplatônica, agente mediador entre a realidade sensível e o inteligível
5. [psicanálise] no pensamento junguiano, o princípio da razão e do julgamento

Neste enredo, o Design Gráfico é visto como emissário de ideais que coopera com o sistema de comunicação, é então um meio de produção de signos ou códigos²⁵ que transitam segundo uma trajetória de semiose.

Existe uma multiplicidade de pesquisas que afirmam a numerosidade de ocorrências que podem ser designadas de comunicacionais, gerando polissemia do conceito. De uma análise a várias definições, extraímos a noção enquanto transferência de qualquer influência de um composto vivo ou mecânico para outra parte, com a finalidade de produzir mudança, essa influência ocorre devido à transmissão de informação. A comunicação é responsável pela formação e consumo de mensagens.

No seguimento da investigação é transigente apontar estas duas temáticas no berço da noção do Design Gráfico enquanto linguagem.

Os signos linguísticos têm-se efetivado como veículo de armazenamento e transmissão de informações, possibilitando a permuta de ideias, a florada do desenvolvimento do cérebro e dos recursos mentais. Dondis, reforça a ideia da origem da palavra *logos*²⁶ que advém da linguagem, mas que percorre uma linha paralela subjetiva com o pensamento e com a razão da qual é derivada do termo *logic*. (Dondis, 2007: p.29)

Com a linguagem como ferramenta de construção da comunicação, o que queremos realçar é de que forma é que ela é manipulada na criatividade. Como é que o ser humano criativo utiliza a linguagem de forma intuitiva?

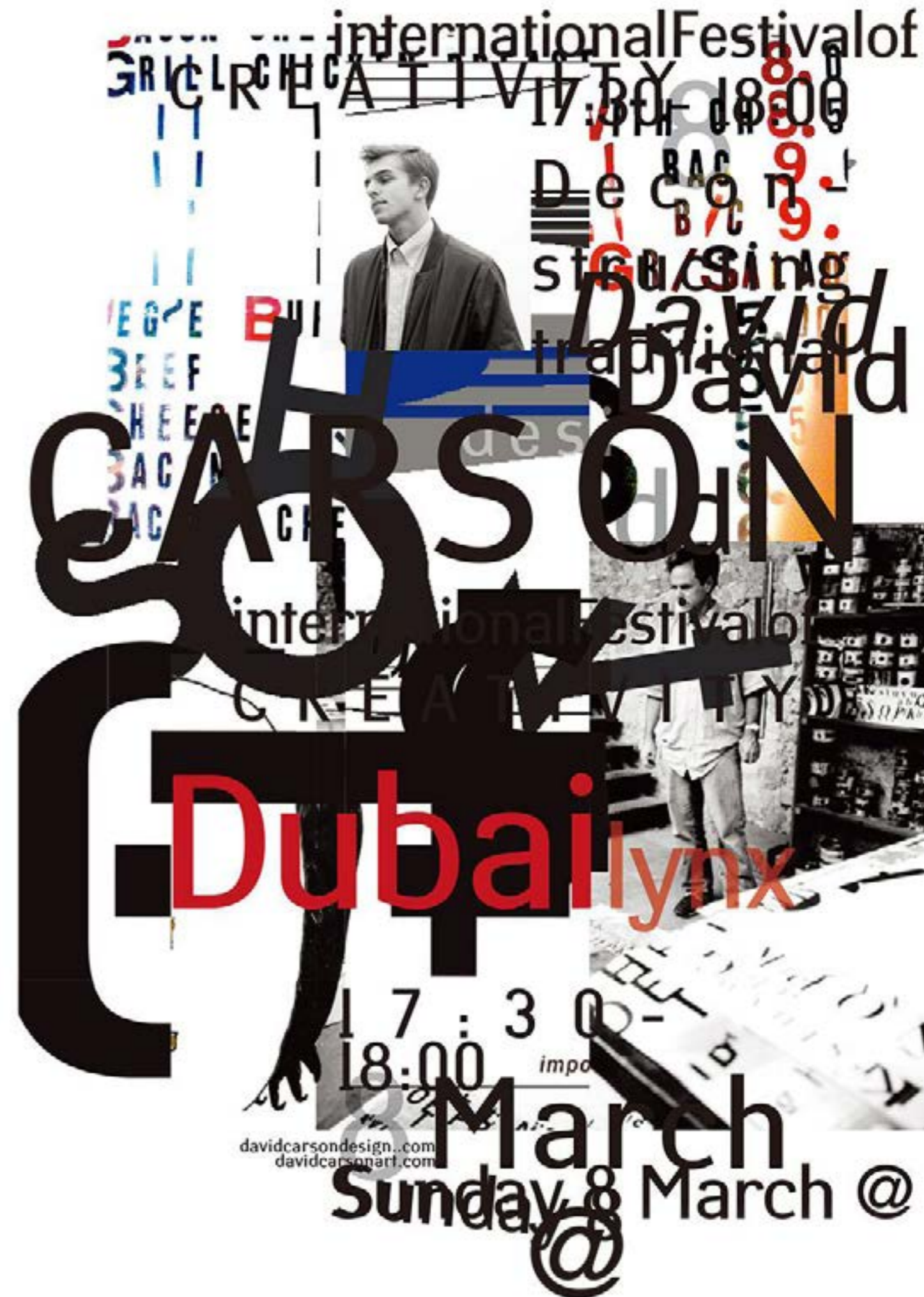


Imagem 9 – Imagem criada por David Carson para o *Internacional Festival of Creativity – Dubai Lynx*, 2015.

Autopoiesis

Definição

Se a vida é um processo de conhecimento, encontrar a definição de *autopoiesis* é o ponto de partida para compreender esse mesmo processo.

Para entendermos mais sobre este conceito, recorremos a Humberto Maturana e Francisco Varela que nos trazem o seu ponto de vista sobre o processo de conhecimento. Segundo estes dois cientistas, o mundo não é anterior à nossa experiência, logo são os nossos passos e escolhas que constroem o nosso conhecimento do mundo, assim como ele constrói o seu conhecimento sobre nós. Este fenómeno é designado, pelos mesmos, de biologia da cognição. (Maturana, H. & Varela, F. 2011, pp.10)

“Que condições constituem o ser vivo?”

É a questão que levou Francisco Varela e Humberto Maturana ao encontro do conceito de *autopoiesis*. *Autopoiesis* deriva do grego – autoprodução, auto regeneração. Este neologismo, que designa a qualidade de um sistema que é capaz de reproduzir-se e manter-se por ele próprio, surge em 1973 como teoria para definir a química de auto manutenção de células vivas.

Estes dois biólogos e filósofos defendem que os seres vivos auto regulam-se a eles próprios e conseguem produzir a matéria-prima que os compõe a eles próprios.

Por exemplo, uma célula é constituída pelo retículo endoplasmático liso, que produz lipídios e o retículo endoplasmático rugoso, que produz proteínas, isto significa que a própria célula produz lipídios e proteínas, que por sua vez são as matérias-primas que formam a membrana celular (lipoproteica). Ou seja, a membrana da célula é formada pela própria célula que produz as duas matérias-primas que compõem a membrana celular.

*Autopoiesis*²⁷ surge então da construção de si mesmo.

Para continuar a haver *autopoiesis* é preciso que uma matéria prima venha pelo meio externo através do fluxo da matéria, fluxo de energia pela cadeia alimentar. Dessa forma as matérias-primas chegam às células onde são aproveitadas para produzir a própria estrutura celular.

Em suma, a célula constrói-se a ela mesma mas está sempre dependente do meio externo que resulta da cadeia alimentar. O fluxo de energia traz matéria para a construção da própria célula. Este processo de autoconstrução está sempre dependente do fluxo de energia e matéria da cadeia alimentar. (Maturana, H. & Varela, F. 2011, pp.52)

Se pudermos pensar o processo de *autopoiesis* em comparação com o processo criativo, torna-se mais clara a mensagem que pretendemos transmitir nesta dissertação. Enquanto seres vivos criativos individuais, na nossa individualidade, cada um forma e cria a sua personalidade através da sua experimentação do mundo, assim como em coletivo, somos afetados por crenças, valores e juízos que nos são ensinados ou impostos pela sociedade em que estamos inseridos, dependendo sempre do contexto histórico, social, cultural, político e económico. Estes ingredientes vão formar a personalidade que nos sustenta enquanto seres criativos.

²⁷ *autopoiesis* | n. f. | (do grego auto “próprio”, poiesis “criação”) capacidade dos seres vivos de produzirem a si próprios.

Francisco Varela (1946-2001) biólogo e filósofo chileno.

Humberto Maturana (1928-2021) neurobiólogo e crítico chileno.



Esquema 3 – *Autopoiesis* – Processo criativo.

²⁸ **psicologia** | n. f. |

1. ciência que estuda os factos psíquicos, quer subjetivamente (factos de consciência), quer objetivamente (factos de comportamento)
2. disciplina ou curso em que se ensina essa ciência
3. conjunto dos traços de carácter de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos
4. figurado aptidão particular para compreender os outros e a si mesmo

²⁹ **personalidade** | n. f. |

1. unidade integrativa de uma pessoa, compreendendo o conjunto das suas características essenciais (inteligência, carácter, temperamento, constituição) e as suas modalidades próprias de comportamento
2. consciência da unidade e da identidade do eu
3. carácter daquele que é uma pessoa, quer física, quer moral (personalidade jurídica)

Psicologia da consciência

O estudo da psicologia²⁸ começou pela observação da interação do sujeito com os objetos externos. Centrando-se no sujeito, destaca a experiência que o sujeito tem de si mesmo, ou seja, a sua experiência íntima. Dessa mesma experiência destacou a consciência como objeto de estudo principal, tornando-se o ponto de partida para a investigação sobre o *eu*. (Editora Portugal, 1966, p. 59)

Das inúmeras tentativas de definição e descrição do termo consciência, sobressaem algumas que apresentam argumentos em comum, como é o caso de Damásio, Eldman e Metzinger, defendendo que a consciência não é um fenómeno isolado, o fenómeno deriva da atividade do cérebro de seres complexos, como o ser humano, na tentativa de salvaguardar a sobrevivência do cérebro e do ser que alberga o cérebro.

As manifestações de consciência são o intermediário entre a percepção e o pensamento, sendo estas de origem exterior sensorial ou da capacidade mental desenvolvidas na formulação de ideias. Foi através da decomposição da consciência e da tentativa de recomposição do sujeito em imagens, que se conseguiu a objetivação da consciência, de forma a expressar a vida psíquica de um indivíduo. Controversamente, a transformação da consciência em imagens acarreta uma limitação muito grande das ideias. (Knapp, R. 1964)

Psicologia da personalidade

O interesse pela psicologia da personalidade²⁹ neste projeto, recai sobre a necessidade de entender o que nos difere uns dos outros e o que nos leva a comportar de determinada forma. O modo como entendemos uma temática e a desenvolvemos em termos práticos, vai evidenciar o *eu* de cada um e distinguir-nos enquanto seres pensantes diferentes, apresentando resultados diferentes, mesmo que tenham partilhado experiências iguais.

Não só referindo as experiências, o que nos diferencia é a forma como as vivenciamos e percebemos o mundo.

Num caso prático, podemos explicar isto do ponto de vista pessoal. Se tivermos um amigo que conhecemos tão bem, podemos prever qual seria a sua reação em qualquer circunstância, então poderemos considerar-nos experientes da personalidade do nosso amigo. Através das experiências com o nosso amigo, familiarizarmo-nos com os seus padrões e com a sua abordagem comportamental de como ele pensa, sente e age. São esses traços que o diferem de outros amigos.

A psicologia da personalidade tem como objetivo compreender a percepção de cada indivíduo, de como as percepções diferem de pessoa para pessoa e de que forma essas diferenças estão relacionadas com a performance individual. Para tal, são utilizados modelos para coletar e sistematizar os dados dos indivíduos analisados, com o objetivo de registrar e descobrir mais sobre comportamentos, sentimentos ou pensamentos desconhecidos.

Exemplos de testes/exercícios³⁰

Os testes projetivos foram, ao longo dos anos, bastante relevantes na exploração da personalidade para que se encontrassem respostas consistentes e não apenas especulações, opiniões ou vagas impressões recolhidas da experiência clínica. Estes métodos contêm uma veracidade de apreciação científica que lhes conferem um grau de precisão significativo.

Todos os testes projetivos têm em comum a teoria, que consiste em dar a uma pessoa um tema vago e indeterminado para que ela o transforme em algo compreensível. O resultado será uma abordagem livre dos seus pensamentos, possivelmente demonstrando os seus sentimentos, hábitos intelectuais e cognitivos, assim como, as suas aversões e afetos.

³⁰ **exercício** | n. m. |

1. ato de exercer ou de exercitar
2. prática; uso
3. desempenho de uma atividade profissional
4. ato de treinar as capacidades físicas ou intelectuais de uma pessoa através de práticas adequadas
5. trabalho teórico ou prático para desenvolver ou aperfeiçoar uma arte ou ciência

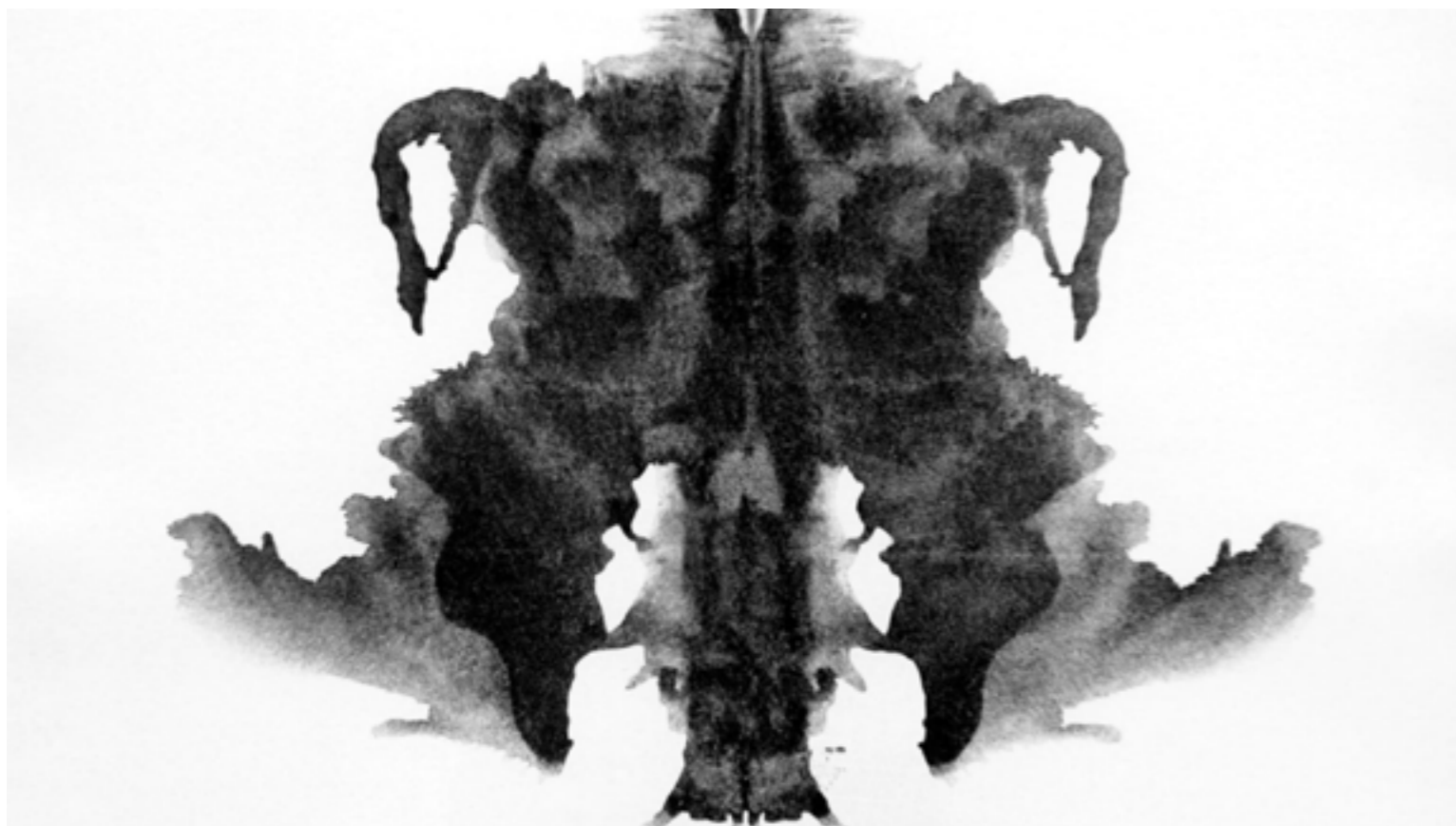
³¹estímulo | n. m. |

1. aquilo que estimula; o que desencadeia uma reação ou provoca um aumento de intensidade
2. aquilo que dá energia
3. brío; pundonor

Umavezqueascausasexternasdoestímulo³¹sãoimprecisas supõe-se que os resultados revelem os determinantes conscientes e inconscientes, ou seja, o resultado do material produzido pela pessoa analisada, transparece o que ela sente consciente e inconscientemente.

O teste de Rorschach, por exemplo, consta da análise através de manchas de tinta, é um dos exemplos mais conhecidos e foi criado pouco tempo depois da Primeira Guerra Mundial pelo psiquiatra e psicanalista Hermann Rorschach. O teste de apercepção temática (TAT) foi desenvolvido alguns anos mais tarde por Henry Murray e apresenta várias gravuras com figuras humanas. Estes dois testes foram empregues como instrumentos-padrão em imensas clínicas americanas e também serviram de ferramenta experimental. Foram idealizados mais de uma dúzia de testes no âmbito de esclarecer a psicologia da personalidade.

Imagem 10 – Exercício, teste de Rorschach.



Outra vertente apresentada na aferição científica do estudo da personalidade são os questionários. Um dos primeiros exemplos a ser elaborado foi o estudo de valores de Allport-Vernon (SOV), projetado para medir as preferências pessoais de seis tipos de valores, entre os quais, teóricos, económicos, estéticos, sociais, políticos e religiosos. O questionário Inventário Multifásico de Personalidade de Minnesota é outro questionário que se concentra nas tendências neuróticas e psicóticas como a depressão, histeria, esquizofrenia, a paranóia, etc.

Há uma lista prolongada de testes que se comprometem a medir outras tantas questões como a ansiedade, o interesse vocacional, a introversão, a dominância, etc. Contudo o estudo da personalidade não apresenta um registo linear e rigoroso e como tal há ainda muito por desvendar.

Estas duas metodologias de obtenção de dados foram os pilares da análise da personalidade, no entanto, há ainda mais exemplos que podemos referenciar, como os testes de inteligência e os testes de processos e teores cognitivos. As entrevistas são, também elas, um modelo cada vez mais requisitado e ainda a manipulação de situações, que consiste numa abordagem de grupo, em que os indivíduos são posicionados em determinadas condições de modo a provocar ansiedade ou competição pela liderança, entre outros, observando-se o comportamento e causas.

Relativamente aos métodos de análise de dados verificam-se, essencialmente, os processos estatísticos, apresentados nas mais diversas formas, de onde se destaca a análise fatorial. A obra de Raymond B. Cattell é um dos exemplos que demonstra como surgem os fatores potenciais da estrutura da personalidade. Já o estudo longitudinal consiste na observação de um indivíduo durante um período considerável de tempo, de forma a registar a evolução e padrões de mudança. (Knapp, R. 1964, pp.166-169)

Philip Cabau
arquiteto, investigador e professor português.

Walter Gropius (1883-1969)
arquiteto alemão e fundador da Bauhaus.

O Exercício

Agora que já vimos como o ser humano apr(e)ende os fenómenos e como é que faz uso do signo para comunicar, interessa-nos saber como se desenrolam esses processos na prática do Design Gráfico.

As primeiras escolas de Arte(s) e Design são sem dúvida uma influência na educação de hoje em dia. A Academia (até à pós-modernidade) é caracterizada pelo ensino através da reprodução e do método de imitação, a Bauhaus (compreendida no período da Primeira Guerra Mundial) caracterizada pela invenção, pela novidade e pela produção de variedade e o Contemporâneo, baseado no modelo da Bauhaus mas articulado na prática multidisciplinar através da análise e desconstrução. (Bailey, S. 2007)

O Design Gráfico enquanto disciplina está sempre dependente da conjuntura social e económica. Com o crescimento de uma sociedade capitalista, o Design Gráfico tem vindo a integrar-se no design de consumo, tanto na produção, como na educação. O papel dos designers está em causa neste quadro consumista onde a produção está direcionada para a publicidade. (Bernard, P. 2009)

Por isso, é pertinente aprimorar os métodos de ensino para procurar espaços que estimulem a crítica e a reflexão promovendo a *autopoiesis*.

“Nas áreas estruturalmente práticas, onde a aprendizagem passa, com toda a evidência, por experimentar a “coisa” para a poder entender, um dos problemas que se coloca sempre é: como conseguir gerar um fluxo (que aja sobre os conteúdos em tratamento naquele contexto pedagógico-científico) que simultaneamente promova no aluno e no docente o desejo de embarcar, de trabalhar a atenção?”

Philip Cabau em Aula Aberta

Na medida em que o professor Philip Cabau atravessou a questão do exercício no espaço do desenho, o desenho é uma ferramenta que sustenta a prática pedagógica e é geralmente desvalorizado. O exercício do desenho compõe uma organização de pensamentos e sensações promovendo o desdobramento da consciência. O autor refere ainda que a aprendizagem do desenho incide sobre a descoberta das escolhas individuais, consolidando objetivos pedagógicos específicos presentes no percurso formativo.

O processo de um exercício de desenho tem uma componente autopoietica que deriva da entrega do aluno ao projeto. De acordo com o autor, o exercício deverá proporcionar uma disciplina de execução e deverá encontrar a expressão individual da sua experimentação. (Cabau, P. em conversa)

No âmbito desta investigação, podemos ponderar o desenho como uma ferramenta para atingir a *autopoiesis* que procuramos.

“ E a grande particularidade é que, neste processo, somos obrigados a apoderarmo-nos dele – ou pelo menos da sua esfera – tornando-o nosso, devorando-o, digerindo-o. É nesta faceta gastronómica que reside muita da sua eficácia.”

Philip Cabau em Aula Aberta

Em conformidade com esta entrega ao handmade, ao projeto, ao desenho, à experimentação, à técnica como referimos anteriormente pela obra de Bernard Stiegler, podemos também mencionar o Manifesto da Bauhaus como apelo ao regresso da oficina como espaço criativo, uma vez que a arte e o design não se ensinam mas podem ser educados. (Gropius, W. 1919)

Da conversa com o professor Philip Cabau concluímos que há exercícios mais livres do que outros e a escola acaba por ser um simulador da vida real. Cada exercício (nas Artes Plásticas) configura um desejo de recintar uma experiência. De caráter cenográfico, o exercício acarreta uma promessa de uma experiência, em que, a partir do momento em que o aluno responde, está a alterar o enunciado.

Contrariamente ao exercício, o *briefing* (no Design Gráfico) é parte integrante de um programa, é um contrato. O Design Gráfico, trabalha para a comunicação e razão.

Enquanto dispositivo, o exercício tem como parte integrante a intencionalidade que Husserl coloca em questão. Contudo a criação de dispositivos que consigam providenciar ferramentas, trazem ao aluno liberdade de experienciar o momento e talvez, aplicar a fenomenologia enquanto metodologia de trabalho.

Em *podcast Backstage*, Mário Laginha, pianista português, afirma que é preciso praticar muito se se quer ter muita técnica mas que cada um encontra um caminho diferente, não há uma fórmula para ser bom no que se faz. No decorrer da conversa, houve também espaço para refletir sobre o processo de criação que muitas vezes acontece quando se afasta do piano e das suas ferramentas usuais de trabalho, assim como da influência que tudo tem sobre cada um. O pianista afirma que tudo o que gosta, como o que não gosta tem influencia sobre o próprio. O que não gosta tem a vantagem de mostrar qual o caminho que não quer seguir. (*Backstage #01 – Mário Laginha, 2021*)

Ao minuto sete, Mário Laginha diz “eu não sou daqueles que acha que a única maneira de se ter técnica é através do clássico, porque há exemplos esmagadores de pessoas que nunca estudaram clássico e que eram... o Art Tatum era um pianista cego e quer dizer... eu acho que nunca ninguém teve tanta técnica como aquele homem.”

Imagem 11 – Fotografia de Art Tatum, 1947.



“aquilo que leva um músico a escrever música, a escrever, é ter vontade de escrever”

Imagem 12 – Fotografia de Mário Laginha.



03

03

WORKSHOP

WORKSHOP

Design Gráfico no Ensino Superior

No âmbito desta investigação decidimos apresentar um exercício a um grupo de estudantes do ensino superior, em formato *workshop*.

O *workshop* foi desenvolvido com base na masterclass de David Carson. Durante o desenrolar das aulas de David Carson os alunos puderam realizar três exercícios: *Put yourself into your work*, *Tap into the power of color* e *Design your future*. Cada um desses exercícios tinha um *briefing* distinto, mas para o propósito desta dissertação, apresentámos o último.

O objetivo do *workshop* foi realizar um exercício que estimulasse a criatividade e promovesse o uso da intuição. Para isso, propusemos a realização de um poster, sem restrições materiais, de técnica ou tamanho, que respondesse à questão “Onde é que te vês daqui a dez anos?” – uma pergunta ampla e de carácter íntimo, que lhes abrisse espaço para a autorreflexão e para a criação autopoietica.

O desafio surgiu no âmbito de uma turma de mestrado de Design Gráfico com o objetivo de entender o que os une enquanto estudantes desta área e os separa enquanto seres humanos. Qual é o poder da criatividade e como é que eles aplicam a sua intuição no projeto. O desenvolvimento da personalidade é uma temática que surge aqui também, uma vez que o *workshop* surge como uma tentativa de introspecção e *autopoiesis* de cada participante. No total participaram sete estudantes de mestrado de Design Gráfico, onde pudemos colocá-los todos num pé de igualdade de conhecimento para analisar quão diferentes podem ser as abordagens feitas por cada um destes alunos.

A questão que sustenta esta investigação, põe em causa a existência de *briefing*, contudo no âmbito do estudo, houve a necessidade de implementar um para termos material para análise.

“The best design comes when you put yourself into the work. A large part of it is learning to trust your own intuition, something we all have, but we don’t always use. Your uniqueness can actually be used in such a great way in this field of graphic design or arts or creativity and that’s what gives you the advantage over anybody else and nobody else is you.”

Carson, D. 2021 – ao minuto 00.03.28

No seguimento do raciocínio de Carson, podemos concluir que mesmo tendo as mesmas ferramentas de trabalho, os alunos, nunca vão utilizá-las de forma igual para comunicar. Todas as experiências, os pais, a família, os medos, as alegrias e tristezas, tudo o que foi vivido é sempre uma influência nas decisões tomadas.

“So I think intuition and design is actually one of the most important ingredients. It’s something only you can pull from. Everybody can use it, but everybody’s going to be different. It really does have to do with your whole life experience, how you were brought up, your parents, everything. And somehow, that influences what you see, your decisions on things. And you have to be able to listen to that in design too, or probably in a lot of fields, to do great work.”

Carson, D. 2021 – ao minuto 00.12.58

ENUNCIADO

“*Workshop*

Este *workshop* advém de uma dissertação de Mestrado de Design Gráfico com o objetivo de recolher amostras criativas para estudo da performance dos alunos, por isso desafiamos-te a mostrares o teu *eu*.

Cria um poster que responda à seguinte questão:

Onde te vês daqui a 10 anos?

Neste *workshop* não existe nenhuma limitação de tamanho, material ou técnica.

Data de entrega: 30 outubro

Boa sorte.”

Reflexão – *workshop*

O *workshop* foi realizado em outubro de 2021, num período histórico devido à pandemia covid-19. Todas as circunstâncias adjacentes a este período de tempo tiveram influência nos resultados obtidos, pelo facto de haver uma obrigatoriedade de permanecer em casa e diminuir o contacto social.

Inseridos nos anexos deste estudo, os resultados mostram que apenas um aluno utilizou um método handmade, o que nos leva a perguntar porque é que a maioria optou por uma versão digital? Será que houve a possibilidade de desenvolver novas técnicas digitais? Ou será que é dessa forma que se sentem mais confortáveis?

Todos os posters foram desenvolvidos em casa. Qual é o papel da casa e como é que o espaço os influenciou? Ao mesmo tempo estão inseridos num ambiente mais intimista – casa – proporcionando uma nudez do ser e sem influências de outros colegas, contrariamente ao ambiente de aula, nas tomadas de decisões que compõem o design final.

A nível gráfico/conceitual, este exercício exigia uma autorreflexão de grande complexidade, pois enquanto pensaram (no presente) no futuro, fazem uma análise crítica ao passado e refletem sobre as possibilidades futuras.

A pergunta de índole abstrata sugere uma resposta ao desconhecido e ao mesmo tempo ruma sobre a esfera do íntimo. É um poster construído numa perspectiva individual sobre o mesmo indivíduo que o está a fazer. O resultado acabou por ser uma representação de um espaço/tempo que imaginam dali a 10 anos. É, também, perceptível a sensação de desejo, ambição, concupiscência, cobiça que é difundida em cada resultado.

04

04

***EXPERIÊNCIA
DA LIBERDADE***

A geração dos *Millennials* sofre um impacto invisível na demanda da criatividade. As questões não são levantadas e não há desafios novos. O acesso a todos os mercados veio questionar a essência de cada um. Todas as respostas estão ao nosso dispor. Se temos fome, encomendamos comida. Se queremos saber o compositor de uma obra, acedemos ao google. Se precisamos de sexo, vemos pornografia. Os demónios estão nos filmes de terror e o barulho no *rock*. Dessa partição de opções infinitas sobra apenas a consciência e a intuição, que fará de cada um de nós seres únicos. (Caeiro, M. em aula, 2020)

A partir do momento em que a tese incide sobre a reflexão do *eu* e do que acontece no vazio, estas questões vão encontrar-se num determinado período de tempo, quase como um exercício que consiste em contactar com algo que nós não sabemos que está presente. Ou que sentimos que está lá mas não fazemos uso dela.

A forma cultural que pomos em questão nesta tese, é a aula e é também o exercício, como modelo de apelo à originalidade, singularidade, unicidade, curiosidade, desejo, personalidade.

Ensaio individual de projeto

No âmbito de captar a essência do nosso processo criativo, juntámos todas as peças deste projeto e constituímos, o que designamos de *Experiência da Liberdade*, em formato de instalação. Deste exercício resultou o Manifesto, designado de *Liberdade da Experiência*, como objeto gráfico final, que veremos mais adiante.

A instalação é a *Experiência da Liberdade*, ou seja, estou a experienciar a minha liberdade e o objeto final, o manifesto, é o resultado da liberdade da experiência.

A questão que vem sendo exposta ao longo deste projeto recai também sobre a intuição. Como é que ela é aplicada e de que forma é que ela é relevante na construção da personalidade e no futuro, de projetos mais pessoais e criativos. Ser criativo é estar em contacto com a fonte, é estar em contacto com o fluxo.

O *modus operandi* desta experiência/exercício incidiu na instalação, com o objetivo de experienciar o vazio. De caráter imersivo, teatral e experimental, a instalação de arte é uma variação em que o espectador é essencial, de alguma forma, para completar a obra.

Esta instalação representa uma meditação sobre o Design Gráfico no contexto desta dissertação, na busca do *autopoiesis*, na busca pela criatividade. O desenvolvimento deste projeto foi como entrar num estado de transe entre a metodologia fenomenológica que se processa pela empiria, e a técnica fazendo uso da referência a Bernard Stiegler. Como uma mãe a dar a luz, um músico de *jazz* a tocar um solo, um casal a ter sexo, no auge do momento ou a meditação, são alguns exemplos de momentos em que o ser humano não está a pensar, está a sentir, a deixar acontecer, o que lhes permite estar aqui no *agora* e desligar de várias gavetas. Esta composição gráfica tridimensional é a materialização de um sentimento de entrega e de viver o vazio.

“These ‘new’ models are argued to fragment the subject by unconscious representations (Freud), by the mutual imbrication of subject and object (Merleau-Ponty), or by non-coincidence and alienation from itself (Lacan, Barthes, Laclau and Mouffe). Yet in much writing about installation art, the theories on which these models are based are conflated with both the subject matter of the work and our experience of it.”

Claire Bishop, 2005

Há nela também, um desejo profundo de que o espectador tome consciência de como estão posicionados os objetos num determinado espaço e qual é a resposta corporal a isso.

O espaço que recebeu a instalação foi proporcionado pela Câmara Municipal de Tomar, no último piso do edifício *A Moagem – Fábrica das Artes*, parte integrante do Complexo Cultural da Levada de Tomar. Dando uma nova vida ao edifício da moagem A Portuguesa, fundada por Manuel Mendes Godinho em 1912, esta construção, com um total de cinco pisos, alberga agora três ateliers, e espaços comuns. A estrutura original não foi alterada, portanto toda a maquinaria, pilares, e ferramentas continuam visíveis a todos os que visitam este local.

O conjunto arquitetónico, cuja relevância cultural e patrimonial se assinala, cria e expande a perspectiva e reação do espectador. As janelas antigas, a estrutura de madeira, as máquinas paradas proporcionam, por si só, uma experiência diferente. Todos os sentidos estão mais alerta. O chão de madeira esburacado que range com os passos, a exuberância de toneladas de equipamento industrial, a beleza de um sítio com centenas de anos é, para o público, uma novidade.

E, neste espaço, a instalação, torna-se uma teia de pensamentos, onde não há um caminho certo, se não todos. Cada escolha tomada é um caminho diferente.



Imagem 13 – Alguma da maquinaria presente no espaço.

E
X
P
E
R
I
Ê
N
C
I
A
L
I
B
E
R
D
A
D
E
D
A

Na demanda ao encontro da *autopoiesis* decidimos entrar no terreno e experienciar o vazio. O objetivo foi transportar-mo-nos para o espaço e representar numa composição gráfica tridimensional que colide com a exploração da personalidade e criatividade. A instalação consiste num esquema rizomático. Numa fase posterior ao estudo fenomenológico das coisas e ao lançamento do *workshop* a colegas de curso, decidimos trazer o nosso eu e infiltrar-mo-nos ainda mais neste estudo para experienciar a liberdade. O que é para nós a liberdade? Como é que podemos ser livres no Design Gráfico? Será que um Design Gráfico livre, sem *briefing* tem interesse para o Design Gráfico? O objetivo desta instalação foi debruçado sobre todas estas questões num processo de exploração de um espaço, através de excertos de textos, imagens e objetos.

O que podemos verificar é o resultado final dessa experiência e de uma abordagem própria e pessoal. Cada escolha de texto, objeto e imagem é por si só uma prova da unicidade desta experiência. Quantas pessoas teriam de ter exatamente a mesma ideia e escolher exatamente os mesmos objetos/textos/imagens, assim como as suas posições e ligações?

Depois de um estudo e uma filtragem de conteúdo de diferentes áreas do saber, foi projetado um esquema em modo raiz que conecta temáticas multidisciplinares. A parte relevante deste exercício é perceber como é que essas disciplinas se tocam e de que forma interagem no contexto histórico e social. Cada fio é uma linha de pensamento e representa uma esfera/dimensão que foi explorada ao longo da vida da autora, ou que ainda está a explorar. Dentro daquilo que se espera do que é o exercício, esta forma de abordar o Design, é como se fosse tomar consciência do que é o Design enquanto *pharmakon* (Bernard Stiegler) e meditar sobre ele. De um ponto de vista fenomenológico, este exercício é entendido de forma diferente por cada indivíduo porque somos nós que criamos a experiência.

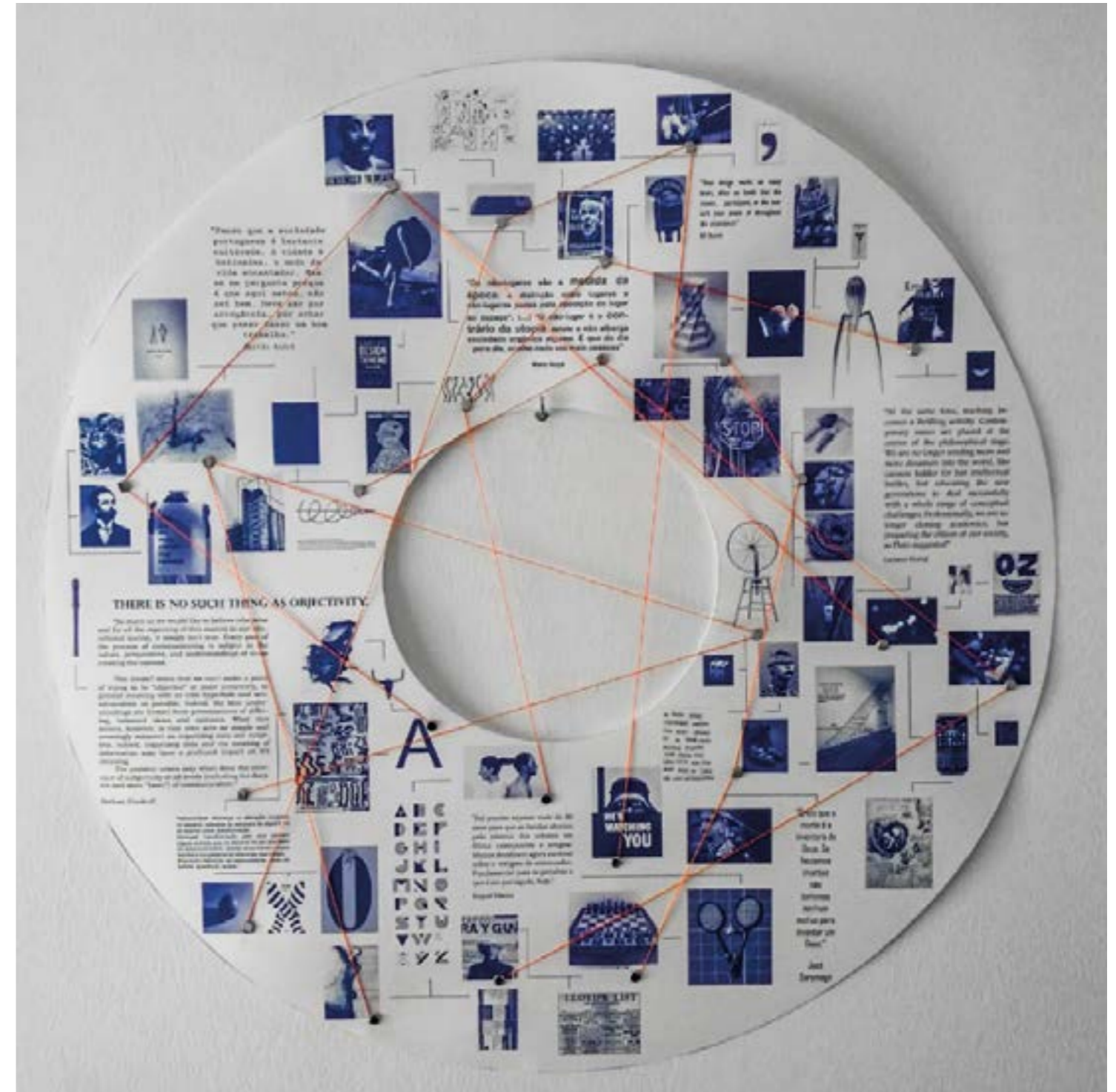


Imagem 15 – *Experiência da Liberdade* – Esquema rizomático que inspirou a instalação.

Pág. 76-77

Imagem 17 – *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de microfone e texto de Nathan Shedroff.

Imagem 18 – *Experiência da Liberdade* – Plano médio de rádio/tv, cadeira e texto de José Saramago.

Imagem 19 – *Experiência da Liberdade* – Plano médio de mesa com desenhos.

Pág. 78-79

Imagem 20 – *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de pormenor e ligações.

Pág. 80-81

Imagem 21 – *Experiência da Liberdade* – Plano médio de parede frontal com raquete de badminton e texto de Luciano Floridi.

Imagem 22 – *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe de elementos tipográficos.

Imagem 23 – *Experiência da Liberdade* – Plano médio de parede lateral com destaque para as ligações feitas com fio cor de laranja.

Pág. 82-83

Imagem 24 – *Experiência da Liberdade* – Plano geral da instalação.

Joseph Kosuth surge, novamente, aqui como referência. O nosso esquema rizomático tem como base um objeto, uma imagem e um texto, tal e qual *uma e três cadeiras*. Assim como Kosuth, não fizemos os objetos, nem tirámos as fotografias, nem escrevemos os excertos que estão expostos no espaço. O trabalho veio de uma seleção de várias imagens, textos e objetos que montam uma ideia, ou várias.

Outro projeto importante de referenciar, e que se alicerça a esta dissertação, é *Papers of Surrealism*. Uma instalação que combinou obras de vários artistas, europeus e americanos, onde Duchamp decidiu instalar uma teia envolvendo o espaço, assim como os trabalhos, num fio branco. (Altshuler, B.) Só depois da realização da instalação é que a autora conheceu esta obra, que se destaca pelas semelhanças não só físicas como conceptuais.

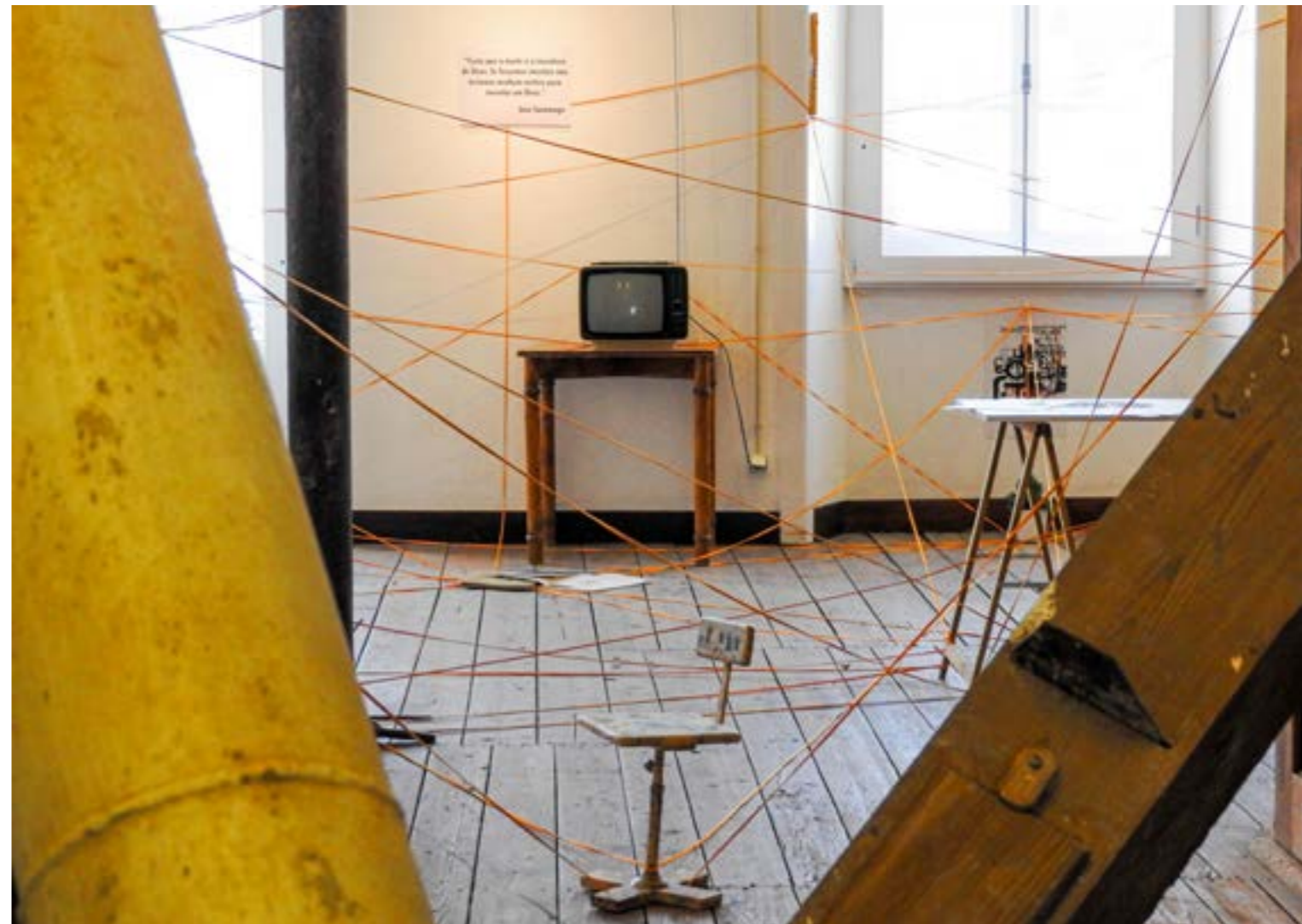
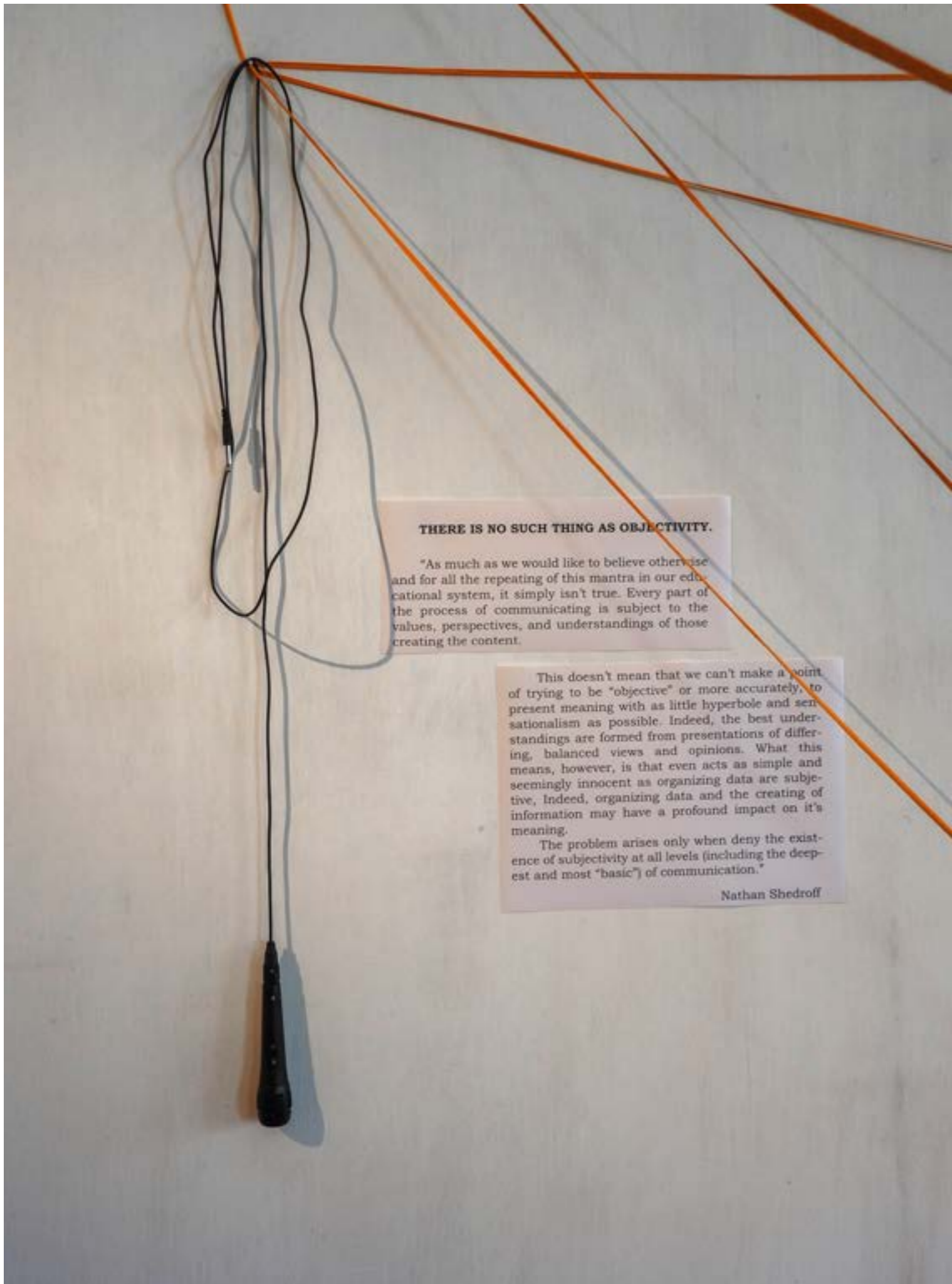
O esquema rizomático parte de um objeto, rádio, de uma imagem, *In Relation in Time* (1977) de Marina Abramovic e um excerto de *Pharmacology of Spirit* da autoria de Bernard Stiegler. Estes três elementos conectam-se através de uma discussão, figurada pelos fios, entre a linguagem, a experiência e a técnica.

A construção da sociedade percorre várias épocas, e é através do que vamos aprendendo ao longo do tempo que podemos utilizar as nossas próprias ferramentas para formarmos a nossa identidade. A novidade – a experiência proporciona novas formas de olhar o mundo, e dá-nos materiais de criação. Todo o processo de experienciar, desde a perceção das cores e das formas a todos os outros sentidos. Dessa recolha de informação surgem utensílios que usamos na nossa forma de comunicar.

Dessa aquisição de conhecimento – empíria –, surge a técnica. O avanço tecnológico reflete a evolução da técnica aliado à experimentação. E com ele pudemos evoluir e desenvolver novos métodos de comunicação.

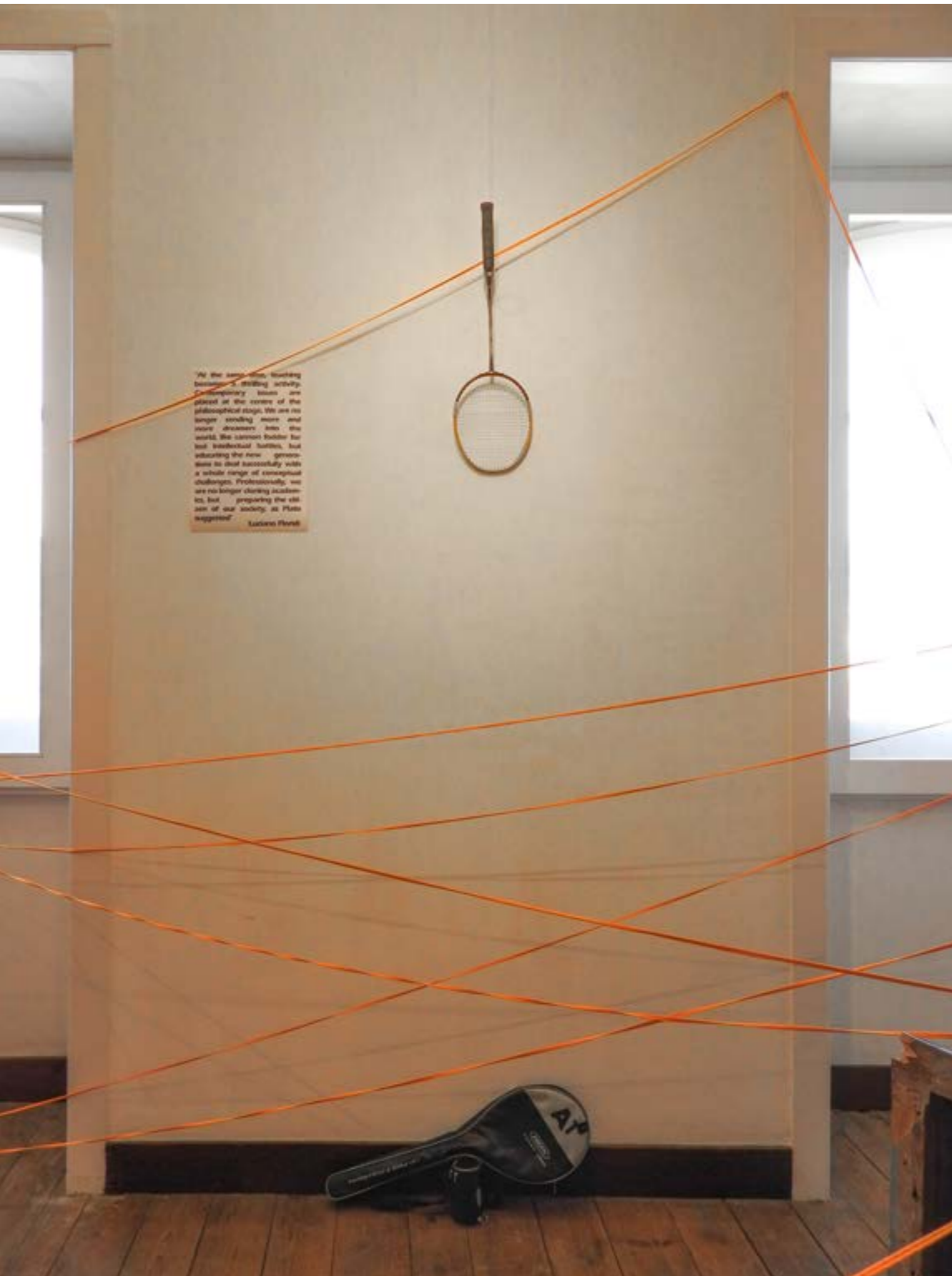
Imagem 16 – *Experiência da Liberdade* – Plano detalhe com comando e imagem de *Roda de Bicicleta* de Marcel Duchamp.





IN SHORT, IT STATES THAT
THE CORRECT WAY IN
WHICH TO VIEW OUR
CONDITION AS HUMAN
SUBJECTS IS AS
FRAGMENTED, MULTIPLE
AND DECENTRED. BY
UNCONSCIOUS DESIRES AND
ANXIETIES, BY AN
INTERDEPENDENT AND
DIFFERENTIAL
RELATIONSHIP TO THE
WORLD, OR BY
PRE-EXISTING SOCIAL
STRUCTURES.
CLAIRE BISHOP





"At the same time, teaching
becomes a drilling activity.
Contemporary issues are
placed at the center of the
philosophical stage. We are no
longer sending more and
more dreamers into the
world. We cannot build for
lost intellectual leaders, but
educating the new genera-
tions to deal successfully with
a whole range of conceptual
challenges. Professionally, we
are no longer chasing academi-
cs, but preparing the elite
of our society as Plato
suggested"
Luciano Floridi



BORDER
TUSCANY
CALIGRAFO FURIUS
DIONYSOS PHILOCALUS



ATTENTION, RACCE A PRONUNCIAZIONE
DELLE LETTERE DI A RAGIONE DI
SUI RAGIONE DEL MONDO, O DI
MONTAVALLI, SCHEMI PRAGMATICO-LOGICAL
MONTAVALLI, SCHEMI PRAGMATICO-LOGICAL
EXAPPROPRIATION"
HOWARD-THEOLOG

A

05

05

***LIBERDADE
DA EXPERIÊNCIA***

Liberdade da Experiência

Referências Culturais

O manifesto tem ganhado espaço nas formas textuais mais características da contemporaneidade. Consiste num texto com um cunho político, cultural ou social muito forte para incitar a ação. O objetivo do manifesto é apresentar argumentos que sensibilizam o leitor e o convença a adotar os ideais apresentados, como é o caso do manifesto comunista, do futurista, do surrealista, do antropófago e de outros exemplos que veremos a seguir. Este exemplo de literatura surge então, como instrumento de ação e de vivência estética tipicamente modernista. A partir das relações entre texto, artista e público, o manifesto tornou-se propulsor, construído principalmente para apelar à ação, gesto e contínuo devir.

Alguns livros e textos têm também carga de manifestos, apesar de não o serem, adquiriram esse valor, inspirando ideias claras, como é o caso da *Sociedade do Espetáculo* ou mesmo os *10 princípios para um bom design* de Dieter Rams. Um outro exemplo, é a *Bíblia* que transmite ideias concisas e diretas que incentivam a ação.

Inserido num contexto histórico demarcado pelo capitalismo, onde as desigualdades entre a burguesia e o proletariado eram evidentes, surge o Manifesto Comunista, exemplo de referência neste estudo. Em jeito de síntese, o manifesto aborda duas questões principais, a luta de classes e o comunismo. O comunismo existe com o propósito de acabar com a luta de classes, os opressores contra os oprimidos, como foi observado no modelo social e económico feudal, durante a idade média. O mesmo se verificou na revolução industrial, onde havia uma distinção muito grande entre a burguesia contra o proletariado. Para Marx, a melhor forma de chegar ao comunismo seria através de revoluções e da intervenção do estado na economia, controlando o transporte, a educação, trabalho e propriedade, optando por escrever um manifesto, com o objetivo de formar uma sociedade sem desigualdades e opressão. (Marx, K.&Engels, F. 2021)



Imagem 25 – Manifesto, *Manifesto antropófago*, Oswald de Andrade, 1928.

Imagem 26 – Manifesto, *Sociedade do Espetáculo*, Guy Debord, 1967.

Imagem 27 – Manifesto, *Manifesto Comunista*, Friedrich Engels e Karl Marx, 1848.

Imagem 28 – Manifesto, *Manifesto Surrealista*, André Breton, 1924.

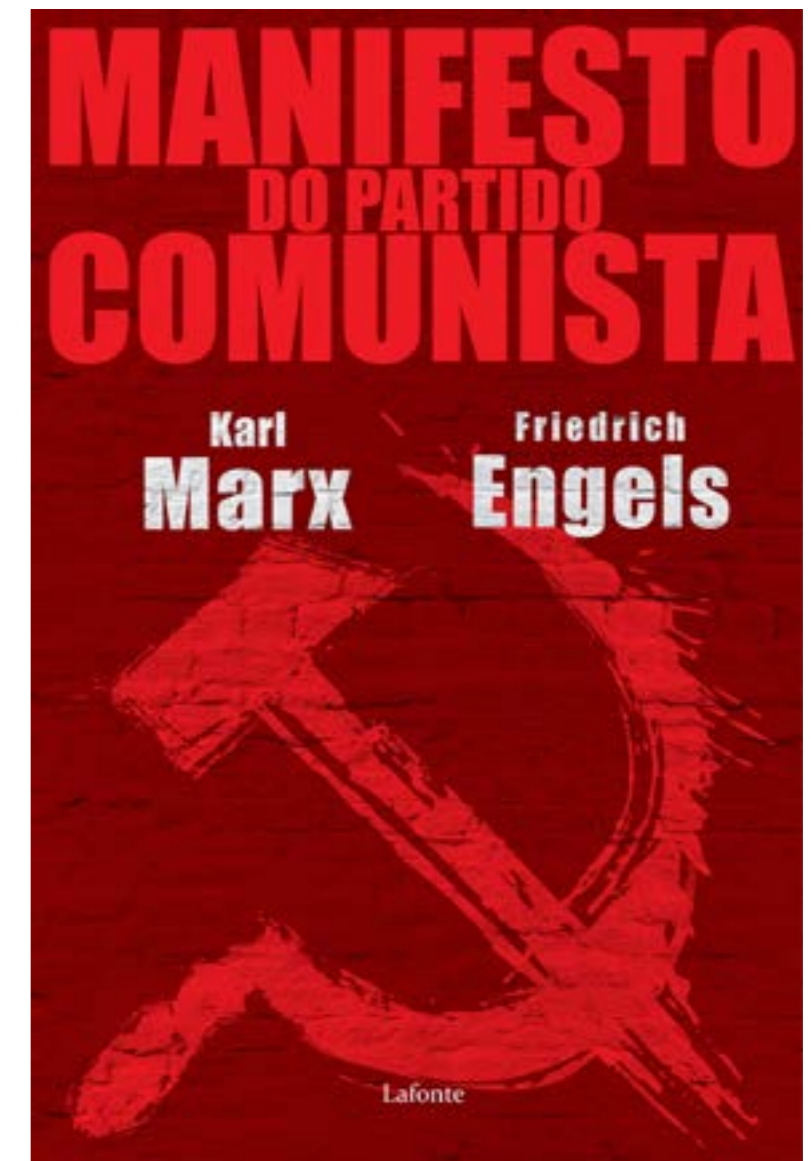


Imagem 29 – *The Topology of Typography*, El Lissitzky, 1923.

Imagem 30 – *Good Design*, Bruno Munari, 1963.

Imagem 31 – *Free Font Manifesto*, Ellen Lupton, 2006.

Imagem 32 – *Seeking Comfort in an Uncomfortable Chair*, Bruno Munari, 1944.

Manifestos em Design

No acervo do Design Gráfico, há também, vários textos que marcaram presença, não só no Design, como nas mais diversas áreas criativas. Alguns dos exemplos passam por Bruno Munari com *Good Design* e *Seeking comfort in an uncomfortable chair*, El Lissitzky com, *The topology of typography*, Bruce Mau com *The incomplete manifesto for growth*, Ellen Lupton com *Free Font Manifesto*, etc.

Em entrevista para a NABA – *Nuova accademia di belle arti*, Munari disse: “I think that now we are finding a new balance in the field of design for in the previous years, we experimented an excess of rigor that led the design production become too uniform. In fact, some objects were the same both in Hong Kong and in Varese. What I’m really concerned about is that the object should serve a function and this function should be performed in the simplest and easiest way that the object should not be related to any style, to any trend so that it could be sold even 20 years from now. In fact I have some objects, for example, that have been selling for 40 years because they are not related to any vogue. But what I like the most, the thing that pleases me the most, that gives me the highest pleasure is to produce an object that easier than this cannot be produced.” (Munari, B. 2012)



FREE FONT MANIFESTO
 a few ******
 What if ~~every~~ digital type foundryies
 on earth gave away one ~~great~~ typeface
 as a gift to humanity? ********



Imagem 33 – A manifesto by Aindrea Emelife.
 Imagem 34 – A manifesto by Pussy Riot.
 Imagem 35 – A manifesto by Amadou & Mariam.
 Imagem 36 – A manifesto by Susan Abulhawa.
 Imagem 37 – A manifesto by Alain de Botton.
 Imagem 38 – A manifesto by Goat Girl.
 Imagem 39 – A manifesto by Fountains D.C.
 Imagem 40 – A manifesto by Patrisse Cullors.
 Imagem 41 – A manifesto by Lee Scratch Perry.

Um exemplo recente é o WePresent, que convidou alguns ativistas e criativos a escreverem um manifesto com dez regras, com o objetivo de espalhar a sua mensagem. Esta série recente faz uso de uma seleção de 13 manifestos da autoria de Raabia Hussain, Amadou & Mariam, Aindrea Emelife, Goat Girl, Willie Nelson, Yuri Suzuki, Paris Lees, Lee Scratch Perry, Susan Abulhawa, Alain de Botton, Patrisse Cullors, Fountains D.C. e Pussy Riot.

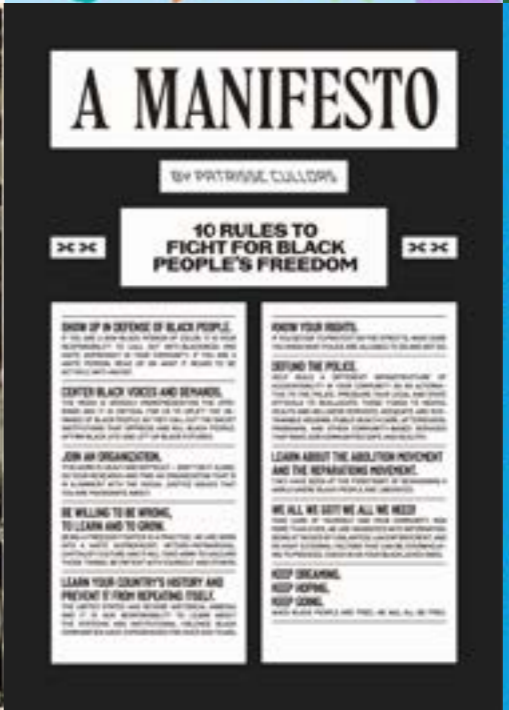
Para além do seu conteúdo, todos os manifestos floreteiam sobre a questão palavra/imagem, como podemos ver nalguns exemplos aqui apresentados. Cada um é o espelho de cada autor e comunicam de forma diferente através na linguagem visual que utilizam.

O que todos têm em comum, para além de serem da autoria de pessoas com uma posição social forte no contexto atual, é que trazem uma mensagem clara para a evolução da humanidade, abordando temáticas como a desigualdade racial, de género, os direitos humanos, as limitações psicológicas do ser humano, etc. mas são, sobretudo, princípios para o crescimento pessoal, à semelhança do *Manifesto Incompleto para o Crescimento* de Bruce Mau, que é, para esta dissertação um caso de estudo relevante, na medida em que reflete sobre os hábitos do quotidiano e extrai o que de melhor há neles, segundo o autor, para potenciar a criatividade.

Nesse manifesto, Bruce Mau expõe alguns pontos que vão de encontro ao que pretendemos transmitir nesta dissertação. Ele levanta também a questão da experimentação e da captação da mesma através da essência, como quando diz “4. Love your experiments (as you would an ugly child)”. Muitos dos tópicos por ele desenvolvidos nesse texto abordam as questões que referimos no estudo, como a ansia de encontrar o nosso *eu*, o uso da intuição para chegar à criatividade e até mesmo a liberdade. O *Manifesto Incompleto para o Crescimento* de Bruce Mau, foi uma inspiração para chegarmos às nossas próprias conclusões, que resumimos e apresentámos como *Liberdade da Experiência*.



Pág. 83-84
 Imagem 42 – The Incomplete Manifesto for Growth, Bruce Mau, 1998.



The Incomplete Manifesto for Growth™

1 ALLOW EVENTS TO CHANGE YOU.

You have to be willing to grow. Growth is different from something that happens to you. You produce it. You live it. The prerequisites for growth: the openness to experience events and the willingness to be changed by them.

2 FORGET ABOUT GOOD.

Good is a known quantity. Good is what we all agree on. Growth is not necessarily good. Growth is an exploration of unlit recesses that may or may not yield to our research. As long as you stick to good you'll never have real growth.

3 PROCESS IS MORE IMPORTANT THAN OUTCOME.

When the outcome drives the process we will only ever go to where we've already been. If process drives outcome we may not know where we're going, but we will know we want to be there.

4 LOVE YOUR EXPERIMENTS (AS YOU WOULD AN UGLY CHILD)

Joy is the engine of growth. Exploit the liberty in casting your work as beautiful experiments, iterations, attempts, trials, and errors. Take the long view and allow yourself the fun of failure every day.

5 GO DEEP.

The deeper you go the more likely you will discover something of value.

6 CAPTURE ACCIDENTS.

The wrong answer is the right answer in search of a different question. Collect wrong answers as part of the process. Ask different questions.

7 STUDY.

A studio is a place of study. Use the necessity of production as an excuse to study. Everyone will benefit.

8 DRIFT.

Allow yourself to wander aimlessly. Explore adjacencies. Lack judgment. Postpone criticism.

9 BEGIN ANYWHERE.

John Cage tells us that not knowing where to begin is a common form of paralysis. His advice: begin anywhere.

10 EVERYONE IS A LEADER.

Growth happens. Whenever it does, allow it to emerge. Learn to follow when it makes sense. Let anyone lead.

11 HARVEST IDEAS. EDIT APPLICATIONS.

Ideas need a dynamic, fluid, generous environment to sustain life. Applications, on the other hand, benefit from critical rigor. Produce a high ratio of ideas to applications.

12 KEEP MOVING.

The market and its operations have a tendency to reinforce success. Resist it. Allow failure and migration to be part of your practice.

13 SLOW DOWN.

Desynchronize from standard time frames and surprising opportunities may present themselves.

14 DON'T BE COOL.

Cool is conservative fear dressed in black. Free yourself from limits of this sort.

15 ASK STUPID QUESTIONS.

Growth is fueled by desire and innocence. Assess the answer, not the question. Imagine learning throughout your life at the rate of an infant.

16 COLLABORATE.

The space between people working together is filled with conflict, friction, strife, exhilaration, delight, and vast creative potential.

17 _____.

Intentionally left blank. Allow space for the ideas you haven't had yet, and for the ideas of others.

18 STAY UP LATE.

Strange things happen when you've gone too far, been up too long, worked too hard, and you're separated from the rest of the world.

19 WORK THE METAPHOR.

Every object has the capacity to stand for something other than what is apparent. Work on what it stands for.

20 BE CAREFUL TO TAKE RISKS.

Time is genetic. Today is the child of yesterday and the parent of tomorrow. The work you produce today will create your future.

21 REPEAT YOURSELF.

If you like it, do it again. If you don't like it, do it again.

22 MAKE YOUR OWN TOOLS.

Hybridize your tools in order to build unique things. Even simple tools that are your own can yield entirely new avenues of exploration. Remember, tools amplify our capacities, so even a small tool can make a big difference.

23 STAND ON SOMEONE'S SHOULDERS.

You can travel farther carried on the accomplishments of those who came before you. And the view is so much better.

24 AVOID SOFTWARE.

The problem with software is that everyone has it.

25 DON'T CLEAN YOUR DESK.

You might find something in the morning that you can't see tonight.

26 DON'T ENTER AWARDS COMPETITIONS.

Just don't. It's not good for you.

27 READ ONLY LEFT-HAND PAGES.

Marshall McLuhan did this. By decreasing the amount of information, we leave room for what he called our "noodle."

28 MAKE NEW WORDS.

Expand the lexicon. The new conditions demand a new way of thinking. The thinking demands new forms of expression. The expression generates new conditions.

29 THINK WITH YOUR MIND.

Forget technology. Creativity is not device-dependent.

30 ORGANIZATION = LIBERTY.

Real innovation in design, or any other field, happens in context. That context is usually some form of cooperatively managed enterprise. Frank Gehry, for instance, is only able to realize Bilbao because his studio can deliver it on budget. The myth of a split between "creatives" and "suits" is what Leonard Cohen calls a 'charming artifact of the past.'

31 DON'T BORROW MONEY.

Once again, Frank Gehry's advice. By maintaining financial control, we maintain creative control. It's not exactly rocket science, but it's surprising how hard it is to maintain this discipline, and how many have failed.

32 LISTEN CAREFULLY.

Every collaborator who enters our orbit brings with him or her a world more strange and complex than any we could ever hope to imagine. By listening to the details and the subtlety of their needs, desires, or ambitions, we fold their world onto our own. Neither party will ever be the same.

33 TAKE FIELD TRIPS.

The bandwidth of the world is greater than that of your TV set, or the Internet, or even a totally immersive, interactive, dynamically rendered, object-oriented, real-time, computer graphic-simulated environment.

34 MAKE MISTAKES FASTER.

This isn't my idea — I borrowed it. I think it belongs to Andy Grove.

35 IMITATE.

Don't be shy about it. Try to get as close as you can. You'll never get all the way, and the separation might be truly remarkable. We have only to look to Richard Hamilton and his version of Marcel Duchamp's large glass to see how rich, discredited, and underused imitation is as a technique.

36 SCAT.

When you forget the words, do what Ella did: make up something else ... but not words.

37 BREAK IT, STRETCH IT, BEND IT, CRUSH IT, CRACK IT, FOLD IT.

38 EXPLORE THE OTHER EDGE.

Great liberty exists when we avoid trying to run with the technological pack. We can't find the leading edge because it's trampled underfoot. Try using old-tech equipment made obsolete by an economic cycle but still rich with potential.

39 COFFEE BREAKS, CAB RIDES, GREEN ROOMS.

Real growth often happens outside of where we intend it to, in the interstitial spaces — what Dr. Seuss calls "the waiting place." Hans Ulrich Obrist once organized a science and art conference with all of the infrastructure of a conference — the parties, chats, lunches, airport arrivals — but with no actual conference. Apparently it was hugely successful and spawned many ongoing collaborations.

40 AVOID FIELDS. JUMP FENCES.

Disciplinary boundaries and regulatory regimes are attempts to control the wilding of creative life. They are often understandable efforts to order what are manifold, complex, evolutionary processes. Our job is to jump the fences and cross the fields.

41 LAUGH.

People visiting the studio often comment on how much we laugh. Since I've become aware of this, I use it as a barometer of how comfortably we are expressing ourselves.

42 REMEMBER.

Growth is only possible as a product of history. Without memory, innovation is merely novelty. History gives growth a direction. But a memory is never perfect. Every memory is a degraded or composite image of a previous moment or event. That's what makes us aware of its quality as a past and not a present. It means that every memory is new, a partial construct different from its source, and, as such, a potential for growth itself.

43 POWER TO THE PEOPLE.

Play can only happen when people feel they have control over their lives. We can't be free agents if we're not free.

Um manifesto – Liberdade da Experiência

De carácter assertivo, o presente manifesto, aspira chegar a todos os criativos, com o objetivo de dar valor ao refletir, fazendo-os ver algo que não sabiam que estavam a ver antes.

O discurso – Fala intencional – deste manifesto não é apenas o que se aceita numa comunidade, por exemplo disciplinar (e que dá origem não apenas a hábitos projetuais como a um jargão); é um campo performático, onde surge, por exemplo, o inclassificável ou o neologismo. Numa análise geracional, as crianças estão a também a perder a imaginação, a criatividade – Este espaço que estamos a tentar criar. (Mário Caeiro, em aula, 2020)

Emerge, neste dispositivo, a tensão palavra/imagem que se apropria da identidade visual para comunicar, não só através do texto como também, pelo registo gráfico. O *layout* grafo-visual que o objeto apresenta, oferece significado visual à nuvem de texto que compõe o manifesto. A forma física deste manifesto pretende transmitir a multidimensionalidade existente neste estudo, e sobretudo, transportar o leitor para um espaço que não é, no seu absoluto, linear e que comporta várias conexões dentro de um só corpo.

“O facto de onde deve partir todo o discurso sobre a ética é o de que o homem não é nem terá de ser ou de realizar nenhuma essência, nenhuma vocação histórica ou espiritual, nenhum destino biológico. É a única razão por que algo como uma ética pode existir: pois é evidente que se o homem fosse ou tivesse de ser esta ou aquela substância, este ou aquele destino, não existiria nenhuma experiência ética possível – haveria apenas deveres a realizar.”

Giorgio Agamben, 1993

Manifesto Liberdade da Experiência

1. Não é possível forçar a criatividade. A ideia é uma espécie de desejo que ganha autonomia e uma vez descoberta, a psique encarrega-se de a gerir, orquestrar, controlar e soltar. Apesar de haver uma relação direta com o meio exterior, porque todas as crenças, valores e juízos que nos são ensinados ou impostos pela sociedade têm influência sobre cada um de nós, a criatividade vem do interior, de uma autorreflexão e sobretudo de uma questão individual que alimenta a liberdade inerente ao fluxo de ideias. Dessa forma, é do questionamento que, adjacente a um processo empírico, nasce a técnica e a individualidade.

2. A devoção, concentração, foco, dedicação, empenho, entrega, muitas vezes não acontece porque o cérebro não está no presente porque está a pensar no que fez (no passado) ou no que vai fazer a seguir (no futuro). Para estar no presente é preciso, de certa forma, não pensar. Este estado de simbiose entre o autor e o Design Gráfico ocorre naturalmente. Dessa forma, se há uma outra coisa (b) a ocupar espaço mental, então será preferível terminar fazer a tarefa b e voltar mais tarde, com espaço vazio, livre para a criatividade. É necessário meditar sobre o Design Gráfico.

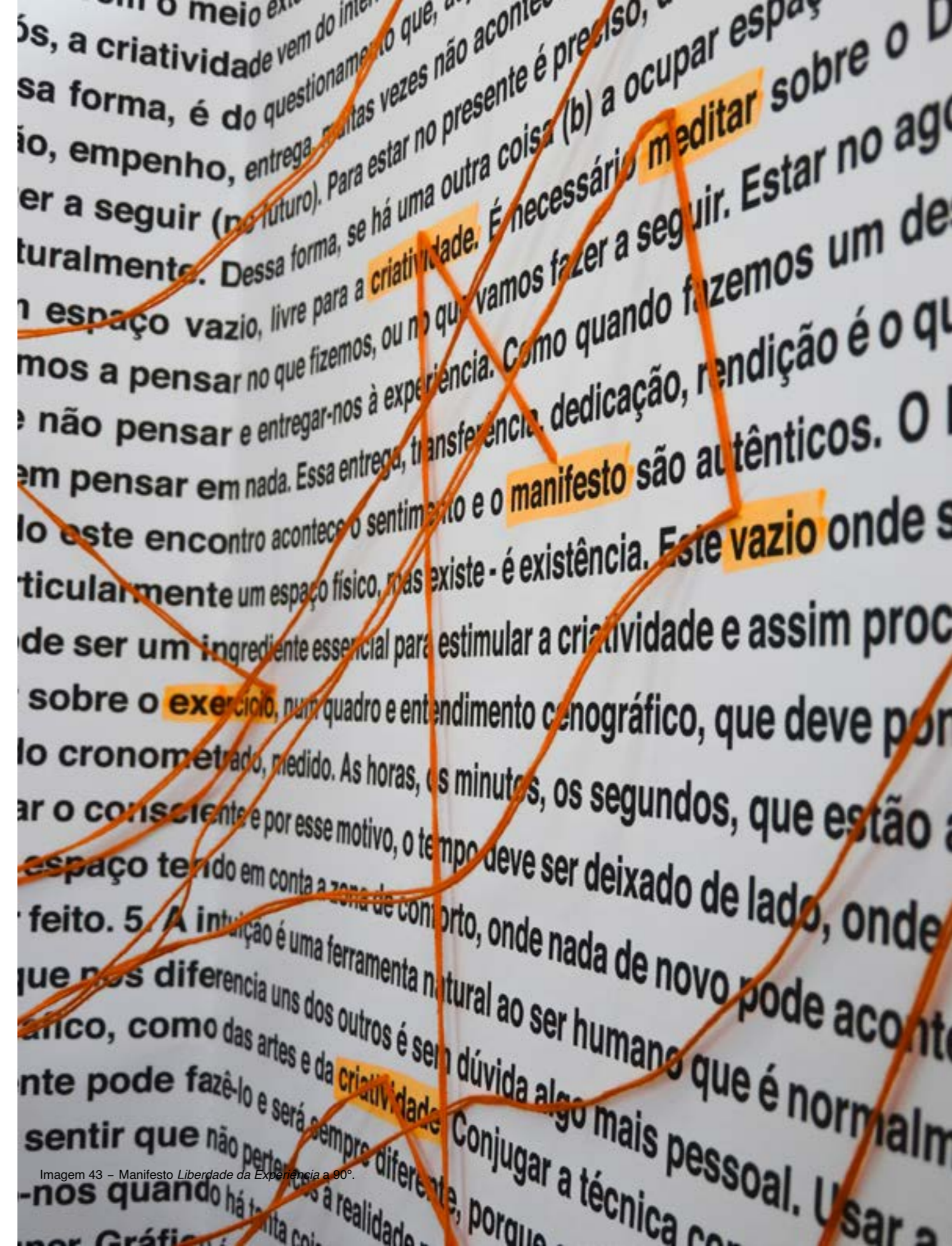
3. A maior parte do tempo não estamos no presente porque estamos a pensar no que fizemos, ou no que vamos fazer a seguir. Estar no *agora* é mais raro do que se pode pensar. Para vivermos no *agora* precisamos de não pensar e entregar-nos à experiência. Como quando fazemos um desporto radical, ou fazemos sexo, ou meditamos, ou nos entregamos à música, sem pensar em nada. Essa entrega, transferência, dedicação, rendição é o que aqui chamamos de *agora*. Não é possível forçar este *status quo* mas quando este encontro acontece o sentimento e o manifesto são autênticos. O Designer autopoiético surge da compreensão deste espaço, que não ocupa particularmente um espaço físico, mas existe – é existência. Este vazio onde se situa o tudo, é muitas vezes incompreendido. No campo do Design Gráfico, pode ser um ingrediente essencial para estimular a criatividade e assim procurar encontrar a expressão individual da sua experiência.

4. É importante refletir sobre o exercício, num quadro e entendimento cenográfico, que deve ponderar o tempo e o espaço. O tempo porque pode simbolizar uma barreira, quando cronometrado, medido. As horas, os minutos, os segundos, que estão atualmente em todo o lado, à distância de um olhar, podem desafiar, submeter, atar o consciente e por esse motivo, o tempo deve ser deixado de lado, onde o designer autopoietico pode existir e submergir na sua questão individual. E o espaço tendo em conta a zona de conforto, onde nada de novo pode acontecer, pois para haver mudança, é preciso mudar, de alguma forma, o que está a ser feito.

5. A intuição é uma ferramenta natural ao ser humano que é normalmente desvalorizada e muitas vezes esquecida. É importante ter técnica, mas o que nos diferencia uns dos outros é sem dúvida algo mais pessoal. Usar a intuição pode definir uma grande vantagem na esfera, não só do Design Gráfico, como das artes e da criatividade. Conjuguar a técnica com a intuição pode ser um dos ingredientes mais procurados na criatividade. Toda a gente pode fazê-lo e será sempre diferente, porque cada um compreende o mundo à sua maneira. Abraça o teu *eu*, mesmo quando a sociedade te faça sentir que não pertences à realidade presente. A expressão pessoal deve ser valorizada e expressa sem medo ou preconceito.

6. É difícil encontrarmo-nos quando há tanta coisa a acontecer ao mesmo tempo. Numa realidade onde há uma massividade de imagens a passar constantemente e o Designer Gráfico é programado para responder ao design de consumo, enquanto produtor e consumidor é difícil responder às necessidades individuais. O processo fenomenológico passa a ser muito mais reduzido uma vez que as limitações de abrir novos horizontes são mais evidentes. Numa sociedade do espetáculo, é talvez necessário, haver um afastamento, para que a criatividade (que vem de uma questão individual) aconteça. O sistema capitalista tem tendência a diminuir a nossa voz interior, onde a nossa personalidade se esconde atrás de outras, que por sua vez são formatadas para pensar e agir consoante ideais consumistas predefinidos – normalizados funcionalmente. De forma a conseguirmos encontrar-nos torna-se primordial abafar todas essas vozes exteriores e reconectar-nos à nossa essência. O Design Gráfico enquanto disciplina, foi concebido para responder a uma necessidade industrial, mas é urgente refletir sobre uma tentativa de vender ideologias, mostrar através do design que o design consegue responder a uma questão social, política, cultural, histórica e económica. O Design Gráfico deve representar uma ferramenta pensativa de processo. O apelo é geral à desformatação e desprogramação de Designers Gráficos.

Imagem 44 – Manifesto Liberdade da Experiência pormenor.



06

06

CONCLUSÃO

O projeto de investigação *Experienciar a Liberdade, Manifestar a experiência* desenvolveu-se ao longo dos últimos dois anos num misto de ordem e desvio. Começou num estudo sobre a fenomenologia, onde ia ser desenvolvido um diário gráfico que revelasse resultados de um exercício empírico livre e passou para um estudo de caráter social e reflexivo através do desenvolvimento de um manifesto, que balança no ramo social, político, económico e cultural. Embora não houvesse uma ideia precisa do percurso e do seu resultado final, o caminho tornou-se ele mesmo demonstrativo das conclusões retiradas ao longo do estudo.

A própria estrutura da dissertação foi sofrendo alterações à medida que a investigação avançava levantando mais e mais questões. Analisar a fenomenologia como metodologia de trabalho para chegar a um resultado autopoietico foi essencial para entender como se processam as experiências e como é que apre(e)ndemos o mundo, e, conseqüentemente, nos expressamos, em especial, no Design Gráfico. A criação de um espaço-tempo dedicado à construção da identidade do designer tem um papel relevante, não só na produção como na educação. É através desse “vazio” que surge o pensamento crítico, potenciador de novos estímulos para a imaginação e construção de novas ideias.

O debate sobre a realidade – significante – significado é importante para os designers por lhes proporcionar uma nova perspectiva sobre a capacidade de dialogar de uma forma produtiva, capaz de desconstruir e construir novos significados, tendo assim, uma ligação direta com a qualidade da comunicação. O designer autopoietico, consegue confirmar a sua identidade pessoal e a sua identidade social.

O *workshop* e a instalação que fazem parte do corpo teórico da investigação, têm contudo, uma componente prática e pessoal que permitiu um grande envolvimento intelectual, técnico e emocional com este projeto. Todos os momentos que fizeram com que esta investigação pudesse existir, todas as horas de leitura e assimilação, assim como todas as pausas, tiveram influência no resultado final que aqui está apresentado.

A leitura de vários livros e textos em diversas áreas, tais como em psicologia, filosofia, sociologia, arquitectura, antropologia, nem todas referidas no texto final, proporcionaram uma acentuada introspecção e reflexão. É de referir que todas as vivências e experiências vividas no decorrer deste tempo foram igualmente influentes.

A metodologia utilizada ao longo de todo o desenvolvimento passou pela pesquisa-ação, por ser um projeto colaborativo, uma vez que envolve a relação de identidade necessária para construir uma teoria que seja efetiva na transformação e libertação social. Sustentada por uma autorreflexão coletiva, o objetivo é melhorar a prática social e educacional em prol do entendimento de práticas onde a *autopoiesis* pode acontecer.

Na esfera do Design Gráfico, onde se vive de e para a criatividade, este projeto pretende ser visto como uma abertura a novos caminhos, possibilitando a reflexão e a crítica construtiva na forma como a arte e o design estão a ser educados, num ambiente pedagógico. O que realmente atribui significado a este projeto é a sua utilização futura pelo leitor/usufruidor.

A realização da instalação de índole imersiva, teatral, experiencial, pretende que este mesmo experimento traga algo disso para a disciplina e prática do exercício design, consciente de que tudo é simulacro – como num teatro para a aparição de algo extremamente pessoal.

O próprio título da dissertação navegou sobre as percetividades linguísticas em busca de uma melhor definição. A proposta inicial era *Liberdade da Experiência – Laboratório de um processo criativo na prática livre do Design Gráfico*, onde a discussão recaiu sobre o verdadeiro significado das palavras assim como a sua prepotência. Dessa forma, decidimos descrever o que fizemos ao longo da investigação e resultou em *Experienciar a Liberdade, Manifestar a experiência*. A análise entre laboratório – exercício – ensaio, também deu asas a uma discussão sobre a definição de cada uma e decidimos assim optar por ensaio, porque apesar de um laboratório ser um espaço onde acontecem várias provas por

um procedimento de tentativa/erro, para além de evidenciar mais do que uma experiência, tem uma conotação muito científica e concreta que não queremos evidenciar aqui. Dessa forma, o ensaio surge pelo ato de ensaiar um exercício, com uma conotação mais livre e aberta, com intervalo de especulação paralela.

Está também associado o espírito do ensaio ao *layout* de uma revista, diferente de livro, tese, outro qualquer, e isso justifica algumas dimensões de imagens, de forma a tornar a leitura mais experiencial.

Respondendo à questão que deu origem a esta investigação, poderá sim haver (espaço para) um trabalho totalmente individual e livre no Design Gráfico, no âmbito da experiência da própria autora, onde residirá a *autopoiesis* que referimos. Se esta prática pode eventualmente ser realizada sem *briefing*? Apesar da prática do Design Gráfico exigir sempre uma intencionalidade e particularmente em âmbito académico, para esta prática livre ser possível tem de ser encarada, considerada, entendida como um exercício e não como um *briefing* (parte integrante de um programa, escolar por exemplo). Assim sendo, podemos concluir que é possível abrir uma janela no Design Gráfico para um espaço empírico de autorreflexão, isto é, de reflexão empírica vivida.

Por último, é importante referir que a utopia de tentar fazer diferente – abrir um horizonte onde sentimos que este faz falta – não nos afastou do valor do exercício como palco, como vimos o desenho para Philip Cabau, nem me tirou do mundo do simulacro, mas ajudou a imaginar experiencialmente, desde logo como ideia, como um exercício ganha corpo para além do que funcionalmente nele é pedido. Numa fase terminal desta investigação, houve coisas como a experiência do espaço (instalação) e do discurso (manifesto) que terão enriquecido o modo de entender a disciplina em que no estamos a especializar: o Design Gráfico.

Perspectivas de investigação futuras

No decorrer desta investigação sobre a experiência criativa e a aplicação da intuição em prol da *autopoiesis* em âmbito académico, surgiu a possibilidade de expandir os campos e dimensões eventualmente projetuais que compõem esta dissertação. É de interesse aprofundar a temática do exercício enquanto ferramenta de embriaguez no projeto – no projetar. Assim como a entrada para o espaço-tempo onde reina a criação criativa. O objetivo será meditar sobre as metodologias pedagógicas adotadas até ao dia de hoje porventura num registo meta.

A concretização prática da pesquisa aqui realizada poderá enviar para um caminho tendencialmente tecnológico (meio digital), de forma a comunicar mais facilmente com um público jovem, através de um *website* interativo. A componente pedagógica que envolveu todo o estudo poderá servir de porta para uma reflexão académica (doutoramento) ou assumir a forma de *workshops*.

Considero que esta investigação é projeto inacabado ao qual pretendo dar continuidade. Ficaram imensas ideias por explorar, assim como referências, teses, teorias e metodologias e por esse motivo o trabalho irá continuar a ser desenvolvido, gradualmente, enquanto considerarmos fazer sentido.

07

07

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

Filmes, Documentários e Séries

- Abrahamson, L. (2015). *Room*. A24, Nova Iorque, EUA.
- Almeida, A. (2020). *Deus Cérebro*. Panavideo, Portugal.
- Barison, D. & Ross, D. (2004). *The ister*.
- Chomsky, N. & Foucault, M. (2013). *On human nature*. withDefiance, Youtube.
- Harzog, W. (1974). *The Enigma of Kaspar Hauser*. Zweites Deutsches Fernsehen, Alemanha.
- Lucas, G. (1971). *THX 1138*. Warner Bros e American Zoetrope, California, EUA.
- Lukyanova, T. (2021). *Resumindo: A Mente*. Vox media studios. Netflix worldwide entertainment, LLC.
- Pearlman, B. (2019). *Abstract: The Art of Design*. Radical Media Production.

Livros e Revistas

- Agamben, G. (1993). *A comunidade que vem*. Editorial Presença. Lisboa, Portugal
- Altshuler, B. (2008). *Salon to Biennial – Exhibitions That Made Art History*. vol. I: 1863-1959. Phaidon Editors and Bruce Altshuler.
- Armstrong, H. (2009). *Graphic Design Teory: Readings from the field*. Princeton Architectural Press. Nova Iorque, EUA.
- Arnheim, R. (2005). *Arte e Percepção visual: Uma psicologia da visão criadora*. Pioneira Thomson Learning, São Paulo, Brasil.
- Bachelard, G. (1993). *A poética do espaço*. Martins fontes, São Paulo, Brasil.
- Bandeira, W. & Rocha, C. (2014). *A fenomenologia como método de investigação do design de experiência*. Blucher Design Proceedings, nº4 , v.1. Brasil
- Bishop, C. (2005). *Art installation*. Tate Publishing. Londres, Inglaterra.
- Buber, M. (2004). *Between Man and Man*. Routledge, Taylor & Francis e-Library. Oxfordshire, Inglaterra.

- Buber, M. (2008). *I and Thou*. Morrison and Gibb Ltd. Edimburgo, Escócia.
- Buber, M. (1999). *Pointing the way*. Harper & Brothers. Nova Iorque, EUA.
- Caeiro, M. (1997). *A vida e o Monstro*. Editora Tango. Loures, Lisboa.
- CIEBA (2019). *Convocarte – Revista de Ciências da Arte*. nº3. Cieba, Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Coleman, L. J., Guo, A., & Dabbs, C. S. (2007). *The state of qualitative research in gifted education as published in american journals: An analysis and critique*. Gifted Child Quarterly, 51(1), 51-63.
- Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. versão eBook, São Paulo, Brasil.
- Deleuze, G. (1990). *Cinema 2: A imagem-tempo*. Tradução: Eloisa de Araujo Ribeiro. Editora Brasiliense, São Paulo, Brasil.
- Dondis, A. (2003). *Sintaxe da Linguagem Visual*. Martins fontes, São Paulo, Brasil.
- Donoghe, E. (2010). *Room*. Picador. Londres, Inglaterra.
- Dunne, A. (2005). *Hertzian tales: electronic products, aesthetic experience, and critical design*. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts, EUA.
- Editora Portugália (1966). *Do acto ao pensamento*. Porto, Portugal
- Foucault, M. (1991). *Discipline and Punish: The birth of prison*. Vintage Books, Nova Iorque, EUA.
- Foucault, M. (2000). *As palavras e as coisas*. Martins Fontes. São Paulo, Brasil.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Nova Iorque, EUA.
- Hamburger, A & Basbaum, R. (2013). *Flying Letters Manifestos*. Par(ent)esis. Florianópolis, SC, Brasil
- Helprin, M. (2009). *Digital Barbarism*. A writer's manifesto. HarperCollins e-books.
- Husserl, E. (2008). *A ideia da fenomenologia*. 2º edição. Tradução: Artur Mourão. Edições 70. Lisboa, Portugal.
- Jung, C. G. (1959). *Aion: Researches into the phenomenology of the self*. Bollingen Foudation Inc. by Pantheon Books, Inc. Nova Iorque, EUA
- Jung, C. G. (1964). *Man and His Symbols*. An Anchor Press book, Doubleday Publishing Group, Nova Iorque, EUA.

Jung, C.G. (1971). *A Natureza da Psique*. Editora Vozes Ltda. Petrópolis, Brasil.

Jung, C. G. (1986). *Memórias. Sonhos. Reflexões*. Editora Nova Fronteira. Rio de Janeiro, Brasil.

Jung, C. G. (2008). *O eu e o inconsciente*. 21ª edição. Editora Vozes Ltda. Petrópolis, Brasil.

Jung, C. G. (2009). *The Red Book*. 1ª edição. W. W. Norton & Company, Nova Iorque, EUA.

Knapp, R. (1964). *Panorama das ciências do comportamento*. Editora Fundo de Cultura, São Paulo, Brasil.

Lefebvre, H. (2008). *Space, Difference, Every day life*. Taylor & Francis. Reino Unido.

Lessa, W. (1995). *Dois estudos de comunicação Visual*. UFRJ, Rio de Janeiro.

Liedtka, J. & Ogilvie, T. (2011). *Designing for growth*. Columbia University Press, Colômbia

Lima, E. (1996). *Design Gráfico, um conceito em discussão*. Estudos em Design – Design articles Anais P&D Design 96: pp 25-33

Lueddeckens, E. (1971). *The “Abstract Cabinet” of El Lissitzky*. Art Journal vol.30, nº3. pp 265-266. College Art Association., Nova Iorque, EUA.

Marx, K. & Engels, F. (2021). *Manifesto do Partido Comunista*. Relógio D’Água Editores. Lisboa, Portugal

Maturana, H. (2001). *Cognição, ciência e vida cotidiana*. Editora UFMG. Belo Horizonte

Maturana, H. (2006). *Desde la biología a la psicología*. Editorial Universitaria. Chile.

Maturana, H. & Varela, F. (2011). *Él árbol del conocimiento*. Editorial Universitaria. Chile.

Meggs, P. & Purvis, A. (2005). *História do Design Gráfico*. 4ª edição. Tradução de Cosac Naify. São Paulo, Brasil.

Merleau-Ponty, M. (1999). *Fenomenologia da Percepção*. Martins Fontes, São Paulo, Brasil.

Moreira, D. (2004). *Pesquisa em administração: Origens, usos e variantes do método fenomenológico*. Revista de Administração e Inovação. São Paulo, Brasil.

Morris, C. (1985). *FUNDAMENTOS DE LA TEORÍA DE LOS SIGNOS*. Editorial Paidós, Barcelona, Espanha.

Morris, C. (1993). *Symbolism and reality: a study in the nature of mind*. John Benjamins publishing company, Philadelphia, Amsterdam.

Munari, B. (1981). *Como nacen los objetos?*. Editorial Gustavo Gili, SA. Barcelona, Espanha.

Munari, B. (1981). *Das coisas nascem coisas*. Edições 70. Lisboa, Portugal.

NÖTH, W. (1998). *Panorama da semiótica: de Platão a Peirce*. 2 ed. São Paulo, Brasil.

Peirce, C. (1955). *Philosophical writings*. Donver Publications. Nova Iorque, EUA.

Pereira, A. & Caeiro, M. (2001). *Lisboa Capital do Nada- Marvila 2001*. Extra]muros[. Lisboa, Portugal

Pignatari, D. (2004). *Semiótica e Literatura*. Ateliê Editorial, São Paulo, Brasil.

Pignatari, D. Campos, A & H. (1975). *Teoria da Poesia Concreta: Textos críticos e manifestos 1950-1960*. Livraria duas cidades.

Rocha, M. (2005). *Merleau-Ponty: Fenomenologia e Percepção*. São Paulo, Brasil.

Stigler, B. (1994). *La Técnica y el tiempo: El pecado de Epimeteo*. vol.I. Cultura Libre. Hodarribia, Espanha.

Stigler, B. (1996). *La Técnica y el tiempo: La desorientación*. vol. II. Cultura Libre. Hodarribia, Espanha.

Stiegler, B. (2007). *Questions de Pharmacologie Générale. Il n’y a pas de simple pharmakon*. De Boeck Supérieur. Distribuição eletrônica.

Stiegler, B. (2013). *What makes life worth living*. Polit y Press. Cambridge, Reino Unido.

Tolle, E. (2001). *O Poder do Agora*. 2ª edição. Editora Pergaminho, Lda. Cascais, Portugal.

Triviños, A. (1987). *Introdução à pesquisa em Ciências Sociais*. Editora Atlas S.A. São Paulo, Brasil.

Visocky O’Grady, K. & J. (2006). *A designer’s research manual*. Rockport Published, Inc., Massachusetts, EUA.

Weitemeier, H.(2004). *Klein*. Taschen, Colônia, Alemanha.

Wendler, J. & N. (set. 1996). *Greed is not good*. Art monthly no.199. pp 52-53. Londres, Inglaterra.

Masterclass

Carson, D. (2021). *David Carson Teaches Graphic Design*. Masterclass.com.
Disponível em <https://www.masterclass.com/classes/david-carson-teaches-graphic-design>

Notícias

G1 (2009) *Josef Fritzl pega prisão perpétua e diz que aceita a sentença*. Globo. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1049468-5602,00-JOSEF+FRITZL+PEGA+PRISAO+PERPETUA+E+DIZ+QUE+ACEITA+A+SENTENCA.html>
[Acedido a 19 de Outubro de 2020]

Branco, C. (2018). *Do “monstro de Amstetten” à “menina da cave”*. Observador. Disponível em <https://observador.pt/2018/01/17/do-monstro-de-amstetten-a-menina-da-cave-outras-tres-casas-do-terror-mediaticas/>
[Acedido a 19 de Outubro de 2020]

RTP (2009). *Josef Fritzl pode estar ligado à morte de quatro mulheres*. RTP notícias. Disponível em https://www.rtp.pt/noticias/mundo/josef-fritzl-pode-estar-ligado-a-morte-de-quatro-mulheres_n209652
[Acedido a 19 de Outubro de 2020]

Referências Web

Cours de philosophie de Bernard Stiegler du 1 octobre 2011 – Partie 1, em https://www.youtube.com/watch?v=xgEotdhe-sM&list=PLaQcAn12pEz4Fej0L02wkXZc6x-_lsze
[Acedido a 10 de Março de 2021]

<https://designmanifestos.org/el-lissitzky-the-topology-of-typography/>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://www.vitsoe.com/us/about/good-design>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://www.interaction-design.org/literature/article/dieter-rams-10-timeless-commandments-for-good-design>
[Acedido a 19 de Outubro de 2020]

<https://designmanifestos.org/>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://manifestoworks.com/>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://manifestoworks.com/portfolio-item/portuguese-soul>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://designmanifestos.org/base-design-manifesto/>
[Acedido a 20 de Outubro de 2021]

<https://pt.scribd.com/document/55083909/PROJECTO-E-ATITUDE>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://www.apha.pt/wp-content/uploads/boletim1/CartadeTransdisciplinaridade.pdf>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://issuu.com/mariojorgecaeiro/docs/objet-perdu-catalogue>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<http://www.cidadetomar.pt/2021/06/15/destaque/a-moagem-fabrica-das-artes-e-inaugurada-esta-quarta-feira/>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://arquivos.rtp.pt/conteudos/moagem-fundada-por-manuel-mendes-godinho/>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://pharmakon.fr/wordpress/>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://www.toutfait.com/a-new-look-marcel-duchamp-his-twine-and-the-1942-first-papers-of-surrealism-exhibition/>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

<https://agoraalternativa.wordpress.com/2015/05/16/muito-mais-que-uma-e-tres-cadeiras/>
[Acedido a 10 de Janeiro de 2021]

https://wepresent.wetransfer.com/series/a-manifesto-by/?utm_source=wetransfer&utm_medium=wallpaper&utm_campaign=backfill
[Acedido a 05 de Fevereiro de 2022]

https://www.youtube.com/watch?v=l9RKdPJYGU8&ab_channel=Backstage
[Acedido a 05 de Março de 2022]

Bernard, P. (2009) <https://backspace.com/notes/2009/09/the-social-role-of-the-graphic-designer.php>
[Acedido a 25 de Fevereiro de 2022]

Bailey, S. (2007) <http://dextersinister.org/library.html?id=80>
[Acedido a 25 de Fevereiro de 2022]

Backstage (2021), Mário Laginha, #01 <https://www.youtube.com/channel/UCtIM09KJHXwQ2V72CPHUe4Q>
[Acedido a 05 de Março de 2022]

Gropius, W. (1919) <https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/fok/bau/21394277.html>
[Acedido a 25 de Fevereiro de 2022]

Porto Editora – Infopédia. Porto: Porto Editora. <https://www.infopedia.pt/>
[Acedido entre 2021 e 2022]

Porto Editora – Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/>
[Acedido entre 2021 e 2022]

08

08

ANEXOS

RESULTADOS DO WORKSHOP

01.

“Como foi feito:

Todos os papéis do multibanco do mês de outubro na loja onde estou atualmente a trabalhar; Cartolina preta; Fita cola a representar o número 10; Todos os papéis de multibanco foram simplesmente atirados e assumimos a sua forma e posição.

Conceito:

Este poster procura representar a incógnita do futuro e do nosso trabalho como designers. Eu próprio procuro estar a trabalhar na área contudo não me sinto realizado e livre perante o design atual mais banal pedido pela nossa sociedade. Quis representar essa frustração e incógnita do que irei ser a partir de pessoas que futuramente vejam o mesmo que eu vejo dentro do design. Sinto que vai ser uma preocupação física e psicológica a lidar com problemas que mais tarde serão banais mas atualmente não e é esta confusão gráfica e psicológica que o meu poster quer representar, várias dificuldades que atualmente não sei quais vão ser mas claramente vão acontecer, com novos desafios com mil e uma novas pessoas”

Daniel Neves



02.

“Acho que não existe bem uma explicação de um porquê ao certo ... simplesmente concentrei-me numa resposta à pergunta. Eu não gostei muito do briefing então tentei levá-lo para um lado humorístico.

Em relação à linha gráfica tentei ser o mais fiel possível ao estilo de design que me define como pessoa (através das cores e tipografia), já a paisagem transmitia-me calma”

Maria Arvelos



03.

“A minha inspiração foi o tema da minha dissertação.. esta pergunta acaba por ter a ver um pouco com o conceito que estou a defender! Daqui a 10 anos não sei onde me vejo... Mas sei que estarei em constante crescimento pessoal.

A minha inspiração é baseada nas formas geométricas base, imaginemos que somos crianças com as peças geométricas a construir uma casa... Neste caso, no meu cartaz estão representadas essas mesmas peças geográficas, um corpo carregado, umas por cima das outras, mantendo o equilíbrio, seguidas de mais formas, as mesmas formas, representando etapas, o crescimento e várias direções...

Tal como hoje, daqui a 10 vejo-me a continuar a construir-me e a tornar-me sempre a melhor versão de mim. Pode parecer kinda clichê, mas é mesmo isto.

Tal como a minha dissertação prevê um crescimento rico em estímulos, no sentido relacional e cognitivo, aqui neste cartaz faço jus à ideia de que o crescimento pessoal será sempre o grande objetivo das nossas vidas.

Aperfeiçoamento Aprimorado representa a ideia que eu tenho de onde me vejo daqui a 10 anos, Aperfeiçoando aprimoradamente aquilo que sou. A cor simboliza a criatividade... Que a criatividade nunca nos falte!”

Joana Santos



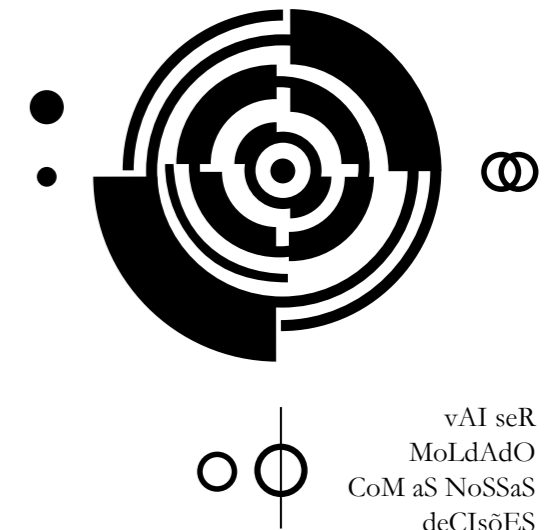
04.

“Com uma pergunta como, onde é que nos vemos daqui a 10 anos, mesmo parecendo algo subjetivo, acaba por ser algo moldado por decisões mesmo que sejam muito pequenas, mesmo organizando um futuro ambíguo, acabará por ser algo que ditará uma linha objectiva.

Sempre vi o futuro como algo ambíguo, que vai ser moldado com cada decisão que tomemos, todo o êxito depende, do que dissermos e fizermos a seguir”

Bruno Ferreira

10 aNoS
onDE TuDo
o QuE pODE
ACONTECER



05.

“Em primeiro lugar nem sei se me aguento até lá, mas pronto, em segundo sei que não tenho a capacidade de fazer essa previsão, aquilo que sei é que vou estar em constante construção e autodestruição, continuar a explorar sem fechar nenhum sistema, se fechar vou acabar por destruí-lo ou ele vai acabar por se destruir”

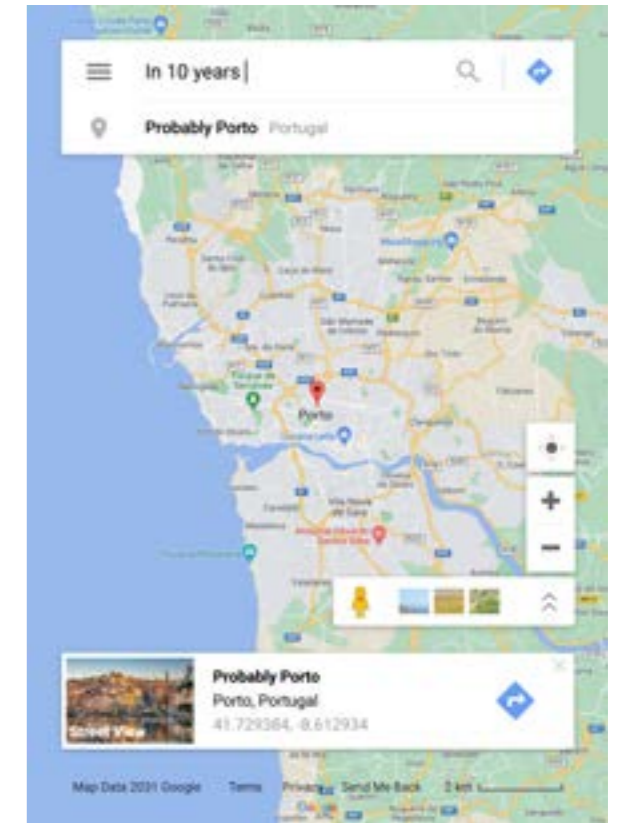
Hugo Monteiro



06.

“O meu poster faz uma interpretação literal do briefing: decidi representar visualmente onde acho que vou estar daqui a 10 anos, geograficamente. Como o mapa é a representação gráfica do território, achei que era a representação visual mais adequada para responder a este briefing através da representação do lugar/ região onde me vejo daqui a 10 anos. Por fim adicionei elementos da interface do google maps para ajudar a contextualizar o poster enquanto resposta à pergunta do briefing”

Sara Janeiro



07.

“Eu fiz assim como se fosse um escritório porque daqui a 10 anos eu espero ter estabilidade suficiente para ter o meu espaço. Espero estar a trabalhar e sentir-me realizada. Pus o Tommy porque sei que me vai acompanhar. Sabes, eu nunca pensei assim tanto a longo prazo, realmente pensando que dos 20 aos 30 não faz assim tanta diferença. Pensei que talvez eu até gostasse de ter uma casa ao pé do mar, ser livre e ter esta liberdade de fazer aquilo que gosto. O verde faz-me sentir bem, transmite-me tranquilidade e abundância. Não significa ter muito dinheiro, mas ter o suficiente para poder ter a minha liberdade. Eu estava na secretária a fazer este desafio e basicamente daqui a 10 anos vejo-me a dar continuidade a outros projetos num outro sítio. É como se eu no agora me revisse nesse sítio que representei. Quis englobar a parte de viajar, de conhecer e de explorar, que representei no mapa lá atrás e a parte da música que é algo que gosto de ter sempre presente”

Melanie Ventura

