

PLAY AROUND

EDITORIAL

Carolina Pimentel Ferreira
ESAD.CR, 2023

Orientador:
Prof. Dr. Nuno Fragata Marques

EDITORIAL

PLAY

GROUND

Criação de livro lúdico a favor
do desbloqueio de processos
criativos no Design Editorial

Projeto desenvolvido no 2º ano do Mestrado em *Design*
Gráfico na Escola Superior de Artes e *Design* do Instituto
Politécnico de Leiria, Caldas da Rainha, para obtenção do
Grau de Mestre.

Carolina Pimentel Ferreira
ESAD.CR, 2023
Orientador:
Prof. Dr. Nuno Fragata Marques

AGRADECIMENTOS

Obrigada,

Mãe, Pai, Rita e Avós, pelo apoio incondicional.

Prof. Nuno Fragata, pelo acompanhamento e paciência ao longo deste ano.

Catarina, Chana, Raquel, Rita e Sara - as Calderianas - pela amizade e diversão que me proporcionaram durante todo este processo.

A todos os participantes que despenderam do seu tempo para expor os seus pontos de vista, que me ajudaram a orientar esta investigação. Em especial, aos meus amigos Catarina, Filipa e Pedro.

ABSTRACT

The role of an editorial designer is to understand and address visual communication problems through the creation of editorials that propose innovative solutions. In this context, a permanent creative flow is required, which may not always be linear or positive. Through literature review and testing, the purpose of this work is the development of a playful tool that can be consulted and used to facilitate the starting and unlocking of creative editorial graphic projects. This thesis embarks on an exploration that seeks to understand the nuances of creative block, its unblocking strategies, and enhance its flow. This information is then crossed with the notions of editorial design collected, and then applied to a physical object, which is the playful book "Playground Editorial". This tangible and interactive tool aims to stimulate designer's exploratory thinking, and encourage them to discover, manipulate and combine editorial design elements in a relaxed and light environment, allowing space and total freedom to experiment, fail and iterate without any sense of guilt or failure.

KEY-WORDS

Editorial Design, Creative Block, Book, Ludic, Exploratory.

RESUMO

O papel do *designer* editorial é compreender e solucionar problemas de comunicação visual através da criação de editoriais que propõem soluções imaginativas e inovadoras. Neste âmbito, é necessário um permanente fluxo criativo, o que não quer necessariamente dizer que este seja sempre linear ou positivo. Através de revisão bibliográfica e de testagens, o intuito deste trabalho é o desenvolvimento de uma ferramenta lúdica que possa ser consultada e utilizada de modo a facilitar o arranque e o desbloqueio de projetos gráficos editoriais criativos. Esta dissertação embarca numa exploração bibliográfica que procura uma compreensão do que é o bloqueio criativo e estratégias desbloqueadoras. Esta informação é então cruzada com as noções de *design* editorial recolhidas e posteriormente aplicadas a um objeto concreto, o livro lúdico "Playground Editorial". O objeto criado surgirá como uma possível ferramenta tangível e interativa que visa incentivar o pensamento exploratório nos *designers*, que participam na descoberta, manipulação e combinação de elementos do *design* editorial num ambiente descontraído e leve, permitindo que haja espaço e total liberdade para experimentar, falhar e iterar, sem qualquer sentimento de culpa ou de fracasso.

PALAVRAS-CHAVE

Design Editorial, Bloqueio criativo, Livro, Lúdico, Exploratório.

ÍNDICE

1_introdução

- 1.1_ questão de investigação
- 1.2_ objetivos
- 1.3_ metodologia
- 1.4_ estrutura do trabalho

2_enquadramento teórico

2.1_o designer

- 2.1.1_ da influência ao original
- 2.1.2_ ansiedade da página em branco
- 2.1.3_ aceitação da impermanência
- 2.1.4_ perfeccionismo como obstáculo criativo
- 2.1.5_ síndrome de impostor
- 2.1.6_ romantização do processo criativo

2.2_o bloqueio

2.3_o desbloqueio

- 2.3.1_ incubação
- 2.3.2_ aleatoriedade
- 2.3.3_ imposição de limites
- 2.3.4_ tentativa-erro
- 2.3.5_ olhar da criança
- 2.3.6_ *hands-on*, manualidade e tangibilidade
- 2.3.7_ ludificação
- 2.3.8_ interatividade

2.4_o editorial

- 2.4.1_ constituintes do editorial
 - a) tamanho e formato
 - b) *layout* e elementos gráficos
 - c) *grids*
 - d) tipografia

e) cor

f) papel

2.4.2_ criação editorial analógica

2.4.3_ o desbloqueio no *design* editorial

2.4.4_ escolha do livro como recurso criativo

3_referências práticas

3.1_Letraset Typen

3.2_Graphic Design Playbook

3.3_The Oblique Strategies

3.4_ The Book Box

3.5_ Più e Meno

3.6_ Strips e Colors

4_enquadramento prático

a) tamanho e formato

b) *grids*

c) *layout* e elementos gráficos

d) tipografia

e) cor

f) papel

g) o objeto gráfico, livro

5_análise de resultados

5.1_ conclusões face aos questionários

5.2_ reformulações

6_conclusões

6.1_ perspectivas futuras

7_bibliografia

8_anexos

GLOSSÁRIO

Altura do x - Altura das letras minúsculas de uma família tipográfica.

Book Dummy - Representação física de um livro, protótipo.

Códice - Volume antigo manuscrito organizado em cadernos, considerado o precursor do livro.

Festo - Vinco nas folhas dos cadernos de um livro.

Flap book - Livro com páginas desconstruídas: divididas em abas ou com abas para levantar.

Flip book - Livro com uma sequência de imagens que, quando folheadas, criam uma animação.

Grid - Estrutura de linhas que ajuda a criar a disposição de uma página, determinando onde os blocos de texto ou imagens se posicionam no espaço.

Háptico - Relativo ao tato ou ao toque.

Layout - A disposição de informação textual e visual numa página.

Legibilidade (*legibility*) - Qualidade que determina a facilidade de leitura de um texto a partir da capacidade de distinguir os caracteres uns dos outros.

Leiturabilidade (*readability*) - Qualidade que determina a facilidade que o leitor tem a ler e entender um texto como um todo.

Livro pop-up - Quando viradas as páginas, surgem elementos tridimensionais criados a partir da materialidade do papel.

Pontos - Unidade de medida da tipografia.

Serendipidade - Ato de descobrir coisas agradáveis por acaso.

Spread - Duas páginas lado a lado, geralmente visualizadas juntas, como as páginas visíveis ao abrir um editorial.

Tipos - Na área da tipografia, refere-se a caracteres móveis para impressão de textos, metálicos ou de madeira.

Versalete - Letras maiúsculas com a altura das letras minúsculas.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Capas dos Pré-Livros.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/324540716888583495/>

Figura 2 - Pré-Livros.

Fonte: <https://www.are.na/block/3884158>

Figura 3 - Livro Ilegível.

Fonte: <https://halo.store/collections/bruno-munari/products/libro-illeggibile-mn-1>

Figura 4 - Livro Ilegível aberto.

Fonte: <https://halo.store/collections/bruno-munari/products/libro-illeggibile-mn-1>

Figura 5 - *Baseline Grid*.

Fonte: <https://uxplanet.org/grids-in-graphic-design-a-quick-history-and-5-top-tips-29c8c0650d18>

Figura 6 - *Column Grid*.

Fonte: <https://uxplanet.org/grids-in-graphic-design-a-quick-history-and-5-top-tips-29c8c0650d18>

Figura 7 - *Modular Grid*.

Fonte: <https://uxplanet.org/grids-in-graphic-design-a-quick-history-and-5-top-tips-29c8c0650d18>

Figura 8 - *Manuscript Grid*.

Fonte: <https://uxplanet.org/grids-in-graphic-design-a-quick-history-and-5-top-tips-29c8c0650d18>

Figura 9 - *Hierarchical Grid*.

Fonte: <https://uxplanet.org/grids-in-graphic-design-a-quick-history-and-5-top-tips-29c8c0650d18>

Figura 10 - *Designer* a construir *layout* analogicamente nos anos 80.

Fonte: <https://creativepro.com/scanning-around-gene-throwing-away-pasteup-books/>

Figura 11 - Pormenor de *designer* a construir *layout* analogicamente nos anos 80.

Fonte: <https://creativepro.com/scanning-around-gene-throwing-away-pasteup-books/>

Figura 12 - Letraset Typen.

Fonte: https://oa.letterformarchive.org/item?workID=lfa_type_0955&targPic=lfa_type_0955_004.jpg

Figura 13 - Graphic Design Play Book: An Exploration of Visual Thinking.

Fonte: <https://www.creativeboom.com/features/graphic-design-playbook/>

Figura 14 - The Oblique Strategies.

Fonte: <https://musicorange.com/blog/things-we-like-oblique-strategies>

Figura 15 - The Book Box: Industrial Bookbinding Techniques.

Fonte: <https://shop.itemzero.com/products/the-book-box/>

Figura 16 - The Book Box - Lombadas.

Fonte: <https://shop.itemzero.com/products/the-book-box/>

Figura 17 - Jogo Più e Meno.

Fonte: <https://www.bruaa.pt/loja/piu-e-meno/>

Figura 18 - Cartas jogo Più e Meno.

Fonte: <https://www.bruaa.pt/loja/piu-e-meno/>

Figura 19 - Livro Strips.

Fonte: <https://www.creativeboom.com/features/graphic-design-playbook/>

Figura 20 - Livro Colors.

Fonte: <https://www.creativeboom.com/features/graphic-design-playbook/>

Figura 21 - Objeto tamanho - informação.

Figura 22 - Objeto tamanho A6.

Figura 23 - Objeto tamanho A5.

Figura 24 - Objeto tamanho A4.

Figura 25 - Objeto tamanho A3.

Figura 26 - Objeto *grids*.

Figura 27 - Objeto *grids* em utilização.

Figura 28 - Detalhe de objeto *layout* em utilização.

Figura 29 - Objeto *layout* em utilização.

Figura 30 - Objeto tipografia.

Figura 31 - Objeto tipografia em utilização 1.

Figura 32 - Objeto tipografia em utilização 2.

Figura 33 - Objeto tipografia - desdobramentos.

Figura 34 - Objeto papel capa.

Figura 35 - Objeto papel - pormenor do elástico.

Figura 36 - Objeto papel - livros da gramagem.

Figura 37 - Livros da gramagem.

Figura 38 - Lombadas dos livros da gramagem.

Figura 39 - Interior livros da gramagem.

Figura 40 - Interior livros da gramagem - pormenor.

Figura 41 - Objeto cor - capa.

Figura 42 - Objeto cor em utilização 1.

Figura 43 - Objeto cor em utilização 2.

Figura 44 - Objeto cor e marcador - lado preto.

Figura 45 - Objeto cor e marcador - lado branco.

Figura 46 - *Playground* Editorial.

Figura 47 - *Playground* Editorial em perspetiva.

Figura 48 - Livro aberto a metade.

Figura 49 - Livro aberto.

Figura 50 - Gráfico - problemáticas dos *designers* no processo criativo.

Figura 51 - Gráfico o - avaliação da eficácia dos objetos individuais na escala de 1 a 4.

Figura 52 - Gráfico - avaliação da eficácia dos estratégias desbloqueadoras na escala de 1 a 4.

Figura 53 - Gráfico o - avaliação da contribuição do objeto para o desbloqueio criativo na escala de 1 a 4.

Figura 54 - Gráfico - avaliação da facilidade de manuseamento na escala de 1 a 4.

Figura 55 - Gráfico - para quem o objeto é útil.

Figura 56 - Objeto *layout* - velcros.

Figura 57 - Objeto *layout* - envelope transparente.

1_INTRODUÇÃO



A área do *design* é um território criativo que expõe uma mensagem a um público - uma forma de interpretar e expor ideias e narrativas de forma clara, apelativa e planeada. No *design* gráfico, esta planificação é aplicada a algo gráfico, algo produzido, concreto e impactante (Millman, 2007). O *design* editorial implica que os *designers* desconstruam e explorem os conceitos e a fisicalidade do que é o livro, de maneira a criarem objetos apreciados pelo seu público. Contudo, nem sempre o desenvolvimento de um trabalho é linear, sendo comum encontrarem-se constrangimentos no caminho que podem bloquear o fluxo de ideias e tornar a experiência de criação menos positiva. O processo de gerar ideias é complexo, e tanto pode acontecer rapidamente, como pode prolongar-se no tempo, é uma etapa que se apodera da mente do criativo até surgir uma solução (Csikszentmihalyi, 2007).

"(...)ele vai dormir todas as noites a refletir sobre algum problema não resolvido, algum procedimento experimental que não funciona, algum processo que não está muito certo." (Csikszentmihalyi, 2008, p.99).

Foi este o ponto de partida para a investigação, motivado pelos constrangimentos do processo criativo sentidos em primeira mão pela investigadora, assim como os que perceciona noutros *designers* com quem convive. Pretende-se evidenciar problemáticas presentes no processo de trabalho do *designer*, como ansiedades, inseguranças e bloqueios, no sentido de encontrar meios que possam favorecer um processo criativo mais positivo.

Esta investigação inspira-se nas palavras de Munari (1981) que, sobre o seu jogo "Più e Meno", diz: "O jogo marcha à velocidade do pensamento, a mente está em contínua ação, tudo se faz e se desfaz como na realidade, não há nada mais importante, o que conta é a possibilidade combinatória, mudar sempre, experimentar e tornar a experimentar. A mente fica elástica, o pensamento dinâmico. O indivíduo criativo" (p.254). A materialidade e interatividade do objeto fomentam o pensamento criativo. Esta investigação, apoiada pelo ponto de vista de Munari, procura o entendimento sobre o uso de um objeto lúdico, com componentes interativos, a favor do incentivo da exploração durante o processo de criação no *design* editorial.

1.1_ questão de investigação

Definiu-se então a seguinte questão de investigação: Como criar um objeto gráfico lúdico que favoreça processos de criação no *design* editorial?

1.2_ objetivos

Para dar resposta à questão teórica definiram-se os seguintes objetivos:

_Compreender os bloqueios criativos que afetam o *designer*;

_Identificar estratégias de desbloqueio criativo aplicáveis à criação de um objeto gráfico lúdico que favoreça processos de criação no *design* editorial;

_Identificar a estrutura e os constituintes de um trabalho em *design* editorial;

_Entender possibilidades de aplicação de estratégias desbloqueadoras a um objeto gráfico tangível;

_Testar o objeto gráfico lúdico criado a favor do desbloqueio de processos de criação no *design* editorial.

1.3_ metodologia

Esta investigação contém uma fase de revisão de literatura, uma fase de recolha e descrição de referências práticas, uma fase de testagem do objeto e recolha de dados através de questionários.

Na fase da revisão de literatura fez-se uma pesquisa que permitiu reconhecer os diferentes pontos de vista dos autores e recolher informação existente, de maneira a aprofundar e triangular os temas relevantes para a investigação. Foi recolhida bibliografia acerca do processo de trabalho do *designer*, do bloqueio criativo

e respetivo desbloqueio, e do *design* editorial, com o objetivo de entender os impasses no fluxo criativo do *designer* gráfico e, de seguida, afunilar esta informação para a área específica do *design* editorial. Esta pesquisa é qualitativa porque "examina como indivíduos vêm e experienciam o mundo" (Muratovski, 2016), focando-se mais em pessoas, situações, sensações e menos em dados quantitativos.

Na recolha de referências práticas, procuraram-se trabalhos físicos já realizados que potenciasssem de alguma forma um desbloqueio ou exploração criativa, com o objetivo de fundamentar a revisão teórica e orientar o desenvolvimento prático da investigação.

Na testagem do projeto prático, foi dada a um grupo de *designers* a oportunidade de manusearem de forma livre o protótipo desenvolvido para que estes pudessem expor a sua opinião. Foi aplicada uma observação não participativa do manuseamento do objeto e, de seguida, um questionário estruturado que permitiu recolher informação. Estes dados possibilitaram análises e conclusões que guiaram alterações a serem feitas no protótipo.

1.4_ estrutura do trabalho

Este trabalho está estruturado em 5 capítulos.

introdução_No primeiro capítulo, introduz-se o trabalho, especificando o que será desenvolvido, a sua motivação, a questão teórica, os respetivos objetivos, as metodologias e a estrutura do documento escrito.

enquadramento teórico_O segundo capítulo contém a revisão da literatura, sendo o momento teórico da investigação, e está dividido em 4 subcapítulos: o *designer*, o bloqueio, o desbloqueio e o editorial.

No subcapítulo do *designer* tenta compreender-se as problemáticas que podem afetar o *designer* ao longo do seu processo criativo. No subcapítulo do bloqueio entende-se como estas problemáticas podem ser causadoras de um entrave no fluxo do ato de criar, e desenvolve-se melhor o conceito de bloqueio criativo. De seguida,

no subcapítulo do desbloqueio, analisam-se estratégias que podem combater este obstáculo no ato criativo. Por último, o subcapítulo do editorial foca a investigação neste âmbito do *design* gráfico, e elabora sobre cada elemento a ter em conta na criação de um editorial, como era a construção do editorial antes do processo se tornar digital, estratégias de desbloqueio especificamente no território do editorial, e como o livro pode funcionar como ferramenta criativa.

Será relevante mencionar que são referenciadas obras da área do *design*, mas também literatura exterior a este âmbito. São referenciadas obras no âmbito da arte e da escrita, áreas também elas criativas, que dão uma visão mais ampla e abrangente do que pode ser um bloqueio no processo criativo e possibilitando o cruzamento de informação.

referências práticas_ No capítulo três abordam-se referências práticas que inspiraram este projeto. Este momento fundamenta a literatura recolhida, sendo possível identificar, para cada referência, as estratégias de desbloqueio anteriormente referidas e como estas podem funcionar aplicadas a um objeto concreto.

enquadramento prático_ No quarto capítulo detalha-se sobre o desenvolvimento do objeto prático que resulta de reflexões aplicada a partir da pesquisa efetuada. Aborda-se o objeto como um todo e as suas peças individuais, os seus respetivos propósitos e a sua produção.

conclusões_ Neste capítulo apresentam-se e retiram-se conclusões, fazem-se reflexões sobre o trabalho desenvolvido, e e perspetivam-se possíveis desenvolvimentos futuros, equacionados a partir da investigação.

2_ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Nota prévia 1: É recorrente o uso da palavra “artista” ao longo do texto. Sendo geralmente o artista um conceito distinto do conceito de *designer*, neste contexto, o artista não é interpretado como o que exclusivamente faz arte, mas sim o que trabalha e se dedica ao seu ofício criativo. Neste caso, o ofício é o *Design*.

Nota prévia 2: Para citações estrangeiras, traduções livres feitas pela autora. Texto na língua original em rodapé.

2.1_o designer

O *designer* gráfico surge como agente de transformação da sociedade, com um papel que combina a responsabilidade social com o acesso ao conhecimento sobre a produção digital e física de objetos gráficos que impactam o dia-a-dia de todos (Millman & Heller, 2007). Trabalha numa área multidisciplinar, e com diferentes profundidades, no sentido em que procura criar algo “mais perceptível, mais acessível, e mais bonito” (Millman & Heller, 2007, p.221), permitindo que haja cruzamentos de domínios distintos. O *design* gráfico é um misto entre a ciência e a arte por ser um território intelectual, teórico e rigoroso, mas equilibrado com a emoção e o instinto (Millman & Heller, 2007). O *designer* Michael Bierut (1994) descreve-o como uma combinação de objetivos funcionais e concretos com decisões pessoais intuitivas e irracionais, que vão além do que é possível justificar. Estas decisões intuitivas funcionam como um envolvimento pessoal no processo de trabalho e podem criar constrangimentos no mesmo, evocando ao *designer* variadas sensações ao longo do projeto, positivas e negativas, tornando o seu progresso pouco estável e distinto para cada um.

Bayles e Orland (2001), na obra *Art & Fear*, referem que trabalhar em áreas artísticas criativas - como é a área do *design* gráfico - significa “operar face à incerteza” (p.10) de não saber se alguém vai apreciar o que foi criado, e as dificuldades que daí advêm são “universais e familiares” (p.7). Tal como indica o título da obra, a criação e o medo andam de mãos dadas e isso é uma experiência comum a muitos. Entender as problemáticas que advêm desse

sentimento e que estão presentes no progresso de um trabalho criativo é essencial para iniciar uma investigação que possa potenciar um processo mais positivo.

No livro *How to Think like a Great Graphic Designer*, a autora Debbie Millman (2007) entrevista *designers* gráficos, retratando assim a área do *design* gráfico em primeira mão, assim como métodos de trabalho e sensações presentes no seu progresso. Pela leitura da obra, foi possível reconhecer alguns padrões de respostas e entender o que implica a profissão do *designer* gráfico, assim como concluir problemáticas recorrentes. Os tópicos mais abordados são a necessidade de ser verdadeiramente original, a ansiedade da página em branco, a aceitação da impermanência, o perfeccionismo e a síndrome de impostor. Estes temas serão aprofundados ao longo deste capítulo, observando-os à luz de várias perspetivas.

2.1.1_da influência ao original

“Quando comecei, o meu mantra no estúdio era que, para cada projeto, tínhamos que experimentar algo totalmente novo. O que claramente se revelou humanamente impossível rapidamente. Não era suportável. E não acho que seja suportável por ninguém.” - Stefan Sagmeister (Millman & Heller, 2007, p.59).¹

¹When I first started out, my mantra in the studio was that for every project, we had to try out something totally new. Which of course proved humanly impossible fairly quickly. It was not supportable. And I don't think it's supportable by anybody.

Entendeu-se, através do livro *How to Think like a Great Graphic Designer*, de Millman (2007), que uma das inquietações comuns aos *designers* gráficos é a necessidade de criarem algo que seja verdadeiramente original. Esta inquietação pode estar intensificada pela dificuldade que é destacar-se no meio. A rápida evolução da área do *design* gráfico foi proporcionada pelo avanço da tecnologia que permite, através dos computadores, a criação de mais quantidade de trabalho em menos tempo e sem custos acrescidos. É possível criar múltiplas versões e iterá-las as vezes que forem necessárias, sem despender novos recursos, e atingindo expressões gráficas que, por razões técnicas ou de custo, não são passíveis de alcançar sem a tecnologia (Shaughnessy, 2010). É importante que o *designer* tenha um papel adaptativo, de maneira a ajustar-se a

um ambiente de trabalho na qual estão continuamente a ser desenvolvidas novas ferramentas e novas técnicas (Buckley, 2019). Com o crescimento da tecnologia gráfica digital, e com o fácil acesso aos *softwares*, gerou-se a oportunidade para um maior número de pessoas à entrada na área do *design* gráfico, aumentando esse mercado. Assim, a necessidade do *designer* se evidenciar aumentou, pois há uma maior facilidade para todos, profissionais ou não, em criar conteúdo gráfico. Desta forma, há uma demanda por permanente pesquisa, para que o *designer* se mantenha atualizado, tal como uma constante busca por novas ideias que sejam realmente originais.

“Nada é completamente original” afirma Kleon (2012) na sua obra *Steal Like an Artist* (p.7). Esta ideia é também assumida pelo poeta T. S. Eliot (1919), que acredita que um bom artista é aquele que aprende profundamente com o passado e o deixa interferir com o presente. Eliot diz que nenhuma arte tem significado sozinha, tem que ser inserida num contexto e comparada com o que já existe, para que possa ser original e relevante. Esta consciência pode ser tranquilizante para o artista, que reconhece que as influências são indispensáveis e inevitáveis.

Por outro lado, Harold Bloom (1997) em *Anxiety of Influence*, exprime que influências são causa de angústia. Bloom fala na arte da poesia e o que a influência de outros poetas pode causar no artista. Diz que esta angústia resulta na necessidade do artista em equilibrar o envolvimento com o passado e o seu desejo de um afastamento do que já existe para que possa afirmar a sua individualidade através de algo verdadeiramente original. Bloom argumenta que a ansiedade para transcender os antecedentes é essencial para o processo criativo avançar.

Contrariamente a esta perspetiva que defende que, ainda que essenciais, as influências são associadas a um sentimento negativo, Austin Kleon (2012), aproxima-se da visão de T. S. Eliot e encoraja o artista a abraçar o que já foi criado, a usá-lo como ponto de partida e não como fonte de ansiedade. Para Kleon, a aceitação de que nada nasce do nada, e que todo o trabalho criativo se baseia em algo já existente, liberta o artista do fardo que é tentar ser puramente original (p.8).

Para corroborar esta concepção, o escritor novelista americano Jonathan Lethem (2011) diz em entrevista que acredita que referenciar e a originalidade são uma parceria necessária. Para Lethem, a originalidade não tem valor sozinha, não tem significado como processo de um trabalho. O processo tem de afirmar influências, o trabalho tem que orgulhosamente demonstrar a arte que o artista consome, o que o entusiasma. Em concordância, autor de *How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*, Adrian Shaughnessy (2010), refere que um bom artista usa e manuseia as suas referências, que estão evidentes, reconhecidas e identificadas, assumindo que é uma adaptação e sem qualquer manobra dissimulada. Acima de tudo, um profissional respeita a sua arte e, conseqüentemente, os seus antecedentes contribuidores, colocando-se num lugar humilde de aprendizagem perante eles.

O uso de referências é essencial para remover a ideia de que se começa um trabalho do zero. Ao iniciar um trabalho utiliza-se, como ponto de partida, informação já existente. A perspetiva de Jonathan Lethem (2007) valida-o: o autor identifica o fenómeno do “conhecimento público não descoberto” (*undiscovered public knowledge*) - informação que já existe e que está disponível, embora dispersa, à espera de ser agregada por alguém que esteja disposto a fazer a pesquisa certa. Ao assumir que o saber já está disponível, o artista pode reconhecer que não tem de inventar nada do zero, e que começar um novo projeto criativo não tem que incluir o desassossego da criação de uma ideia pioneira, mas sim um aprofundar do conhecimento já disponível e um entendimento do passado.

Elizabeth Gilbert (2016), autora do livro *Big Magic*, testemunha este pensamento quando comunica que as ideias já existem, as conexões entre elas é que são infinitas, e podem ser descobertas ou não, podem ser reconhecidas ou não. Como o conhecimento já existe, Gilbert defende que as ideias também. Desta forma, são externas ao ser humano, e podem, ou não, ser constatadas (p.51). A autora refere também o fenómeno da “descoberta múltipla” (*multiple discovery*), que legitima este conceito: ocorre quando dois ou mais cientistas têm a mesma ideia, em simultâneo e em diferentes lugares do mundo (p.48).

Embora o sucesso se alcance com trabalho, o pensamento de que os conceitos já existem externamente ao artista auxilia-o a libertar-se do fardo que é conceber do zero, e facilita um processo de trabalho mais leve e destemido. Não é errado fazer perguntas que já foram feitas, nem circular à volta de temas já abordados. A repetição é inevitável, mas a conjugação da expressão e paixão de cada pessoa é distinta, e torna uma ideia já existente em algo individual e único (Gilbert, 2016).

Em suma, e em concordância com as palavras de Stefan Sagmeister citadas no início deste capítulo, a busca pela total originalidade pode ser esmagadora. Desta forma, é essencial abraçar as influências inevitáveis no processo criativo e entender que nada nasce do zero. Entende-se que a criatividade não reside no ato de gerar algo novo, mas sim na reinterpretação de conceitos.

2.1.2_ ansiedade da página em branco

“(...)a página em branco contém todas as histórias em nenhuma história, assim como o silêncio contém todos os potenciais sons e o branco contém todas as cores.” (Gubar, 2014, p.265).²

²(...)the blank page contains all stories in no story, just as silence contains all potential sound and white contains all color.

Em *How to Think like a Great Graphic Designer* de Millman (2007), uma das mais referidas inquietações dos *designers* gráficos é a sensação de começar do zero. Quando o artista é confrontado pela página em branco, seja num caderno, ou digitalmente numa *artboard* do *software* gráfico, é comum uma sensação de sobrecarga e ansiedade com o conceito de começar do absoluto nada (McCooey, 2010). Esta inquietação pode dever-se ao facto de que, ao colocar ideias numa página em branco, eventualmente estas serão julgadas por outros. É um ato de exposição (Engle, s.d.). Também inibe o momento de criação porque a página em branco é vasta, infinita, está tudo em aberto e ainda sem um significado associado. Cabe ao artista atribuir-lhe esse significado, e isso pode ser assustador (Johnson, 2019). A página em branco implica ativamente o ato de

criação (Briefs-Elgin, 1997, p.72) e é vista de forma negativa como um obstáculo a ultrapassar (Macy, 2003). As sensações negativas, conseqüentemente, dificultam o fluxo de ideias, e contribuem para a página continuar em branco.

Uma das estratégias que alivia estas sensações é preencher a página com elementos que poderão ser úteis: no caso dos *designers*, será útil inserir texto e imagens que se pretende utilizar, mas ainda sem dar atenção ao seu aspeto (Thul, 2020). Pode-se também ir acrescentando hipóteses para os elementos da qual ainda não se tem a certeza: várias opções de cores ou de fontes, por exemplo. Isto permite que a página já não esteja em branco e possa ser menos intimidante, possuindo material como ponto de partida.

Outra perspetiva que atenua o peso da página em branco é observá-la como necessária, um valor irrevogável do *design* gráfico. Espaço em branco é o vazio, a ausência de conteúdo, no entanto, acomoda muito significado através do seu contexto. É uma escolha, é a decisão de não imprimir, é o espaço negativo, e é essencial na construção de um objeto gráfico (Robertson, 1994).

A página em branco é uma causa comum de ansiedade, no entanto, revela-se uma tela cheia de possibilidades. Embora vazia, é um espaço que se permite ser preenchido de inúmeras potencialidades. O branco contém histórias em si próprio por meio do seu contexto, permite que o artista faça escolhas conscientes e será sempre um novo começo que proporcionará um espaço valioso para a autoexpressão e afirmação da mensagem do artista. Compreendendo o seu valor, o espaço em branco é utilizado como ponto de partida e como ferramenta essencial no *design* gráfico.

2.1.3_aceitação da impermanência

“O prazer estava em fazê-lo e destruí-lo.(...) Percebi que para ter a experiência tinha que eliminar o que tinha feito.(...) Descartar continuamente muitas coisas que eu sabia fazer em favor de descobrir o que não sabia. Acho que é assim que te manténs vivo profissionalmente.”
-Milton Glaser (Millman & Heller, 2007, p.31).³

³The pleasure was in making it and destroying it. (...)I realized that in order to have the experience, I had to eliminate what I had done. (...)I think at that moment in my life, I found a peculiar path: To continually discard a lot of the things that I knew how to do in favor of finding out what I didn't. I think this is the way you stay alive professionally.

Dar o trabalho como terminado é crucial para o *designer* gráfico quando existem prazos de entrega rigorosos que implicam que o projeto seja libertado para o mundo real, muitas vezes quando para o *designer* o projeto ainda não está completamente finalizado e aperfeiçoado. Existe um momento em que o projeto tem que findar, e é uma dúvida comum para o *designer* compreender se o trabalho já tem a qualidade suficiente para entregar ao cliente (Millman & Heller, 2007). Por vezes os trabalhos causam um determinado apego que torna mais difícil a tarefa de o deixar ir. Este apego pode ser um ponto de partida para outros projetos. Uma inspeção próxima dos trabalhos já realizados diz muito sobre o artista - sobre os seus métodos de trabalho, as suas forças e as suas fraquezas. Essa observação pode fornecer guias para trabalhos futuros e para dúvidas que surjam num novo projeto. Haverá direções no projeto anterior, podendo ser uma referência sempre disponível a ser consultada (Bayles & Orland, 2001).

Noutra perspetiva, tem que existir um certo desapego para deixar um projeto terminar, nem que seja apenas para começar outro e depositar-lhe o mesmo nível de dedicação (Gilbert, 2016). Não é uma desistência do que foi feito até ao momento, mas sim saber parar. “Desistir acontece uma vez apenas. Desistir significa não recomeçar, e a arte tem tudo a ver com recomeço” (Bayles & Orland, 2001, p.17). Para Paula Scher, a solução é dar o projeto como terminado quando tem que o fazer, e seguir para o próximo sem olhar para trás. A ambição em ser melhor estará depositada na tarefa posterior, não havendo razão para se focar nas atividades

passadas (Millman & Heller, 2007). Uma conclusão promove uma introdução (Vis, 2021, p.105).

No livro *It's Beautiful... Then Gone*, Martin Venezky (2007) encoraja a impermanência dos projetos e sugere que a existência temporária dos mesmos lhes promove um maior valor. A efemeridade e desintegração de um objeto transforma-o em algo orgânico, ao contrário de um ficheiro digital estático (p.9). A perspetiva de tudo ser apenas provisório, e a possibilidade de tudo se poder destruir e voltar a ser nada, atenua a inquietação em criar algo perfeito e duradouro. Permite ao artista ser mais experimental e torna a ansiedade da página em branco também mais suportável.

Não é apenas o trabalho que tem de ser provisório, também o empenho que lhe é dedicado. Embora o projeto possa parecer longe de estar perfeito, o artista tem que saber quando parar, porque não existe nada que seja perfeito para todos. Esta busca pela perfeição pode ser pejorativa, um medo mascarado de virtude à qual nomeiam de perfeccionismo (Gilbert, 2016, p.110).

2.1.4_perfeccionismo como obstáculo criativo

“A arte é humana; o erro é humano; logo, arte é erro.”
(Bayles & Orland, 2001,p.32).⁴

⁴Art is human; error is human; ergo, art is error. O maior obstáculo que as pessoas enfrentam no caminho para o sucesso criativo é o medo - medo do fracasso, medo de ser julgado, medo de começar, medo do desconhecido (Kelley & Kelley, 2013, p.40).

O medo é um mecanismo evolutivo de sobrevivência, que assume que tudo o que esteja fora do nosso controlo é perigoso, com o intuito de nos manter seguros (Fritscher, 2023). A criatividade será sempre um gatilho para o medo, por ser uma área na qual se

correm riscos e por ser um processo subjetivo e incerto - dificilmente se prevê o resultado exato de um esforço criativo. O medo e a criatividade estão diretamente ligados, dado que a criatividade geralmente envolve sair da zona de conforto para alcançar algo inovador (Gilbert, 2016, p.23). É, por isso, uma emoção bastante recorrente para pessoas que estão a participar num ciclo de criação (Bayles & Orland, 2001).

Existem medos inerentes ao perfeccionismo, como o receio de mostrar o progresso de um projeto que não esteja dentro da idealização do que é o perfeito para o artista, ou o receio de não conseguir superar o trabalho anterior. Esta ideia pressupõe a existência de um cume da perfeição, que é a qualidade máxima que um projeto pode alcançar. Assume-se então uma limitação para as potencialidades criativas, um fim, restringindo-as apenas "ao sucesso e ao falhanço, ao ganhar e ao perder" (Gilbert, 2016, p.53).

O conceito da perfeição é altamente subjetivo, o que o torna numa noção vaga e imprecisa, e não algo que se consiga alcançar. A evolução de um projeto é inerentemente não linear e imperfeita, e o perfeccionismo é usado como desculpa para prolongar esse processo, por haver sempre algo que se possa melhorar, dificultando o ato de terminar um projeto. Esperar para que esteja tudo perfeito é esperar para sempre, é paralisar. É admirável insistir e aprimorar um trabalho, dedicar-lhe a atenção que necessita durante um período de tempo limitado. Mas para o fazer, deve abandonar-se a utopia que é a perfeição. Esta fantasia pode impedir que se comece de todo um novo projeto, por fazer com que o artista se apoie mais no que já sabe fazer e não arrisque, risco este que pode ser sinónimo do erro (Bayles & Orland, 2001).

"Exigir perfeição é negar a humanidade ordinária (e universal)" (Bayles & Orland, 2001, p.33), e é uma pressão que muitas vezes o artista coloca em si mesmo. Mas "a arte é criada por pessoas normais" (p.11), e pessoas normais são imperfeitas. São características como defeitos, fraquezas e imperfeições que guiam o artista, motivam a arte, e que a tornam ímpar.

2.1.5_ síndrome de impostor

"O meu maior medo é que alguém perceba que sou uma farsa. Acho que essa é uma das coisas que me mantém a trabalhar."
-Bonnie Siegler (Millman & Heller, 2007, p.101).⁵

⁵My greatest fear is that someone will realize that I'm a sham. I think this is one of the things that keeps me working.

Uma pessoa perfeccionista sente a necessidade de ser a melhor no que faz, tem expectativas elevadas e irrealistas, tem receio de falhar. Estas características estão associadas a uma inquietação recorrentemente abordada nas áreas criativas: a síndrome de impostor.

Pauline Rose Clance (1978), psicóloga clínica, foi a primeira pessoa a evidenciar o conceito psicológico "*imposter phenomenon*", mais comumente conhecido como síndrome de impostor, e descreve-o como sendo uma forte crença de que as conquistas alcançadas até ao momento são derivadas de fatores externos e, conseqüentemente, um sentimento de incapacitação no cumprimento de uma nova tarefa. Uma pessoa com características do *imposter phenomenon* tem a convicção de que é uma farsa, que não é verdadeiramente bom no que faz, e que não merece o sucesso que alcançou, tendo a inquietação de um dia ser "desmascarado". Quem tem estas características acredita que tem menos competências do que tem na realidade e pode sentir-se paralisado por acreditar que é incapaz de criar algo relevante aos seus olhos e aos olhos dos outros.

Em *Art & Fear*, Bayles e Orland (2001) afirmam que a arte e o artista se misturam. Dizem ser comum que a relevância que o artista associa ao seu trabalho esteja diretamente ligada com o que o artista acha de si próprio, sendo uma falha no seu trabalho levada como uma falha pessoal. Áreas criativas são reveladoras, o artista expõe-se no que faz. Assim surgem inseguranças relacionadas com as próprias capacidades artísticas, que se expressam em pensamentos comuns na síndrome de impostor, como "não sou realmente um artista", "não tenho nada relevante para dizer", "não sei o que estou a fazer", "os outros são melhores que eu", "ninguém gosta/percebe o meu trabalho" (p.19). Por estar dentro do seu próprio processo, é recorrente que o artista considere que as suas boas ideias são apenas sorte ou altamente influenciadas por outros, o que origina uma

sensação de fingimento e, conseqüentemente, um medo que quem esteja a observar de fora o perceba.

Esta síndrome pode manifestar-se no *designer* gráfico por intermédio de uma aversão pela rejeição e pela crítica, pela ansiedade de se ser ridicularizado ou não se ser levado a sério, tudo desencadeado por um desassossego constante de que os outros o vejam como uma fraude. O *designer* com síndrome de impostor desvaloriza o seu trabalho, e quando o seu processo não está a fluir e as ideias não estão a surgir, o *designer* identifica-o como confirmação dos seus receios (Bayles & Orland, 2001).

Apesar das inseguranças paralisantes que possa causar, o autor do livro *Think Again*, Adam Grant (2021), acredita que a síndrome de impostor é algo positivo e pode ser percecionado como uma vantagem. Para Grant, é sinónimo de reconhecer a própria falibilidade, e conseqüentemente, trabalhar mais e arduamente para chegar a um bom resultado. Ao sentir que é impostor, o indivíduo terá mais espaço para questionar e repensar abordagens que outros podem assumir como garantidas, como também para absorver experiências e convertê-las em conhecimento.

Ao contrário da síndrome de impostor, Adam Grant (2021) nomeou o "*armchair quarterback syndrome*", que traduzido livremente pode ser enunciado como "síndrome de treinador de bancada", conceito que consiste em possuir uma confiança superior às competências. É uma sobrestimação das próprias capacidades, o não reconhecimento de que não se possui toda a informação. Conseqüentemente, há um menor investimento em corrigir e aprofundar o conhecimento e não existe tanto espaço para melhorar e rever o pensamento. Quando alcançado este estado de excesso de confiança, o artista acomoda-se e o seu trabalho torna-se "repetitivo e previsível" (Shaughnessy, 2010, p.113). Por outro lado, reconhecer a falta de entendimento sobre determinado assunto permite a sua observação através de uma nova perspetiva (Vis, 2021).

Considerando estas teorias, compreende-se que a ideologia de Adam Grant (2021) não é evitar a sensação de não ser capaz, mas sim usá-la como combustível para aprender mais, para fazer

⁶It's a terrible feeling to feel you can't learn or have reached the end of your potencial. diferente. Questionar e duvidar cria espaço para aprender, absorver experiências e convertê-las em conhecimento novo. O *designer* não tem que eliminar a sensação de dúvida para conseguir produzir eficazmente, mas usá-la como mote para crescer.

"É uma sensação terrível sentir que já não consegues aprender ou que atingiste o limite do teu potencial."
- Milton Glaser (Millman & Heller, 2007, p.32).⁶

2.1.6_romantização do processo criativo

Para todas as emoções negativas associadas ao processo de trabalho do *designer* descritas nos parágrafos anteriores, há uma perspetiva mais otimista que afirma que as inquietações podem ser também favoráveis e proveitosas para o processo. As sensações de medo e dúvida confirmam a importância que o *designer* associa a um dado projeto, refletem a existência de uma aspiração, indicam responsabilidade e interesse, e colaboram para um processo mais desprezioso. Um artista totalmente destemido é um objetivo difícil de alcançar, por isso, é considerável aceitar que inseguranças estarão sempre presentes e aprender a lidar com elas (Pressfield, 2002).

Alguns artistas consentem cegamente a negatividade associada ao seu processo de trabalho, assumindo-o como algo sombrio. O autor do livro *The War of Art*, Steven Pressfield (2002), exprime na sua obra que ser artista é comprometer-se com isolamento, desespero, desprezo e humilhação, e afirma que o artista "tem que saber ser miserável" (p.81). O saxofonista Jackir McLean afirmou que, nos anos 50, assistiu a aspirantes de música a consumir heroína para imitar o comportamento do seu herói Charlie Parker. O pintor Francis Bacon promove a infelicidade acima do bem-estar, por ser mais útil para o artista no ato de criar através de emoções (Gilbert, 2016).

O que têm em comum estas perspectivas é o mérito que atribuem a vivências negativas. Mas noutro ângulo, a autora Elizabeth Gilbert (2016) afirma que a criatividade se tornou num concurso de sofrimento (p.209). Afirma a existência de uma romantização do desconforto e angústia emocional no processo de criação: a figura do artista é associada a alguém deprimido e solitário, de tal maneira que, se o processo for leve e prazeroso, o trabalho é desvalorizado, não só pela sociedade como pelo artista, que se sente culpado por ter percorrido um projeto de maneira divertida. Diversão esta que pode ser interpretada como não levar o trabalho de forma séria.

Se a criação é associada a algo sombrio, haverá valor artístico para projetos recreativos? Gilbert (2016) diz que sim, “um processo leve não precisa necessariamente de resultar num produto despreocupado” (p.228). Um processo divertido não significa que seja superficial, e um processo sério pode ser simultaneamente alegre (Millman & Heller, 2007, p.26). Para conseguir esta visão leve do processo, Gilbert expõe o paradoxo que acredita ser importante manter em mente para ter um processo criativo saudável: a expressão artística é irrelevante mas também é profundamente relevante. Aplicando o conceito ao *designer* gráfico, é importante que este compreenda que o seu trabalho é significativo, configurando-lhe valor, seriedade e responsabilidade, assim como tem que conseguir desvalorizá-lo, de maneira a vê-lo com mais descontração e associando-lhe leveza.

2.2_o bloqueio

Um grande clichê associado ao artista será chegar a um ponto de estagnação no seu trabalho, por vezes sem motivos aparentes, que o incapacita de continuar o seu processo de forma imperturbável (Bayles & Orland, 2001,p.56): o bloqueio criativo. Este pode surgir como consequência das adversidades descritas ao longo do capítulo anterior: a necessidade de ser original, a ansiedade da página em branco, o medo, o perfeccionismo, o sentimento de fraude e a romantização de um processo de trabalho mais negativo. Todas estas situações podem ser paralisantes no momento de começar um projeto.

O bloqueio é um lugar-comum para qualquer criativo e ainda assim é interpretado como confirmação da própria fraqueza (Bayles & Orland, 2001,p.56). O autor de *The War of Art*, Steven Pressfield (2002), perspetiva a paralisção criativa como uma força que nomeia de “resistência” e que descreve como o motivo que impede uma pessoa de simplesmente começar a trabalhar. É um ímpeto que limita a pessoa a não ser a sua melhor versão possível, e é vista pelo autor como algo negativo, uma força inimiga (p.15-17). Geralmente, atividades que não proporcionem uma recompensa imediata, como ocupações criativas que requerem alguma perseverança, apelam à resistência, e o autor defende que é uma sensação universal: toda a gente a experimenta de alguma forma na sua vida.

A expressão mais comum da resistência é a procrastinação, a sensação de incapacidade que as pessoas fabricam como desculpa para não começarem a trabalhar imediatamente, uma sensação de medo e preocupação constante que ocupa a pessoa e a impede de atingir um maior potencial. O indivíduo criativo fundamenta a procrastinação através de justificações plausíveis e razoáveis que mascaram a resistência, uma vez que se esta for vista com clareza, está um passo mais próxima de ser combatida (Pressfield, 2002).

Tal como um bloqueio, a resistência é invisível, mas pode ser sentida intensamente, e quanto mais importante é a tarefa, mais resistência se manifesta. Quanto mais significativo o assunto for para

a pessoa, mais dúvidas e receios esta terá, e a resistência traduz-se no medo que pode imobilizar a ação de perseguir de forma confiante o que a pessoa mais deseja. Se uma atividade não proporciona nenhum tipo de receio, não significa tanto para o indivíduo, logo, não há resistência e facilmente a atividade se proporciona. No entanto, não causa a mesma satisfação e gratificação uma vez completada.

Conclui-se que a resistência é interna, porque é “autogerada e auto-perpetuada” (Pressfield, 2002, p.25): quem a alimenta é o próprio indivíduo, os seus receios e a auto-sabotagem. Isto significa que o ímpeto para o combater também deverá ter origem na pessoa que sente o bloqueio, existindo estratégias para o fazer.

2.3_o desbloqueio

“A inspiração é abastecida por um curso de ação deliberado e planeado.” (Kelley & Kelley, 2013,p.27).⁷

⁷Inspiration is fueled by a deliberate, planned course of action. Para o *designer* que se vê obrigado a criar constantemente e que sente paralisações criativas, é importante reconhecer mecanismos que sejam úteis para um estado frequente de produtividade. Uma vez descobertas essas ferramentas, que outrora funcionaram para o artista, repete-se o método, e é expectável que funcionem uma vez mais (Bayles & Orland, 2001). O objetivo da iteração destes padrões produtivos é permitir a confiança de que algo novo surgirá, de maneira a que os impasses do processo não sejam bloqueadores. Embora a criatividade precise de novidade e quebra de rotinas, também precisa de ser praticada: precisa de hábito, repetição e metodologia. Ao tornar o começo do trabalho num hábito, uma repetição do que já foi feito, cria-se uma automatização que “substitui a dúvida e o medo por conforto e rotina” (Tharp & Reiter, 2003, p.20).

Um método pode ser definido como um conjunto de passos determinados que definem o caminho para um propósito (Belo, 2017,

p. 195). Mesmo quando não possui etapas explícitas a seguir, o método não deixa de ser uma “maneira de proceder”, “um processo racional para chegar a determinado fim” (Priberam, s.d). É uma fórmula ou receita que não fornece diretamente soluções, mas que orienta o pensamento do indivíduo de forma ordenada, experimental e flexível (Belo, 2017, p. 195). É uma ferramenta que, não dando respostas, permite explorar e experimentar formas de alcançar um objetivo. Além disso, permite ao criativo trabalhar com confiança, removendo-lhe a ansiedade do não aparecimento de ideias. Um método dá permissão e liberdade para não se saber o que fazer de seguida (Bayles & Orland, 2001, p.62).

Bruno Munari (1981) confirma que possuir um método projetual é vantajoso e afirma que isso não é sinónimo de suprimir a criatividade e a liberdade. Pelo contrário, é útil para estimular e pragmatizar o progresso do trabalho, assim como remover a ilusão da improvisação e da ideia genial que simplesmente surge.

Paul Rand (1965) corrobora, defendendo que a ideia da criação artística numa atmosfera de total liberdade e autoexpressão provoca desmotivação e carência de um propósito. Rand afirma que a existência de restrições e objetivos práticos, um método de trabalho mais estruturado, é essencial para produzir trabalho criativo com substância.

Desta forma, simplesmente possuir um método de trabalho, já é um método em si próprio. Ainda assim, procurou-se abordar outras estratégias que pudessem ser aplicadas no contexto do bloqueio criativo, no sentido de facilitarem um processo de trabalho mais positivo e fluído. Os métodos que serão referidos são: a incubação, a aleatoriedade, a imposição de limitações, a tentativa-erro, o olhar da criança, o *hands-on*, a ludificação e a interatividade. Todos os métodos, de forma mais ou menos direta, serão aplicados no desenvolver desta investigação.

2.3.1_incubação

Por vezes o pensamento sobre um determinado assunto torna-se saturado e pode bloquear o fluxo criativo, sendo importante mudar o foco. Há variadas maneiras de proceder. Kelley e Kelley (2013) sugerem a “caminhada do pensamento” (p.70), um passeio que afaste o indivíduo do trabalho. Pode ser exercido a qualquer momento, cria distanciamento e refresca as ideias. Paula Scher, em entrevista com Ellen Lupton (2013), também afirma que o ato de se afastar do seu trabalho é essencial por sentir necessidade de se envolver com outros assuntos, com a finalidade de se desanuviar e distrair, e nesses momentos surgem as suas melhores ideias (p.168). Isto acontece porque com distanciamento do trabalho ganha-se perspectiva. Perspetiva esta que não existe se o trabalho estiver a ser olhado de perto, ou sempre do mesmo ponto de vista. É, por isso, importante parar, dar um passo atrás, distrair a mente, para que quando se recomeça a trabalhar, se possa observá-lo num novo ângulo e com ideias distintas (Kelley & Kelley, 2013).

Entrevistado por Millman e Heller (2007), Stefan Sagmeister declara que um dos modos que utiliza para perspetivar o seu trabalho é ir trocando de projetos, trabalhando em vários simultaneamente (p.59). Austin Kleon (2012) chama-lhe “procrastinação produtiva”: o ato de colocar em pausa um projeto para trabalhar noutro. Deixa-se para trás uma prioridade, mas utiliza-se esse tempo para fazer algo produtivo. Tal como o conceito da “caminhada do pensamento”, a procrastinação produtiva procura dispersar a mente de um trabalho com o objetivo de possibilitar novas ligações e ideias frescas.

Estes conceitos podem também associar-se à fase de incubação do muito referenciado modelo do processo criativo de Graham Wallas (1926). O autor descreve a incubação como sendo o momento de interrupção da resolução de um problema, seja para pensar noutros assuntos que não o problema proposto, seja para não pensar em nenhum problema de todo (p.10). Descreve esta fase como sendo proveitosa no sentido de descansar e restaurar o indivíduo antes de este regressar ao trabalho, associando a ociosidade à criação de ligações involuntárias que ocorrem no momento da interrupção. A

incubação pode ocorrer durante todo o processo criativo, surgindo principalmente em momentos de impasse na resolução do problema, como um bloqueio criativo, e com o objetivo de maturar as ideias, captar outras informações e realizar novas conexões (Zavadil, Silva & Tschimmel, 2016).

2.3.2_aleatoriedade

A ideia de criar ligações involuntárias é uma mais-valia no momento de ter ideias inovadoras, e pode ocorrer de forma espontânea ou de forma forçada.

Em relação às ligações espontâneas, Kelley e Kelley (2013) afirmam que quando o indivíduo se encontra num momento de relaxamento no qual não está totalmente focado em completar uma tarefa, permitem-se “saltos cognitivos” (p.70) na sua mente, que originam conexões improváveis entre ideias, memórias e experiências. É por isso mesmo que, por vezes, surgem ideias em momentos inesperados, como em caminhadas ou durante o banho.

Por outro lado, os autores Koberg e Bagnall (1991), no livro *The Universal Traveler*, mencionam as ligações intencionadas através do termo “conexões forçadas” (p.86). Associam o cérebro humano a um caleidoscópio ao denotar que o cérebro é composto por pedaços e fragmentos de informação que, combinados de diferentes maneiras e perspetivas, formam imagens únicas. Forçar associações implica “contribuições aparentemente aleatórias” (Lupton, 2013, p.20), aleatoriedade esta que pode gerar serendipidade: uma descoberta inesperada que ocorre ao acaso, de forma aleatória ou acidental, e que resulta numa revelação útil ou feliz (Pease, 2013).

Aplicando isto ao ato de criação, o uso da aleatoriedade pode ser uma mais-valia na combinação de elementos: a imprevisibilidade dos resultados pode tornar evidente ideias que de outro modo escapariam (Samara, 2002, p.127). Se se geram novas ideias através de associações improváveis, a aleatoriedade é um método apropriado que possibilita misturar conceitos aparentemente desconexos, que à partida não seriam óbvios de agrupar.

2.3.3_imposição de limitações

“Parece contraditório, mas quando se trata de trabalho criativo, limitações significam liberdade.” (Kleon, 2012, p.137).⁸

⁸It seems contradictory, but when it comes to creative work, limitations mean freedom.

Como referido anteriormente, a página em branco é um grande causador do bloqueio criativo. Isto porque a imensidão de possibilidades é esmagadora, é demasiado complexo definir por onde começar quando se pode fazer absolutamente tudo sem qualquer limitação. A indecisão é paralisante (Lupton, 2013, p.178) e tende a enfraquecer o bom julgamento e a originalidade (Joycee, 2009). Para evitar esse bloqueio, é essencial aplicar restrições ao processo de trabalho. Restrições essas que limitam as escolhas do criativo e que, por isso mesmo, podem ser vistas como algo que remove a liberdade ao processo. No entanto, são indispensáveis quando se trata de iniciar um projeto: são guias que encaminham o *designer* (Csikszentmihalyi, 2008) e ajudam a limitar a infinitude de possibilidades, tornando o trabalho em algo concretizável (Lupton, 2013).

A limitação que é uma *deadline* implica terminar o projeto num tempo restringido. Esse prazo reduzido gera um desapego às ideias e permite concebê-las e descartá-las mais confortavelmente (Lupton, 2013, p.114). Correm-se mais riscos e trabalha-se com urgência e paixão (Tharp & Reiter, 2003, p.99). Outras restrições comuns são o orçamento ou o *briefing*: exigem ser-se criativo com os recursos que se possui, proporcionando assim elementos com os quais se pode realmente progredir (Joycee, 2009).

Quando não existem limitações exteriores, o *designer* pode impô-las a si próprio. Por exemplo, os materiais com os quais trabalha, podem também ser limitados. A imposição de mecanismos finitos permite limitar o processo de criação e facilitar chegar a um fim, anulando a busca infinita pela utopia que é a perfeição. Desta forma, as limitações não devem ser uma desculpa para não começar, mas sim uma direção por onde iniciar o trabalho.

2.3.4_tentativa-erro

O computador e os *softwares* são um bom recurso para compor e aprimorar ideias, no entanto, não as concebe. À medida que as ideias surgem, o *designer* tenta materializá-las digitalmente, mas com a rápida execução do trabalho que hoje em dia a tecnologia proporciona, surge uma nova adversidade. O ato de carregar na tecla *delete* é tão fácil, que se tornou banal. A possibilidade de apagar é normalizada e, conseqüentemente, a sensação de perfeccionismo no *designer* aumenta, porque se algo não está perfeito, pode simplesmente cessar de existir (Kleon, 2012, p.58).

O mesmo existe com a facilidade de modificar o trabalho, que permite não haver um compromisso com nenhuma ideia específica, e é usado como mecanismo para evitar a falha. Se forem produzidos 300 logótipos diferentes, é mais seguro que o cliente gostará de algum. Shaughnessy (2010), autor de *How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*, defende que ao produzir uma elevada quantidade de trabalho, torna-se mais difícil de discernir a qualidade do mesmo. Com demasiadas ideias disponíveis, há uma sobrecarga de informação e uma grande quantidade de trabalho indiferente.

Por outro lado, os autores de *Creative Confidence*, Tom e David Kelley (2013), afirmam que uma grande quantidade de alternativas produzidas geram mais *feedback*, encorajam a comparação de qualidades e defeitos entre ideias, e não limitam as opções (p.102).

Um exemplo prático disso é retratado numa aula de cerâmica, em que um professor dividiu a turma em dois grupos: o primeiro grupo foi avaliado na qualidade das suas peças e o segundo foi avaliado pela quantidade de peças. No primeiro grupo, os alunos passaram todo o semestre a aplicar os seus conhecimentos e trabalho numa única cerâmica. Mas foi no segundo grupo que surgiram as melhores peças. Estes utilizaram o seu tempo para realmente praticarem as suas habilidades em numerosas cerâmicas, ganhando mais aptidão e produzindo peças com mais qualidade (Bayles, & Orland, 2001). Se o foco estiver investido no processo e não em

atingir a solução “certa”, a mentalidade dos alunos será mais curiosa e reflexiva, e o trabalho terá resultados mais intrigantes (Hester & Hannaford, 2012).

Conclui-se então que para ter bons resultados é necessário produzir muito. Resultados esses que também vão incluir, como referido anteriormente, ideias medíocres. Há que aceitar a inevitabilidade de gerar ideias que não funcionam e confiar no processo da tentativa-erro, porque ao evitar errar, inibe-se a disposição para arriscar. É extremamente relevante arriscar nas áreas criativas, para que se criem trabalhos significantes, e não previsíveis, que se destaquem dos restantes (Shaughnessy, 2010). Há uma ligação entre o erro e a inovação que se compreende uma vez experimentado (Kelley & Kelley, 2013, p.42).

O escritor e filósofo Umberto Eco (2004) nota que até mesmo a ciência moderna se baseia nos princípios do falibilismo ao refutar hipóteses, ao corrigir as suas imprecisões, e ao usar o método da tentativa-erro para alcançar as respostas. Na ciência moderna, uma tentativa falhada é uma aprendizagem tão significativa quanto uma tentativa bem-sucedida, porque proporciona conhecimento e prova que a linha de pensamento tem que ser alterada.

Estes princípios podem ser também aplicados pelos *designers* gráficos: “uma experiência que acaba em erro não é o mesmo que uma experiência falhada” (Kelley & Kelley, 2013, p.40). É uma descoberta construtiva que os aproxima do caminho acertado. Quanto mais cedo se falhar, mais se maximiza o tempo disponível para acertar.

2.3.5_olhar da criança

“(...)E o que vejo a cada momento
É aquilo que nunca antes tinha visto,
E eu sei dar por isso muito bem...
Sei ter o pasmo essencial
Que tem uma criança se, ao nascer,
Reparasse que nascera deveras...
Sinto-me nascido a cada momento
Para a eterna novidade do Mundo...” (Pessoa, 2020).

O medo que o adulto comum tem de fracassar e de ser julgado é algo que se foi construindo ao longo do seu crescimento: uma criança imagina e inventa desinibidamente, sem a preocupação de que as ideias possam escassar, ou que alguém a possa ridicularizar (Gilbert, 2016). Possuem uma ousadia, comum em muitas crianças, que as impulsiona a explorar o que não conhecem e a experimentar coisas novas de forma espontânea, e mesmo sem compreenderem que estão a ser criativas, as crianças procuram a sensação da novidade (Kelley & Kelley, 2013). Picasso afirmou até que toda a gente nasce com o potencial para ser artista, mas durante o crescimento é imposta uma certa contenção (Martelle, s.d.). A educação prioriza as disciplinas das ciências, línguas e humanidades acima das disciplinas artísticas, e o erro torna-se um estigma (Robinson, 2006), porque somos ensinados a associá-lo a algo pejorativo (Ouwens, 2020). Mas todo o ser humano já foi uma criança que fantasiou mundos imaginários e abstrações carregadas de potencial criativo (Martelle, s.d.). O mais complexo é, apesar da formatação imposta pela sua educação, que a criança cresça como indivíduo livre e honesto na sua criatividade (Robinson, 2006).

A forma livre e despreocupada como uma criança idealiza e produz algo é um mote de inspiração para o processo criativo do *designer*, para além de conter aspetos para um progresso positivo de trabalho. Ao contrário do adulto profissional, que se sente pressionado para que tudo o que crie seja de qualidade, a inexperiência da criança permite-a criar de forma descontraída. Não conhecendo as regras, a criança não sabe como as quebrar, não sabe se as suas

ideias serão uma perda de tempo ou se serão sequer possíveis. A sua ingenuidade permite-a simplesmente fazer, sem temer e sem ficar cativa pelo racional, originando assim um processo criativo leve que origina ideias ilógicas, irracionais e descabidas, que podem ser o começo de algo realmente inovador (Tharp & Reiter, 2003).

Tharp e Reiter (2003), na sua obra *The Creative Habit*, dizem: “não podes fabricar inexperiência, mas podes mantê-la e proteger o que possuis” (p.129). Olhar para o processo criativo como uma criança poderá significar deixar de lado as convenções e preconceitos que muitas vezes impedem o verdadeiro potencial criativo de uma pessoa.

O pintor Henri Matisse (1953) acreditava que a verdadeira essência da arte estava na simplicidade e capacidade de ver o mundo através do olhar infantil, e procurava observar tudo como se fosse a primeira vez. Acreditava que a arte era mais do que meramente representar a realidade, e o olhar como uma criança permitia-lhe absorver experiências com a sensação de deslumbramento, defendendo que apenas assim o seu trabalho era verdadeiramente original e individual.

Assim como Matisse, o pintor suíço Paul Klee também se fascinava pela perspectiva artística natural da criança e procurava redescobrir as origens da sua individualidade criativa. Observava e estudava os desenhos infantis e juvenis, não apenas os próprios, mas também dos seus filhos e de outras crianças, em busca da autenticidade. Essa autenticidade serviu como fonte de inspiração para os seus trabalhos em adulto, e explorou técnicas como o desenho cego e a variação da pressão da linha, para capturar a essência dos traços infantis (Fineberg, 1997).

Pablo Picasso é o exemplo de outro artista muito conectado com a sua criança interior. Ao contrário de Paul Klee, Picasso não retirava ideias diretamente de desenhos infantis, no entanto era extremamente curioso pelo processo de criação da criança e estudava os seus filhos em ação (Fineberg, 1997, p.120). Desses estudos absorveu as suas habilidades de desconstruir ideias, de não cumprir regras (Martelle, s.d.) e de brincar com a sua imaginação sem se limitar e

sem se inibir (Fineberg, 1997, p.128-132), características estas que as suas crianças possuíam na criação e que lhes permitia desenvolver um estilo expressivo distinto e autêntico.

Porque toda a gente já foi criança, essa é uma experiência compartilhada por todos os seres humanos. Embora essa fase da vida possa parecer distante, essa criança não desaparece, apenas envelhece. É, por isso, possível uma reconexão com as habilidades criativas inatas do comportamento infantil. Os artistas e as crianças têm em comum um grande ímpeto em criar, em dar vida às suas ideias e em ver a sua imaginação tornar-se em algo físico. Embora que para o artista seja trabalho e para a criança seja brincadeira, quando se encontram realmente envolvidos no seu estado criativo, as ideias fluem e o tempo passa a correr (Pressfield, 2002, p.61-62). Esta reconexão com a criança interior poderá ser uma ferramenta poderosa que permite ao *designer* um processo de trabalho mais leve e fluido, e uma fonte de inspiração que origine trabalho mais honesto e individual.

2.3.6_ *hands-on*, manualidade e tangibilidade

“(...) mãos trazem-nos conhecimento do mundo”
(McCullough, 1996, p.22).⁹

⁹(.) *hands bring us knowledge of the world.* É comum exigir-se a uma criança que não toque nas coisas, mas as crianças aprendem e absorvem experiência através do tato: percebendo assim sensações hápticas como textura, temperatura, pressão e dor (Iwamura, 2009). Munari (1981) afirma que é nos primeiros anos de vida que o indivíduo conhece o mundo através de receptores sensoriais. Por isso, desenvolve os Pré-Livros, uma coletânea de pequenos editoriais do mesmo formato, mas distintos entre si. Como volumes de enciclopédias que contêm todo o saber, os pré-livros pretendem transmitir o conhecimento previamente às palavras - informação visual, sonora, tátil, térmica e material, não tendo mensagens literárias que destroem na criança a possibilidade

de pensar por si. “É preciso, enquanto se está a tempo, habituar o indivíduo a pensar, a imaginar, a fantasiar, a ser criativo” (Munari, 1981, p.235). Desta forma os pré-livros estimulam um pensamento manual e elástico na criança que, ao explorar de forma subjetiva cada livro, apreende conhecimento.



Figura 1_Capas dos Pré-Livros

Previamente a saber falar, a criança interpreta o ambiente que a rodeia através dos sentidos. E é precisamente na interação e manipulação dos objetos que a criança constrói conceitos, que são a base do pensamento. O contacto direto com o mundo e a experimentação ativa permitem que a criança adquira conhecimento físico (Souza, 2017). “É assim que, na presença de um novo objeto, ver-se-á o bebé incorporá-lo sucessivamente a cada um dos seus esquemas de ação (agitar, esfregar ou balançar o objeto), como se se tratasse de compreendê-lo através do uso.”(Piaget, 1999, p.20). Só adquirimos conceitos e conhecimento através do contacto direto com os objetos. Segundo Piaget, conhecer um objeto implica que haja uma ação sobre ele, e não apenas observação (Lavatelli & Stendler, 1972). Ações como operar, manusear, transformar, interagir

Figura 2_ Pré-Livros



e explorar, através do contacto com as mãos, permitirão um maior entendimento da realidade, e por isso mesmo, são sinónimos de conhecer e compreender.

“Uma operação é, portanto, a essência do conhecimento; é uma ação interiorizada que modifica o objeto do conhecimento” (Lavatelli & Stendler, 1972, p.38).¹⁰

¹⁰An operation is thus the essence of knowledge; it is an interiorized action which modifies the object of knowledge.

A manualidade e a experimentação, ou seja, o uso ativo das mãos, oferecem vantagens em relação à simples leitura ou observação. Essa abordagem é frequentemente aplicada em contextos educacionais, com o objetivo de incentivar os estudantes a desenvolver habilidades e conhecimentos práticos, além de promover a descoberta e estimular a criatividade (Trnova, 2015). As mãos são poderosas ferramentas que podem sentir, pressionar, empurrar, puxar, navegar, agarrar, apertar e praticar. Proporcionada pela singularidade das mãos de cada indivíduo, a repetição de movimentos cria conhecimento físico e experimental, a que se pode chamar de habilidade: “a capacidade aprendida de fazer bem um processo útil.” (McCullough, 1996, p.24). Desta forma, as mãos agarram experiência, contribuindo para o pensamento do indivíduo e para o “conhecimento do mundo” (McCullough, 1996, p.22) que o rodeia. Assim, é importante a existência de momentos práticos no processo de trabalho, especialmente trabalho criativo. “Se unirmos a mente imaginativa e as mãos habilidosas, criamos um amplo espaço de possibilidades para selecionar e criar informação realmente significativa.” (Belo, 2017, p.182).

Na área criativa do *design*, é de extrema importância existir uma fase experimental no processo de trabalho, na qual se transforma uma ideia invisível em algo tangível. Este é o trabalho do *designer*, que por trás de um processo complexo e a partir de uma abstração, cria para o público um produto final simplificado e palpável, e faz com que uma simples idealização ganhe forma. “Tornamos isso real para as pessoas.” (Millman & Heller, 2007, p.70). Para além da sua importância, é uma das fases mais envolventes de todo o processo, por ativar grande parte dos sentidos do ser humano: a visão é estimulada pelos grafismos, o tato pela sensação das folhas nas

mãos, o olfato pelo cheiro das tintas e das impressões, e a audição pelos ruídos da caneta a deslizar no papel (Kleon, 2012, p.57). Tudo isto proporciona uma experiência completa de transformação que entusiasma o *designer* (Lupton, 2013, p.113).

Nos dias de hoje, após os “processos de *layout* digital revolucionarem o campo do *design*” (Venezky, 2007, p.23), surgiu facilidade em explorar e executar ideias muito rapidamente. Os *softwares* permitem criar uma enormidade de resultados apenas no ato de estar sentado em frente ao computador, enquanto se mexe a mão que está no rato: é este o procedimento de criação comum do coletivo de *designers* gráficos. Assim se padronizou o ato de projetar e consequentemente se padronizou o *design* em si. O foco do *designer* está mais comprimido, restringido a um ecrã, trabalha-se em miniatura e não se observa o trabalho de longe nem de diferentes ângulos: perde-se a ideia de perspetiva (Shaughnessy, 2010). O *designer* gráfico perdeu a habilidade de exercer as manualidades que tradicionalmente o seu trabalho exigia: “tipos móveis, *layout* da página manual e reprodução mecânica” (Venezky, 2007, p.23).

Pelo contrário, a utilização de ferramentas não convencionais nos tempos contemporâneos gera abordagens fora do comum e produz resultados inesperados. Variar os recursos de criação, e descobrir diferentes formas de usar o mesmo recurso, é uma atividade desbloqueadora de ideias, e gera resultados surpreendentes (Lupton, 2013, p.148). O *designer* Martin Venezky (2007), que valoriza o conceito da manualidade (p.23), trabalha com um método de pensamento físico que lhe permite desacelerar o processo de criação que é, hoje em dia, trabalhar através de um computador. Desta maneira, apreende conhecimento através de propriedades como o espaço, a luz e a textura, e produz resultados imprevisíveis, imperfeitos e profundos, repletos de qualidades acidentais (Lupton, 2013, p.140).

2.3.7_ Ludificação

Como previamente concluído, a reconexão com a nossa criança interior é uma mais-valia em áreas criativas por permitir ao *designer* um processo de trabalho mais fluido, sendo um mote de inspiração que origina trabalho honesto e único. Piaget, que estudou profundamente o desenvolvimento da criança, fala de brincadeiras e jogos como uma ferramenta indispensável na sua evolução e crescimento. Através de atividades lúdicas é estimulada a formação da personalidade da criança e são desenvolvidos conceitos como “honestidade, fidelidade, perseverança, hombridade, respeito” (Pellegrine, 2007, p.14). Para Piaget (1999), o jogo é um recurso estimulador de um comportamento exploratório que permitirá à criança assimilar e compreender o mundo, e conseqüentemente, construir conhecimento.

“Diz-se que o jogo é a atividade característica da criança” (Wallon, 1968, p.75) removendo o adulto da associação a verbos como brincar e jogar. Huizinga (2000) corrobora: “As crianças (...) brincam porque gostam de brincar (...); para o indivíduo adulto e responsável o jogo é uma função que facilmente poderia ser dispensada, é algo supérfluo.” (p.10). Contudo, Henri Wallon (1968) defende que a capacidade de brincar deve prolongar-se na existência de um adulto e que, ao reaprendê-lo, é-lhe possível exercer atividades com mais leveza e despreocupação (p.80).

Na mais reconhecida e vanguardista escola de artes, Bauhaus, foram assumidos métodos de ensino não convencionais que abraçavam exatamente este retorno às origens. O objetivo era que os alunos “desaprendessem” o que já tinham adquirido para que voltassem “a um estado de inocência inicial a partir do qual a verdadeira aprendizagem poderia começar” (Miller, 2008, p.8) - do zero e sem preconceitos. Removendo premissas e imposições, existe liberdade para brincar e aproxima-se de um “estado puro”, que permite de forma natural estimular a curiosidade do adulto (Belo, 2017, p.107).

No crescimento, a criança que se transforma em adulto torna-se padronizada pela sociedade, que deixa de consentir a mesma liberdade para jogar e explorar o que a rodeia através do ato de brincar. Wallon (1968) e Huizinga (2000) afirmam que para o adulto, o jogo é associado a uma distração do seu labor e do que considera ser as suas tarefas reais. É um incumprimento das suas obrigações, e é por isso associado ao descanso e ao ócio. Mas os autores defendem que o que é lúdico não é propriamente uma atividade que não exija esforço, nem exclusivamente uma atividade não séria.

Huizinga (2000) diz que “o jogo autêntico e espontâneo também pode ser profundamente sério. O jogador pode entregar-se de corpo e alma ao jogo, e a consciência de tratar-se “apenas” de um jogo pode passar para segundo plano. A alegria que está indissolúvelmente ligada ao jogo pode transformar-se, não só em tensão, mas também em arrebatamento. A frivolidade e o êxtase são os dois pólos que limitam o âmbito do jogo.” (p.18).

O jogo é o lugar do faz-de-conta - é um ambiente descontraído, divertido, envolvente e prazeroso, exterior à vida “real”. Porém, existe seriedade no ato de jogar - o jogador é absorvido e integrado por completo e, enquanto o jogo decorre, leva o seu papel com a importância que o jogo exige (Huizinga, 2000). No entanto, não deixa de ser uma dimensão lúdica na qual se entra voluntariamente e espontaneamente e onde se é livre para tomar qualquer decisão, obedecendo, ou não, às regras (Belo, 2017, p.173). É um mundo imaginário, por isso existe liberdade para se representar qualquer papel e seguir qualquer caminho. Permanece um contraste pouco rígido entre a seriedade e a leveza, ambas características intrínsecas ao jogo (Belo, 2017, p.112).

Huizinga (2000) ainda descreve o jogo como sendo um mundo limitado dentro do “mundo habitual” (p.12). Limitado no tempo, por ser um intervalo da vida quotidiana, isolado e temporário, e limitado no espaço, porque existe apenas num lugar delimitado, seja este imaginário ou material. Refere também a sua capacidade de repetição, que mesmo depois de o jogo acabar, pode ser revisitado a qualquer momento, característica que incentiva criação e perpetua memórias (p.11).

Em suma, o jogo é um sistema lúdico limitado no espaço e no tempo, e inserido num mundo imaginário que é levado com seriedade. É paradoxalmente estruturado, sério, significativo, assim como livre, divertido e prazeroso. Tendo ou não um objetivo concreto, o jogador é desafiado e estimulado a movimentar-se pelo sistema de forma criativa e com uma atitude exploratória, focada e fluída. Estas características lúdicas podem então ser transportadas para outras atividades e áreas. A este conceito chama-se *gamification*, ou ludificação: a aplicação de elementos e princípios do jogo em ambientes não relacionados. O objetivo é enriquecer a interação com esse contexto, expandir o conceito do indivíduo como participante, e consequentemente melhorar a experiência do utilizador (Belo, 2017).

O conceito da ludificação tem vindo a ser aplicado em diversos contextos, e a área do *design* gráfico não é exceção. É um território que está em constante mudança, por isso é essencial uma adaptação a métodos contemporâneos que sejam eficazes e melhorem as experiências. O *designer* tem que acompanhar a rápida evolução tecnológica, tal como os avanços e mudanças do seu contexto, e tem se vindo a adaptar através da criação de um *design* gráfico mais lúdico, irregular e interativo (Belo, 2017, p.26).

“A urgência da criatividade e interatividade tornam assim a atitude lúdica essencial nas práticas do *design* gráfico atual.” (Belo, 2017, p.27).

Aplicando ao *design* gráfico conceitos relacionados com o jogo, como a interatividade e a experimentação, abrem-se portas a novas possibilidades criativas. A ludificação acaba por ser uma plataforma de criação e interação que alarga a forma de expressão do *designer*. Visto que o ato de jogar é divertido e prazeroso, ao inseri-lo em atividades que possam ser associadas a algum tipo de inquietação, existe a possibilidade de as transformar em atividades mais agradáveis e consequentemente mais produtivas, sem perderem o seu devido valor e seriedade. A ludificação é então uma ferramenta valiosa que auxilia o *designer* na criação de soluções criativas e incentiva uma experiência mais imersiva e envolvente.

2.3.8_interatividade

Fazendo uma ponte com o capítulo já descrito sobre a tangibilidade, uma ferramenta que tenha como objetivo apoiar o processo criativo é idealmente um objeto palpável. Uma vez compreendida a importância da interação entre um objeto físico e o indivíduo no ato de obter inspiração e de criar, discute-se a definição de interativo.

Interativo “diz-se de fenómenos que reagem uns sobre os outros; diz-se de um suporte de comunicação que favorece uma permuta com o público” (Priberam, s.d.). Uma ferramenta criativa implica uma interatividade entre o recurso e o *designer*, e sendo o recurso algo tangível, a interação principal é o ato de tocar.

Meter as “mãos na massa” é algo que Munari incentiva, e o seu trabalho desenvolve-se nessa direção. Muitos projetos que realizou tinham como intuito estimular esta interatividade entre a pessoa e o objeto. O seu trabalho proporciona espaço e liberdade para o indivíduo experimentar e decidir como quer utilizar o objeto, colocando a pessoa num lugar protagonista e estimulando o pensamento criativo. Os seus livros ilegíveis tinham como objetivo testar a materialidade do livro como potencial comunicante. Independentes de elementos textuais, dialogam através do seu meio editorial, não só visualmente como tátilmente. Munari explora as possibilidades comunicativas do papel, da encadernação, da paginação, das margens, das cores e dos espaços em branco, de maneira a favorecer uma forma distinta de interação com um livro, que não implique leitura (Maffei, 2015).

Figura 3_Livro ilegível

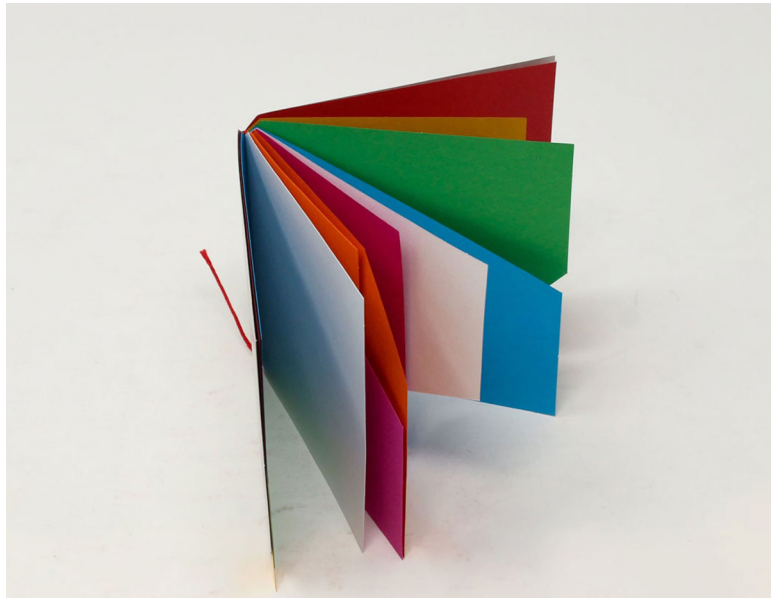


Figura 4_Livro ilegível aberto

2.4_o editorial

O *design* editorial é uma das disciplinas ramificadas da área do *design* gráfico, focada na criação e organização de conteúdo para publicações. Zappaterra (2007) descreve-o como sendo jornalismo visual, no sentido de ser um meio capaz de “entreter, informar, instruir, comunicar, educar” (p.6). Mark Porter, diretor criativo do jornal britânico *The Guardian* descreve este conceito de jornalismo visual como o “uso inteligente de fotografia, infográficos e *layout*” (p.8), é uma disposição dos elementos visuais com intenção. Geralmente, existe um editor responsável pelo conteúdo, que define que informação aparecerá no editorial, mas o trabalho do *designer* editorial é organizar e apresentar esse conteúdo, criando uma identidade (p.12).

O *designer* tem a tarefa de trabalhar a arquitetura da publicação (a combinação, composição e disposição de elementos gráficos) e organizar a forma como o conteúdo em revistas, jornais ou livros é apresentado, partilhado e percebido (Sandu, 2023). O *design* editorial existe no sentido de transmitir informação de forma acessível e estimulante, estruturando a informação de forma clara e de maneira a cativar o leitor. Tem o objetivo de comunicar ideias e contar histórias através da apresentação e estruturação dos elementos visuais, dando expressão e personalidade ao conteúdo. Através do *design* editorial constrói-se algo que é “aprazível, útil, ou informativo - usualmente a combinação dos três para ser bem-sucedido” (Zapatero, 2007, p.6).

A construção de publicações periódicas, como jornais e revistas, distingue-se da construção do objeto livro por ser um trabalho em constante progresso. A sua preparação tem de ser mais estruturada e planificada por ser um objeto publicado várias vezes num menor espaço de tempo. Pelo contrário, o livro geralmente leva mais tempo a ser construído e é um objeto independente, podendo haver muita liberdade na sua criação.

Haluch (2013), autora de *Guia Prático de Design Editorial*, identifica os vários tipos de livros. O livro-texto é apenas literário, sem

imagens, como os romances; o livro-ilustrado é composto por ambos - texto e imagem - como os livros de histórias infanto-juvenis; o livro de arte também contém texto e imagem, mas dá destaque à imagem, sendo o texto o elemento secundário, em pequena quantidade ou até mesmo em legendas, como os catálogos; o livro de artista é um conceito mais abrangente, por ser desenvolvido de forma mais conceptual, e poder conter qualquer tipo de informação ou material, não sendo produzido em massa.

“Embora existam outras formas que os livros assumem, a mais comum, versátil e frequentemente manipulada é a forma de códice. Feito a partir de um conjunto de folhas ou páginas encadernadas, o códice tem uma forma muito contida – convencionalmente feito com páginas de tamanho padrão fixadas numa sequência rígida, sendo presas ou seguras num dos lados.” (Drucker, 2004,p.121).¹¹

¹¹While there are other forms which books take, the most common, versatile, and frequently manipulated is the codex form. Made from a set of bound leaves or pages, the codex is a very restrained form — conventionally made with standard-size pages fixed in a rigid sequence by being clasped or held on one side.

Johanna Drucker (2004), após definir o conceito de códice em *The Century of Artists' Books*, centraliza o seu objeto de estudo a livros sucessores do códice. A sua interpretação destes sucessores é abrangente, “esticando os seus elementos básicos a dois pólos extremos” (p.123). Num dos pólos, o códice é o livro na sua forma mais tradicional: sequencial, páginas regulares e uniformes, fixas de forma convencional. No polo oposto, o códice é a acumulação de páginas não uniformes, não fixas e com sequência desconstruída, podendo fugir do que é aparentemente um livro. Drucker considera que um livro pode ir muito além do tradicional, abrindo assim o horizonte da exploração do objeto.

Como o trabalho de Drucker, esta investigação centraliza-se no livro físico de forma abrangente, um objeto que se pode manusear sem ordem, um objeto exploratório e desconstruído.

2.4.1_constituíntes do editorial

Um livro pode ser definido como o conjunto de uma capa e de um miolo. Por questões de afunilamento, esta investigação focar-se-á apenas no miolo e na sua construção gráfica, deixando de fora questões de produção como a impressão e encadernação do mesmo.

O miolo de um livro é composto por folhas, cada uma com duas páginas. O livro pode ser encadernado em folhas individuais ou em cadernos - folhas dobradas que originam múltiplos de 4 páginas. O vinco a meio destes cadernos denomina-se de festo. O conjunto de folhas e/ou cadernos é um volume (Dias, Oliveira, Martins, Dantas, 2019, p.11).

Na construção do miolo, o *designer* tem que definir tamanhos, formatos, *layouts*, elementos gráficos, *grids*, tipografias, papéis e cores. Para se compreender melhor sobre o editorial, abordar-se-ão cada um destes elementos - o que são, qual o seu propósito e como se trabalham.

a) tamanho e formato

A seleção do tamanho e do formato é talvez a primeira etapa para desenvolver uma publicação, para que os restantes elementos se possam inserir nos limites definidos. No seu ensaio *An Essay on Typography*, especificamente no capítulo *The Book*, Eric Gill (1931) afirma que o tamanho de um livro é determinado pelo ato de ler e as respetivas circunstâncias associadas. Se se quiser ler o livro agarrando-o, o seu tamanho terá que ser adequado às mãos do leitor. No caso de livros com grandes mapas ou ilustrações, podem ser lidos pousados numa mesa, podendo ter um tamanho maior. Se for um livro de orações ou um diário de viagem que a pessoa deseje transportar consigo para todo o lado, idealmente teria um tamanho pequeno suficiente para caber nos bolsos. Todos estes editoriais têm formatos distintos para os seus propósitos específicos (p.105). É por isso importante questionar onde será lido, manuseado, e onde precisa de caber.

Os editoriais podem vir em todos os tamanhos, mas existem folhas em tamanhos *standard* que facilitam o processo de impressão, produção e distribuição da publicação. Na Europa os tamanhos mais comuns são definidos pelo padrão internacional ISO 216, que se distingue por possuir proporções de $1:\sqrt{2}$, ou seja, todos os tamanhos do papel são definidos dobrando uma folha maior ao meio, paralelamente ao seu lado menor. Deste padrão internacional distinguem-se as séries A, B e C. A série A é a mais comum para qualquer uso, particularmente os tamanhos A3, A4 e A5. No editorial, um tamanho superior a A3 é pouco comum, sendo habitual tamanhos mais pequenos. A série B é menos comum, mas proporciona tamanhos que a série A não inclui (o B1 é um tamanho entre o A0 e o A1), e é menos para uso de escritório mas mais para “posters, livros, envelopes e passaportes” (Paper Sizes, s.d.). A série C é usada mais exclusivamente para envelopes.

Em termos de orientação do editorial, este pode estar em retrato (vertical), paisagem (horizontal), ou a folha pode possuir uma medida quadrada (qualquer que seja a sua orientação, a proporção altura-largura é igual) (Smith, 2012, p.122).

b) *layout* e elementos gráficos

Na construção do miolo do livro, as escolhas relativas ao *layout* são decisivas para o aspeto geral do editorial. O *layout* é a organização e disposição lógica e visual do conteúdo no espaço (Sandu, 2023). É importante que haja um equilíbrio da informação, não significando que a disposição tenha que ser uniformizada e simétrica, ou que o editorial tenha que ter um aspeto moderado. É equilibrado no sentido de ser confortável e compreensível para o leitor, esse é o objetivo das decisões tomadas ao criar um *layout*.

Os elementos gráficos são os constituintes do *layout*: imagens, ilustrações, fotografias, simbologias, elementos textuais, tudo o que possa ser considerado um grafismo. São extremamente flexíveis e podem alterar por completo o ambiente de leitura e carácter geral do editorial (Apfelbaum, 2014, p.31). Estes elementos enriquecem e ilustram a mensagem que se pretende transmitir, podendo interrompê-la, harmonizá-la e contextualizá-la.

Zapatterra (2007) sugere que desconstruídos, os elementos gráficos de uma página são equiparáveis a figuras geométricas:

“Tipografia transforma-se em blocos cinzentos, ilustrações e fotografias formam quadrados ou retângulos com formas irregulares ocasionais de recortes de fotografias ou tipografia decorativa” (p. 95,96).¹²

¹²Type blends into gray blocks, illustrations and pictures form squares or rectangles with the occasional irregular shapes of cutout pictures or decorative type.

A base da página em si são figuras geométricas que, conjugadas, criam o *layout* da publicação. Todos os elementos gráficos presentes no editorial têm então uma forma associada. É relevante experimentar com a disposição e balanço destas formas para criar um padrão que se adeque à identidade do editorial.

c) *grids*

As *grids* funcionam como ferramenta auxiliar na distribuição dos grafismos pelas páginas. Estas são um elemento organizacional do *design* gráfico, constituído por linhas guias que estabelecem o posicionamento de elementos num determinado sítio, que têm como objetivo estabelecer precisão, ordem e clareza na disposição da informação. São um sistema invisível que permite repetição, de maneira a existir consistência e regularidade ao longo do livro e tornando a informação mais reconhecível e compreensível (Samara, 2002).

É uma construção que facilita a composição e planeamento das páginas, embora seja vista por alguns como uma caixa que oprime a liberdade de expressão. No entanto, nem todas as *grids* são rígidas e mecânicas - existem formatações livres e orgânicas (Samara, 2002). Uma *grid* eficaz não tenciona limitar a liberdade da composição, podendo possibilitar *layouts* mais convencionais, mas também, quando manipuladas com conhecimento, possibilitar disposições flexíveis, fluídas e dinâmicas (Haluch, 2013, p.46).

A *grid* tenciona criar continuidade e eficiência no processo, sendo mais rápido trabalhar com o seu auxílio. A utilização da mesma, e a sua coerência ao longo do editorial, oferece um ritmo de leitura específico ao leitor, que se acostuma a essa cadência quando interage

com o editorial. Como exemplifica Apfelbaum (2014) no seu livro *Designing the Editorial Experience*, “ler em múltiplas colunas é muito diferente de ler numa só coluna, porque ler linhas curtas cria um ritmo distinto de ler linhas longas.” (p.30). Todas as decisões do *layout* definem o ritmo que se associa à sua identidade e podem definir a compra do leitor (p.31).

Ainda que sejam guias, estas podem ou não ser totalmente respeitadas. Se forem bem planeadas, podem criar infinitas possibilidades. O *designer* deve explorá-las e testar os seus limites (Samara, 2002, p. 24).

“Sempre que possível, posicione os elementos da página em relação à *grid* base. Mas não force. Às vezes um *layout* funciona melhor quando se desobedece à *grid*.” (Lupton, 2020, p.198).

Em situações específicas, o uso de *grid* não é necessário na organização da informação. Por vezes o conteúdo pede pela sua própria estrutura, ou pede que se ignore uma estrutura na sua totalidade, ou pede um *layout* simplesmente intuitivo, com o objetivo de provocar outro tipo de sensações. Há situações em que a única determinação é o limite da página (Zapatero, 2007). O uso de *grid*, embora seja inevitável de mencionar na construção do editorial, pode ou não ser pertinente e algo a averiguar dependentemente do projeto (Samara, 2012).

Samara (2012), na sua obra *Making and Breaking the Grid*, sugere que, para além da escolha entre seguir ou não seguir uma *grid*, esta pode também desconstruir-se. Deformar e alterar uma estrutura convencional, mudando a orientação, sobrepondo informação e combinando diferentes *grids* numa só, desconstrói a ideia mais tradicional do que é a *grid*, e resulta em soluções inovadoras.

“O maior perigo na utilização de uma *grid* é sucumbir à sua regularidade. É importante lembrar que a *grid* é um guia invisível que existe no “nível mais baixo” do *layout*; o conteúdo acontece em cima dele, às vezes restrito e às vezes livre para se mover. As *grids* não tornam *layouts* aborrecidos - os *designers* é que o fazem.” (Samara, 2012, p.30).¹³

tipos de *grid*

Existem variados tipos de *grid* para variados propósitos.

A *baseline grid* é constituída por linhas horizontais igualmente espaçadas, como uma folha pautada, indicada para grandes quantidades de texto. Torna a sua disposição ritmada e facilita que as distâncias dos títulos e subtítulos estejam proporcionais ao corpo do texto (Velarde, 2023).

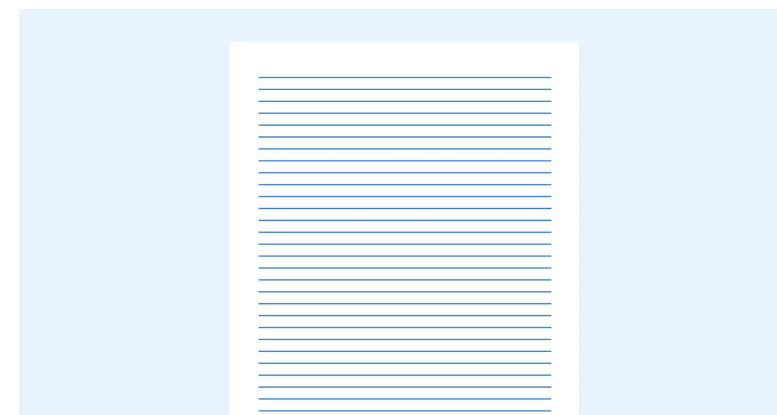


Figura 5_Baseline grid

A *column grid* é composta por colunas e é muito comum em revistas e jornais. As colunas são as linhas verticais que dividem o espaço da página. Quanto mais colunas a *grid* possuir, mais flexibilidade, versatilidade e possibilidade de permutação tem o editorial (Zapatero, 2007, p.119). É esta flexibilidade que permitirá a construção de editoriais distintos e únicos, que se diferenciam dos outros. As colunas são essenciais para que as frases não se alonguem muito no espaço, tornando o ritmo de leitura mais agradável. É importante proporcionar ao leitor uma cadência de leitura adequada, que não seja exaustiva no caso de linhas muito longas, nem incomodativa no caso de linhas muito curtas. Apfelbaum (2014) afirma que oito

a doze palavras por linha é o número confortável para uma leitura cómoda, (podendo ser doze a quinze palavras em texto justificado) (p.49). Por *grid*, o mais comum são entre 2 a 6 colunas (Velarde, 2023).

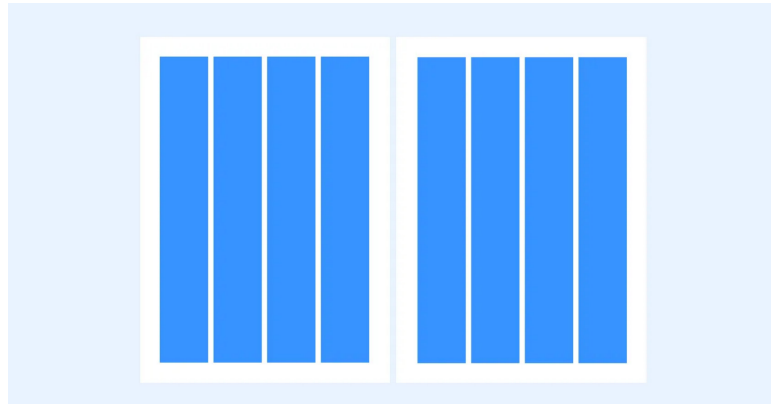


Figura 6_Columm grid

A *modular grid* é a adição de linhas horizontais às colunas. Estas linhas de apoio, cruzadas com as colunas, criam zonas retangulares ou quadradas iguais entre si (módulos) para dispor o conteúdo. É geralmente usada quando a quantidade de informação é mais elevada, envolvendo muito texto e imagens.

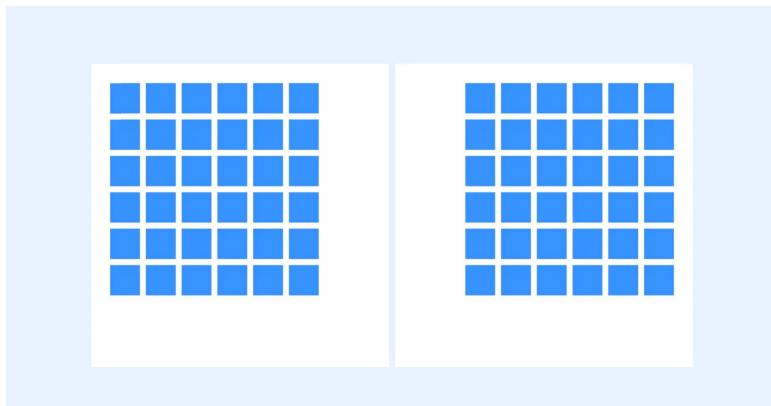


Figura 7_Modular grid

A *manuscript grid* possui apenas uma coluna, um retângulo dentro da página, que define o espaço que vai ser utilizado, e o espaço que ficará sem informação, neste caso, as margens (Velarde, 2023). As margens definem os limites da página a serem utilizados, são o espaço negativo que rodeia o conteúdo e têm o objetivo de focar a atenção do leitor na informação, tornando-a mais impactante. É importante que existam espaços brancos e que cada centímetro não esteja preenchido, para que haja uma harmonia que permita que os olhos do leitor descansem e que a página respire (Sandu, 2023). Esta *grid* é comum em livros com texto apenas, assim como em documentos *word*.

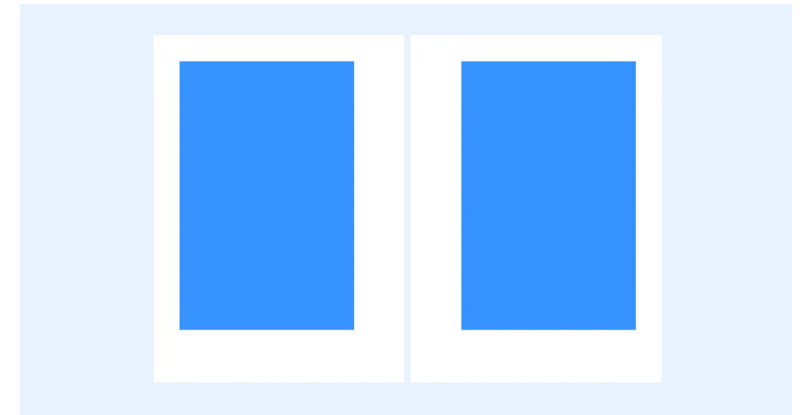


Figura 8_Manuscript grid

A *hierarchical grid* tem uma disposição irregular e livre que corresponde a necessidades específicas e organiza a informação tendo em conta a sua importância.

Qualquer uma das *grids* descritas pode sobrepôr-se a outras, criando novas possibilidades de *layouts*.

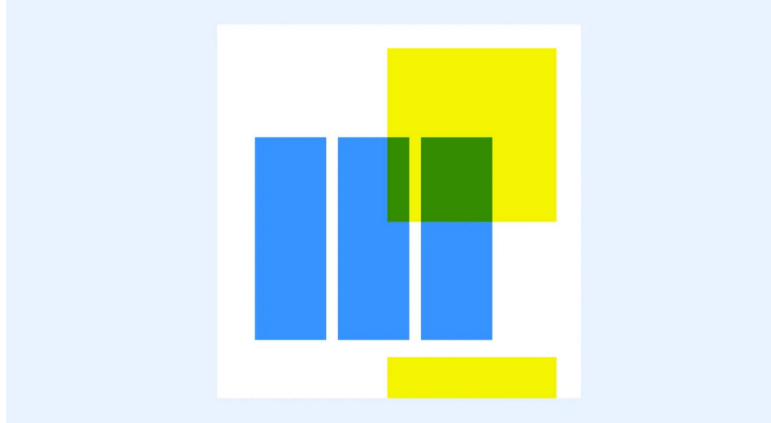


Figura 9_Hierarchical grid

d) tipografia

A tipografia é um elemento crucial para definir o tom e a legibilidade da publicação, e tem como objetivo informar e impactar, para além de ser o meio por onde o leitor navega pelo conteúdo (Lupton, 2020, p.87). Para desenvolver o editorial, é importante explorar-se os elementos básicos da utilização tipográfica: a fonte, o tamanho, o peso, as combinações, os alinhamentos e os espaçamentos. Este excerto não aprofundará o estudo da tipografia, mas explicitará como esta pode inserir-se no mundo do editorial.

É essencial que a tipografia proporcione legibilidade e “leitabilidade” ao corpo do texto. A legibilidade é a capacidade de distinguir cada letra da palavra individualmente, sendo influenciada pelas características da fonte como a altura do x, a largura e espessura dos caracteres, o contraste, o peso e o desenho da fonte. A “leitabilidade” (termo pouco utilizado, traduzido diretamente do termo inglês *readability*) descreve a facilidade da leitura de um texto como um todo e o conforto do leitor a interagir com o mesmo. Esta é afetada pelo tamanho ou cor da letra, assim como pelo espaçamento entre caracteres (*kerning*), o espaçamento entre linhas (*leading*) e o comprimento da linha (*tracking*).

As palavras não são apenas elementos textuais, sinalizam relações entre componentes através dos espaços brancos e das manchas de conteúdo, podendo trabalhar como guias que encaminham o olhar do leitor. Por isso, uma palavra deve estar mais próxima da palavra seguinte do que das palavras da linha de baixo, dando instruções claras do seguimento do texto (Apfelbaum, 2014). Se assim não for, o olho do leitor pode confundir-se, tornando o processo de leitura mais complexo. A entrelinha é o que denomina o espaço entre as linhas, e tem que ser ajustada ao contexto do tipo. Se o espaço for muito fechado existe risco de sobreposição de ascendentes e descendentes dos caracteres. Por outro lado, se o espaço for muito aberto, o texto fica mais claro mas pode correr o risco de cada linha se tornar num elemento gráfico independente, sem seguimento (Lupton, 2020, p.108). Dependendo do efeito que o *designer* pretende, existe liberdade para adaptar os elementos.

A seleção da fonte tipográfica tem que ter em mente o público-alvo e o propósito do editorial (Sandu,2023), pois esta escolha causa associação: se um tipo de publicação geralmente usa uma fonte específica, essa fonte vincula-se a esse género, “como o amor contínuo que as revistas de moda têm por *Bodoni* ou *Didot Italic*” (Apfelbaum,2014,p.43).

A distinção entre fontes serifadas e não serifadas é importante para definir o tom do texto. As serifadas - humanistas/*old style*, modernas, egípcias ou transicionais - permitem um aspeto mais clássico e formal. Tradicionalmente, o olho humano está mais habituado a ler grandes quantidades de texto nestas fontes. A serifa cria uma ligação entre os caracteres que facilita o fluxo da leitura. Por isso mesmo, são escolhas mais recorrentes em livros-texto (Smith,2012,p.124).

As *sans-serif* - geométricas, grotescas ou humanistas - apresentam um estilo mais simples e contemporâneo (Sandu,2023), transmitindo um aspeto mais limpo. As suas linhas retas proporcionam uma presença mais brusca e ríspida (Zapaterra, 2007, p.133). Textos mais académicos e científicos usualmente optam por fontes não serifadas para transmitir uma apresentação séria mas moderna.

Existem ainda as categorias de fontes caligráficas e fontes decorativas. As caligráficas possuem linhas mais curvas que entregam uma sensação mais suave e delicada. As fontes decorativas não se encaixam nas outras categorias, sendo mais artísticas ou temáticas. Estas categorias são geralmente mais trabalhadas e floreadas e, por isso, pouco utilizadas em textos corridos, mas mais para pequenas quantidades de texto ou títulos.

Depois da seleção da fonte, é necessário averiguar o peso da mesma. Lupton (2020) descreve a “família de tipos” como a variação de pesos que uma fonte pode oferecer: a forma romana ou regular, o itálico, o versalete, o negrito e o seminegrito. Refere ainda as superfamílias, que vão ainda mais além, com muitas mais variações que as já mencionadas, como fino, leve, preto, comprimido e condensado (p.48-50).

O tamanho da fonte é selecionado relativamente ao seu contexto. O tamanho padrão nos *softwares* é 12 pontos, que é perfeitamente legível em tela, mas que impresso “costuma ficar grande e desajeitado” (Lupton, 2020, p.39), sendo 9 a 11 o tamanho ideal para texto corrido em impressão.

e) papel

Existindo exceções, a maioria dos editoriais é impresso em papel. A escolha do mesmo define a expressão do editorial: “o toque, o tom, o estilo e o aspeto” (Zapatero, 2007, p.124). O papel é definido tendo em conta a sua gramagem, textura, opacidade e cor. O *designer* tem variadas possibilidades criativas e seleciona o papel que mais se adequa tendo em conta o contexto e objetivo do seu trabalho.

Em relação à cor do papel, o mais comum para livros são os tons de branco, por serem mais neutros para a base da impressão, e ainda colorações ligeiramente amareladas que facilitam a leitura sem cansarem visualmente (Reproset, 2018). Papel colorido também é sempre uma opção que pode fazer sobressair o editorial. Focando nas

texturas e acabamentos do papel, são inúmeras as possibilidades: papéis lisos, granulados, acetinados, opacos ou transparentes, entre muitas outras opções. Pela sua complexidade e por entrar mais na área da produção do livro, a investigação vai focar-se apenas num elemento do papel: a sua gramagem.

Em relação à gramagem, os livros são geralmente impressos em papel entre 70 a 100 gramas (Smith, 2012, p.126). A gramagem do papel define o volume do livro: quantas mais gramas, mais espessura este terá.

O processo de produção de papel faz com que este possua fibras paralelas que influenciam o seu comportamento físico. Desta forma, existe papel de *short grain* cuja medida mais curta foi cortada paralelamente ao sentido da fibra, e de *long grain* cuja a medida mais curta foi cortada perpendicularmente ao sentido da fibra. O sentido da fibra permite mais maleabilidade ao papel. Desta forma, dobras e rasgos devem ser feitos paralelamente ao mesmo (Dias, Oliveira, Martins, Dantas, 2019). No sentido da fibra, o papel dobra mais facilmente e rasga de forma mais rigorosa e suave. No sentido contrário à fibra, o papel não dobra tão facilmente e o rasgo fica torto. No editorial, a fibra deve ser paralela à encadernação, para que as páginas sejam mais fáceis de virar e para que o livro abra mais facilmente (Thomas, 2005, p.362).

O papel é ainda um veículo excelente para a expressão criativa, pela sua potencialidade diversificada. Não só pode ser trabalhado como tela através de tintas, materiais de desenho ou impressão, como pode ser explorado como material escultural. A sua arquitetura pode ser fisicamente manipulada, esculpida, cortada, rasgada, dobrada, amachucada, tecida e moldada de diferentes formas (Possibilities of Paper, s.d.).

Esta exploração no livro incentiva a interação entre o objeto e o leitor e estimula uma relação participativa através de *tabs*, *folds*, *sliders*, *pop-ups* ou destacáveis. A interação é criada porque o livro exige algo do leitor, apresentando-lhe um caminho distinto de exploração do objeto. Um caminho que deixa a bidimensionalidade e explora o espaço, que mistura o conteúdo com a forma, e que

desconstrói a ideia do livro convencional (Fawcett & Mason, 2004, p. 106).

f) cor

A escolha das cores presentes no editorial é também uma decisão que terá em conta o contexto. Para além de acompanhar o conteúdo e definir a atmosfera e identidade do editorial, a cor pode ser utilizada para enfatizar informação, sendo uma técnica de hierarquia. As cores, ou combinações de cores, podem evocar sensações, emoções ou memórias diferentes a pessoas distintas. É, por isso, uma experiência altamente individual, a interação com a mesma é subjetiva e depende do contexto cultural pessoal de cada indivíduo (Zapaterra, 2007).

Na construção de um editorial, o *designer* idealmente define uma paleta de cores limitada que usa de forma consistente ao longo do livro. Como este trabalho se foca na construção de um editorial para impressão, e não num formato web, o modo de cores a referenciar é o CMYK.

O CMYK é constituído pelas cores primárias ciano, magenta e amarelo. Misturando as três obtém-se o preto. As cores secundárias deste sistema obtém-se misturando duas das cores primárias. O ciano e o magenta criam azul, o magenta e o amarelo criam vermelho, o amarelo e o ciano criam verde.

As cores CMYK são representadas por percentagens para cada uma das quatro cores, C(ciano), M(magenta), Y(amarelo), K(preto). As cores primárias possuem o valor da própria cor a 100% e os restantes a 0%, enquanto as cores secundárias têm duas cores a 100% (excluindo o preto), e as restantes a 0%.

Existe ainda o conceito do contraste simultâneo que refere como duas cores podem afetar-se simultaneamente. Se colocadas lado a lado, a percepção das suas tonalidades alteram-se, ainda que as cores se mantenham. Acontece principalmente com cores comple-

mentares, que são as mais contrastantes entre si. Por exemplo, o contraste de uma cor escura junto a uma cor clara faz com que a escura pareça mais escura e a clara pareça mais clara (Boddy-Evans, 2019). Entender os contrastes simultâneos é de extrema relevância para compreender a importância do contexto visual de uma cor, e o que deve rodeá-la.

Entendidos os elementos específicos que fazem parte do *design* editorial, vai agora explorar-se um pouco do processo de construção do mesmo, mas previamente às técnicas digitais, no sentido de o relacionar com os métodos tangíveis e manuais.

2.4.2_criação editorial analógica

Previamente ao apoderamento digital dos computadores, todo o processo de criação do *designer* editorial era feito analogicamente. Mover, cortar, redimensionar, copiar e colar, ações hoje em dia conseguidas apenas num clique, há 50 anos eram feitas manualmente. Todo o *layout* era criado à mão e depois era fotografado para ser reproduzido em impressão. Era uma atividade mais detalhada e consumia significativamente mais tempo. Erros eram difíceis de corrigir, sendo por vezes necessário começar do início (Mika, 2022).

Os *designers* trabalhavam em grandes secretárias, espaçosas e num ângulo inclinado, que precisavam de ser confortáveis por serem usadas por longos períodos de tempo. Utilizavam lápis, canetas e régua para traçar linhas retas rigorosas. Também criavam linhas retas através de fitas adesivas com variados *designs* à disposição, podendo ser coloridas e decorativas. Tesoura e x-ato eram necessários para cortar secções dos textos impressos e dispô-los na página - a esta atividade se chamava '*paste-up*': a origem do *copy and paste* dos *softwares*. Os *designers* cortavam e colavam tudo à mão, determinando as posições de todos os elementos. Quando erros de hifenização ocorriam, tinham que cortar palavra a palavra de maneira a ajustá-las no espaço disponível. Era um trabalho demorado e minucioso, que implicava habilidade manual. Os elementos presentes

na página, os textos e imagens, tinham que ser colados para apresentar a página à editora, mas estes tinham que ser móveis caso fosse necessário realizar alterações. Para isso, utilizavam uma cola de contacto que permitia uma adesão temporária: podiam colar, reposicionar e reutilizar os elementos (Bayne, 2022).

O processo da tipografia era complexo. Os *designers* tinham que esperar para receber o tipo que requisitavam ao tipógrafo. Por esta razão, pediam várias opções de uma só vez para poderem experimentar diferentes possibilidades: “2 ou 3 escolhas de tamanho e talvez duas ou três fontes como *Helvetica*, *Garamond* ou *Times*” (Velarde, 2017).

Nos anos 90, quando começaram a utilizar-se os *softwares* para o *design* editorial, o processo tornou-se mais rápido. A rápida produção foi uma mais-valia para as editoras, que passaram a publicar um número mais elevado de editoriais, isto sem aumentar o número de trabalhadores. Outro aspeto que mudou para melhor foi a diminuição de acidentes que ocorriam com as ferramentas de trabalho: os cortes com x-atos eram frequentes e as colas utilizadas libertavam fumos tóxicos, tornando o ambiente de trabalho pouco benéfico. Embora haja claras vantagens com a digitalização do *design* editorial, perderam-se as vantagens do processo analógico. Cada página era criada individualmente, tornando-as únicas entre si. Para além disso, no fim de um dia de trabalho, como os tipos eram enviados para o tipógrafo e o projeto para o fotógrafo, não se levava trabalho para casa, ao contrário do trabalho do *designer* atual que, com o computador portátil, prolongou a sua possível disponibilidade para qualquer hora do dia. Com os *softwares*, havendo mais facilidade para alterações, os clientes não hesitam em pedir numerosas alternativas. Isto não acontecia de forma tão incisiva previamente aos computadores, pois uma alteração podia ser bastante trabalhosa e elevar os custos (Designer Depot, 2023).

Por tudo isto, e por ser totalmente *hands-on*, o processo de trabalho editorial no passado originava resultados singulares e incomparáveis. É relevante compreender este processo e identificar as suas conveniências para as transportar e as adaptar ao trabalho contemporâneo, no sentido de ter um processo mais completo e proveitoso.

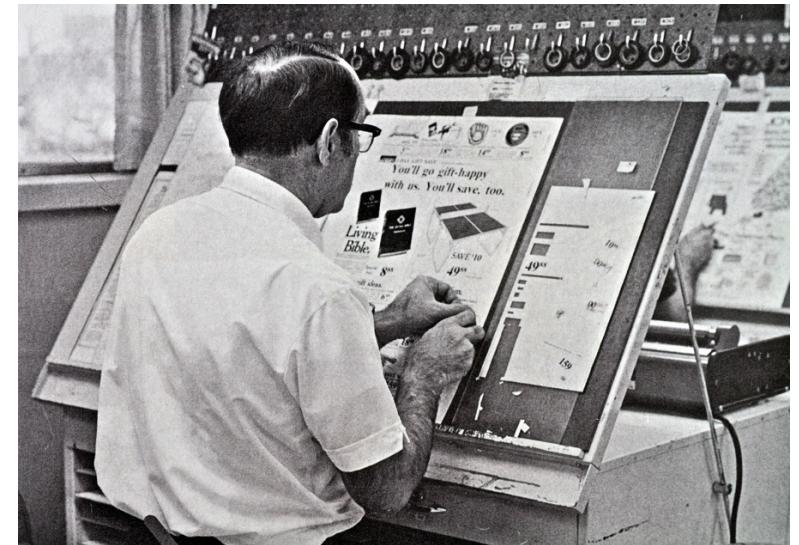


Figura 10_ Designer a construir *layout* analogicamente nos anos 80



Figura 11_ Pormenor *designer* a construir *layout* analogicamente nos anos 80

2.4.3_o desbloqueio no *design* editorial

Tal como nas outras áreas do *design* gráfico, o *design* editorial tem constrangimentos no seu processo que podem bloquear o seu avanço. Por o editorial ser um objeto complexo, com um número elevado de páginas, há muito trabalho criativo envolvido ao tentar fazer com que cada *spread* seja especial individualmente. A principal dificuldade é criar consistentemente *designs* interessantes e dinâmicos ao longo de todo o editorial, sendo fácil cair na prática de criar *layouts* monótonos e repetitivos. Zapatterra (2007) defende que a atividade menos criativa e desbloqueadora para um *designer* editorial é este se sentar em frente a um computador (p.113). Por isso mesmo, propõe uma abordagem ao trabalho editorial menos digital e mais tangível, para que novas perspetivas possam surgir.

Zapatterra (2007) sugere técnicas para evitar *layouts* monótonos, propondo trabalhar-se com recortes e blocos de cor. Desta forma, constroem-se as páginas com as próprias mãos, e visualizam-se os espaços brancos, assim como a disposição geométrica dos elementos gráficos (o texto ou as imagens). Como já referenciado no subcapítulo b) *layout* e elementos gráficos, o autor acredita que esta técnica é relevante por considerar que as páginas são padrões criados por formas geométricas que, juntas, criam outras formas mais complexas que transformam a disposição das mesmas em algo equilibrado e ritmado aos olhos do leitor. Este exercício de visualização é uma atividade de “seleção, rejeição, enfatização, organização e combinação de elementos essenciais” (p.116). Começar por criar o *layout* através destes blocos ajuda a definir os contornos e o aspeto da página de forma analógica.

Outro procedimento tangível muito comum na construção de um editorial é a criação de um *book dummy*, ou mono, que testa de alguma forma uma versão física do objeto: “Sempre que possível, deve ser feito um mono: um volume, sem impressão, com o método de encadernação pretendido, papel, sentido da fibra, etc. Só assim se torna possível avaliar convenientemente o objeto a produzir,

sentindo, manuseando e ajustando as características do livro.” (Dias, Oliveira, Martins, Dantas, 2019, p.8-9).

O mono é uma espécie de esboço do livro final, geralmente com menor qualidade, e é uma ferramenta vantajosa para o *designer* avaliar o editorial de uma forma física, exterior ao ecrã. É a prototipagem que dá forma à ideia, e geralmente é fácil e rápido de criar, testar e rever, as vezes que forem necessárias. A criação do mesmo, por ser em papel, torna a experiência de testagem o mais aproximada possível da experiência real. O *book dummy* proporciona ao *designer* a liberdade de explorar todos os componentes do editorial, do formato ao conteúdo, por possibilitar a visualização dos mesmos antes da impressão final (Zapatterra, 2007, p.29). É relevante pois, em escala real, as proporções e o equilíbrio do conteúdo podem não estar adequadas ao modo como o editorial está a ser experienciado - por exemplo, a distância a que está a ser agarrado. A fisicalidade, o ritmo do editorial e a relação material entre o livro e o leitor são idealmente testadas de forma tridimensional, não sendo possível averiguar digitalmente (Apfelbaum,2014,p.31). Por ser apenas um rascunho, pode facilmente sofrer as alterações necessárias de maneira a monitorizar como as mudanças influenciam positivamente e negativamente o editorial (Zapatterra, 2007, p.123). O facto de ser em papel facilita a sua documentação, anotação, reutilização e alteração no processo de testagem. O *book dummy* permite então testar o papel selecionado, como se combina com outros papéis, qual a espessura, volume e toque do livro, e permite também visualizar o *layout*, as *grids*, os textos e as cores, fisicamente e em tamanho real.

2.4.4_ escolha do livro como recurso criativo

O novelista Paul Auster (1995), no ensaio *Why Write?* conta uma história pessoal que viveu aos oitos anos, quando era um grande adepto de baseball. Um dia, após um jogo que fora assistir ao vivo, cruzou-se com um dos jogadores do qual era grande fã. Ganhou coragem e abordou-o para lhe pedir um autógrafo. O jogador aceitou e pediu a Auster por um lápis, para fazer a sua assinatura. No entanto, nem Auster, nem ninguém à sua volta, tinha um lápis. O novelista descreve a angústia que sentiu nesse dia por ter regressado a casa sem o autógrafo, e afirma que, desde então, não voltou a sair de casa sem um lápis. Embora não tivesse planos específicos para o objeto, não quis voltar a ser apanhado desprevenido (p.173-175). Escreve: “No mínimo, os anos ensinaram-me isto: se tens um lápis no bolso, há uma boa chance de um dia te sentires tentado a começar a usá-lo. Como gosto de contar aos meus filhos, foi assim que me tornei escritor.” (p.175).

Para Paul Auster, o lápis é uma ferramenta criativa: através do hábito de o transportar, começou a dar-lhe uso e libertou o escritor que havia dentro de si. Uma ferramenta criativa é um recurso que assiste e estimula um criativo no ato da criação. Para além de um instrumento útil, é uma extensão do criador, e apenas o ato da sua escolha pode direcionar o caminho do trabalho criativo (Vis, 2021, p.59).

A seleção da ferramenta criativa, por si só, é uma forma de compromisso: uma vez elegido um recurso, é dado o primeiro passo para iniciar o trabalho. Algumas ferramentas criativas comuns são lápis, canetas, cadernos, blocos de notas, computadores ou caixas. Usualmente são meios que permitem registar, conservar e organizar informação, para que não se percam boas ideias e para que mais tarde possam voltar a ser refletidas. Mesmo que o projeto seja posto em pausa, a existência da ferramenta permite que o trabalho possa também, mais tarde, voltar a existir (Tharp & Reiter, 2003).

Por exemplo, os cadernos de Beethoven eram o seu auxílio criativo: o primeiro caderno era de bolso e servia para os rascunhos e ideias

ainda não formadas; o segundo caderno era para o desenvolvimento e melhoria das ideias iniciais; depois dessas ideias repousarem durante alguns meses, o terceiro e mais permanente caderno era onde refinava as suas composições. Os cadernos eram o meio que Beethoven utilizava para que a sua criatividade prosperasse. A ferramenta criativa contém inspiração sem a limitar. Não gera as ideias, mas é um repositório do potencial criativo (Tharp & Reiter, 2003).

A autora do livro *Creative Habit: Learn It and Use It for Life*, Twila Tharp (2003) descreve o que para ela é o recurso ideal: perfeitamente funcional; identificável; descartável caso não seja mais preciso; eterno o suficiente para que cumpra o seu propósito; facilmente adquirível e barato, para que seja acessível; portátil, para que se possa transportar e criar em qualquer lugar. A capacidade de arquivo é também essencial para que, mesmo ideias que não avancem, possam ser inspiração para outras no futuro. Se estiver tudo num só sítio, mais facilmente se fazem relações inesperadas entre ideias que de outra forma poderiam não surgir (p.67). A ferramenta não só é útil como compromisso inicial, como ajuda o criativo a não se perder no processo e possibilita-o a rever ideias passadas como guia para trabalhos futuros (p.73).

Sendo esta investigação focada no *design* editorial, explora-se agora a ideia do uso do livro como recurso criativo. O trabalho gráfico de Munari movimentava-se muito na exploração dos limites do livro como suporte comunicável e meio de interação entre o indivíduo e o objeto: pode comunicar-se visualmente e tatilmente apenas através de meios editoriais? O livro como objeto, independente de palavras, pode interagir com o indivíduo? (Munari, 1981).

Manovich (2001), autor de *The Language of New Media*, propõe sair do domínio da tecnologia e pensar na interatividade não apenas como uma ação de troca entre a pessoa e o digital, mas como o ato de completar ou deduzir informação que não está presente (p.56). Os livros de Keri Smith como *Wreck This Journal*, *Finish This Book* ou *The Non-Planner* são particulares por isso mesmo: são livros de atividades em que cada página há uma tarefa para o leitor completar. Permite que haja uma interação direta entre o livro e o leitor, que o preenche subjetivamente e o torna um objeto único e pessoal. Sem o leitor, o livro não tem conteúdo, está inacabado (Talin, 2018).

O inacabado é o nada, a inexistência, a ausência, e é a liberdade para imaginar o que não está lá (Mecloy, 2010). É a permissão para criar o que ainda não foi criado. Um livro inacabado cria no leitor o gatilho para fantasiar, sem o condicionar. O leitor transforma-se no autor, que ativamente participa no ato de criar o livro. Existe então uma relação entre a ausência e a interatividade (Talin, 2018).

Os doutorados em Belas Artes e professores de *design* gráfico, Eduardo Fernández e Leire Iñurritegui (2014), propõem a interseção do espaço digital com o espaço físico, aplicando os recursos e princípios da interatividade digital em objetos impressos. Propõem que a interatividade tem capacidades comunicativas que beneficiam não só o processo de trabalho dos *designers* gráficos como os resultados desse mesmo trabalho. O conceito de participação do utilizador, proveniente do meio digital, potencializa os meios impressos, explorando as possibilidades inovadoras na interação entre o utilizador e o editorial.

Esta ideia do editorial como exploração interativa traduz-se na coleção de livros *Choose Your Own Adventures*, interativos a nível da narrativa. O leitor é colocado no papel do protagonista e as suas escolhas definem o progresso da história, sendo um livro de leitura não linear pela necessidade de saltar entre páginas. A interatividade também se traduz a nível tangível nos livros *pop-up*, *flap-books*, *flipbooks*, livros com destacáveis, e todo o tipo de interações que a engenharia do papel possa gerar (Dussán, 2016).

Todos estes livros descritos acima têm elementos comuns: a característica de participação do utilizador; a qualidade exploratória que permite que cada pessoa utilize o objeto de forma individual; a vertente lúdica que os distingue dos livros tradicionais e que os associa a um uso mais recreativo; a sua materialidade - embora não sejam convencionais mantêm características que os fazem continuar a ser descritos como livros.

O livro enquanto ferramenta criativa é vantajoso em diversos aspetos. Ao contrário de recursos digitais intangíveis, que devido à sua falta de fisicalidade perdem elementos primordiais de comunicação

livro-leitor e limitam a intensidade da sua experiência (Barros, 2018, p.52), o livro como objeto proporciona um corpo. Desta maneira, comunica de forma palpável e o contacto direto entre o indivíduo e o livro possibilita uma permuta mais íntima e pessoal. A fisicalidade é fundamental para o diálogo entre o leitor e o livro porque permite a interatividade através de ações como folhear, percorrer, desfolhar, rasgar, dobrar, cortar, vincar, colar, amachucar, etc. Todas estas ações alargam a vertente de exploração e experimentação, havendo inúmeras possibilidades de manipulação do objeto.

Para ser um livro, não tem que ter um formato convencional. É um suporte em aberto que pode ser testado ao seu limite e através de inúmeras e distintas técnicas e disciplinas de criação, sendo uma espécie de laboratório de experimentações com um espaço de especulação sem finitude. É um objeto de fácil portabilidade e manutenção, que pode ser interpretado com ordem e continuidade, ou ser completamente descontínuo, rompendo com a ideia de sequência. De qualquer das maneiras, tem a capacidade de, como um todo, transmitir uma narrativa.

A sua fisicalidade não remove a sua possível abstração, podendo ser explorado tanto materialmente, como conceptualmente. É um objeto na qual se pode aplicar muita liberdade criativa, sem a existência de condicionantes, até porque a definição de livro é vasta.

O livro é materialização, conservação e exposição de ideias. A capacidade de arquivo permite organizar e disseminar qualquer género de conhecimento, que perdura no tempo e no espaço. É comparável com uma tela em branco: pode ser preenchido de qualquer maneira e tornar-se numa espécie de museu portátil - um meio de divulgação e exposição de concepções ditadas pelo autor. Se o livro o permitir, o leitor colabora com o objeto transformando-se num leitor participativo: um autor ou editor. Para além de um espaço comunicante, pode ser um espaço de ação e criação na qual o indivíduo participa interpretando, explorando, e dando origem a um objeto único (Barros, 2018). Todas estas qualidades descritas evidenciam o potencial do livro como suporte gráfico interativo, exploratório e potenciador criativo.

3_REFERÊNCIAS PRÁTICAS

Pretende-se suportar os conceitos descritos ao longo da investigação através de exemplos concretos, reforçando a compreensão teórica e demonstrando a sua aplicabilidade prática. Sendo o objetivo do trabalho potenciar processos criativos desbloqueadores no arranque do trabalho editorial através de uma ferramenta lúdica, vão procurar-se exemplos reais de objetos lúdicos com este propósito. Desta forma, validar-se-á e reforçar-se-á as teorias já abordadas, e ainda orientará o projeto prático.

Selecionados pela sua relevância tendo em conta a investigação realizada, os casos de estudo selecionados buscam identificar estratégias desbloqueadoras eficazes. Neste caso, vão procurar-se casos de estudo que incluam as estratégias desbloqueadoras já definidas no enquadramento teórico: incubação, aleatoriedade, imposição de limitações, olhar da criança, manualidade/ tangibilidade, ludificação e interatividade. Pretende-se uma recolha de casos com abordagens abrangentes, que permitam uma análise comparativa.

3.1_Letraset Typen

Reinhard Nißle, Bernd Bexte, Wera Merten
1976, Alemanha

Dossiê com seis argolas e três conjuntos de páginas. Do lado esquerdo estão catalogadas caras, divididas por olhos, nariz e boca. Do lado direito estão catalogadas fontes, divididas por título, subtítulo e texto.

O objetivo é misturar e combinar diferentes fontes, visualizando como estas funcionam juntas. Ao mesmo tempo que se tomam decisões sobre os tipos, estão a criar-se caras divertidas do outro lado do livro.



Figura 12_Letraset Typen

Estratégias desbloqueadoras identificadas:

Este dossiê utiliza a técnica da **imposição de limitações**, proporcionando um número limitado de fontes por onde se pode iniciar um projeto. Utiliza também a **aleatoriedade** no sentido em que a pessoa, ao virar as páginas de forma casual, pode criar uma combinação accidental que não aconteceria noutro contexto. A característica de combinações variadas entre fontes permite aplicar a estratégia de **tentativa-erro**, que permite visualizar conjugações até o *designer* "acertar" na que procura. A **tangibilidade** está também presente neste projeto que depende da ação das nossas mãos. Por último, há uma sensação **infantil** ao folhear o livro. A sua construção em três abas na criação das diferentes caras remete para os livros de infância, associando uma leveza e diversão a uma ferramenta que também pode ser usada para trabalho e que facilita processos de combinação.

3.2_Graphic Design Play Book

Sophie Cure, Aurélien Farina
2019

Como o nome indica, este objeto é um livro de atividades associadas ao *design* gráfico. Numa abordagem mais educacional, introduz os princípios básicos da área, dividindo-os por tipografia, *posters*, sinalização e identidade. Cada capítulo tem *puzzles* e desafios visuais (jogo das diferenças, ligar os pontos, jogo dos pares, completar imagens, etc.) que escalam na sua dificuldade. Possui ainda páginas de soluções, um glossário, e folhas com autocolantes, *stencils* e papel colorido, para completar atividades específicas. Estes desafios pretendem facilitar a compreensão de conceitos gráficos, sendo uma ferramenta direcionada para estudantes de *design* ou indivíduos com interesses artísticos focados nesta área.



Estratégias desbloqueadoras identificadas:

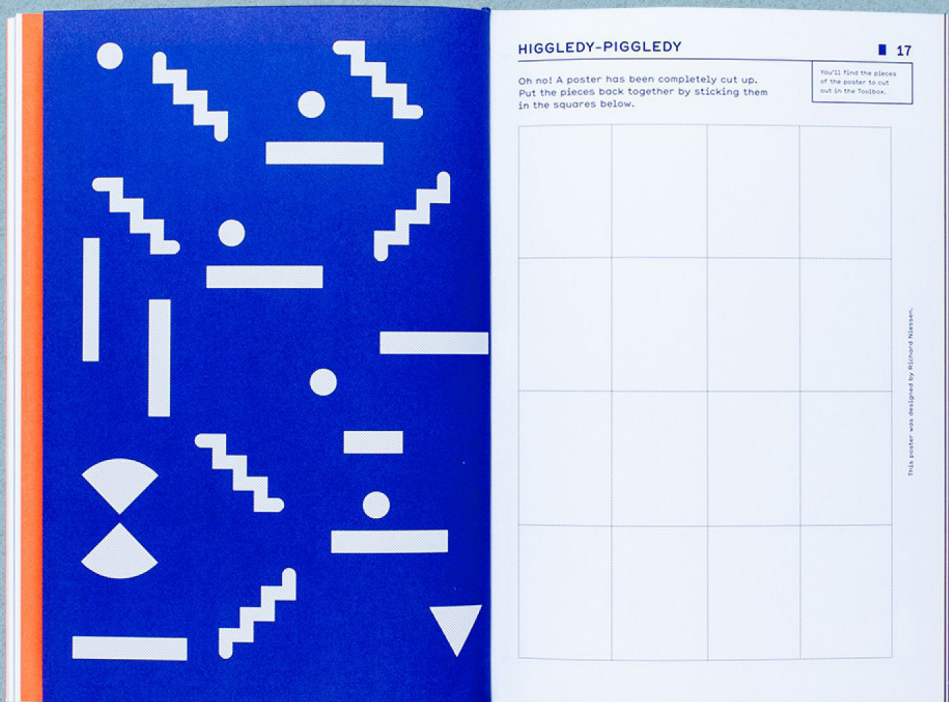
Por ser um livro de atividades com jogos relativamente simples, remete aos livros **infantis** que entretêm as crianças. Há uma clara apropriação do jogo ao longo do objeto, sendo claro que é um recurso **lúdico**. Os desafios incentivam a riscar, cortar e destacar elementos do livro, potenciando uma interatividade **tangível** entre o objeto e o utilizador. Tudo isto associa descontração a uma ferramenta educacional, e aqui se insere a estratégia da **incubação**. A sua leveza como recurso retira-lhe o peso do trabalho, podendo ser usado num momento de desanuviar das tarefas mais sérias, que se torna num momento ocioso mas produtivo. “É uma maneira divertida para aqueles que já estão bem envolvidos no mundo do *design* se afastarem dos ecrãs e começarem a trabalhar em analógico por um momento”.

3.3_The Oblique Strategies

Brian Eno, Peter Schmidt
1975

Este objeto foi criado no contexto de pressão causada pelo trabalho. Os artistas que o desenvolveram sentiam que o tempo limitado que tinham para conceber os seus projetos os distanciava das “formas de pensar que consideravam mais produtivas quando não existia pressão”.

“As *Oblique Strategies* evoluíram a partir de uma série de situações de trabalho, quando o pânico da situação - particularmente no estúdio - me tendia a fazer esquecer rapidamente que havia outras formas de trabalhar e formas tangenciais de atacar problemas, que eram em muitos aspectos mais interessantes que a abordagem *head-on*.” (Eno, 1980)¹⁴



¹⁴The Oblique Strategies evolved from me being in a number of working situations when the panic of the situation - particularly in studios - tended to make me quickly forget that there were others ways of working and that there were tangential ways of attacking problems that were in many senses more interesting than the direct head-on approach.

The Oblique Strategies é um baralho de cartas, de um lado são pretas, do outro possuem uma curta frase impressa a preto num fundo branco. Essas frases são afirmações, questões ou sugestões, pequenos motes que pretendem colocar em perspetiva o pensamento do utilizador. Frases como “faz algo aborrecido”, “abandona instrumentos normais”, “uma linha tem dois lados”, “o que é que não farias?”, “usa uma ideia velha”, e ainda algumas cartas a branco para poderem ser preenchidas. Estas máximas provocatórias foram desenvolvidas com o propósito de potenciar a criatividade particularmente de artistas musicais, mas hoje em dia é usada por diversos tipos de criativos como ferramenta desbloqueadora ou de *problem-solving*.

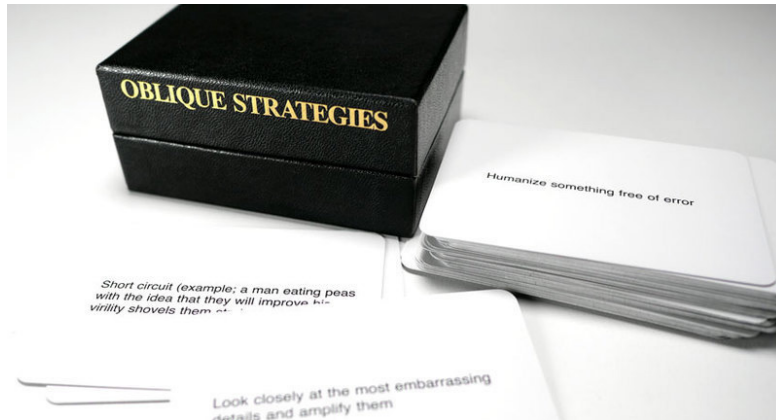


Figura 14_The Oblique Strategies

Estratégias desbloqueadoras identificadas:

O seu formato, um baralho de cartas, utiliza conceitos **lúdicos** como recurso desbloqueador. A ideia de **incubação** também está presente, sendo que a utilização do baralho é uma pausa do trabalho real para uma atividade potenciadora criativa. A **aleatoriedade** também está bastante presente nesta ferramenta. O utilizador retira uma carta às cegas, não tendo como prever que mote lhe surgirá.

3.4_The Book Box

Estúdio itemzero
2023, Portugal

O *Book Box* é um *kit* que contém 20 livros criados para demonstrar técnicas de encadernação, capas e acabamentos distintos. Para além de cada livro demonstrar fisicamente a sua técnica, por dentro contém especificações de como se produzem na teoria. O *kit* direciona-se a *designers* que pretendam exemplificar aos seus clientes quais os diferentes métodos de produção de livros, ou a agências, gráficas e escolas de *design*, como *brainstorming* na escolha da encadernação ideal para os projetos a desenvolver. O *kit* permite ao *designer* aprender sobre o tema, educar outros de forma tangível e ainda orientar projetos. A sua fisicalidade facilita também uma comunicação da visão do *designer* de forma mais eficaz. A rápida visualização de opções permite uma mais rápida tomada de decisão e sem depender recursos a testar técnicas de acabamentos. Por último, simplifica o processo de *design*, dando mais espaço ao *designer* para se focar no aspeto criativo do trabalho.



Figura 15_The Book Box: Industrial Bookbinding Techniques

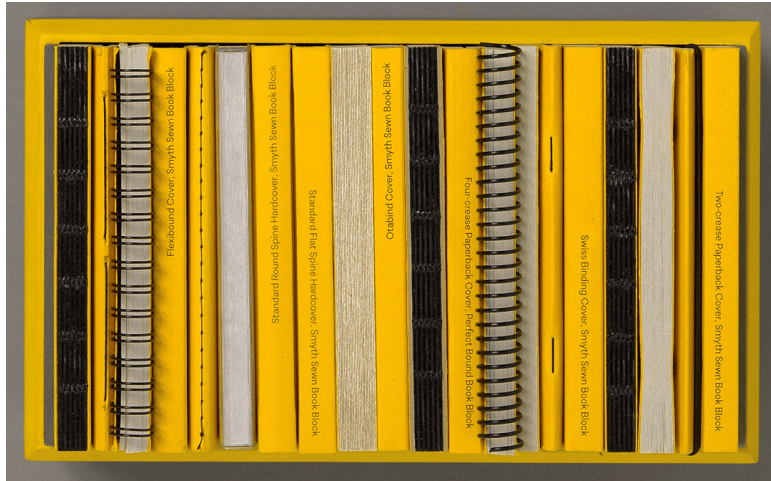


Figura 16_The Book Box - Lombadas

Estratégias desbloqueadoras identificadas:

A **tangibilidade** deste objeto permite a visualização física do projeto final, o que facilita a tomada de decisões durante o processo, fase que pode ser bloqueadora. É também uma ferramenta que **impõe limitações** ao *designer*, demonstrando um número de técnicas restrito e proporcionando um ponto de partida.

3.5_Più e Meno

Bruno Munari e Giovanni Belgrano
1970, Itália

Più e Meno, que significa “mais e menos” em italiano, é um jogo visual que contém 72 cartas transparentes com desenhos, texturas e formas variadas. A ideia da transparência permite sobrepor as cartas e criar narrativas. Ao adicionar e subtrair cartas, altera-se o enredo da história. A intenção de Munari era colocar o indivíduo que

interage com o jogo, como protagonista: o jogo está em aberto e incompleto e, apenas através da experimentação do utilizador, este ganha propósito e se completa. Excelente recurso para a criação de narrativas criativas.



Figura 17_Jogo Più e Meno



Figura 18_Cartas jogo Più e Meno

Estratégias desbloqueadoras identificadas:

É clara a presença do método **hands-on** e da **interatividade** neste projeto, pois sem a exploração tátil do indivíduo, o jogo perde o intuito. Também é claro que é um objeto com características **lúdicas**, até pela sua designação de jogo.

3.6_Strips e Colors

Antonio Ladrillo
2017 e 2020 respetivamente, França

Com clara influência dos livros ilegíveis de Bruno Munari, Ladrillo criou os livros *Strips* e *Colors*. *Strips* é um livro composto por páginas de cores sólidas. Cada página está dividida em três dobras verticais, que dobrando e desdobrando permitem sobrepor as cores de maneiras variadas. Desta forma, criam-se “infinitas combinações de cor, bandeiras imaginárias e padrões hipnóticos” através de um *design* minimalista e de movimentos simples.

Colors é semelhante por possuir páginas de cores sólidas que permitem sobrepor-se criando padrões coloridos variados. Em vez de dividir em três dobras, estas páginas variam ao longo do livro tendo dobras em sítios variados e ainda cortes nas folhas, permitindo um maior número de transformações visuais ao longo do objeto. O autor afirma que este projeto pretende refletir sobre a repetição, o ato criativo, a narrativa, a cor e a brincadeira.



Figura 19_Livro Strips

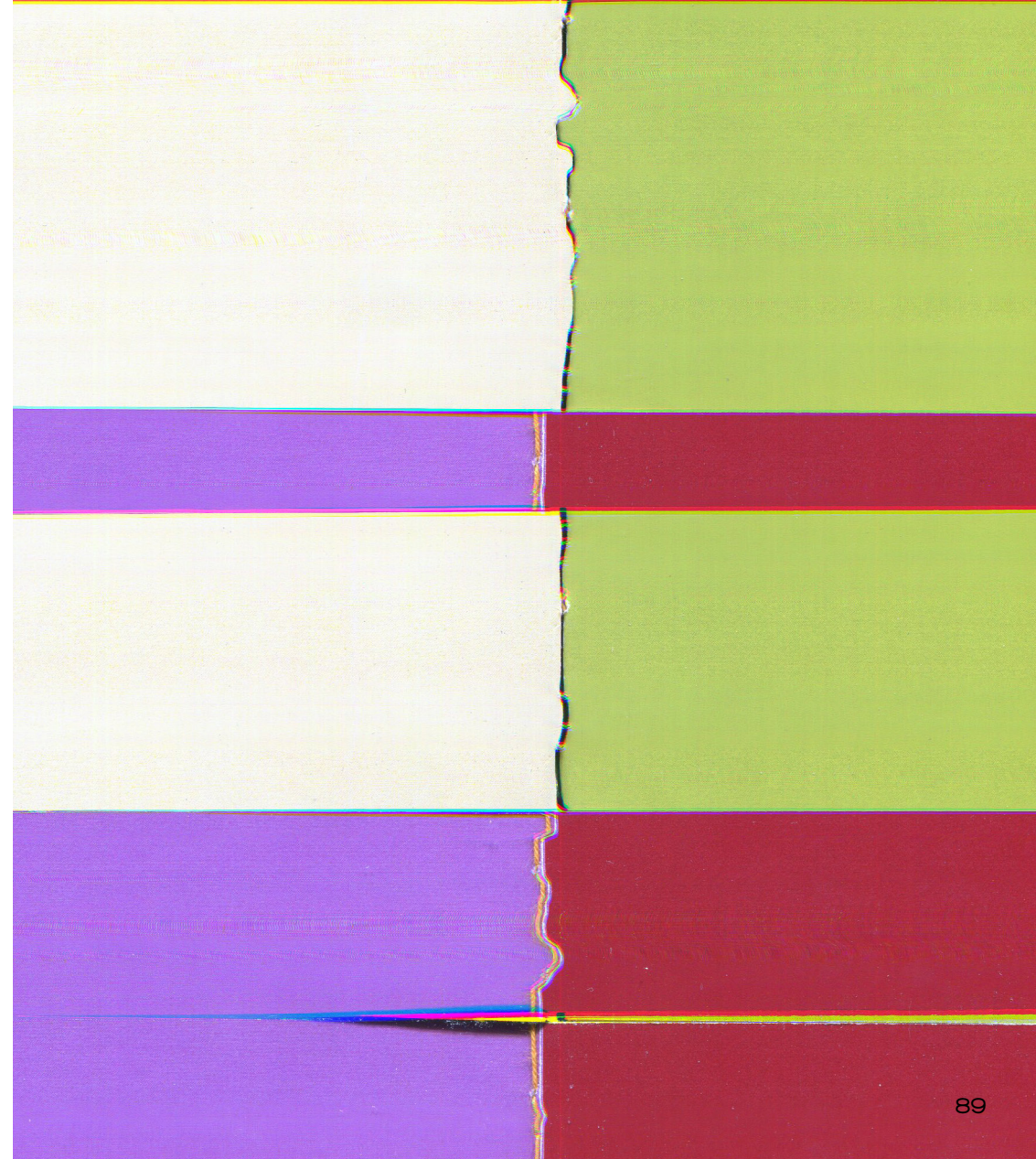


Figura 20_Livro Colors

Estratégias desbloqueadoras identificadas:

Não tendo o propósito direto de desbloquear a criatividade, este objeto tem características inspiradoras. A sua **tangibilidade** permite a interação entre si e o indivíduo, encorajando mesmo a exploração tátil que permite variar os resultados visuais. Resultados estes que podem ser instigantes de um trabalho criativo. Tal como o autor refere, há um elemento de brincadeira no ato de **interação** com o livro, sendo este uma atividade **lúdica** que potencia a imaginação. Tal como o livro *Letraset Typen*, já referenciado, as características da **aleatoriedade** e da **tentativa-erro** estão presentes na viragem das folhas, que geram combinações acidentais que podem ser estimulantes.

4_ENQUADRAMENTO PRÁTICO



Nesta fase da investigação, descreve-se a exploração na prática dos conceitos abordados ao longo do enquadramento teórico, através de uma manifestação tangível. Aqui, vai descrever-se o objeto prático desenvolvido durante a investigação. Este será descrito como um todo, mas também nas suas partes individuais. Vai descrever-se o seu processo de execução, as decisões tomadas e o porquê das mesmas.

O *design* editorial é uma área complexa no sentido em que o livro tem um número elevado de elementos e diferentes camadas que precisam de ser tomadas em conta na sua construção. Previamente foram identificados os componentes comuns a ter em conta na construção do miolo do livro: o tamanho e formato, o *layout* e elementos gráficos, as *grids*, a tipografia, o papel e a cor. Cada um destes elementos será representado no objeto prático como um objeto singular. Estes objetos singulares fazem parte de um livro, que é o objeto final como um todo. Este livro pretende ser uma ferramenta facilitadora no *design* editorial em momentos de arranque do projeto ou bloqueio criativo.

No processo de pesquisa foram identificadas estratégias que têm o potencial de desbloquear dificuldades criativas e desinibir o indivíduo no ato da criação. Estas estratégias são a incubação, a aleatoriedade, a imposição de limitações, a tentativa-erro, o olhar da criança, o *hands-on*, a ludificação e a interatividade. Cada uma destas estratégias será aplicada de alguma forma aos componentes do *design* editorial, de maneira a explorar o seu potencial nesta área específica do *design* gráfico.

a) tamanho e formato

Os tamanhos *standard* de folhas são uma informação com a qual os *designers* trabalham muito. No entanto, não quer dizer que saibam estes valores de cor, e muitos têm um pedaço de papel onde anotam estes valores de maneira a consultar quando necessitam (Lafratta, 2018).

Neste tópico do tamanho do editorial, achou-se pertinente a visualização de forma tangível do mesmo, sendo possível observar como seria a dimensão do objeto fora do digital. É então desenvolvida uma folha de consulta dos tamanhos mais comuns do papel, A3, A4, A5 e A6, dimensões do sistema internacional ISO 216, série A.

Inicialmente observa-se uma superfície A6 com as suas medidas descritas. Pode observar-se também um quadrado colorido que representa a medida de um quadrado inserido no tamanho representado, neste caso, um A6. Isto pretende que o *designer* visualize como seria se o seu editorial tivesse um formato retangular ou quadrangular no tamanho referido. Desdobrando a folha, pode observar-se uma superfície A5, também com as suas medidas respetivas, e o quadrado inserido. E assim continua - o A5 desdobra-se num A4, e o A4 desdobra-se num A3. Isto acontece porque a série A possui proporções de $1:\sqrt{2}$. Desta forma, a partir de uma única folha A3 dobrada 3 vezes, é possível visualizar-se estes quatro tamanhos.

É usado um papel de 80gr, de baixa gramagem, para ser vincado várias vezes e continuar fácil de manusear.

O objeto tamanho e formato potencia o método ***hands-on*** e a **interatividade** com o utilizador, na ótica de exploração dos tamanhos. Permite-se uma exploração tangível que pretende facilitar as decisões do *designer*, e que não seria possível se este não fosse um objeto concreto e palpável.

Figura 21_Objeto tamanho - informação



Figura 22_Objeto tamanho A6



Figura 23_Objeto tamanho A5

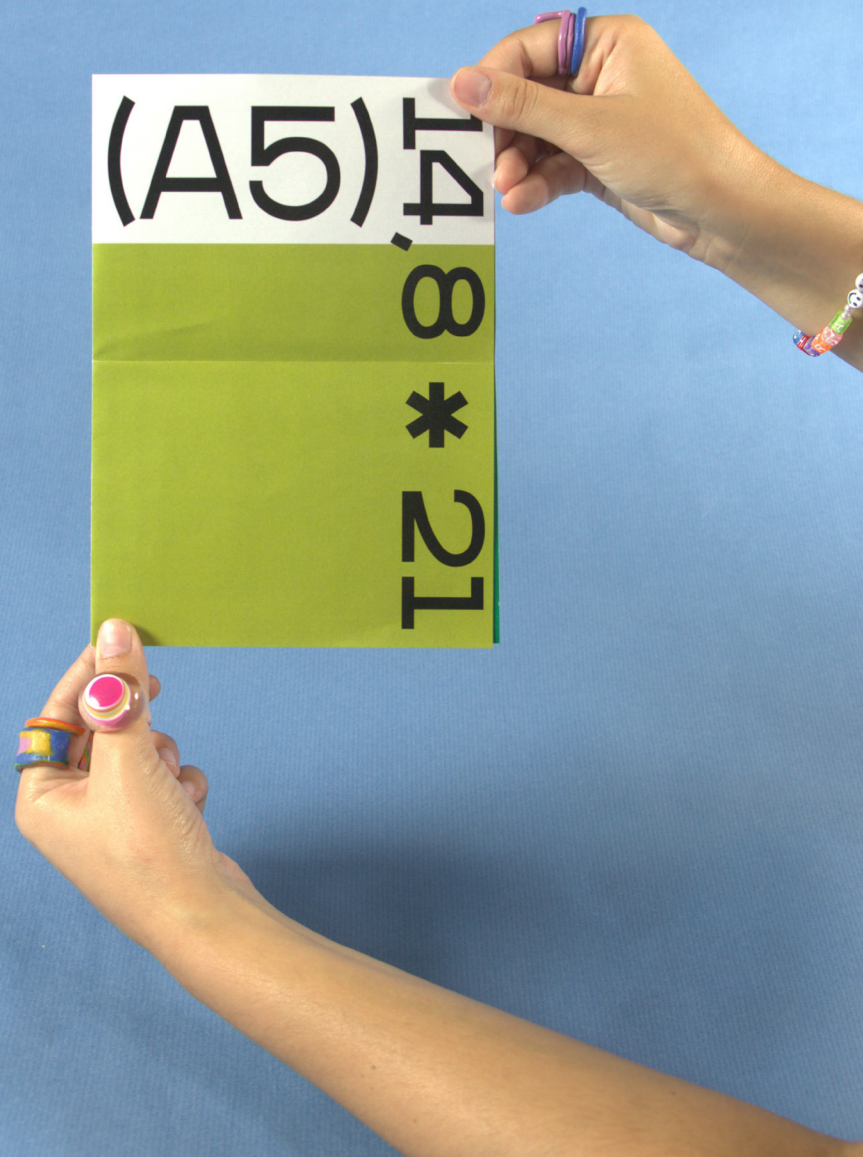
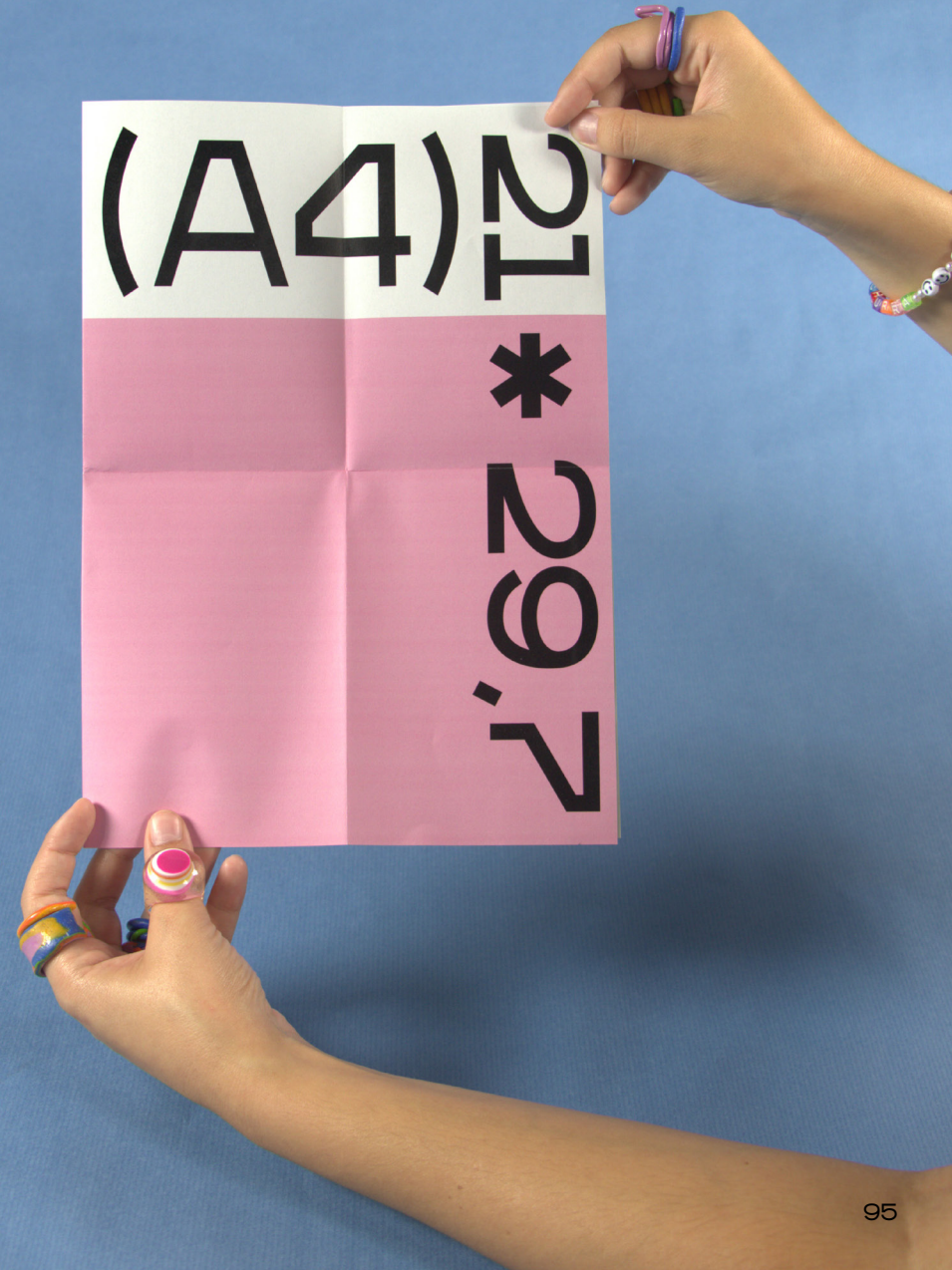


Figura 24_Objeto tamanho A4





b) grids

As *grids* são a base da disposição dos elementos que se pretende inserir no editorial. Podem ser linhas horizontais criando um padrão pautado, podem ser linhas verticais criando colunas, podem ser linhas horizontais e verticais sobrepostas criando módulos, ou podem ainda ser linhas irregulares que criam *grids* únicas (Velarde, 2023).

Inspiradas no jogo de Munari (1970) "Più e Meno", as *grids* são aqui representadas em folhas transparentes, que sobrepostas criam grelhas variadas e distintas. Foram criadas quatro folhas com linhas verticais - a primeira folha tem uma linha que a divide em dois, a segunda folha tem duas linhas que a divide em três, e o mesmo acontece até à quarta folha com quatro linhas. Existem ainda mais seis folhas com linhas horizontais. A primeira folha com uma linha que a divide em dois, e o mesmo até à sexta folha com seis linhas.

Todas as folhas têm linhas com cores distintas para que estas se possam distinguir, criando uma grelha colorida quando estão todas simultaneamente sobrepostas. Inspirado nos catálogos de cor de tintas, as folhas de acetato estão presas em cima por uma tacha que permite rodar cada folha, e visualizar as que se quer sobrepor sem a interferência das outras. A tacha é um modo provisório de segurar as folhas, podendo ser retirada de maneira a explorar a possibilidade das *grids* livremente. A transparência dos acetatos permite que o limite da folha possa não ser visto como tal, podendo até sobrepor-se folhas sem as alinhar pelos cantos.

A exploração que o objeto *grids* possibilita, pretende permitir a estratégia desbloqueadora da **tentativa-erro**. Podem experimentar-se sobreposições e iterar-se as vezes que forem necessárias, sem compromisso por ser apenas uma construção provisória. Esta característica temporária das criações poderá ajudar a retirar o sentimento de perfeccionismo do *designer*, de forma a que este possa criar de um modo mais despreocupado. Associa-se também a abordagem da **ludificação** como estratégia desbloqueadora por associação ao jogo de "Più e Meno" de Munari (1970). Tal como no jogo, o objeto permite, através das sobreposições, construir-se uma narrativa e ser-se criativo num ambiente de faz-de-conta, ambiente leve, descontraído, divertido e envolvente (Huizinga, 2000).

Figura 26_Objeto grids

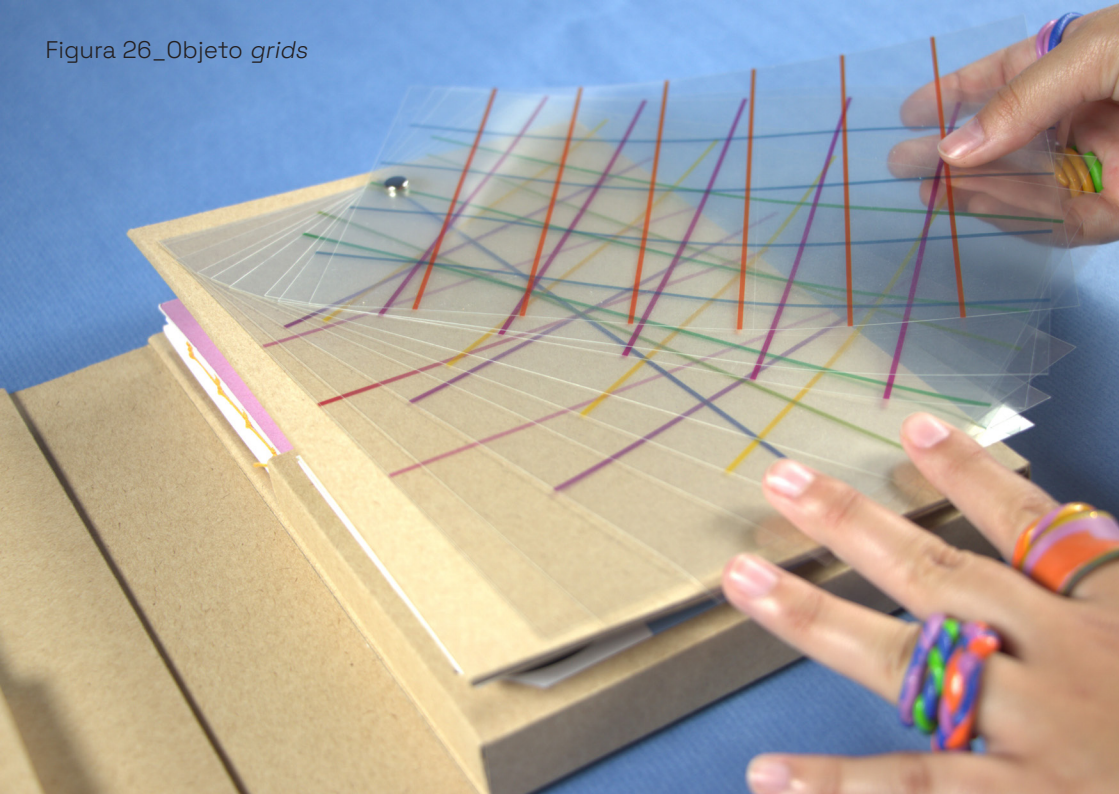
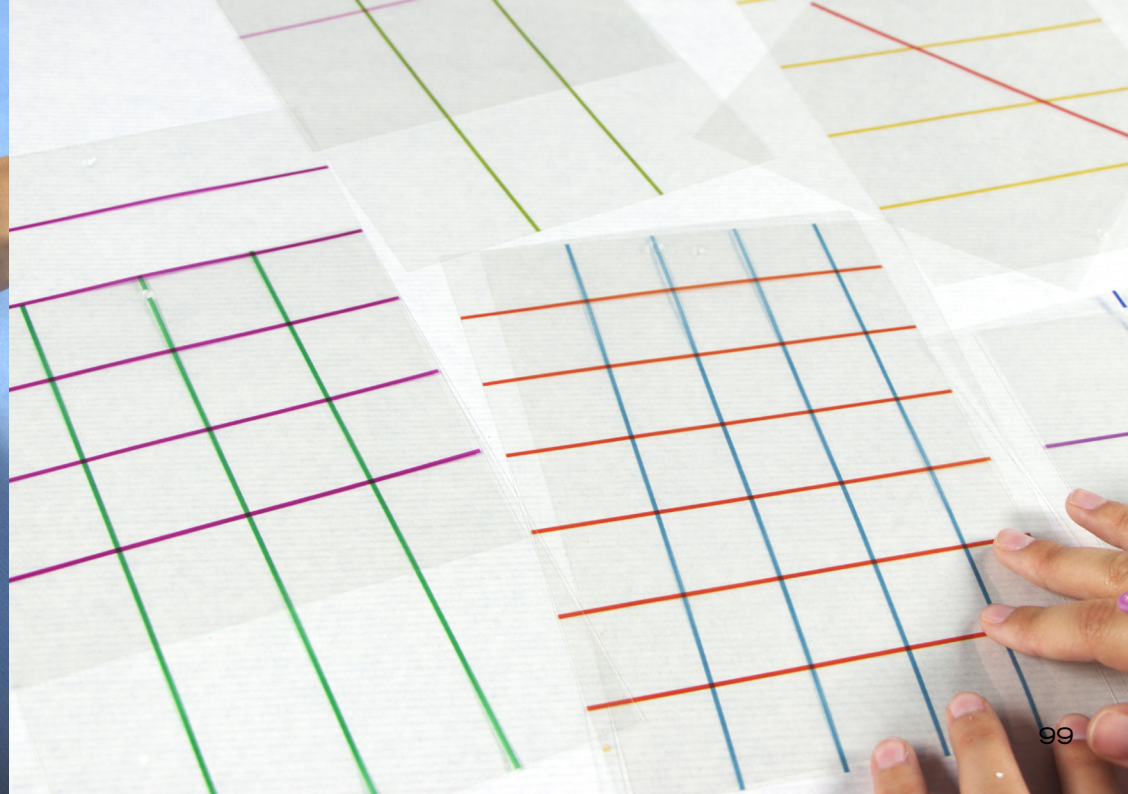
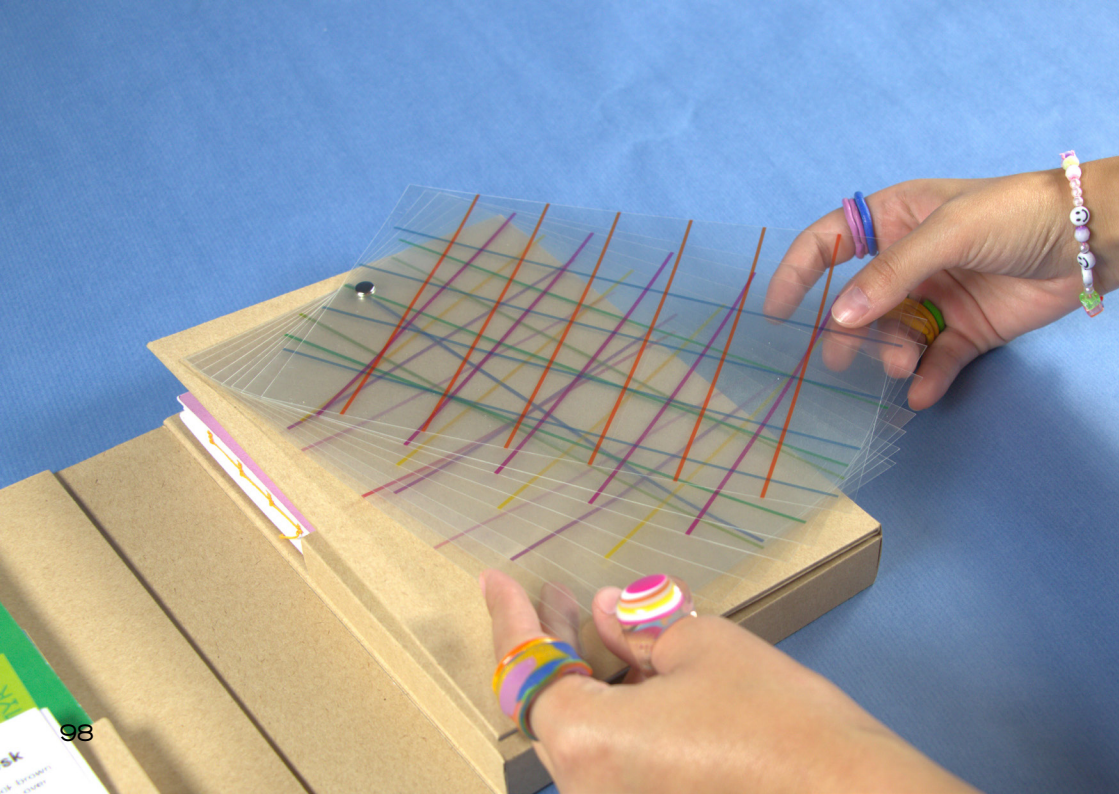
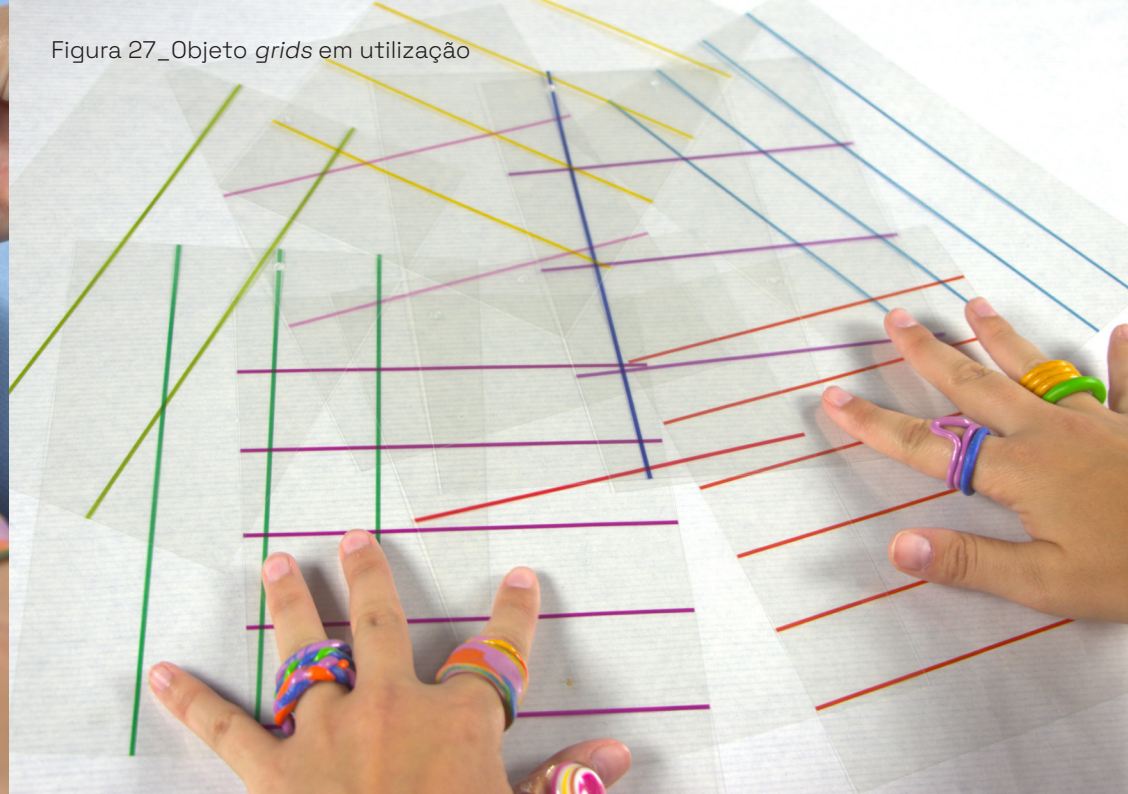


Figura 27_Objeto grids em utilização



c) *layout* e elementos gráficos

Os elementos gráficos, como fotografias, símbolos, ilustrações, elementos tipográficos, são os visuais do editorial. Neste caso serão representados por blocos retangulares, como sugere Zapatterra (2007) quando afirma que a base da página são figuras geométricas, que conjugadas criam o balanço da publicação. São então disponibilizados vários elementos soltos, quadrangulares e retangulares, que simbolizam os grafismos e que podem ser dispostos e distribuídos na criação do *layout* das páginas do editorial.

Estes elementos funcionam em conjunto com os acetatos das *grids*. Os seus tamanhos são iguais aos módulos que as *grids* criam quando se cruzam, encaixando nos espaços e podendo trabalhar-se acima ou abaixo das transparências dos padrões. As cores dos elementos soltos são exatamente as mesmas cores das linhas nos acetatos. Os dois lados dos elementos soltos têm cores distintas. Essas duas cores correspondem à sobreposição das duas grelhas com as mesmas cores. Ou seja, um retângulo que seja azul e amarelo vai encaixar nos módulos da sobreposição da *grid* azul com a *grid* amarela.

Os elementos soltos podem ser usados como componentes singulares, ou podem ser usados em conjunto, perspectivando-os como peças de um puzzle, para criar um bloco de maior dimensão.

Utilizou-se um papel mais grosso, de 125g, que facilita que os pequenos elementos sejam mais resistentes ao manuseamento.

Este segmento do trabalho é inspirado no processo de criação analógica de editoriais, em contraste com o processo digital dos tempos contemporâneos, que era um processo totalmente **hands-on** e que resultava em layouts únicos (Mika, 2022). É também diretamente inspirado na sugestão criativa de Zapatterra (2007) que propõe trabalhar-se com recortes e blocos de cor na construção do editorial. Desta forma, constroem-se as páginas com as próprias mãos e visualiza-se o espaço físico e as disposições geométricas dos elementos gráficos. É aplicado o método da **manualidade** e da **interatividade**.



Figura 28_Detalhe de objeto *layout* em utilização



d) tipografia

A triagem de qual a tipografia a incorporar num determinado projeto pode ser desafiante pela infinitude de escolhas disponíveis. Por isso este objeto pretende limitar a escolha a um número restrito de fontes. Disponibilizam-se então 32 fontes - oito serifadas, oito não serifadas e dezasseis decorativas, havendo assim um equilíbrio de fontes mais simples e de fontes mais ornamentadas, e oferecendo possibilidades para diversos géneros de projeto. Por exemplo, fontes serifadas para projetos com textos compridos, ou para um aspeto mais clássico. Ou fontes não serifadas para audiências mais jovens, ou para leitores com certas deficiências visuais. É essencial uma seleção de tipos de letra variados quando se pretende combinar duas ou mais fontes, porque, ao conjugá-los, é importante criar contrastes evidentes entre eles (Babich, 2019). Para além de tudo isto, outros critérios para selecionar estes 32 tipos de letra foram a sua acessibilidade gratuita e serem fontes completas, com variações de peso que possam corresponder aos requisitos do projeto.

O propósito deste objeto é visualizar as fontes e entender como funcionam juntas. Para cada fonte demonstra-se um peso *light*, regular e *bold*, um "a" maiúsculo e minúsculo, e um pequeno texto que inclui todas as letras do alfabeto. Todos estes elementos expõem as características da tipografia. Estão ainda explicitados os tamanhos de cada elemento tipográfico em pontos.

Inspirado nos livros desdobráveis de Antonio Ladrillo (2017) referidos no capítulo das referências práticas, é utilizado um sistema de vincos que dobra a folha em oito, numa espécie de acordeão, que permite separar ou aproximar as fontes umas das outras. Os vincos permitem o movimento das fontes no espaço, possibilitando a visualização de diferentes fontes lado a lado. É possível também isolar as fontes das outras através do simples ato de dobrar as restantes para trás, escondendo-as da nossa visão.

O papel utilizado é uma vez mais de baixa gramagem - 80g - para facilitar a grande quantidade de dobras que se sobrepõem. É utilizado um elástico como modo de aglomeração das páginas, por permitir retirar e reordenar as folhas, sendo um método provisório de as segurar.

Neste objeto aplica-se a estratégia da **tentativa-erro**, através do simples ato de dobrar e desdobrar, que permite conjugar um elevado número de combinações entre as fontes. Aplica-se também a estratégia de **imposição de limitações**: o objeto fornece um ponto de partida na decisão abrangente que é escolher uma fonte. Desta maneira, pretende-se que o *designer* não sinta verdadeiramente que está a começar a trabalhar do zero, removendo assim a ansiedade da página em branco e a sensação paralisante da indecisão (Lupton, 2013, p.178).

Figura 30_Objeto tipografia



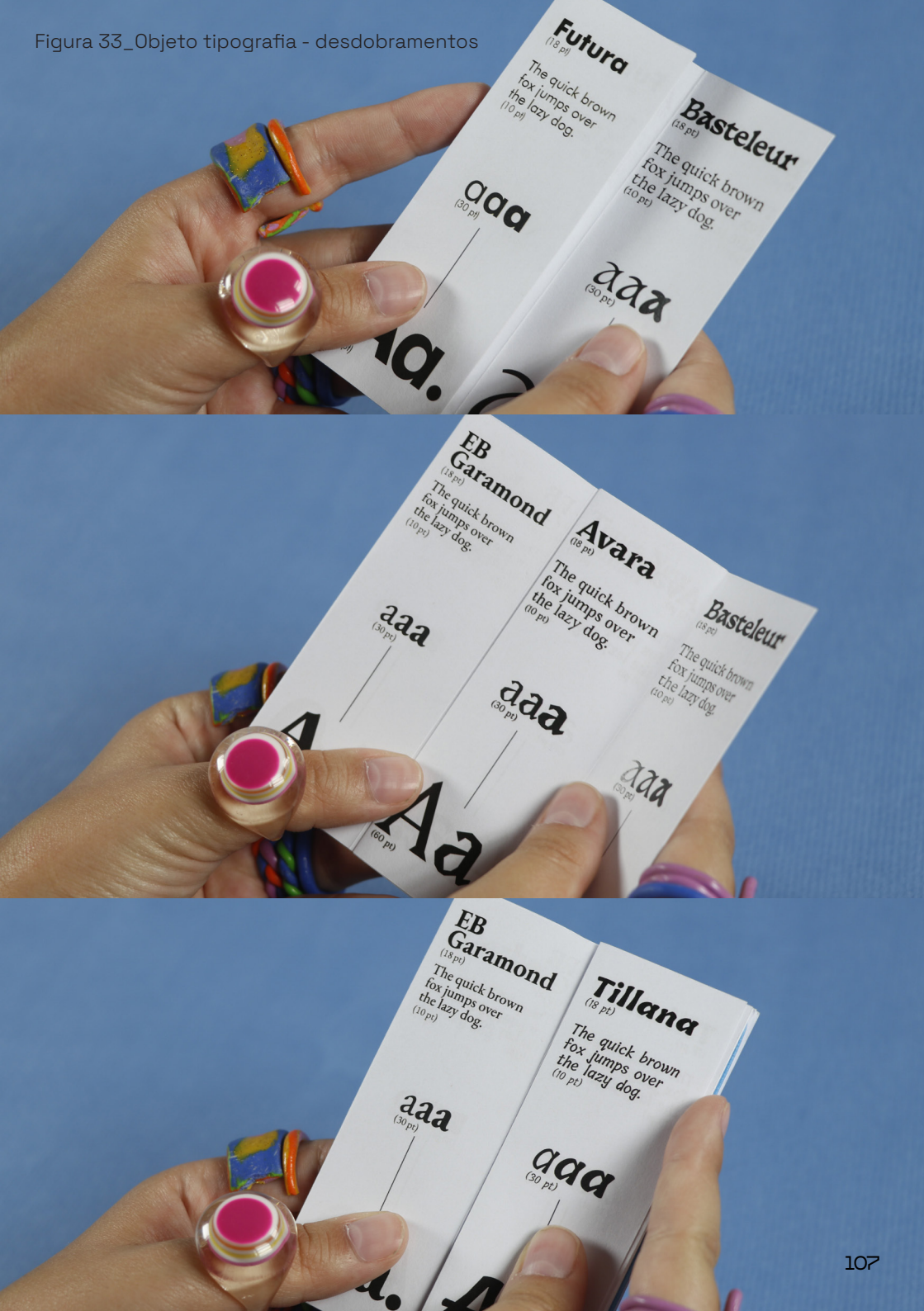
Figura 31_Objeto tipografia em utilização 1



Figura 32_Objeto tipografia em utilização 2



Figura 33_Objeto tipografia - desdobramentos



e) papel

A escolha do tipo de papel é uma experiência completamente palpável e tátil. Apenas sentindo-o e comparando-o pode haver uma decisão consciente. Geralmente o *designer* desloca-se a gráficas ou a papelarias para ter essa experiência, mas propõe-se que esta decisão possa ser feita em conjunto com as outras e de maneira mais acessível.

Procurou-se que os diferentes papéis fornecidos fossem similares na sua cor e textura para que se pudesse focar exclusivamente na diferença entre as gramagens do papel, algo que influencia muito o resultado do editorial. Por esta razão, explorou-se papel de uma única marca, para diminuir ao máximo as desigualdades das características do mesmo. Foi então usado papel exclusivamente da marca "Navigator", uma fábrica portuguesa, que os forneceu a todos com as mesmas características: a cor extra-branca e um toque suave, sem grão texturado, variando apenas na sua gramagem. Pretendiam-se gramagens variadas, por isso, utilizaram-se todas as disponibilizadas pela marca. Estão então disponíveis folhas de 60g, 75g, 80g, 90g, 100g, 120g, 135g e 160g. Inspirados na importância da criação de um *book dummy* para testar as fisicalidades do editorial (Dias, Oliveira, Martins, Dantas, 2019), para cada gramagem foi desenvolvido um mini livro que demonstrasse como estas folhas funcionam em conjunto. Os mini livros estão encadernados manualmente, todos com a mesma técnica, para que o único elemento que os diferencie e que seja um ponto de comparação seja a gramagem. Possuem 48 páginas em 12 cadernos, que são folhas A6 dobradas ao meio, cosidas a linha.

Foram utilizados dois cartões de 2mm que, em conjunto com dois elásticos, funcionam como capa para estes pequenos livros das gramagens. Tal como nos outros objetos, esta organização é provisória e permite que todos os componentes se possam mexer, transportar e reordenar.

A estratégia aplicada é a **tangibilidade** e a **interatividade**, que permitem visualizar e manusear os objetos e conseqüentemente facilitar, não só decisões, mas decisões mais conscientes.

Figura 34_ Objeto papel - capa

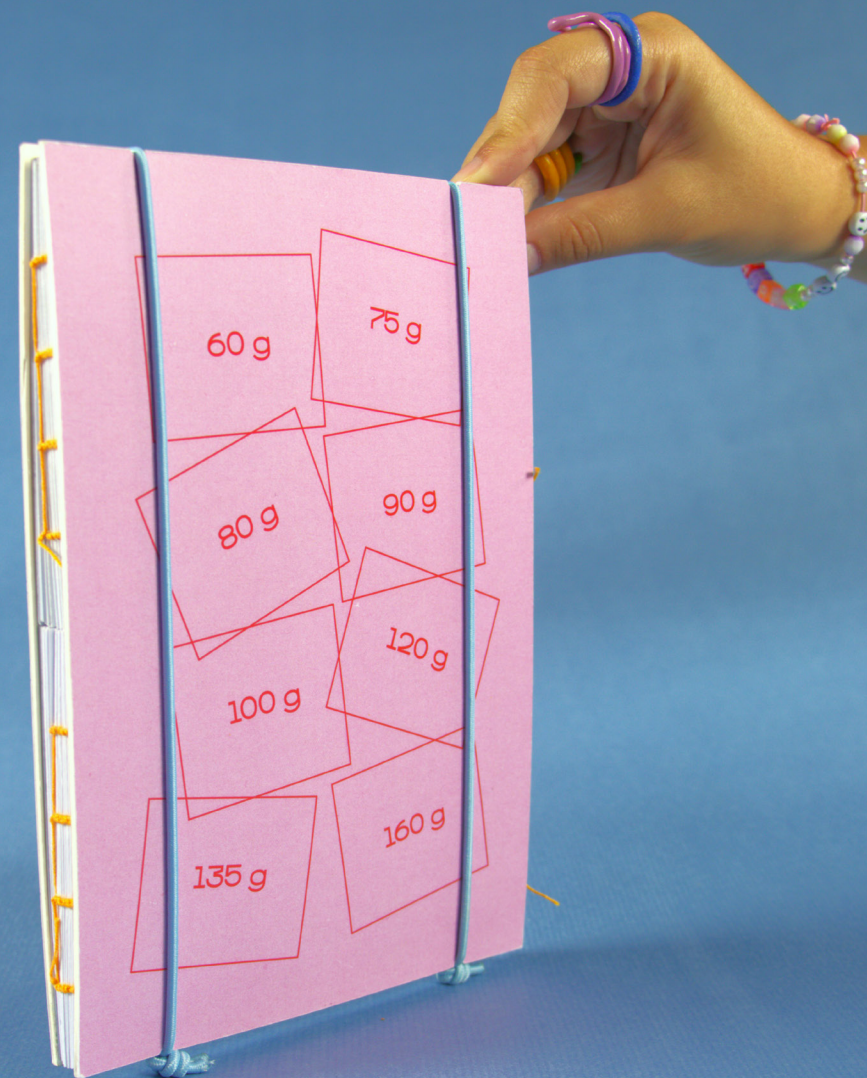


Figura 35_Objeto papel - pormenor do elástico

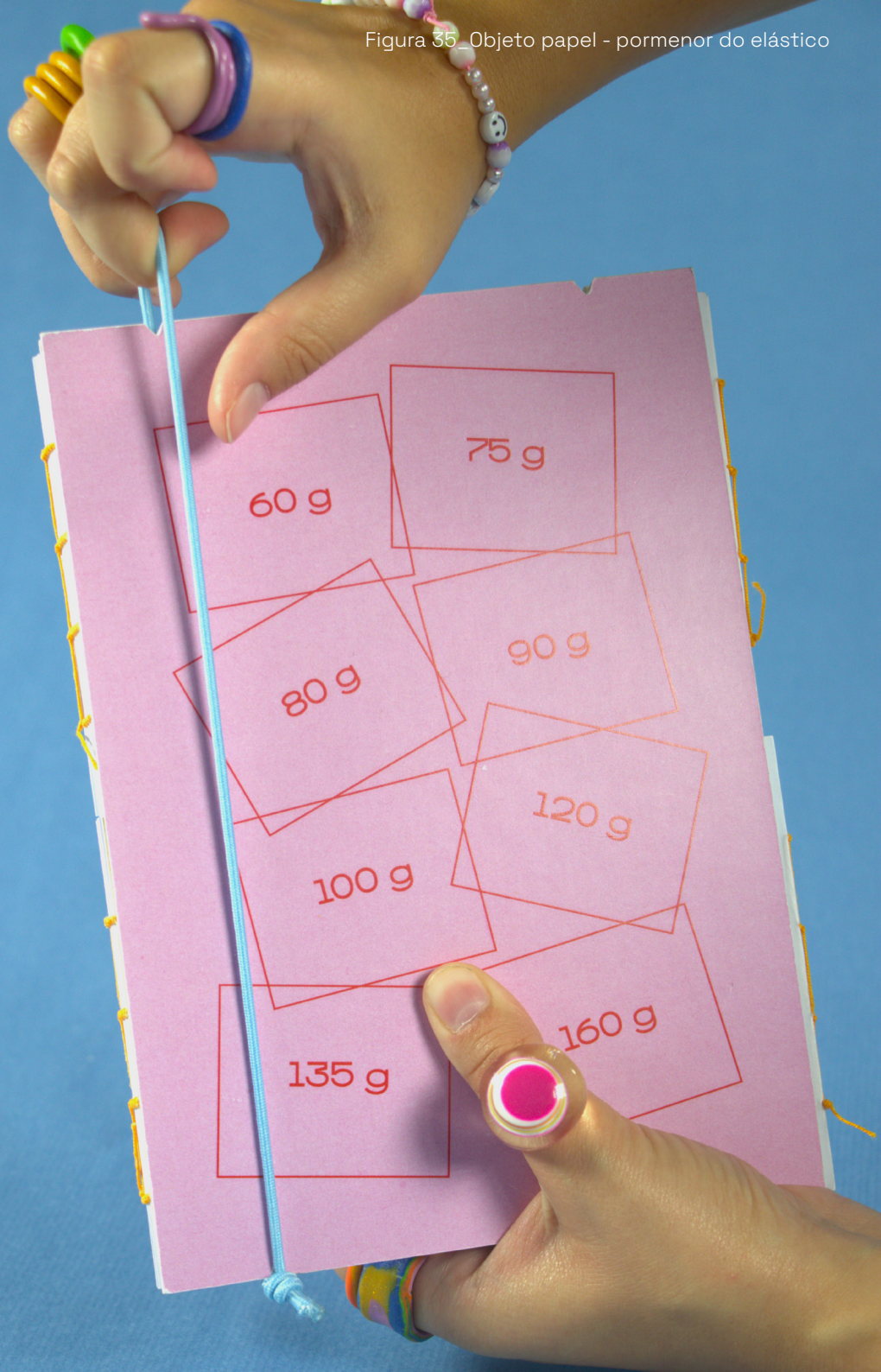


Figura 36_Objeto papel - livros da gramagem



Figura 37_Livros da gramagem



Figura 38_Lombadas livros da gramagem



Figura 39_Interior livros da gramagem



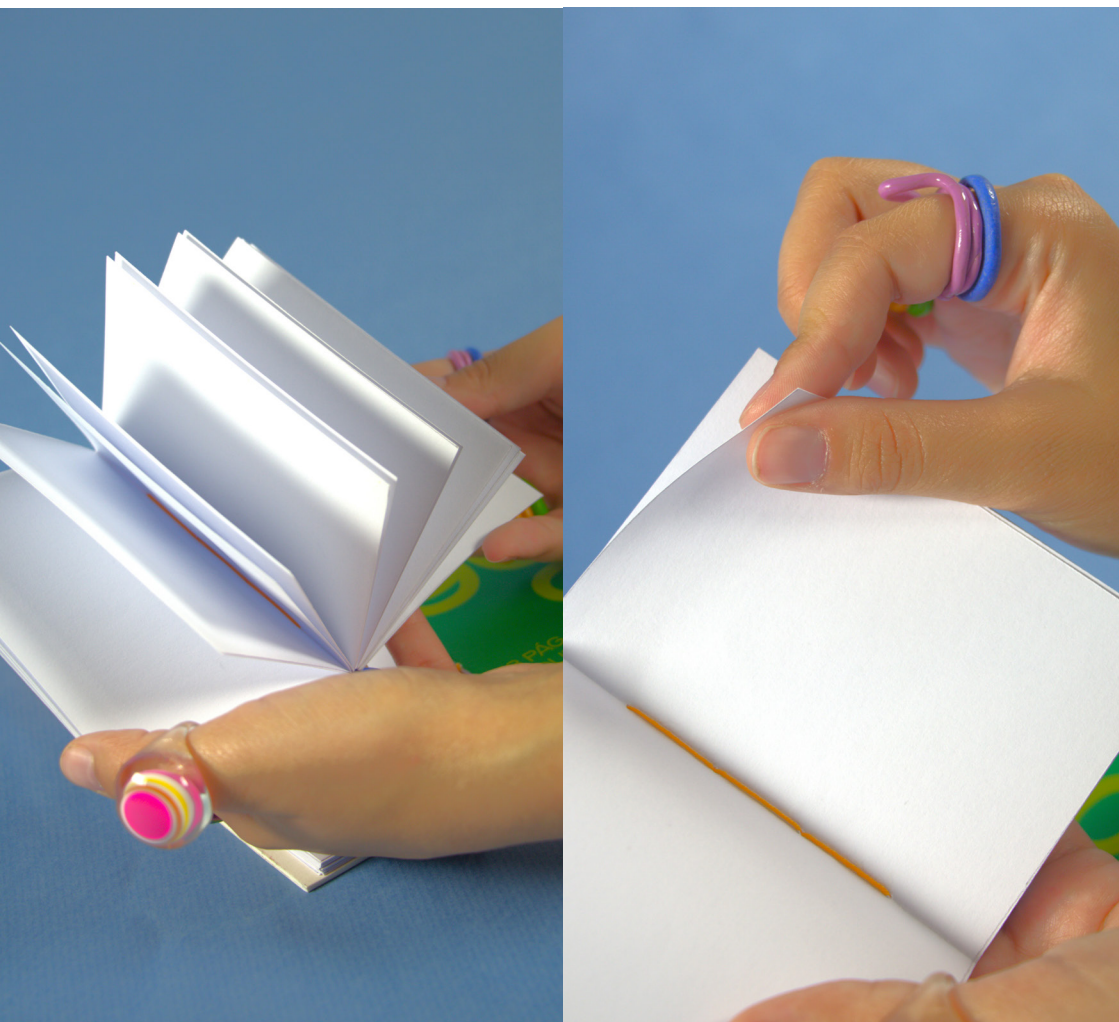


Figura 40_Interior livros da gramagem - pormenor

f) cor

A cor é um mundo infinito de possibilidades, sendo mais uma vez relevante limitar este universo para encaminhar o *designer* no seu processo. Dado que a decisão das cores de um trabalho é algo muito subjetivo e relacionado com o contexto específico do projeto, achou-se pertinente a utilização de um dos métodos de desbloqueio referidos na investigação teórica para fazer a seleção das cores, a aleatoriedade. A partir das cores primárias e secundárias, que são tons com valores definidos na escala de cores CMYK, utilizou-se um gerador aleatório de cores *online* (*ColorSpace*) que randomizou mais três cores por cada uma das cores primárias e secundárias. Este gerador permitiu fornecer material que dê liberdade de escolha ao *designer*, sem que a preferência subjetiva da investigadora interfira, tornando a seleção das cores verdadeiramente aleatória. E assim se direcionou esta decisão e se limitou o universo infinito de cores possíveis de aplicar.

Depois de selecionadas as cores, foi criado um livro dividido em três secções (ou abas) que permitem repartir as cores, visualizá-las, compará-las, combiná-las e criar paletas. Cada cor tem a sua referência CMYK para que o *designer* possa utilizar aquela tonalidade no seu trabalho, mas tendo em conta o constrangimento que diferentes impressoras não imprimirão o mesmo tom a 100%.

O objeto cor possui um marcador que permite marcar as páginas e, dessa forma, “guardar” as paletas que o *designer* apreciou para a próxima vez que se abrir o livro. Este marcador é preto de um lado e branco do outro, e tem uma abertura a meio, para que, sobreposto no livro, se possam visualizar as cores isoladas por um tom escuro ou claro, e entender como o contexto envolvente as pode influenciar.

A encadernação foi feita manualmente, e criada a pensar na necessidade do livro abrir plano sobre uma mesa, facilitando a viragem das folhas. Folhas estas com a gramagem de 125g para sustentarem o ato de virar e revirar as folhas.

Neste caso, a **aleatoriedade** foi utilizada como método de construção do objeto mas também como método aplicado no seu propósito. Ao revirar as folhas, o *designer* vai explorando o objeto numa ótica de **tentativa-erro** e pode aleatoriamente deparar-se com uma paleta de cores interessante, com a qual não se depararia noutro contexto. Isto pode ter um efeito desbloqueador e dar ao *designer* o empurrão que necessita. A estrutura do livro dividida em 3 abas é inspirada no objeto mencionado nas referências práticas, o Letraset Typen de Reinhard Nißle (1976), que associa o objeto livro a um ato **lúdico** e de experimentação, folheado de maneira leve e descontraída. Esta referência incita ao transporte de características duma abordagem **infantil** para o objeto - a observação das coisas numa perspetiva de novidade e descoberta, e o ambiente de brincadeira que permite fluir e desconstruir concepções sem inibições, originando ideias ilógicas que podem ser o começo de algo inovador (Tharp & Reiter, 2003).

Figura 41_ Objeto cor - capa

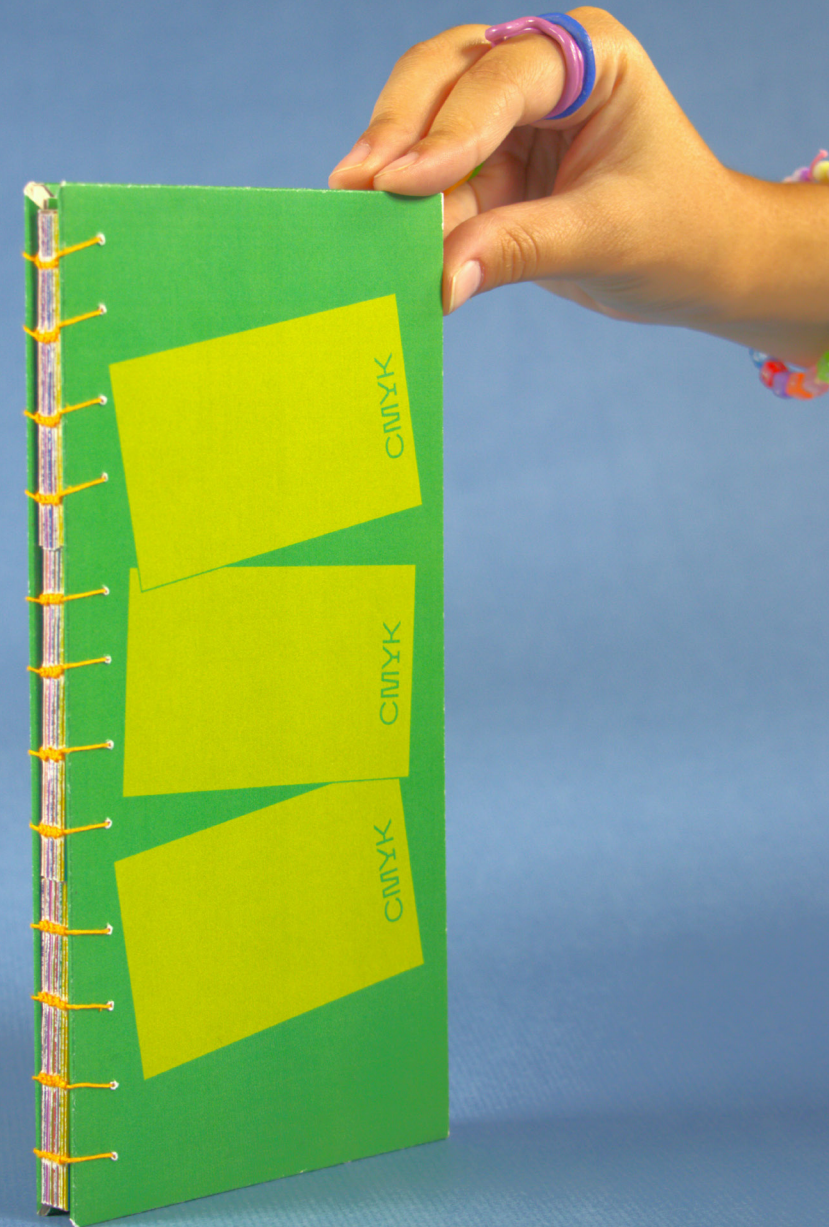


Figura 42_Objeto cor em utilização 1



Figura 43_Objeto cor em utilização 2



Figura 44_Objeto cor e marcador - lado preto

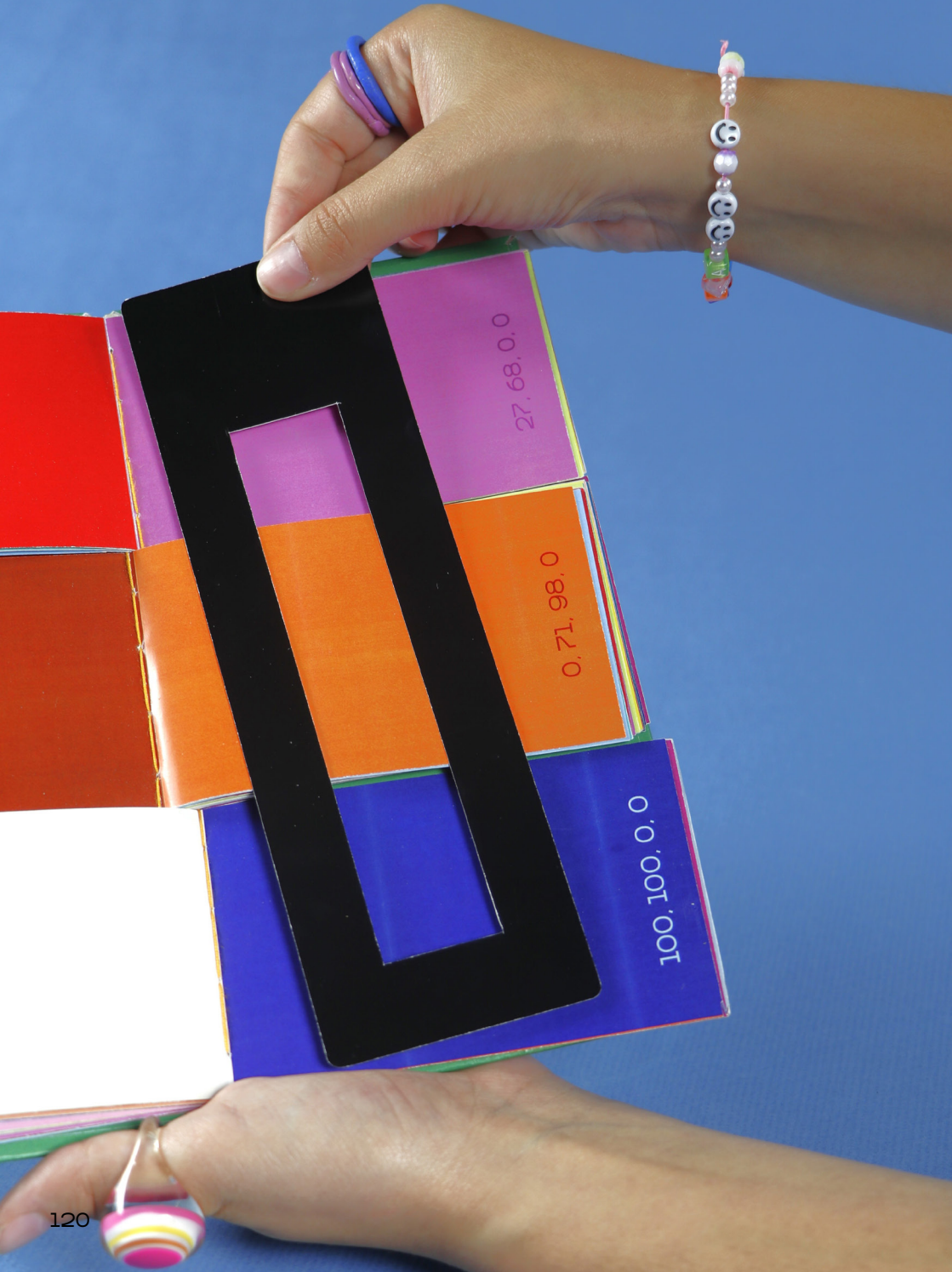
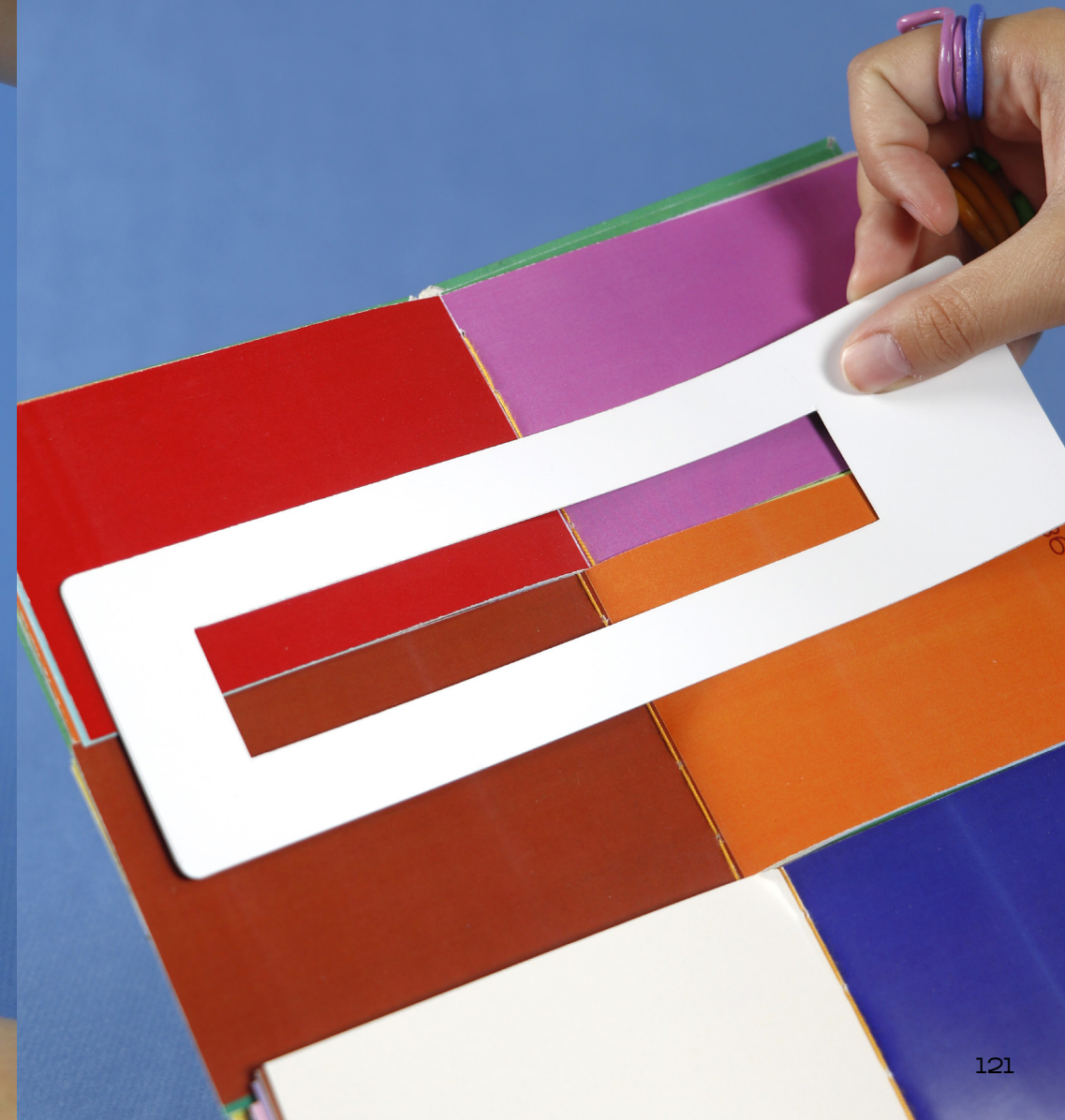


Figura 45_Objeto cor e marcador - lado branco



g) o objeto gráfico, livro

Todos os objetos acima descritos inserem-se num objeto gráfico que remete para um livro, que os condiciona a um só lugar. O facto de ser um livro possibilita a materialização, conservação e exposição das ideias. É explorado materialmente no uso de diferentes materiais como papéis e cartões de diferentes espessuras, que, trabalhados de formas distintas, criam objetos diferenciados entre si. Esta exploração material permite-o ser visualizado, tocado, transportado e transformado.

O livro pode ser interpretado com ordem e continuidade, ou ser completamente descontínuo e desconstruído. Possui abas que abrem para dois lados, não tendo uma estrutura convencional, e rompendo com a ideia de sequência. Esta não sequência permite que não haja uma maneira correta de utilizar o objeto, podendo ser lido da forma que fizer sentido para o *designer*.

O livro e os seus objetos foram pensados em conjunto. Ao abri-lo, o *designer* não se depara com muito texto. Não há qualquer informação que indique o que fazer porque se pretende que o objeto seja explorado para ser descoberto, não sendo evidente o seu propósito antes da interação. Os únicos elementos textuais presentes, para além do objeto da tipografia, são o título na manga que fecha o objeto, a palavra CMYK na capa do objeto cor que indica o que são os valores representados no seu interior, e a indicação das gramagens no objeto papel. A fonte utilizada é a *Sandro Grotesk* pela sua presença simples mas particular. A sua simplicidade permite que esta se insira nos diferentes contextos em que é utilizada, e a sua particularidade é ter uma apresentação descontraída, divertida e jovem, remetendo à leveza que o livro pretende potenciar. As cores utilizadas ao longo do objeto também pretendem remeter a esta descontração e leveza. Quis-se o objeto muito colorido, com associações ao infantil e ao lúdico como, por exemplo, se pode observar no jogo *Più e Meno* de Munari (1970), um jogo direcionado para um público mais jovem, que aplica a cor como um dos elementos apelativos do objeto. As tonalidades utilizadas são as mesmas presentes no objeto cor.

Para reunir todos os objetos, utiliza-se um cartão castanho para a capa, com uma cor mais neutra que serve como fundo para destacar os objetos individuais no interior. O livro tem a dimensão ligeiramente superior ao A5 para poder acomodar todos os objetos no interior, mas mantendo uma dimensão pequena o suficiente que facilite a manipulação do objeto e o seu transporte para qualquer lugar.

À volta da capa está uma manga que permite fechar o livro. Esta manga é colorida pela mesma razão que os restantes elementos, e possui uma exploração tipográfica que escreve "*Playground Editorial*". São utilizadas várias fontes na conceção deste visual para reforçar a ideia de brincadeira e leveza. O nome "*Playground Editorial*" remete para o mesmo. O *playground* é um espaço associado ao jogo, ao brincar, ao descontraído, oferecendo um território físico, concreto e palpável para a criação e estimulação da imaginação. O "*Playground Editorial*" faz o mesmo, centrando o seu âmbito de estudo no *design* editorial.

A produção deste objeto é manual, reforçando a ideia de um processo de trabalho experimental, analógico e *hands-on*, presente ao longo de toda a investigação.

Como um todo, é aplicada no livro a estratégia desbloqueadora da **incubação**, que é o momento de interrupção do trabalho (Wallas, 1926). Esta interrupção procura restaurar o indivíduo criativo, que busca inspiração passiva e ligações involuntárias noutra lugar. A estratégia da incubação é então aplicada no livro no sentido em que este não se parece com trabalho nem origina nada de forma definitiva. O livro procura servir como procrastinação ativa, permitindo que o *designer* descanse do trabalho, mas que potencie ligações mentais através de atividades leves e descomplicadas.

Figura 46_Playground Editorial



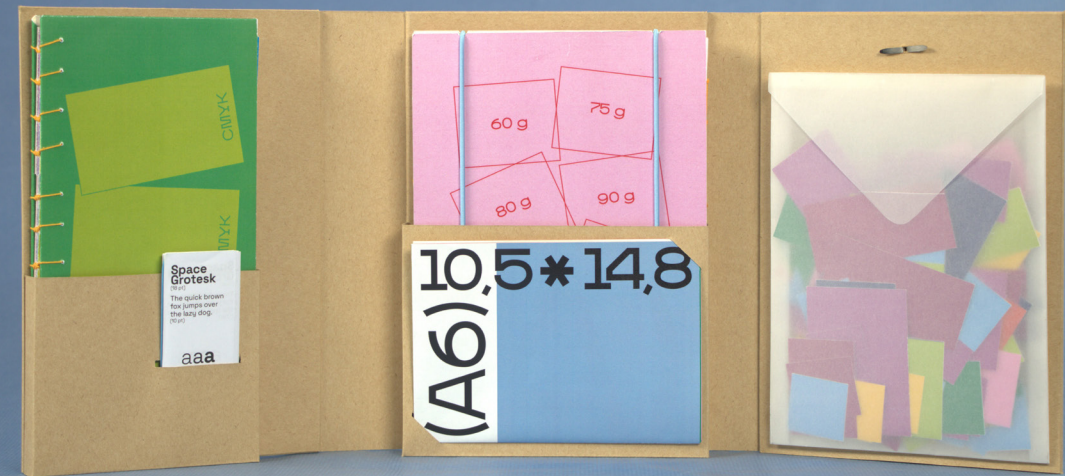
Figura 48_Livro aberto a metade



Figura 47_Playground Editorial em perspectiva



Figura 49_Livro aberto



5_ANALÍSE DE RESULTADOS

Para testar o objeto prático desenvolvido, foram implementados questionários (anexo A) a uma pequena amostra de pessoas dentro do público para a qual o objeto foi pensado: estudantes de *design* e *designers*. Através das questões, procura-se compreender a facilidade de manuseamento do objeto e o potencial da experimentação do livro lúdico como recurso criativo de processos no *design* editorial. Visa-se também entender a eficácia das estratégias de desbloqueio criativo e perceber o seu potencial aplicado à área do *design* editorial.

Participaram sete pessoas da área do *design*, com idades entre os 22 e 23 anos, e foi-lhes proposto interagirem com o objeto, apenas com uma pequena introdução do seu propósito: ser uma ferramenta que promove processos criativos desbloqueadores no âmbito do *design* editorial. Os participantes manuseavam o livro o tempo que quisessem e como quisessem, tendo assim toda a liberdade para decidirem o rumo da sua própria experiência, sem restrições. Quando dessem a exploração como concluída, era-lhes dado o questionário para responderem face à sua perspetiva.

Primeiramente, foi questionada a existência de dificuldades no processo de criação dos participantes, no sentido de fundamentar que, de facto, o processo criativo tem momentos menos positivos. Foram dadas várias opções de problemáticas: necessidade de criar algo totalmente novo, ansiedade da página em branco, iniciar o trabalho, dar o trabalho como terminado e síndrome de impostor. Os participantes, no total, não deixaram nenhuma das opções de fora, sendo as dificuldades mais identificadas a necessidade de criar algo totalmente novo e iniciar o trabalho.

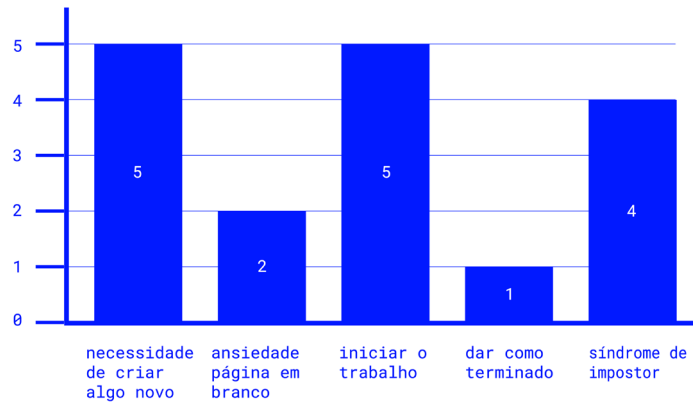


Figura 50_ Gráfico - problemáticas presentes no processo criativo

De seguida, foi questionada a possível eficácia de cada um dos objetos presente no livro, na criação de um editorial. Os participantes assinalaram essa eficácia numa escala de um a quatro, em que "um" é negativo e "quatro" é positivo, e as respostas mais positivas foram em relação ao objeto tamanho e ao objeto cor, sendo-lhes atribuído o valor máximo por todos os participantes. O *layout* é o objeto com resultados menos positivos, ainda que com tendência positiva.

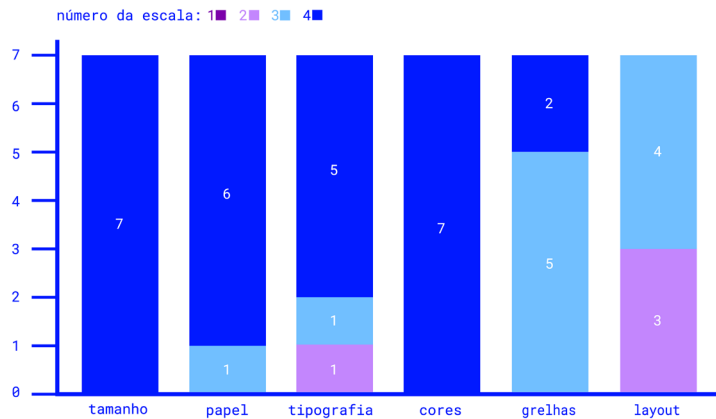


Figura 51_ Gráfico - avaliação da eficácia dos objetos individuais na escala de 1 a 4

Uma vez recolhido o *feedback* sobre cada objeto, pretende-se agora entender a opinião dos participantes sobre as estratégias desbloqueadoras aplicadas na prática. Na pergunta sobre a eficácia do objeto perante o desbloqueio criativo, as estratégias desbloqueadoras mais destacadas positivamente foram as abordagens lúdicas, interativas e exploratórias, sendo-lhes atribuído o valor máximo por todos os participantes. Nenhuma estratégia teve tendência negativa.

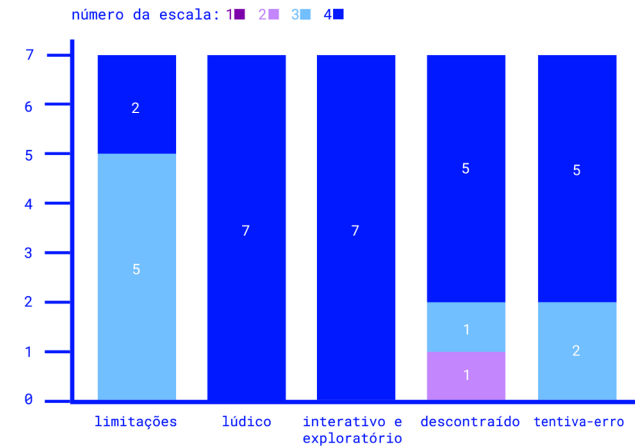


Figura 52_ Gráfico - avaliação da eficácia dos estratégias desbloqueadoras na escala de 1 a 4

Na pergunta sobre a possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo, numa escala de um a quatro, as respostas foram todas positivas. Os participantes elaboraram positivamente sobre a abordagem diferenciada e exploratória do objeto, e ainda sobre a sua praticidade e interatividade. Afirmaram ser útil na criação do editorial, e três pessoas especificaram ainda a sua utilidade num momento inicial da criação. Outro dos participantes achou interessante a abordagem física em contraste com o trabalho digital. Achem ser uma ferramenta auxiliadora, mas com margem para melhorar.

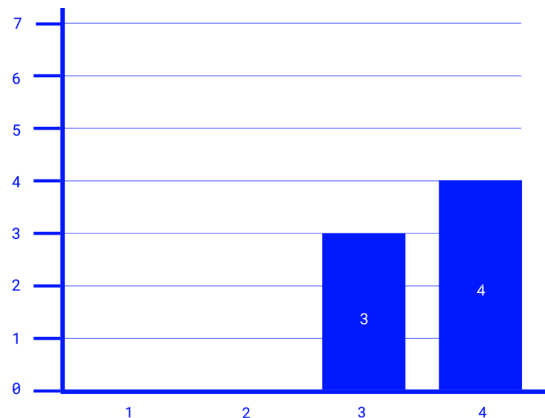


Figura 53_ Gráfico - avaliação da contribuição do objeto para o desbloqueio criativo na escala de 1 a 4

Na questão sobre a facilidade de manuseamento do objeto, todas as respostas, na escala de um a quatro, tiveram tendência positiva. No momento de elaborar a resposta, um dos participantes disse que o objeto é compacto e que fornece uma experiência organizada. Outro diz que o manuseamento é intuitivo. Os comentários menos positivos estão atribuídos ao manuseamento do objeto *grid* e do objeto *layout*. Os participantes dizem não ser tão fácil entender como estas funcionam juntas, sendo útil haver alguma informação explicativa adicional.

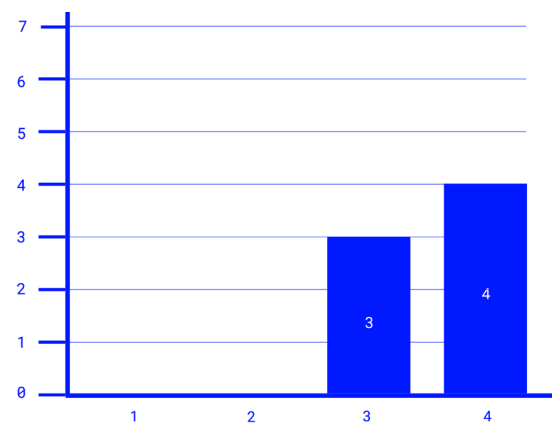


Figura 54_ Gráfico - avaliação da facilidade de manuseamento na escala de 1 a 4

Em relação ao público-alvo do objeto, todos os participantes consideraram o livro útil para estudantes de *design*. Para *designers* já no mercado, um número menor de participantes considera que o objeto seria útil. Um dos participantes elabora ainda que, para *designers* recentemente ou já estabelecidos no mercado, o objeto poderia ser útil numa fase de desbloqueio ou *brainstorming*, mas considera que, com a experiência que o mercado proporciona, seria mais rápida uma exploração digital.

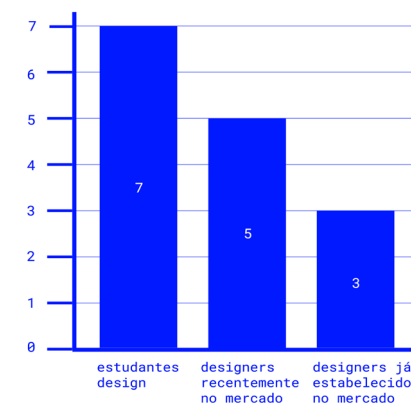


Figura 55_ Gráfico - para quem o objeto é útil

Na pergunta "Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?" todos os participantes responderam que sim. Um dos participantes elaborou que, sim, usaria em contexto escolar, mas que não usaria em contexto de trabalho.

Foi questionado em que momento do processo de criação o participante utilizaria o objeto: no momento do bloqueio criativo, no início do projeto ou no momento de pausa do projeto. Foi pedido que ordenassem estes três momentos por preferência, do primeiro ao terceiro. Quatro participantes colocaram o momento do bloqueio criativo em primeiro. Três participantes colocaram o momento inicial do projeto em primeiro. Todos os participantes colocaram o momento de pausa do projeto em último.

Foram pedidos três adjetivos que caracterizassem o que o processo criativo dos *designers* se poderia tornar com a utilização do objeto. Os adjetivos repetidos mais que uma vez foram “descontraído”, “lúdico”, “intuitivo” e “fluído”. Os adjetivos que foram referidos uma única vez foram “exploratório”, “eficaz”, “inovador”, “diferente”, “interessante”, “divertido”, “singular”, “leve”, “fragmentado”, “objetivo”, “prático”, “imediato”, “ambicioso”, “relaxante”, “didático”.

Por último, no momento das sugestões adicionais, a crítica mais comum foi relacionada com o objeto do *layout*, não sendo o objeto mais intuitivo e tendo margem para melhorar. Um dos participantes sugere mais experiências tipográficas na capa e no objeto do tamanho. Outro dos participantes propõe uma *checklist* sobre a arte final, visto que o objeto pretende facilitar a criação de um objeto para impressão.

5.1_ conclusões face aos questionários

Após a análise dos dados fornecidos pelos participantes no questionário (Anexo B e C), é possível retirar algumas ilações que possam melhorar a experiência do utilizador face ao objeto prático, ainda que seja importante referir e considerar que a pequena amostragem de participantes pode ser uma limitação no levantamento de resultados.

Em relação ao processo criativo dos *designers*, conclui-se que é comum existir alguma tensão e pressão associada. Todos os participantes dos questionários disseram sentir algum tipo de dificuldade, especialmente no momento inicial de um projeto. Esta conclusão fundamenta a necessidade de existir uma ferramenta que possa ser usada nesta fase, de maneira tornar o processo criativo mais positivo, liberto desta tensão.

Entrando no território do projeto prático, os questionários permitiram averiguar quais os objetos mais eficazes na facilitação

de processos no âmbito do *design* editorial, sendo eles os objetos do tamanho, das cores e do papel. Os participantes compreenderam o seu propósito e responderam positivamente face à sua eficácia. Conclui-se também que o objeto *layout* e o objeto *grids* são os menos eficazes, sendo os únicos que geram algum tipo de confusão no usuário. Não só no seu propósito mas também no seu modo pouco claro de manusear, sendo esta a única crítica negativa na questão da facilidade de manuseamento do objeto. As restantes críticas foram positivas: fornece uma experiência organizada e intuitiva.

Em termos de desbloqueio criativo, o *feedback* do objeto é positivo. As estratégias que funcionam melhor na ótica dos participantes são as abordagens lúdicas, interativas e exploratórias, e estes afirmam que, através destas abordagens, o seu processo criativo se pode tornar mais intuitivo, fluído e descontraído.

Os participantes concordam unanimemente que o objeto seria útil para estudantes de *design* e que o utilizariam no contexto de criação de um editorial. No entanto, um dos participantes afirma que não acha útil, nem usaria o objeto, em contexto profissional, por acreditar que trabalhar diretamente no digital aceleraria o seu processo. Este ponto de vista, assim como a resposta do participante que pontuou negativamente a abordagem descontraída do objeto como estratégia desbloqueadora, reforçam a ideia de que há uma seriedade associada ao trabalho que, por vezes, impede o *designer* de se divertir no seu processo.

Em relação ao momento em que usariam o objeto, a maioria dos participantes diz ser no início de um projeto, que já vimos anteriormente ser uma das fases que o *designer* sente mais dificuldade. Com o mesmo número de respostas, temos o uso do objeto no momento do bloqueio criativo, reforçando a eficácia desbloqueadora do mesmo.

Em suma, o *feedback* recolhido permite concluir que o objeto pode ser, de facto, um recurso auxiliar no processo criativo do *design* editorial, mas que é apenas o início do que pode vir a ser um projeto maior, com margem para melhorar.

5.2_reformulações

Tendo em conta as conclusões retiradas a partir dos questionários, procurou melhorar-se o objeto prático, criando uma versão final do protótipo.

A prioridade foi alterar alguma característica no objeto do *layout* por ser a peça que despertou mais atenção negativa. O problema destacado foi o não entendimento do seu propósito. Isto deve-se ao facto desta peça não funcionar sozinha como todas as outras. Funciona apenas em conjunto com o objeto das *grids*. Para facilitar a sua compreensão, penso que fosse relevante criar alguma associação entre ambas. Desta forma, visto que as *grids* são constituídas por acetatos que lhes dão a propriedade de transparência, entendeu-se que o objeto do *layout* também poderia apropriar-se desta característica. Foi usada uma folha de papel esquiço, que é mais maleável que o acetato, permitindo fazer as dobras necessárias na criação do envelope e mantendo o efeito transparente. Assim, como o envelope que possui os elementos soltos possui transparência, poderá criar mais associação com o objeto das *grids* também ele transparente.

Para além disso, o objeto *layout* era o único que estava colado à capa do livro. Esta característica do objeto estar fixo dificultou o entendimento de que as peças foram pensadas para usar com outro objeto. Se o envelope não estivesse colado, ofereceria a possibilidade de o mover. Desta forma, em substituição à cola, foi utilizado velcro como meio de segurar o envelope ao livro, dando a entender que é possível retirá-lo do sítio e movimentá-lo para outro. Considero que estas duas alterações possam clarificar as dificuldades que os participantes sentiram ao manusear o objeto.

Refiro ainda a importância de clarificar o propósito dos objetos desta forma mais abstrata, sem ser demasiado óbvio ou direto através de legendas ou instruções, porque se pretende que estes só sejam entendidos após o seu manuseamento. É isso que torna o livro num objeto exploratório, e o *feedback* dos participantes vem confirmar essa mesma necessidade de exploração.

Figura 57_Objeto layout – envelope transparente



Figura 56_Objeto layout – velcros

6_CONCLUSÕES

O fluxo criativo é o que suporta e guia todo o processo de construção no âmbito do *design* editorial. Esta investigação procurou aprofundar um entendimento do processo criativo, identificando os seus bloqueios e estratégias para superá-los. Através da recolha de literatura bibliográfica, análise de referências práticas, e realização de testes, resultou a exploração prática do “*Playground* Editorial”.

As metodologias aplicadas foram essenciais à fundamentação do objeto desenvolvido, e cada fase desta investigação auxiliou, validou e inspirou todas as decisões tomadas. A revisão de literatura forneceu a informação necessária para compreender o processo criativo do *designer*, evidenciando os seus bloqueios, respetivas estratégias de superação, assim como conceitos fundamentais do *design* editorial. O levantamento e análise de referências práticas testemunhou como as estratégias desbloqueadoras podem ser aplicadas a projetos tangíveis. A testagem do objeto desenvolvido proporcionou um contacto direto com um grupo de *designers* e estudantes de *design* que, conseqüentemente, responderam a um questionário no qual foram elaboradas opiniões e sugestões. A partir dos questionários, adquiriu-se *feedback* valioso para retirar conclusões e reflexões fundamentadas relativas ao potencial e à eficácia do objeto, bem como perspetivas futuras.

Assim, foi possível, a partir da questão inicialmente formulada, criar-se um objeto gráfico que se materializa no “*Playground* Editorial”. Este surge como resposta à pergunta “Como criar um objeto gráfico lúdico que favoreça processos de criação no *design* editorial?” e é um recurso tangível e interativo que convida os *designers* a explorar, manipular, combinar e desconstruir a criação do editorial, de forma divertida e descontraída. Com base nas respostas ao questionários entende-se que o objeto prático poderia ser útil no contexto da criação de um editorial, no momento do bloqueio criativo ou no arranque de um projeto. Todos os participantes dão ênfase especialmente às características lúdicas, interativas e exploratórias do “*Playground* Editorial”. Os testes realizados permitiram averiguar que um objeto gráfico lúdico pode, de facto, facilitar e enriquecer a criação no contexto editorial, abrindo portas a um processo de

trabalho mais leve e mais positivo. Ao integrar mecanismos lúdicos no processo criativo, é possível minimizar algumas sensações negativas que possam estar associadas ao momento do trabalho e estimular um pensamento exploratório que faz fluir o fluxo criativo associado aos processos no *design* editorial.

De modo a procurar alcançar os objetivos propostos no início da investigação, analisaram-se bloqueios criativos e identificaram-se estratégias desbloqueadoras, aplicáveis à criação de um objeto gráfico lúdico que pudesse favorecer processos de criação no *design* editorial. Recolheram-se informações sobre a construção do editorial, afinando a investigação da dissertação, de modo a identificar a estrutura e os constituintes do editorial. Entenderam-se possíveis aplicações das estratégias desbloqueadoras a um objeto concreto através do levantamento de referências práticas. No momento prático do projeto cruzou-se a recolha bibliográfica com a concretização tangível do “*Playground* Editorial”. Compreendeu-se como desenvolver um objeto lúdico a favor do *design* editorial, através de testes e questionários que permitiram reconhecer as falhas do projeto no sentido de as melhorar e tornar o objeto mais eficaz.

No entanto, no desenvolvimento do projeto existiram algumas limitações não expectáveis. A escassez de informação disponível relativa ao desbloqueio criativo inserido no *design* editorial dificultou a pesquisa. Desta maneira, foram utilizadas referências de outras áreas criativas, que me pareceu um caminho vantajoso a seguir no sentido de encontrar características semelhantes no processo criativo e nos bloqueios entre áreas. A contaminação entre âmbitos permitiu cruzamento de raciocínios e um conhecimento mais perspetivado e aprofundado dos assuntos, que penso ter sido uma mais-valia para a investigação.

Outra dificuldade presente no progresso do projeto surgiu na procura do papel pretendido para o objeto de comparação das gramagens. A intenção era encontrar folhas de papel que tivessem características semelhantes na sua textura e cor, variando apenas na sua gramagem. Esta busca permitiu-me visitar várias papelarias e gráficas e entender mais sobre as limitações destes locais, tal

como as suas possibilidades. Este entendimento fez-me validar a importância do *designer* ter acesso a vários tipos de papel sem ter que recorrer a este sítios, que é uma das vantagens do projeto desenvolvido.

Ainda durante o momento prático da execução do projeto, enfrentaram-se desafios relativos à pouca precisão no ato de impressão que testemunhei nos meios ao meu dispor. Considero que o facto das cores impressas não corresponderem exatamente à cor exibida no ecrã, e haver divergências cromáticas entre diferentes impressoras, condiciona a previsão exata de uma cor e, conseqüentemente, limita a decisão do *designer*. Existe também uma imprecisão comum no alinhamento de elementos na frente e no verso das folhas. Como se trabalha muito com dobras ao longo do projeto, era importante o posicionamento exato dos elementos, algo difícil de obter nas gráficas. Caso o objeto fosse produzido para comercialização, estas questões teriam que ser resolvidas. Estas descobertas permitiram-me compreender as restrições no ato da impressão. Nomeadamente, que as expectativas do que é criado digitalmente nem sempre tem correspondência no mundo físico, algo que me fez repensar os objetos criados. Estas limitações inspiram a continuidade deste projeto no futuro.

As expectativas para este trabalho focavam-se em perspetivar o bloqueio criativo e abordar de que forma este poderia ser superado. Além disso, nutria a expectativa da implementação da ludificação e de um processo mais leve na área de estudo que é o *design* gráfico. Foi muito enriquecedor ver estas expectativas a tomarem contornos físicos e reais no decorrer do projeto. À medida que o “*Playground* Editorial” ganhava forma e era validado pelos participantes, foram levantadas questões. Pensando na forma como este objeto foi criado, poderia um objeto lúdico como este ser desenvolvido para promover a criatividade noutro domínio distinto do *design* gráfico? Por exemplo, poderia existir uma ferramenta lúdica que potenciase os processos presentes na criação de um livro ilustrado? Ou de um *poster*? Ou de um *site*? Como é que a ludificação poderia ser mais profundamente integrada na prática do *design*? Como podemos incentivar uma abordagem mais lúdica no

design, não apenas como uma ferramenta para superar bloqueios criativos, mas como um elemento intrínseco ao próprio processo de *design*? Estas questões impõem-se pela minha ânsia de tornar o processo de trabalho algo que seja levado a sério, mas de forma leve e descontraída, e poderão ser guias para investigações futuras, sendo este projeto apenas uma etapa inicial de um território a explorar.

6.1_perspetivas futuras

O "*Playground Editorial*" foi pensado para ser uma ferramenta física no sentido de incentivar um processo criativo mais manual e mais tangível, em contraste com o processo criativo digital mais padronizado, que é o *standard* atual. Um dos comentários de um participante foi exatamente o seu interesse numa abordagem mais concreta ao processo de trabalho. No entanto, outro dos participantes assumiu que, em contexto de trabalho, no acelerado mercado que é o *design* gráfico, provavelmente usaria apenas ferramentas digitais como forma de realizar os trabalhos mais depressa. Tendo em conta esta sugestão, abre-se uma possibilidade de transpor a existência desta ferramenta para um âmbito digital. Ainda que se perca a abordagem do *hands-on*, da manualidade e da fisicalidade, e que essas sejam muito importantes no foco desta investigação, a ferramenta, digitalmente, pode estar centrada nas abordagens de imposição de limitações, da ludificação, da tentativa-erro e da aleatoriedade, abordagens estas que também tiveram tendência positiva quando questionada a sua eficácia no momento do desbloqueio. Esta poderia ser uma hipótese para o desenvolvimento deste projeto no futuro.

Outra possibilidade futura seria uma maior abrangência do objeto no que toca aos elementos auxiliados no *design* editorial. Para além de poderem ser pensados mais tamanhos, formatos, fontes, cores, gramagens e *grids* a inserir no objeto, podem ainda surgir novos

elementos relevantes. O foco pode expandir-se para além do miolo do livro, podendo abranger também a sua capa. Poderão existir elementos associados à escolha da encadernação ou à escolha dos acabamentos do papel. Pode ainda focar-se na produção e impressão do livro e, seguindo a sugestão de um dos questionários, existir uma *checklist* com os passos para a criação das artes finais, que são os documentos preparados para imprimir.

Poderia ainda ser pensada uma forma de registar e arquivar combinações criadas e decisões tomadas através do objeto, de maneira a poderem ser potencialmente revisitadas e servirem como ponto de partida para trabalhos futuros. Uma espécie de repositório de ideias geradas pelo livro.

Os potenciais para o objeto são inúmeros e existe ainda muito espaço para exploração. O caminho percorrido abre portas para o encontro entre o lúdico e a criatividade no contexto do *design* editorial. Estende-se um convite à aplicação de ferramentas lúdicas nos processos de *design*, promovendo um espaço onde se ousa brincar, onde a criatividade prospera e onde um ambiente positivo floresce. O trabalho aqui documentado serve como um ponto de partida no contexto de possíveis explorações futuras e estabelece uma base de conceções para futuras explorações neste território de práticas de *design* inovadoras, que não conhecem limites.

7 BIBLIOGRAFIA

- Apfelbaum, S. (2014). *Designing the Editorial Experience: A Primer for Print, Web, and Mobile*. Rockport Publishers, Beverly, Massachusetts.
- Auster, P. (1995). *Why Write? In The Red Notebook and Other Writings*. Faber and Faber.
- Barros, J. P. (2018). O Livro Enquanto Objeto Experimental. [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha].
- Bayles, D., & Orland, T. (2001). *Art & Fear: Observations On the Perils (and Rewards) of Artmaking*. Image Continuum Press.
- Belo, Marta (2017). O Designer como Jogador - Jogo, Método e Design Gráfico, [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha].
- Bierut, M., Drenttel, W., & Heller, S. (1994). *Looking Closer: Critical Writings on Graphic Design*. Allworth.
- Bloom, H. (1997). *The Anxiety of Influence: A Theory of Poetry*. Oxford University Press.
- Briefs-Elgin, G. (1997). Happiness and the Blank Page: Csikszentmihalyi's Flow in the Writing Classroom. *JAEPL*, 3(10). <https://doi.org/10.7290/jaepl3ook1>
- Clance, P. R., & Imes, S. A. (1978). The imposter phenomenon in high achieving women: Dynamics and therapeutic intervention. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 15(3), 241–247. <https://doi.org/10.1037/h0086006>
- Coreil, C. (2003). *Multiple Intelligences, Howard Gardner and New Methods in College Teaching*. New Jersey City University.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. HarperCollins Publishers.
- Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Harper Perennial.
- Cure, S., & Seggio, B. (2019). *Graphic Design Play Book: An Exploration of Visual Thinking*. Laurence King Publishing.
- Dias, R., Oliveira, R., Martins, F., Dantas, R. (2021). *A Capa do Livro: Técnicas de Encadernação Industrial*. Itemzero Lda.
- Dias, R., Oliveira, R., Martins, F., Dantas, R. (2019). *O Miolo do Livro: Técnicas de Encadernação Industrial*. Itemzero Lda.
- Dinesen, I. (1957). *The Blank Page*. In *Last Tales*. Van Haren Publishing.
- Drucker, J. (2004). *The Century of Artists' Books*. Granary Books.
- Dussán, C. (2016). *Posibilidades de los libros digitales y analógicos: Hacia el diseño editorial post-digital*. Universidad Javeriana.
- Eliot, T.S. (1920). *Tradition and the Individual Talent*. In *The Sacred Wood*. Methuen & Co.
- Fawcett, R., & Mason, D. (2004). *Experimental Formats & Packaging: Creative Solutions for Inspiring Graphic Design*. RotoVision.
- Fernández, E. H., Iñurritegui, L. F. (2014). Diseño de objetos gráficos-interactivos. *Icono 14*, 12(1), pp. 219-243. https://www.researchgate.net/publication/307665281_Diseño_de_objetos_gráficos-interactivos
- Fineberg, J. D. (1997). *The Innocent Eye: Children's Art and the Modern Artist*.
- Gilbert, E. (2016). *Big Magic: Creative Living Beyond Fear*. Van Haren Publishing.
- Gill, E. (1931). *An essay on typography*. Sheed and Ward.
- Grant, A. (2021) *Think Again: The Power of Knowing What You Don't Know*. Viking.
- Gubar, S. (2014). 'The Blank Page' and the Issues of Female Creativity. *Lectora: revista de dones i textualitat*, 20. 249–269. <https://revistes.ub.edu/index.php/lectora/article/view/10763>
- Haluch, A. (2013). *Guia Prático de Design Editorial: Criando Livros Completos*. 2AB editora.
- Hester, C. & Hannaford, J. (2012). *The Play Instinct in Design Education*. University of West Georgia, USA.
- Huizinga, J. (2000). *Homo Ludens*. Editora Perspetiva.
- Iwamura, Y. (2009). *Tactile Senses – Touch*. *Encyclopedia of Neuroscience*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-29678-2_5873
- Joyce, C.K. (2009). The Blank Page: Effects of Constraint on Creativity. [Dissertação de doutoramento]. University of California, Berkeley.
- Kelley, D., & Kelley, T. (2013). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. Crown.
- Kleon, A. (2012). *Steal Like an Artist: 10 Things Nobody Told You About Being Creative*. Workman Publishing Company.
- Koberg, D. & Bagnall, J. (1991). *The Universal Traveler: a Soft-Systems Guide to Creativity, Problem-Solving, & the Process of Reaching Goals*. New Horizons Edition.
- Lavatelli, C. S. e Stendler, F. (1972). *Readings in Child Behavior and Development*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Lupton, E., & Miller, J. A. (2008). *ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a Teoria do Design*. São Paulo: Cosac Naify.
- Lupton, E. (2013). *Intuição, Ação, Criação*. *Graphic Design Thinking*. GG.
- Lupton, E. (2020). *Pensar Com Tipos: Guia para Designers, Escritores, Editores e Estudantes*. GG.
- Macy, L. (2003). Drama and Writing: Complementary Meaning-making Processes. *Language & Literacy*, 5(2). <https://doi.org/10.20360/G20W3K>
- Maffei, G. (2015). *Munari's Books*. Princeton Architectural Press.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press.
- Matisse, H. (1953). Looking at Life with the Eyes of a Child. *Courier*, 6(10), 16. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000070566>
- McCullough, M. (1998). *Abstracting Craft: The Practiced Digital Hand*. MIT Press.
- Mecloy, E. P. (2010). *Filosofía y Ausencia*. Antígona.
- Millman, D., & Heller, S. (2007). *How to Think Like a Great Graphic Designer*. Allworth.
- Munari, B. (1981). *Das Coisas Nascem Coisas*. Edições 70.
- Muratovski, G. (2016). *Research for Designers: A Guide to Methods and Practice*. Sage.
- Ouwens, I. et al. (2020). *No School Manifesto: A Movement of Creative Education*. Valiz.
- Pease, A. et al. (2013). *A Discussion on Serendipity in Creative Systems*. Imperial College, London.
- Pellegrine, M. J. (2007). A Importância dos Jogos e das Brincadeiras na Educação Infantil. [Dissertação]. Faculdade de Educação, São Paulo.
- Pessoa, F. (2020). *Poemas de Alberto Caeiro*. Pessoa Edições, Imprensa Nacional.
- Piaget, J. (1999) *Seis Estudos de Psicologia*. Forense Universitária.
- Pressfield, S. (2002). *The War of Art: Break Through the Blocks and Win Your Inner Creative Battles*. Warner Books.
- Rand, P. (1965). *Design and the Play Instinct*. In Kepes, G., *Education of Vision*. G.Braziller.
- Robertson, K. (1994). *On White Space/When Less Is More*. In Bierut, M., Drenttel, W., & Heller, S., *Looking Closer: Critical Writings on Graphic Design*. Allworth.
- Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. The MIT Press.

Samara, T. (2002). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop*. Rockport Publishers, Inc.

Shaughnessy, A. (2010). *How to be a Graphic Designer Without Losing Your Soul*. Laurence King Publishing.

Smith, K. (2012). *The Publishing Business: From P-Books to E-Books*. AVA Publishing.

Souza, K. B. (2017). Piaget e a Construção de Conceitos Geométricos. *Temporis [Ação]*, 1(9), 247-260. <https://www.revista.ueg.br/index.php/temporisacao/article/view/5997>

Talin, M. S. (2018). *The Unfinished Book: A Graphic Proposal to Narrate Complex Social Events*. [Dissertação de mestrado, Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha].

Tharp, T., & Reiter, M. (2003). *The Creative Habit: Learn It and Use It for Life*. Simon and Schuster.

Trnova, E. (2015). Hands-on Experiments and Creativity. Brightening our Future. https://www.researchgate.net/publication/280732307_Hands-on_Experiments_and_Creativity

Venezky, M. (2007). *It Is Beautiful... Then Gone*. Princeton Architectural Press.

Vis, D. (2021). *Research for People Who Think They Would Rather Create*. Onomatopee.

Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. Watts and Co.

Wallon, H. (1968). *A Evolução Psicológica da Criança*. Edições 70.

Zapaterra, Y. (2007). *Art Direction + Editorial Design*. Abrams Studio.

Zavadi, P., da Silva, R. P., & Tschimmel, K. (2016). Modelo teórico do pensamento e processo criativo em indivíduos e em grupos de design. *Design E Tecnologia*, 6(12), 1-20. <https://doi.org/10.23972/det2016iss12pp1-20>

WEBGRAFIA

Adobe (s.d.). *O que são as cores primárias, secundárias e terciárias?* Adobe Creative Cloud. <https://www.adobe.com/pt/creativecloud/design/discover/secondary-colors.html>

Aiutami A Fare Da Me. (2018, 16 de abril). *More and Less - Bruno Munari's Visual Game*. Aiutami A Fare Da Me - in-depth site on montessori education. <https://www.aiutamiafareame.it/blog/piu-e-meno-il-gioco-visivo-di-bruno-munari/>

Babich, N. (2021, 9 de dezembro). *7 Things To Remember When Selecting Fonts For Your Design*. Medium. <https://uxplanet.org/7-things-to-remember-when-selecting-fonts-for-your-design-ec1e592266c5>

Bayne, B. (2022). *What Tools did Graphic Designers Use Before Computers?* Becky's Graphic Design. <https://beckysgraphicdesign.com/what-tools-did-graphic-designers-use-before-computers/>

Boddy-Evans, M. (2019). *What Is Simultaneous Contrast in Art?* LiveAbout. <https://www.liveabout.com/definition-of-simultaneous-contrast-2577729>

Buddy Industries Inc. (2023, 9 de junho). *Design Before Computers Ruled the Universe*. Web Designer Depot. <https://www.webdesignerdepot.com/2012/02/design-before-computers-ruled-the-universe/>

Buckley, M. F. (2019, 9 de outubro). *The Death of Graphic Design*. Medium. <https://medium.com/swlh/the-death-of-graphic-design-4e830958d8af>

Cartwright, B. (2022, 25 de novembro). *Color Theory 101: A Complete Guide to Color Wheels & Color Schemes*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/marketing/color-theory-design>

ColorSpace. *Color Palettes generator and color gradient tool*. <https://mycolor.space/>

Eco, U. (2004). *Path to the Truth is Littered with Useful Failures*. The Millenium Project. <https://www.ratbags.com/rsolutions/comment/umbertoeco.htm>

Engle, C. (s.d.). *Don't Let the Blank Page Intimidate You*. Wordrake. <https://www.wordrake.com/blog/dont-let-blank-page-intimidate>

Fritscher, L. (2023). *The psychology of fear*. Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/the-psychology-of-fear-2671696>

Gable, G. (2012, 14 de setembro). *Scanning around with Gene: Throwing away the pasteup books*. CreativePro. <https://creativepro.com/blog/scanning-around-gene-throwing-away-pasteup-books/>

Galvan, M. (2021, 16 de dezembro). *Everything You Need to Know About Color*. Medium. <https://uxdesign.cc/everything-you-need-to-know-about-color-d921c07c8b0b>

Gosling, E. (2019, 18 de julho). *Graphic designers are always being told to 'play': here's how to do just that*. Creative Boom. <https://www.creativeboom.com/features/graphic-design-playbook/>

Gresko, B. (2011, 1 de julho). *Open to Influence: Jonathan Lethem on Reading, writing, and Concepts of Originality*. AGNI. <https://agnionline.bu.edu/conversation/open-to-influence-jonathan-lethem-on-reading-writing-and-concepts-of-originality/>

Itemzero. (2023, 5 de maio). *The Book Box - The Ultimate Industrial Bookbinding Kit*. O.Itemzero. <https://shop.itemzero.com/products/the-book-box/>

Johnson, L. (2019, 13 de junho). *Conquering Blank Page Anxiety*. Medium. <https://medium.com/swlh/conquering-blank-page-anxiety-25b84ce489ba>

Lafratta, R. (2018, 24 de maio). *Introducing PaperSizes - Our stupid side project*. Medium. <https://medium.muz.li/introducing-papersizes-our-stupid-side-project-74cdba3a98ae>

Lethem, J. (2007, fevereiro). *The ecstasy of influence*. Harper's Magazine. <https://harpers.org/archive/2007/02/the-ecstasy-of-influence/>

Martelle, A. (s.d.). *Picasso and the Art of Children*. Stedelijk Studies. <https://stedelijkstudies.com/picasso-and-the-art-of-children/>

McCooley, D. (2010). *Blank Page: The Location of Creativity*. Deakin University. <https://aawp.org.au/wp-content/uploads/2015/02/McCooley.pdf>

Mika. (2022, 5 de março). *How Was Graphic Design Done Before Computers*. DesignUp. <https://www.designup.com/how-was-graphic-design-done-before-computers/>

NASA Glenn Research Center. (2022, 27 de outubro). *Newton's Laws of Motion*. Glenn Research Center | NASA. <https://www1.grc.nasa.gov/beginners-guide-to-aeronautics/newtons-laws-of-motion/>

Paper Sizes. (s.d.). <https://papersizes.io/books/>

Possibilities of Paper. (s.d.). Open Access: Inside the Lucas Artists Program. <https://blog.montalvoarts.org/possibilities-of-paper.html>

Priberam. (s.d.). *interativo*. Dicionário Priberam. <https://dicionario.priberam.org/interativo> [consultado a 21/04/2023].

Priberam. (s.d.). *lúdico*. Dicionário Priberam. <https://dicionario.priberam.org/ludico> [consultado a 21/04/2023].

Priberam. (s.d.). *método*. Dicionário Priberam. <https://dicionario.priberam.org/m%C3%A9todo> [consultado a 21/04/2023].

Rickard, M. (2022, 24 de maio). *List of All Oblique Strategies*. Matt Rickard. <https://matt-rickard.com/list-of-all-oblique-strategies>

Robinson, K. (2006, 27 de junho). *Do schools kill creativity?* [Vídeo]. TED Talks. https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity/c

Sandu, B. (2023). *Editorial Design Definition, Tips, and Examples*. Design Your Way. <https://www.designyourway.net/blog/editorial-design/>

Sarah. (2021, 27 de julho). *The Graphic Design Playbook – An Honest Review*. Lessons in Design. https://www.lessonsindesign.com/graphic-design-playbook/#Who_The_Graphic_Design_Playbook_is_For

Taylor, G. (1997). *A Primer On Oblique Strategizing*. <http://www.rtqe.net/ObliqueStrategies/OSintro.html>

The Print Shop. (2021, 29 de março). *Optimize your Designs with the Correct Colour Mode*. The Print Shop - Carleton University. <https://carleton.ca/theprintshop/story/optimize-your-designs-with-the-correct-colour-mode/>

Thul, K. (2020, 8 de abril). *Blank Page Syndrome - How I Start a Design*. Joymedia. <https://www.joy-media.org/blank-page-syndrome-how-i-start-a-design/>

Tsai, M. (2018, 3 de dezembro). *Malcolm McCullough – Abstracting Craft: The Practiced Digital Hand*. Medium. <https://medium.com/not-so-different-emerging-digital-craft-practices/malcolm-mccullough-abstracting-craft-the-practiced-digital-hand-189d2f90137a>

Turner, C. (2010, 1 de maio). *Through the eyes of a child*. Tate. <https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-19-summer-2010/through-eyes-child>

Velarde, O. (2023). *Layout Design: Types of Grids for Creating Professional-Looking Designs*. Visme Blog. <https://visme.co/blog/layout-design/>

Velarde, O. (2017, 5 de junho). *Vintage In-Design: How magazines and books were designed before computers*. Freepik Blog. <https://www.freepik.com/blog/vintage-design-magazines-books-designed-computers/>

Wikipedia (2023). *Oblique Strategies*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Oblique_Strategies

8_ANEXOS

A_questionário para preenchimento

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

1.

profissão/formação _____
idade ____

2. No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

__ necessidade de criar algo totalmente novo

__ ansiedade da página em branco

__ iniciar o trabalho

__ dar o trabalho como terminado

__ síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

3. O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que é 1 negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				
peça da gramagem do papel				
peça da tipografia				
peça das cores				
peça das grelhas				
peça do layout				

4. Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)				
abordagem lúdica				
abordagem interativa e exploratória				
abordagem descontraída				
abordagem por tentativa-erro				

5. Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4

6. Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4

7. Para quem considera útil este objeto?

__ estudantes de Design

__ designers recentemente no mercado

__ designers já estabelecidos no mercado

8. Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

__ sim

__ não

9. Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

9. Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- no início do projeto
- no momento do bloqueio criativo
- nas pausas do projeto

10. Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

11. Alguma crítica ou sugestão adicional?

B_questionários preenchidos

questionário nº 1

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação designer de comunicação
idade 23

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				X
peça da gramagem do papel			X	
peça da tipografia				X
peça das cores				X
peça das grelhas			X	
peça do layout		X		

peça composta

bastante intuitivo para usar

- fácil de transportar

- interessante, porém, poderia haver mais variedade, não ser apenas papel branco, optar também por papel reciclado, por exemplo, aplicações de cor e diferente

- o manuseamento de peça podia ser mais intuitivo, no sentido, de pegar as peças de forma livre (apesar de se poder retirar, não é óbvio)

acredito que um mini folheto informativo sobre as grelhas + layout poderia ser útil (explicação das cores das peças, os limites, etc)

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)			X	
abordagem lúdica				X
abordagem interativa e exploratória				X
abordagem descontraída				X
abordagem por tentativa-erro				X

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
		X	

Para uma 1ª abordagem penso que a limitação seja positiva, para conseguir encontrar um novo objetivo

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
		X	

Não acho todas as peças fáceis de explorar, excepto, no meu ponto de vista as peças de grid + layout

Para quem considera útil este objeto?

- estudantes de Design Para quem está a iniciar no área, acho uma peça interessante além de explorar está aprendem, acredito se as peças tivessem a terminologia descritas ajudaria imenso
- designers recentemente no mercado
- designers já estabelecidos no mercado

- numa fase de destloquear ou de brainstorming;
- mas na realidade, acredito com a experiência, será mais rápido explorar no meio digital

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

- sim contexto escolar
- não contexto de trabalho

(sorry, tenho que escolher as duas)

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- 2 no início do projeto
- 1 no momento do bloqueio criativo
- 3 nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

exploratório; fragmentado; objetivo;

Alguma crítica ou sugestão adicional?

é um extra mas penso que é importante, uma checklist sobre a arte final, um folheto informativo passo a passo, com formulário de preparar um documento formatado/preparado para ser impresso

questionário nº 2

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação Áudio visual e Multimédia
idade 23

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				<input checked="" type="checkbox"/>
peça da gramagem do papel				<input checked="" type="checkbox"/>
peça da tipografia				<input checked="" type="checkbox"/>
peça das cores				<input checked="" type="checkbox"/>
peça das grelhas			<input checked="" type="checkbox"/>	
peça do layout			<input checked="" type="checkbox"/>	

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)			<input checked="" type="checkbox"/>	
abordagem lúdica				<input checked="" type="checkbox"/>
abordagem interativa e exploratória				<input checked="" type="checkbox"/>
abordagem descontraída				<input checked="" type="checkbox"/>
abordagem por tentativa-erro			<input checked="" type="checkbox"/>	

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
		<input checked="" type="checkbox"/>	

objeto diferente

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
			<input checked="" type="checkbox"/>

Para quem considera útil este objeto?

estudantes de Design

designers recentemente no mercado

designers já estabelecidos no mercado

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

sim

não

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- 1º no início do projeto
- 2º no momento do bloqueio criativo
- 3º nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

Efícaz, inovador e diferente

Alguma crítica ou sugestão adicional?

Senti dificuldade no layout, mas de resto
tudo é manusear e pensar

questionário nº 3

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação Design Gráfico
idade 23

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				X
peça da gramagem do papel				X
peça da tipografia				X
peça das cores				X
peça das grelhas			X	
peça do layout			X	

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)				X
abordagem lúdica				X
abordagem interativa e exploratória				X
abordagem descontraída				X
abordagem por tentativa-erro				X

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
			X

O objeto é super prático e interativo. O processo de passar o digital para o formato físico é interessante.

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
			X

Para quem considera útil este objeto?

- estudantes de Design
- designers recentemente no mercado
- designers já estabelecidos no mercado

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

- sim
- não

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- 2 no início do projeto
- 1 no momento do bloqueio criativo
- 3 nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

Lúdico, interessante, divertido, singular, leve

Alguma crítica ou sugestão adicional?

Nas peças de tamanho talvez faria mais experiências no tamanho da tipografia. Na manga da capa diminuiria o tamanho do texto "EDITORIAL" e ajustaria a posição do mesmo.

questionário nº 4

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação Audiovisual e Multimédia

idade 23

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que é 1 negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				X
peça da gramagem do papel				X
peça da tipografia			X	
peça das cores				X
peça das grelhas				X
peça do layout			X	

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)			X	
abordagem lúdica				X
abordagem interativa e exploratória				X
abordagem descontrainda				X
abordagem por tentativa-erro				X

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
			X

O objeto desperta de imediato o caráter exploratório, facilitando o começo do processo criativo

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
			X

Apesar de oferecer várias opções e elementos, o objeto é compacto e fácil de manusear

Para quem considera útil este objeto?

estudantes de Design

designers recentemente no mercado

designers já estabelecidos no mercado

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

sim

não

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

2º no início do projeto

1º no momento do bloqueio criativo

3º nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

Mais prática, intuitivo e lúdica

Alguma crítica ou sugestão adicional?

Tornar a bolsa dos elementos saltos p/ o layout mais acessível.

questionário nº 5

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação Design

idade 22

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				X
peça da gramagem do papel				X
peça da tipografia				X
peça das cores				X
peça das grelhas				X
peça do layout			X	

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)			X	
abordagem lúdica				X
abordagem interativa e exploratória				X
abordagem descontraída			X	
abordagem por tentativa-erro				X

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
			X

Auxilia o designer em todo o processo criativo, pois dá todas as ferramentas necessárias no design editorial.

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
		X	

Na sua totalidade é um objeto fácil de manusear, porém tem algumas falhas relativas ao conjunto das peças de construção com as peças de tamanho layout.

Para quem considera útil este objeto?

estudantes de Design

designers recentemente no mercado

designers já estabelecidos no mercado

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

sim

não

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

1º no início do projeto

2º no momento do bloqueio criativo

3º nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

Poderia se tornar mais ambicioso, relaxante e didático.

Alguma crítica ou sugestão adicional?

As peças da montagem do papel deveriam estar melhor esquadreadas, para quando o designer o abre não caíem.

questionário nº 6

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

profissão/formação Designer
idade 23

No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				X
peça da gramagem do papel				X
peça da tipografia				X
peça das cores				X
peça das grelhas			X	
peça do layout		X		

Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)				X
abordagem lúdica				X
abordagem interativa e exploratória				X
abordagem descontraída				X
abordagem por tentativa-erro				X

Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
			X

Muito útil, diferente, desmistifica e elimina a pressão que sentimos ao longo de um início de processo criativo.

Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
		X	

Super intuitivo, no entanto mudava acho um pouco difícil a percepção das peças do layout.

Para quem considera útil este objeto?

estudantes de Design

designers recentemente no mercado

designers já estabelecidos no mercado

Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

sim

não

Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- 2º no início do projeto
- 1º no momento do bloqueio criativo
- 3º nas pausas do projeto

Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

Melhor intuitivo, ~~mais~~ Descentrado, fluido.

Alguma crítica ou sugestão adicional?

- Melhor contextualização das peças de layout

questionário nº 7

Questionário para recolha de informação após interação com o objeto prático criado a favor de uma ferramenta de desbloqueio em trabalho editorial, desenvolvido no contexto do mestrado em Design Gráfico.

1.

profissão/formação Licenciatura em Design Gráfico / Estudante Mestrado Design Gráfico

idade 23

2. No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

necessidade de criar algo totalmente novo

ansiedade da página em branco

iniciar o trabalho

dar o trabalho como terminado

síndrome de impostor (sentimento de não ser capaz ou não ser suficientemente bom)

Outro: _____

3. O objeto como um todo é constituído por várias peças no seu interior, cada uma com a sua função. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

	1	2	3	4
peça do tamanho				x
peça da gramagem do papel				x
peça da tipografia		x		
peça das cores				x
peça das grelhas			x	
peça do layout		x		

4. Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

	1	2	3	4
imposição de limitações (cores limitadas, fontes limitadas...)			x	
abordagem lúdica				x
abordagem interativa e exploratória				x
abordagem descontraída			x	
abordagem por tentativa-erro			x	

5. Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

1	2	3	4
		x	

Penso que haja margem para a melhoria da eficácia do objeto para a contribuição do desbloqueio criativo, mas demonstrou, num contacto inicial, ser uma ótima ferramenta exploratória, podendo vir a contribuir para abordagens novas na criação de um editorial.

6. Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

1	2	3	4
			x

No geral, o objeto foi fácil de manusear, contudo, sinto que havia necessidade de explicação para algumas das peças, nomeadamente a de tipografia. Apesar disso, não impediu o carácter exploratório que o objeto promove, não tendo sido um ponto negativo para o manuseamento e desfrutação do mesmo.

7. Para quem considera útil este objeto?

- estudantes de Design
- designers recentemente no mercado
- designers já estabelecidos no mercado

8. Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

- sim
- não

9. Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

- 1 no início do projeto
- 2 no momento do bloqueio criativo
- 3 nas pausas do projeto

10. Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

imediato; fluído; descontraído.

11. Alguma crítica ou sugestão adicional?

Este projeto parece-me ser o início de algo maior, uma ótima ferramenta para olhar para o processo como algo divertido e menos stressante.

Obrigada pelo tempo dispensado :)

C_ análise das respostas aos questionários

1. Profissão/formação e idade

questionário nº1- designer de comunicação, 23
questionário nº2- audiovisual e multimédia, 23
questionário nº3- design gráfico, 23
questionário nº4- audiovisual e multimédia, 23
questionário nº5- design gráfico, 23
questionário nº6- design, 22
questionário nº7- designer, 23

2. No processo de criação de um editorial, sente alguma destas dificuldades?

questionário nº1- necessidade de criar algo totalmente novo, iniciar o trabalho.
questionário nº2- necessidade de criar algo totalmente novo, ansiedade da página em branco, iniciar o trabalho, síndrome de impostor
questionário nº3- iniciar o trabalho
questionário nº4- necessidade de criar algo totalmente novo, ansiedade da página em branco, dar o trabalho como terminado
questionário nº5- necessidade de criar algo totalmente novo, iniciar o trabalho
questionário nº6- iniciar o trabalho
questionário nº7- necessidade de criar algo totalmente novo, síndrome de impostor

3. Considerando os elementos a ter em conta na criação de um editorial, avalie a eficácia de cada uma dessas peças numa escala de 1 a 4, em que 1 é negativo e 4 é positivo:

questionário nº1- tamanho 4/ papel 3/ tipografia 4/ cores 4/ grelhas 3/ layout 2
questionário nº2- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 4/ cores 4/ grelhas 3/ layout 3
questionário nº3- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 4/ cores 4/ grelhas 3/ layout 3
questionário nº4- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 3/ cores 4/ grelhas 4/ layout 3
questionário nº5- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 2/ cores 4/ grelhas 3/ layout 2
questionário nº6- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 4/ cores 4/ grelhas 4/ layout 3
questionário nº7- tamanho 4/ papel 4/ tipografia 4/ cores 4/ grelhas 3/ layout 2

4. Considerando o desbloqueio criativo, classifique a possível eficácia do objeto em relação à:

questionário nº1- limitações 3/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 4/ tentativa-erro 4
questionário nº2- limitações 3/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 4/ tentativa-erro 3
questionário nº3- limitações 4/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 4/ tentativa-erro 4
questionário nº4- limitações 3/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 4/ tentativa-erro 4
questionário nº5- limitações 3/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 2/ tentativa-erro 3
questionário nº6- limitações 3/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 3/ tentativa-erro 4

questionário nº7- limitações 4/ lúdico 4/ interativo e exploratório 4/ descontraído 4/ tentativa-erro 4

5. Classifique e elabore acerca da possível contribuição do objeto para o desbloqueio criativo:

questionário nº1- 3. Para uma primeira abordagem penso que a limitação seja positiva, para conseguir encontrar um foco/objetivo.
questionário nº2- 3. É uma abordagem diferenciada.
questionário nº3- 4. O objeto é super prático e interativo. O processo de passar o digital para o formato físico é interessante.
questionário nº4- 4. O objeto convida de imediato à exploração, facilitando o começo do processo criativo.
questionário nº5- 3. Penso que haja margem para a melhoria da eficácia do objeto para a contribuição do desbloqueio criativo, mas demonstrou, num contacto inicial, ser uma ótima ferramenta exploratória, podendo a vir contribuir para abordagens novas na criação de um editorial.
questionário nº6- 4. Auxilia o designer em todo o processo criativo, pois dá todas as ferramentas necessárias no design editorial.
questionário nº7- 4. Muito útil, diferente, desmistifica e elimina a pressão que criamos no início do processo criativo.

6. Classifique e elabore acerca da facilidade de manuseamento do objeto:

questionário nº1- 3. No geral, todas as peças foram fáceis de explorar, exceto, no meu ponto de vista, as peças da grelha + layout.
questionário nº2- 4
questionário nº3- 4
questionário nº4- 4. Mesmo oferecendo várias opções e elementos, o objeto é compacto, fácil de manusear e proporciona uma experiência organizada.
questionário nº5- 4. No geral, o objeto foi fácil de manusear, contudo, sinto que havia necessidade de explicação para algumas das peças, nomeadamente a de tipografia. Apesar disso, não impediu o caráter exploratório que o objeto promove, não tendo sido um ponto negativo para o manuseamento e desfrutação do mesmo.
questionário nº6- 3. Na sua totalidade é um objeto fácil de manusear, porém tem algumas falhas relativas ao trabalho conjunto das grelhas e das peças do layout.
questionário nº7- 3. Super intuitivo, no entanto acho um pouco difícil a perceção das peças do layout.

7. Para quem considera útil este objeto?

questionário nº1- estudantes de Design. Para quem está a iniciar na área, acho uma peça interessante, além de explorar está a aprender. Acredito que, se as peças tivessem a terminologia descritas, ajudaria imenso. Para designers já no mercado, poderá ser útil numa fase de desbloquear ou de brainstorming. Mas, na realidade, acredito que com experiência, será mais rápido explorar no digital.
questionário nº2- estudantes de Design, designers recentemente no mercado, designers já estabelecidos no mercado.
questionário nº3- estudantes de Design, designers recentemente no mercado, designers já estabelecidos no mercado.
questionário nº4- estudantes de Design, designers recentemente no mercado, designers já estabelecidos no mercado.
questionário nº5- estudantes de Design.
questionário nº6- estudantes de Design, designers recentemente no mercado.

questionário nº7- estudantes de Design, designers recentemente no mercado.

8. Utilizaria o objeto no contexto de criação de um editorial?

questionário nº1- sim, em contexto escolar. não, em contexto de trabalho.

questionário nº2- sim

questionário nº3- sim

questionário nº4- sim

questionário nº5- sim

questionário nº6- sim

questionário nº7- sim

9. Se sim, em que momento? (ordene por preferência do 1º ao 3º)

questionário nº1- 1º no momento do bloqueio criativo, 2º no início do projeto, 3º nas pausas do projeto

questionário nº2- 1º no início do projeto, 2º no momento do bloqueio criativo, 3º nas pausas do projeto

questionário nº3- 1º no momento do bloqueio criativo, 2º no início do projeto, 3º nas pausas do projeto

questionário nº4- 1º no momento do bloqueio criativo, 2º no início do projeto, 3º nas pausas do projeto

questionário nº5- 1º no início do projeto, 2º no momento do bloqueio criativo, 3º nas pausas do projeto

questionário nº6- 1º no início do projeto, 2º no momento do bloqueio criativo, 3º nas pausas do projeto

questionário nº7- 1º no momento do bloqueio criativo, 2º no início do projeto, 3º nas pausas do projeto

10. Com esta ferramenta considera que o seu processo criativo se poderia tornar... (completar com 3 adjetivos)

questionário nº1- exploratório, fragmentado, objetivo

questionário nº2- eficaz, inovador, diferente

questionário nº3- lúdico, interessante, divertido, singular, leve

questionário nº4- prático, intuitivo, lúdico

questionário nº5- imediato, fluído, descontraído

questionário nº6- ambicioso, relaxante, didático

questionário nº7- intuitivo, descontraído, fluído

11. Alguma crítica ou sugestão adicional?

questionário nº1- Penso que é importante uma checklist sobre a arte final: um folheto informativo, passo a passo, com informações de como preparar um documento formatado/ preparado para ser impresso.

questionário nº2- Senti dificuldade no layout, mas de resto, fácil de manusear e perceber.

questionário nº3- Na peça do tamanho faria mais experiências de tipografia. Na manga da capa diminuiria o tamanho do texto "editorial" e ajustaria a sua posição.

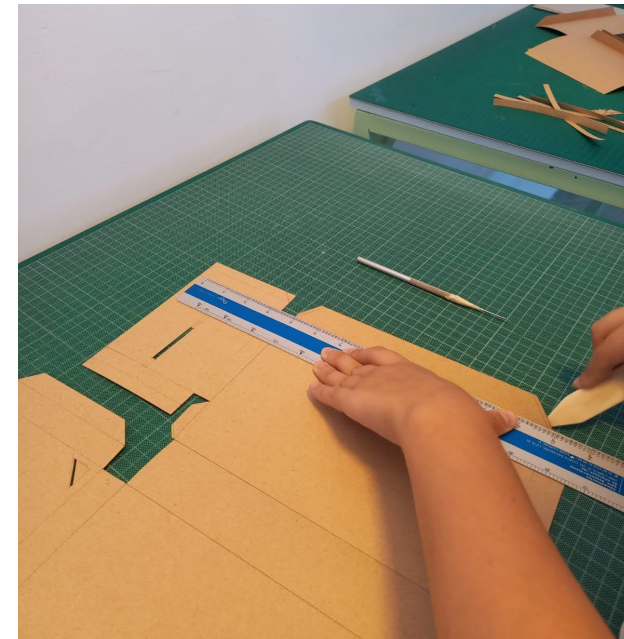
questionário nº4- tornar a bolsa dos elementos soltos do layout mais acessível.

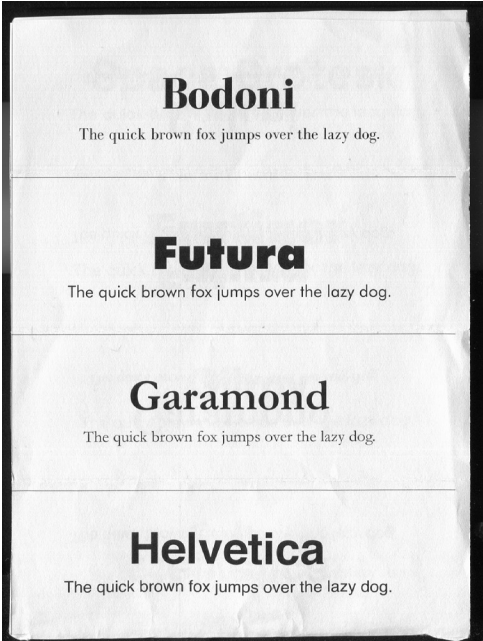
questionário nº5- Este projeto parece-me ser o início de algo maior, uma ótima ferramenta para olhar para o processo como algo divertido e menos stressante.

questionário nº6- As peças da gramagem do papel deveriam estar melhor resguardadas, para quando o designer o abrir, não caírem.

questionário nº7- Melhor contextualização das peças do layout.

D_fotos do processo





Dyna Puff (18 pt) The quick brown fox jumps over the lazy dog. (10 pt)	NURA (18 PT) THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. (10 PT)	Marhey (18 pt) The quick brown fox jumps over the lazy dog. (10 pt)	Yapari (18 pt) The quick brown fox jumps over the lazy dog. (10 pt)
aaa (30 pt)	AAA (30 PT)	aaa (30 pt)	aaa (30 pt)
Aa. (60 pt)	AA. (60 PT)	Aa. (60 pt)	Aa. (43 pt)

esta folha é

(A6) 10,5 x 14,8

↑ 10,5
medida do quadrado

* 10,5 → 14,8

A6 10,5 x 14,8 cm

10,5 x 10,5 cm

A6 10,5 x 14,8 cm

10,5 x 10,5 cm

