



Faculdade de Design,
Tecnologia e Comunicação
Universidade Europeia

2019

Tomás Almada Pires
Toste

**A Criatividade na
Composição Visual:
Pintura e Design Publicitário**

2019

**Tomás Almada Pires
Toste**

**A Criatividade na
Composição Visual:
Pintura e Design Publicitário**

Dissertação apresentada ao IADE – Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Publicidade realizada sob a orientação científica da Professora do IADE e Doutora Sílvia Rala.

Palavras-chave

Criatividade; Processo Criativo; Perfil Criativo; Composição Visual; Comunicação Visual; Pintura; Publicidade; Artes Plásticas; Design

Resumo

A presente dissertação de mestrado tem como campo de estudo o desenvolvimento do raciocínio criativo, e a influência da própria criatividade, na produção criativa de elementos visuais bidimensionais. Dada as diferentes naturezas e possibilidades da composição visual, o seguinte estudo é focado sobre duas áreas da produção visual: Pintura e Publicidade. É então, o objetivo desta investigação, comparar o raciocínio criativo, e o seu desenvolvimento, nas duas áreas, e assim averiguar se existem similaridades e/ou divergências entre cada uma das mesmas, sendo que ambas têm como objetivo a produção de um elemento de comunicação visual, seja este de natureza artística ou comercial.

A investigação teve como base a definição e estudo da criatividade, quer como capacidade cognitiva, como estudo filosófico, sendo analisadas diversas características subjacentes à mesma. Depois do levantamento do enquadramento teórico, apresentam-se os conceitos mais relevantes para o tópico de investigação, as principais ideias de suporte à reflexão crítica, assim como algumas questões inerentes à análise sintática do processo criativo.

Como casos de estudo, foi realizada uma investigação e análise de dados relacionados com a produção criativa de oito indivíduos, dos quais: quatro pintores e quatro criativos publicitários (três designers com trabalho de publicidade e propaganda, e um diretor de arte). Tendo em conta o objetivo, esses casos de estudo, focam-se em duas características do desenvolvimento criativo inerentes a cada indivíduo: perfil criativo e processo criativo. As conclusões retiradas da comparação, entre esses casos, dão então resposta às questões de investigação inicialmente propostas.

Keywords

Creativity; Creative Process; Creative Profile; Visual Composition; Visual Communication; Painting; Advertising; Fine Arts; Design

Abstract

The present master's thesis has as field of study the development of creative thinking, and the influence of creativity itself, in the creative production of two-dimensional visual elements. Given the different natures and possibilities of visual composition, the following study focuses on two areas of visual production: Painting and Advertising. It is the purpose of this investigation to compare creative thinking and its development in the two areas, and to ascertain if there are similarities and / or divergences between each one of them, both of which are aimed at producing an element of visual communication, be it of an artistic or commercial nature.

The research was based on the definition and study of creativity, both as cognitive ability and as a philosophical study. After the theoretical framework, the most relevant concepts for the topic of research are presented, which are the main ideas of support for critical reflection, as well as some issues inherent to the syntactic analysis of the creative process.

As case studies, an investigation and analysis of data related to the creative production of eight individuals was carried out, including four painters and four advertising creatives (three designers with advertising and publicity work, and one art director). Taking into account the purpose of this dissertation, these case studies focus on two characteristics of creative development inherent to each individual: creative profile and creative process. The conclusions drawn from the comparison between these cases, will then respond to the originally proposed research questions.

ÍNDICE

RESUMO	iv
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
GLOSSÁRIO DE TERMOS.....	xvi
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO	1
1.1 Apresentação do Tema.....	1
1.2 Problemática de Investigação.....	2
1.3 Estrutura da Tese	2
1.4 Metodologia de Investigação.....	3
CAPÍTULO II - CRIATIVIDADE.....	4
2.1 Composição Visual.....	4
2.2 Criatividade.....	5
2.3 Inspiração.....	6
2.4 Perfil Criativo.....	8
2.5 Conclusão.....	12
CAPÍTULO III - PROCESSO CRIATIVO.....	13
3.1 Enquadramento Teórico.....	13
3.2 Definição de modelo de análise do Processo Criativo.....	18
3.3 Conclusão.....	20
CAPÍTULO IV - CASOS DE ESTUDO.....	21
4.1 Introdução ao Capítulo.....	21
4.1.1 Objetivo.....	21
4.1.2 Problemática de Investigação.....	21
4.1.3 Estrutura do Capítulo.....	22
4.2 Introdução aos Casos de Estudo.....	22
4.3 Grupo A	24
A.1 Vincent van Gogh.....	24
A.1.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	25
Conclusão.....	26
A.1.2 Processo Criativo.....	26
Contextualização.....	26

	Absorção.....	27
	Ideação.....	28
	Apuração.....	31
	Conclusão.....	32
A.2	Alphonse Mucha.....	33
	A.2.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	33
	Conclusão.....	35
	A.2.2 Processo Criativo.....	35
	Contextualização.....	36
	Absorção.....	36
	Ideação.....	37
	Apuração.....	40
	Conclusão.....	41
4.4	Grupo B.....	42
	B.1 Francis Bacon	42
	B.1.1 Perfil Criativo e suas Influências.	42
	Conclusão.....	44
	B.1.2 Processo Criativo.....	44
	Contextualização.....	44
	Absorção.....	45
	Ideação.	46
	Apuração.....	49
	Conclusão.....	50
	B.2 Sebastião Rodrigues.....	51
	B.2.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	51
	Conclusão.....	53
	B.2.2 Processo Criativo.....	53
	Contextualização.....	53
	Absorção	54
	Ideação..	56
	Apuração..	59
	Conclusão.	59
4.5	Grupo C	60
	C.1 Marlene Dumas.....	60
	C.1.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	60
	Conclusão.....	62
	C.1.2 Processo Criativo.....	62
	Contextualização.....	62
	Absorção	63

	Ideação.....	64
	Apuração.....	67
	Conclusão.....	67
C.2	Michal Batory.....	68
	C.2.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	69
	Conclusão.....	70
	C.2.2 Processo Criativo.....	70
	Contextualização.....	70
	Absorção.....	71
	Ideação.....	71
	Apuração.....	75
	Conclusão.....	76
4.6	Grupo D	77
	D.1 Jorge Charrua.....	77
	D.1.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	77
	Conclusão.....	79
	D.1.2 Processo Criativo.....	79
	Contextualização.....	79
	Absorção..	80
	Ideação..	81
	Apuração..	86
	Conclusão.....	86
	D.2 Pedro Magalhães.....	87
	D.2.1 Perfil Criativo e suas Influências.....	87
	Conclusão.....	89
	D.2.2 Processo Criativo.....	89
	Contextualização.....	89
	Absorção.....	90
	Ideação.....	91
	Apuração.....	95
	Conclusão.....	95
CAPÍTULO V - CONCLUSÃO.....		97
5.1	Análise de Grupos.....	97
	5.1.1 Conclusão Grupo A	97
	Perfil Criativo.....	97
	Processo Criativo.....	98
	5.1.2 Conclusão Grupo B.....	100
	Perfil Criativo.....	100
	Processo Criativo.....	101

5.1.3 Conclusão Grupo C.....	103
Perfil Criativo.....	103
Processo Criativo.....	104
5.1.4 Conclusão Grupo D.....	105
Perfil Criativo.....	105
Processo Criativo.....	106
5.2 Análise de Disciplinas.....	108
5.2.1 Conclusão Pintura.....	108
Perfil Criativo.....	108
Processo Criativo.....	109
5.2.2 Conclusão Publicidade.....	111
Perfil Criativo.....	111
Processo Criativo.....	112
5.3 Análise entre Disciplinas.....	114
Perfil Criativo.....	114
Processo Criativo.....	116
Contextualização.....	116
Absorção.....	116
Ideação.....	117
Apuração.....	119
5.4 Conclusão Final	119
CAPÍTULO VI - RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES.....	121
CAPÍTULO VII - BIBLIOGRAFIA E WEBGRAFIA.....	122
7.1 Bibliografia Geral.....	122
7.2 Webgrafia Geral.....	126
ANEXOS.....	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Representação gráfica do processo criativo.....	18
Figura 2 - Tabela de comparação entre o modelo de análise do processo criativo, definido para a presente tese, e os modelos apresentados pelos autores estudados.....	20
Figura 3 - Pintura a Óleo: "The Starry Night", 1889, Vincent van Gogh	27
Figura 4 - Pintura a Óleo: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh	27
Figura 5 - Esboço a Carvão: "Four People Sharing a Meal" (estudo para "The Potato Eaters"), 1885, Vincent van Gogh.....	28
Figura 6 - Esboço a Carvão: "Three hands, two holding forks" (estudo para "The Potato Eaters"), 1885, Vincent van Gogh.....	28
Figura 7 - Pormenor da Pintura a Óleo: "The Starry Night", 1889, Vincent van Gogh.....	29
Figura 8 - Pintura a Óleo: "Almond Blossom", 1890, Vincent van Gogh.....	30
Figura 9 - Pintura a Óleo: "The Night Cafe", 1888, Vincent van Gogh.....	30
Figura 10 - Estudo a Óleo para: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh.....	31
Figura 11 - Estudo na técnica Chiaroscuro para a Pintura: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh.....	31
Figura 12 - Estudo a Óleo para: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh.....	31
Figura 13 - Fotografia: "Mother and Child," (estudo para "Russia Restituenda"), 1922, Alphonse Mucha.....	36
Figura 14 - Cartaz: "Russia Restituenda", 1922, Alphonse Mucha.....	36
Figura 15 - Esboço: "Design for Champagne Ruinart", 1896, Alphonse Mucha.....	37
Figura 16 - Estudo: "Design for Champagne Ruinart", 1896, Alphonse Mucha.....	37
Figura 17 - Cartaz: "Champagne Ruinart", 1896, Alphonse Mucha.....	37
Figura 18 - Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha.....	38
Figura 19 - Pormenor do Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha.....	38
Figura 20 - Pormenor do Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha.....	38
Figura 21 - Cartaz: "Job", 1896, Alphonse Mucha.....	39
Figura 22 - Cartaz: "Lefèvre-Utile Champagne Biscuits", 1898, Alphonse Mucha.....	39
Figura 23 - Fotografia: "Francis Bacon's 7 Reece Mews Studio", 1998, Perry Ogden.....	45
Figura 24 - Exemplo de Recorte Manipulado por Francis Bacon: "Fragments from two separate plates (D-6 and D-9), Jacques Penry, 'How to judge Character from face'", 1952, Francis Bacon.....	45
Figura 25 - Pintura a Óleo: "Two Figures", 1953, Francis Bacon.....	46
Figura 26 - Recorte Manipulado por Francis Bacon: "Leaf from Book, Eadweard Muybridge, The Human Figure in Motion", 1953, Francis Bacon.....	46
Figura 27 - Pintura a Óleo: "Study after Velázquez's Portrait of Pope Innocent X", 1953, Francis Bacon.....	47
Figura 28 - Frame do Filme: "Battleship Potemkin", 1925, Sergei Eisenstein.....	47

Figura 29 - Recorte manipulado por Francis Bacon: "'Screaming Woman' from 'Battleship Potemkin'", Francis Bacon.....	47
Figura 30 - Pintura a Óleo: " <i>Paralytic Child Walking On All Four (from Muybridge)</i> ", 1961, Francis Bacon.....	48
Figura 31 - Díptico de Pintura a Óleo: " <i>Diptych: Study from the Human Body</i> ", 1982-1984, Francis Bacon.....	49
Figura 32 - Esboços para Cartaz: " <i>Verde Gaio</i> ", 1971, Sebastião Rodrigues.....	54
Figura 33 - Referência de Sebastião Rodrigues, 1978, Sebastião Rodrigues.....	55
Figura 34 - Folheto Publicitário: " <i>O Século XIX</i> ", 1978, Sebastião Rodrigues.....	55
Figura 35 - Esboços para Cartaz: " <i>Pintura Portuguesa de Hoy</i> ", 1973, Sebastião Rodrigues.....	56
Figura 36 - Esboços para Cartaz: " <i>Pintura Portuguesa de Hoy</i> ", 1973, Sebastião Rodrigues.....	57
Figura 37 - Propostas para Cartaz: " <i>Pintura Portuguesa de Hoy</i> ", 1973, Sebastião Rodrigues.....	57
Figura 38 - Cartaz: " <i>Pintura Portuguesa de Hoy</i> ", 1973, Sebastião Rodrigues.....	57
Figura 39 - Cartaz: "para uma 'visão' táctil", 1973, Sebastião Rodrigues.....	58
Figura 40 - Cartaz: "VERBO Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura - Volume VI", Sebastião Rodrigues.....	58
Figura 41 - Cartaz: "VERBO Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura - Volume IX", Sebastião Rodrigues.....	58
Figura 42 - Pintura a Óleo: " <i>Osama</i> ", 2010, Marlene Dumas.....	63
Figura 43 - Exemplo do Arquivo de Marlene Dumas, Frame do Vídeo: " <i>Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler</i> ", 2015, Fondation Beyeler.....	63
Figura 44 - Exemplo do Arquivo de Marlene Dumas, Frame do Vídeo: " <i>Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler</i> ", 2015, Fondation Beyeler.....	63
Figura 45 - Pintura a Óleo: " <i>Dead Girl</i> ", 2002, Marlene Dumas.....	64
Figura 46 - Pintura a Óleo: " <i>The Kiss</i> ", 2003, Marlene Dumas.....	64
Figura 47 - Pintura a Óleo: " <i>The Painter</i> ", 1994, Marlene Dumas.....	65
Figura 48 - Frame do Vídeo: " <i>Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler</i> ", 2015, Fondation Beyeler.....	65
Figura 49 - Pintura a Óleo: " <i>Fingers</i> ", 1990, Marlene Dumas.....	66
Figura 50 - Esboços e Referencia Fotográfica para: " <i>Ligne de fuite</i> ", 2003, Michal Batory.....	71
Figura 51 - Cartaz: " <i>Ligne de fuite</i> ", 2003, Michal Batory.....	71
Figura 52 - Esboços e Referencias Fotográficas para: " <i>N</i> ", 2004, Michal Batory.....	72
Figura 53 - Cartaz: " <i>N</i> ", 2004, Michal Batory.....	72
Figura 54 - Cartaz: " <i>Tamerlan Le Grand</i> ", 2001, Michal Batory.....	73
Figura 55 - Cartaz: " <i>Piano-Folies</i> ", 2006, Michal Batory.....	73
Figura 56 - Cartaz: " <i>Juliette et Roméo</i> ", 2002, Michal Batory.....	74
Figura 57 - Cartaz: " <i>Femme...Femmes!</i> ", 2003, Michal Batory.....	74
Figura 58 - Fotografia dos Funcionários de <i>Boulangerie R. Michel</i> com o cartaz : " <i>Saison Musicale Ircam - 2000/2001</i> ", 2000, Michal Batory.....	75

Figura 59 - Fotografia dos Funcionários de <i>Boucherie J. Meunier</i> com o cartaz : " <i>La Tragédie du Roi Christophe</i> ", 1997, Michal Batory.....	75
Figura 60 - Esboço para: " <i>For Better, for Worse</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	81
Figura 61 - Pintura a Óleo, Acrílico e Tinta Plástica: " <i>For Better, for Worse</i> ", 2007, Jorge Charrua.....	82
Figura 62 - Montagem Digital de Estudo para : " <i>For Better, for Worse</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	83
Figura 63 - Montagem Digital e Pintura Digital de Estudo para: " <i>For Better, for Worse</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	83
Figura 64 - Pintura a Óleo e Acrílico: " <i>Blue Mary</i> ", 2018, Jorge Charrua.....	84
Figura 65 - Pormenor da Pintura a Óleo e Acrílico: " <i>Blue Mary</i> ", 2018, Jorge Charrua.....	84
Figura 66 - Pintura a Óleo e Acrílico: " <i>Á Espera</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	84
Figura 67 - Pormenor da Pintura a Óleo e Acrílico: " <i>Á Espera</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	84
Figura 68 - Mural " <i>Surroundings</i> ", 2017, Jorge Charrua.....	85
Figura 69 - Mural " <i>Happy</i> ", 2018, Jorge Charrua.....	85
Figura 70 - Exemplo de Esboço de Planificação de Pedro Magalhães para campanha de: " <i>Super Bock</i> ", 2014, Pedro Magalhães.....	91
Figura 71 - Cartaz da Campanha: " <i>As marcas de violência na infância nunca passam</i> ", 2019....	92
Figura 72 - Esboço para campanha de: " <i>As marcas de violência na infância nunca passam</i> ", 2019, Pedro Magalhães.....	92
Figura 73 - Esboço para campanha de: " <i>As marcas de violência na infância nunca passam</i> ", 2019, Pedro Magalhães.....	93
Figura 74 - Esboço para campanha de: " <i>TAG</i> ", 2008, Pedro Magalhães.....	94
Figura 75 - Cartaz da campanha de: " <i>TAG</i> ", 2008, Pedro Magalhães.....	94
Figura 76 - Cartaz da campanha de: " <i>TAG</i> ", 2008, Pedro Magalhães.....	94
Figura 77 - Cartaz da campanha de: " <i>TAG</i> ", 2008, Pedro Magalhães.....	94
Figura 78 - Cartaz da campanha de: " <i>TAG</i> ", 2008, Pedro Magalhães.....	94

GLOSSÁRIO DE TERMOS

Incubação: Período de distanciamento para com o trabalho, distrair-se e abstrair-se das atividades de produção.

Suporte: Material físico utilizado como base para uma obra, por exemplo uma tela no caso da pintura.

Díptico: Duas peças de arte singulares que partilham o mesmo conceito, podendo ser o conjunto das duas considerado como uma única obra.

Tríptico: Três peças individuais que partilham o mesmo conceito, podendo ser o trio considerado como uma única obra.

Briefing: Documento descritivo dos dados necessários para o desenvolvimento de um trabalho ou projeto, tendo como base a situação do cliente, os seus problemas, objetivos e recursos para atingi-los. Base do processo dos projetos que são realizados a pedido de um cliente.

I - INTRODUÇÃO

Servindo como introdução à investigação, o presente capítulo pretende apresentar as características desta dissertação. Assim, são argumentadas quais os objetivos e necessidades da investigação, tal como a sua problemática e estrutura. O capítulo está organizado em quadro secções, das quais: (1) Apresentação do Tema; (2) Problemática de Investigação; (3) Estrutura da Tese; (4) Metodologia de Investigação.

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

Ainda que com objetivos de representação diferentes, a pintura e o design publicitário (sendo estes o foco da presente tese), são duas disciplinas centradas sobre a composição visual e a linguagem gráfica, sendo que ambas utilizam a imagem como método de transmissão de uma mensagem ao espectador. Quando desconectadas dos seus objetivos e das próprias interpretações, uma pintura ou um cartaz publicitário podem ser comparados como elementos de composição visual, e por sua vez uma obra gráfica. Ao analisar a perspectiva do design sobre a composição visual, Samara assume o design como “a solução de problemas organizacionais” (2002, p.22). Elam complementa essas idéias ao demonstrar conceitos, como razão e proporção, como ferramentas de solução a problemas visuais (2010). Tendo como base os autores citados, é possível afirmar que uma dos objetivos da composição visual é o auxílio na estruturação de uma linguagem visual. As informações visuais devem então ser organizadas de forma a que as de maior importância se destaquem perante as informações complementares. Seguindo o mesmo raciocínio, mas agora da perspectiva das artes visuais, Arnheim afirma que é a “distribuição de elementos visuais que cria um todo, autônomo, equilibrado e estruturado de tal maneira que a configuração de forças reflete o sentido do enunciado artístico” (2007). No entanto, autores como Collaro defendem que não há um sistema exato que possa ser aplicado à composição visual e que dite a organização dos elementos gráficos. Existem conceitos que auxiliam à própria composição, mas que, por sua vez, podem ser desconsiderados ou agilizados tendo em conta a funcionalidade estética. De modo a cumprir a sua funcionalidade, a composição final tem que ser artística na sua forma e científica nas técnicas de realização, produção e apresentação (Collaro, 1987). Apesar da vasta possibilidade técnica de construção visual e dos vários conceitos de estética, dependerá sempre do génio criativo do próprio artista, a utilização dos mesmos a favor dos objetivos do projeto. Como apresenta Ostrower, “com tão poucos elementos, e nem sempre reunidos, formulam-se todas as obras de arte, na imensa variedade de técnicas e estilos “[...]. Ao contrário das palavras, os elementos visuais não têm significados preestabelecidos, nada representam, nada descrevem, nada assinalam, não são símbolos de nada, não definem nada – nada, antes de entrarem num contexto formal. Precisamente por não determinarem nada antes, poderão determinar tanto depois.” (1983, p.

85). Assim, podemos entender que ao analisar elementos visuais, separados da sua composição final, estes poderão dar espaço para uma leitura incorreta da informação, sendo que individualmente não geram tantas possibilidades interpretativas. A composição visual torna-se, então, uma linguagem que usa a criatividade para trabalhar em função da organização dos elementos técnicos como, estilo, posicionamentos, figuras, entre outros.

1.2 PROBLEMÁTICA DE INVESTIGAÇÃO

Podemos assumir a pintura e o design publicitário, ainda que com ferramentas técnicas diferenciadas, como duas vertentes da composição visual que têm como objetivo comum a transmissão de uma mensagem através de um plano visual, sendo esta artística ou comercial. Mas ambas as disciplinas partem da imagem como meio de ação e produção e, como referido anteriormente, têm as mesmas diretrizes de composição visual à sua disposição e, acabam por partilhar também de um raciocínio criativo direcionado para a comunicação visual. Assim, apesar de cada produto, de pintura ou de publicidade, ter os seus próprios objetivos no que toca à mensagem que pretende transmitir, pode-se assumir que o raciocínio criativo de ambas as áreas tem sempre o propósito de traduzir visualmente um conceito. No entanto, raciocínio criativo, até alcançar o produto final, poderá assumir rumos diferentes, ou não, tendo em conta a natureza representativa de cada uma das áreas.

A presente tese pretende focar-se, então, sobre o entendimento da criatividade quando aplicada às duas áreas, de modo a compreender assim as diferenças do raciocínio criativo tendo em conta a área de produção. O objetivo torna-se, então, entender se existem similaridades no processo criativo aplicado aos dois métodos de produção, procurando descobrir se a criatividade partilha da mesma natureza representativa quando aplicada à pintura e ao design publicitário e se, por sua vez, compartilham das mesmas características, necessidades, objetivos e do próprio raciocínio. Assim, a pergunta da presente investigação é, então, se: a criatividade é transversal a ambas as áreas, pintura e design publicitário, ou esta manifesta-se de maneiras diferentes em cada uma das quais?

1.3 ESTRUTURA DA TESE

A presente dissertação é constituída por 6 capítulos: (1) Introdução; (2) Criatividade; (3) Processo Criativo; (4) Casos de Estudo; (5) Conclusões; e, (6) Recomendações para futuras Investigações. De modo a manter uma estrutura lógica, sendo que é necessário o entendimento pleno de certos temas antes de ser possível continuar a investigação e a própria análise, cada

um dos capítulos partilha de uma subestrutura que procura organizar a investigação conforme as próprias características de cada um dos mesmos.

1.4 METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

A metodologia utilizada na presente tese consistiu na aplicação de vários métodos ao longo dos diferentes momentos da nossa investigação. De modo a ser possível analisar de que forma é que a criatividade atua, torna-se necessário haver um entendimento claro da criatividade e de todos os elementos que esta envolve, sendo esse o ponto de partida para a investigação desta dissertação.

Assim, num primeiro momento, é feita uma recolha de fontes primárias referentes à definição e estudo da criatividade, tanto como estudo filosófico, como capacidade cognitiva, sendo, no caso, maioritariamente objetos de investigação e pesquisa, como livros, artigos, dissertações e outros materiais de teor científico. Nessa recolha, de modo a ter uma compreensão alargada do conceito de criatividade, são abordados autores de diferentes áreas do conhecimento, como por exemplo psicologia, educação, produção criativa e outras que procurem trabalhar ou estudar a criatividade. Ao prosseguir-se a análise do material recolhido, somos direcionados para dois elementos inerentes à criatividade, sendo estes a inspiração e o perfil criativo. Essas características voltam a exigir uma recolha de material focada sobre as mesmas, abordando material da mesma natureza científica.

Só após um entendimento íntegro do que é compreendido por criatividade é que se torna possível estudar o processo criativo, que por sua vez é alvo de uma pesquisa focada sobre as várias metodologias de produção. Essa pesquisa é também baseada em autores de diferentes áreas que beneficiam da criatividade, sendo que para este caso, procuram desmistificar o processo criativo e defini-lo como uma metodologia de produção. Ao serem analisados diversos modelos científicos do processo criativo, é criada, para a presente tese, uma metodologia própria, sendo esta resulta do cruzamento dos dados recolhidos. Assim, só após esse estudo e a realização do próprio modelo de análise do processo criativo, é que é possível proceder-se à recolha de informação e análise dos casos de estudo.

CAPÍTULO II - COMPOSIÇÃO VISUAL E CRIATIVIDADE

O presente capítulo pretende focar-se sobre a definição e compreensão do conceito de composição visual e de criatividade. Partindo da composição visual como elemento que une as duas áreas que a presente dissertação pretende abordar, torna-se também importante ter uma compreensão ampla do que é a criatividade e de que forma é que esta se manifesta e implica na criação visual. Assim, o capítulo está organizado em cinco secções: (1) Composição Visual; (2) Criatividade; (3) Inspiração; (4) Perfil Criativo; e, (5) Conclusão.

2.1 COMPOSIÇÃO VISUAL

No que toca à produção de elementos visuais bidimensionais, como por exemplo obras de pintura e peças gráficas publicitárias, a composição dos mesmos reflete-se na organização dos elementos gráficos como forma de transmissão da mensagem¹.

Na realização de produtos visuais, fatores de clareza e harmonia tornam-se essenciais para o ser humano, havendo uma necessidade pela sintaxe da linguagem visual. A construção ordenada de um elemento gráfico apelará a uma maior estética visual e, por sua vez maior atração do espectador. No entanto, apesar da procura pela harmonia e pela organização gráfica, são as decisões compositivas do próprio criativo que irão definir o resultado final, tendo em conta o uso das ferramentas de construção visual como meio de transmissão de uma mensagem. Segundo Dondis, no que toca à própria composição visual final e tendo em conta questões de sintaxe visual e os fundamentos básicos da composição nas artes e no design gráfico, “não há regras absolutas: o que existe é um alto grau de compreensão do que vai acontecer em termos de significado, se fizermos determinadas ordenações das partes que nos permitam organizar e orquestrar os meios visuais.” (Dondis, 2003). Resumidamente, a composição visual traduz-se na forma com que uma imagem é construída pelo indivíduo criativo. A composição visual é, então, resultado das decisões compositivas determinadas pelo objetivo da produção visual, tendo também fortes implicações com a forma com que a mensagem é interpretada pelo espectador, sendo esse método de construção e ideação designado por processo criativo. (Dondis, 2003).

¹ Entende-se por composição o procedimento de estruturação de uma linguagem capaz de transmitir uma mensagem ao receptor e, capaz de auxiliar na compreensão da mesma. Estando essencialmente conectada à criação, a composição é fruto de diversas áreas do conhecimento e da produção criativa, como por exemplo a música, literatura, arquitetura, fotografia, entre outros. (Garcia e Cardoso, 2012).

2.2 CRIATIVIDADE

A criatividade é habitualmente associada a um conceito de divindade, sendo comum, ainda nos dias de hoje, esta ser interpretada como sendo um dom. Esta definição apresenta a criatividade como algo empírico, inalcançável e inexplicável, acabando por não ser considerada uma capacidade cognitiva que possa ser desenvolvida e estimulada por qualquer ser humano, o que na verdade o é.

A recente quebra desta analogia, que relaciona o poder divino à inspiração humana, tem como luz a evolução sociocultural do ser humano ao longo dos anos. Essa evolução altera a própria caracterização de criatividade, tendo em conta os novos meios de aplicabilidade da mesma e os diversos estímulos de criação, moldados essencialmente pela cultura. Sendo este um conceito abstracto, sempre levantou questões e teorias no âmbito da filosofia, algumas das quais apresentadas por Kneller (1978), em que o autor analisa diferentes estados de criatividade identificáveis ao longo da história da humanidade:

- **Como impulso cósmico**, sendo uma expressão de criatividade totalmente autónoma e inusitada;
- **Como intuição**, associado a indivíduos de pensamento divergente;
- **Como inspiração divina**, surgindo unicamente da inspiração em vez de qualquer estímulo educacional;
- **Como força vital**, tomando uma posição fulcral e contingente no processo de organização e de pensamento do próprio indivíduo criativo;
- **Como demonstração de insanidade**, surgindo da espontaneidade e da irracionalização.

Seguindo o raciocínio de que a criatividade é uma capacidade cognitiva e não uma experiência esporádica e incontrolável, esta pode ser aplicada, quase como recurso ideológico, em várias áreas de produção. Com uma perspectiva focada no desenvolvimento psicológico e aplicabilidade do processo criativo, Donald N. MacKinnon (2005) apresenta três tipos de utilização prática da criatividade, usados como base de investigação no Institute of Personality Assessment and Re-search Laboratory (IPAR), Berkeley, Califórnia:

- **Criatividade artística**, em que a personalidade do próprio indivíduo criativo é amplamente reflectida no processo de idealização e/ou de produção, estando então intrínsecas as suas necessidades, percepções, motivações, etc;
- **Criatividade científica e tecnológica**, em que é criada uma solução inovadora a um problema de carácter social, financeiro, ambiental, cultural ou tecnológico, sem coligação com a personalidade do desenvolvedor;
- **Criatividade híbrida**, onde a solução a um problema é construída sobre a perspectiva e personalidade do criador, dando como exemplo a arquitectura e o design.

Durante o processo de produção visual (sendo este o principal foco do presente estudo), a criatividade surge como ponte entre a ideia, a técnica e as necessidades ou objectivos. Na produção visual, como por exemplo no design, segundo Tschimmel (2005), não basta lidar apenas com o conhecimento técnico, semântico ou metodológico, sendo que o designer precisa de um ingrediente extra que lhe permitirá atingir uma solução original, sendo esta a criatividade. Ao alcançar este ideal de originalidade como objetivo final do processo criativo, muitas vezes o conceito de criatividade é confundido com o de inovação. Ao contrário da inovação, que se foca em encontrar alternativas a abordagens recorrentes, a criatividade trabalha essencialmente a ideia por de trás dos aspectos técnicos e conceptuais. Apesar de existirem diversas definições do termo criatividade, tendo em conta o meio em que é aplicada como outros factores, todas acabam por considerar criativo aquilo que gera novas relações, antes inexistentes, entre informações, situações, objetos, personagens, etc. criando assim algo, não só inovador como também interessante, imaginativo, excêntrico e inusitado. Para Perrotta (1995) e para aqueles que trabalham diariamente com atividades que requerem raciocínio criativo, o processo criativo está directamente relacionado com a formação cultural e intelectual do indivíduo, a sua capacidade de análise e de fazer analogias, com a maneira como expressa suas ideias e como organiza e estrutura o problema a ser resolvido.

2.3 INSPIRAÇÃO

Sendo uma capacidade cognitiva, a criatividade pode ser influenciada, e acima de tudo incentivada, por diversos factores aos quais podemos interpretar como inspiração. Ideias criativas parecem ocorrer frequentemente quando os pensamentos do criativo tendem a estar ocupados em diferentes vertentes ou quando se encontra num estado de espírito relaxado, por outras palavras, não estão a pensar de todo (Boden, 2004). Esse processo inconsciente é então frequentemente associado à inspiração, sendo uma das místicas da criatividade.

São imensos os estímulos do quotidiano que influenciam o raciocínio criativo e, apesar de serem completamente alheios ao indivíduo, vai sempre depender desse que exista uma conversão da informação recolhida em inspiração. Thrash e Elliott (2003) sugerem que a inspiração seja apresentada e desenvolvida de várias formas e que o termo inspiração tem muitas matizes de significado e, geralmente, há alguma variação na compreensão do mesmo por parte de cada indivíduo criativo (Hart, 1993). Assim sendo, Hendrick (2009), define também a inspiração como a revelação do "salto" ao dismantelar a base do problema, relacionando-a com a conquista de alcançar o limite superior do ser humano interior.

Autores como Christensen (2010) e Thrash (2010), interpretam a inspiração como um estado motivacional que fomenta o sujeito criativo a produzir ideias para fruição, considerando-a

parte essencial do que será o processo criativo. Dessa forma, fatores como, o ambiente que o rodeia, a realidade em que está inserido e as possibilidades que esse tem ao longo da sua vida, uma vez associados, com o seu perfil e subconsciente, criam a estimulação necessária para a criação de ideias, sendo esse processo de motivação a própria inspiração. Ostrower (1987) clarifica esta definição apontando que:

“em todo ato intuitivo entram em ação as tendências ordenadoras da percepção que aproximam, espontaneamente, os estímulos das imagens referenciais já cristalizadas em nós. Igualmente em todo ato intuitivo ocorrem operações mentais instantâneas de diferenciação e de nivelamento, e outras ainda, de comparação, de construção de alternativas e de conclusão; essas operações envolvem o relacionamento e a escolha, na maioria das vezes subconsciente, de determinados aspectos entre os muitos que existem numa situação. É sempre uma escolha valorativa visando algum tipo de ordem. Parte-se, no fundo, de uma ordem já existente para se encontrar uma ordem semelhante, uma vez que se indaga sobre os acontecimentos segundo um prisma interior, uma atitude, por mais aberta que seja, já orientada e, portanto, orientadora. Nessas ordenações, certos aspectos são intuitivamente incluídos como ‘relevantes’, enquanto outros são excluídos como irrelevantes. Selecionados pela importância que têm para nós, os aspectos são configurados em uma forma. Nela adquirirão um sentido talvez inteiramente novo” (Ostrower, 1987, pág. 67).

Ao continuar essa análise à inspiração através dessa perspectiva de experiência cognitiva, Thrash e Elliot (2003) apresentam-na como “estado motivacional apetitivo” quando é composto por três categorias principais:

- **Transcendência:** alegando que a inspiração orienta o indivíduo criativo para um novo raciocínio;
- **Evocação:** referindo-se ao fato de que a inspiração não é controlável ou criada por opção própria, mas sim evocada;
- **Motivação:** traduzida no incentivo a expressar ou manifestar o que foi apreendido.

Na avaliação intrínseca ao elemento evocativo como inspiração por si só, Thrash e Elliot (2003) defendem a decomposição do mesmo em dois processos distintos: “inspirado por” ou “inspirado para”. Esses dois métodos distanciam-se pelos vínculos distintos que mantêm com os padrões de transcendência, responsabilidade e motivação. Entende-se por “inspirado por” a aproximação e acomodação a um objeto evocativo, sendo que, por exemplo, ao observar um campo de flores, um indivíduo pode sentir-se inspirado por ele, ou seja, “despertado para a sua beleza” (Thrash e Elliot, 2004, pág.959). Contudo, tendo em conta que essa inspiração surge quase como uma emoção espontânea, é improvável que, como elemento evocativo por si só, influencie o criativo a criar algo em particular. Ao ser “inspirado para” criar, o indivíduo encontra

no elemento evocativo, factores que o levam a querer produzir, dando origem à característica central da motivação de abordagem. Por exemplo, ao ver o portfólio de outros artistas e tendo em conta as suas preocupações motivacionais, um criativo pode sentir-se inspirado a criar uma obra ou a seguir um certo raciocínio, mesmo que desse processo não sejam retiradas nenhuma informação crucial para o desenvolvimento de ideias. Seguindo então essa lógica, os autores defendem que “...é possível ser inspirado sem ser inspirado” (Thrash e Elliot, 2004, pág.959).

Pode-se concluir então, tendo em conta todas as perspectivas analisadas anteriormente, que os elementos que suscitam inspiração não podem ser catalogados ou definidos de alguma forma, sendo que esses podem criar ou não inspiração e/ou obterem interpretações inspirativas completamente distintas. O meio ambiente, imagens ou histórias parecem ser fontes de inspiração recorrentes, mas torna-se impossível categorizá-los como tal sendo que não é uma variável comum a todos os indivíduos. Ao deparar-se com uma árvore, um pintor pode sentir-se inspirado a pintar, um designer pode-se inspirar pela forma da mesma, ou ambos podem não sentir qualquer tipo de inspiração. Dependerá sempre do subconsciente do sujeito criativo traduzir um elemento, sendo esse banal ou não, em inspiração, tendo como ponto de partida a sua personalidade, objetivos e ideais. Dessa forma, para a conseguir analisar a fonte de inspiração é necessário começar por analisar o próprio indivíduo por si só, adoptando a sua perspectiva sobre a realidade e o que o rodeia.

2.4 PERFIL CRIATIVO

Existe, ainda nos dias de hoje, o mito de que a verdadeira criatividade, agregada ao talento, surge naturalmente e de que os produtos da mesma são concebidos com facilidade, enquanto que a verdadeira experiência criativa só surge após uma considerável dedicação e desenvolvimento pessoal do próprio criativo (Samuels, 2004). Na realidade, a criatividade é definida como um processo mental, sendo esse constituído por um conjunto de diversas capacidades relacionadas entre si (Kneller, 1978). Seguindo essa lógica, será apresentado, nesta parte do estudo, o perfil do ser criativo e as suas capacidades, analisadas através de quatro perspectivas, sendo essas definidas por Estrada (1992) como sendo as categorias destacáveis perante o perfil criativo:

- **Cognitiva**, remetendo ao pensamento, percepção e intelecto;
- **Volátil**, focadas na personalidade e comportamento;
- **Afectiva**, referindo-se ao estado emocional.

A criatividade, analisada como pensamento cognitivo e criador, é inovadora, exploratória e aventureira. O pensamento “não criador” é cauteloso, metódico e conservador,

absorvendo a novidade no conhecimento já retido e preferindo dilatar as categorias existente a criar novas (Kneller, 1978). Essa distinção de pensamentos é categorizada por Guilford (1956) como pensamento convergente e pensamento divergente. Dentro de um pensamento convergente, uma pessoa consegue desenvolver ideias relativamente criativas num ambiente em que se sinta confortável e sobre um assunto que tenha total domínio, controlo e segurança, mas raramente saindo do seu raciocínio lógico. No entanto, são consideradas situações de criatividade anormal, quando, numa posição divergente, um indivíduo consegue desenvolver ideias criativas independentemente da área de conhecimento abordado, sem demonstrar qualquer desconforto ou inadequação para com o tema em questão. Segundo Guilford (1956), a distinção criativa entre esses dois momentos, diferenciando o pensamento divergente do convergente, pode ser medida através do "Teste de Usos Alternativos". Quando questionado quais as possibilidades de uso de um tijolo, um pensador convergente irá apontar utilidades relacionadas com construção civil, sendo esse o objectivo principal do mesmo, enquanto que, para o pensador divergente, serão apresentadas diferentes utilidades, como por exemplo o seu uso como martelo, arma de defesa, peso, ou mesmo até a possibilidade de o moer para fazer pigmento vermelho. Essa análise, segundo o autor, distancia o pensamento criativo do conceito de agente inovador ou de inteligência. Na verdade, o alto Q.I. de um indivíduo não influencia necessariamente a criatividade do mesmo. Segundo Kneller (1978), apesar de pessoas com baixo ou médio Q.I. apresentarem uma baixa ou média criatividade, pessoas com Q.I. alto não apresentam necessariamente uma criatividade alta, sendo que não poderá ser feita uma ligação de crescimento exponencial entre a inteligência e a criatividade. Por outro lado o autor indica também que "embora não constitua por si mesmo condição suficiente de alta criatividade, um Q.I. elevado parece ser, de um modo geral, necessário. São poucas as pessoas altamente criativas que também não são altamente inteligentes." (Kneller, 1978, pág.21) .

Quanto à influência voláteis da personalidade do sujeito no processo criativo, autores como Oech (1998) entendem que não somente os aspectos subjetivos devem estar presentes, mas também uma atitude do indivíduo criativo, uma perspectiva, a iniciativa de procurar, construir e manipular ideias, desconstruir e correlacionar conhecimentos e experiências. É importante ter em conta, contudo, que essa postura ativa, enquanto personificada em julgamentos antecipados e excessivamente críticos por parte do indivíduo pode gerar o estímulo contrário, criando barreiras para o pensamento criativo (Osborn, 1987). Na mesma lógica, Robbins (1995) vê a personalidade de um criativo como capaz de se aceitar a si próprio como criativo, diferente e eterno aprendiz, defendendo a existência recorrente de uma postura observadora, perspicaz e consciente do balanço entre o pensamento divergente e o convergente. É comum também que o mesmo sinta interesse por temas pouco comuns, tendo uma pré-disponibilidade para flexibilizar realidades e informações e evitando padrões, agindo e vivendo com ambiguidades. Quanto a esses pontos, Kneller (1978) adiciona a consciência do meio em que está inserido, o fluxo de ideias, a persistência, autoconfiança, senso de humor, o desafio e perspectiva crítica quanto ao "certo" e o "errado". Robbins acredita, também, que o criativo desenvolve uma autodisciplina de

criatividade meditativa e procura ensinar aos outros aquilo que sabe ou que está a aprender, defendendo que ensinar é o melhor método para aprender.

Tendo em conta essas observações apresentadas, é fácil associar a personalidade criativa a uma perspectiva totalmente divergente, que procura sempre contrariar a normalidade, quando, na verdade, não o é. Torna-se importante sublinhar, então, que, ao contrário do que é comumente idealizado, o indivíduo criativo não procura ser essencialmente diferente, mas sim criar a sua própria linha de pensamento e raciocínio. Samuels (2014) indica que, ao contrário dos conformistas, as pessoas criativas tendem a sentir-se confortáveis com as suas próprias ideias e, assim, criam uma personalidade e mentalidade baseada nas mesmas. Osborn (1987) afirma, também, que é o julgamento antecipado e análise excessivamente crítica que anulam a possibilidade de pensamento criativo sobre uma determinada situação ou tema, sendo que as inibições pessoais e os hábitos adquiridos na vida quotidiana também ajudam a construir essa barreira entre a construção lógica de soluções e o processo criativo.

Relativamente ao comportamento do sujeito criativo, tendo sempre como base a sua personalidade, é possível identificar, através de análise, vários procedimentos e atitudes, muitas das quais subconscientes, que proporcionam as condições indicadas para um melhor raciocínio criativo. Gomez (2007), defende a existência de onze características específicas e essenciais para a estruturação desse comportamento:

- **Originalidade**, como habilidade de construção de ideias pouco comuns, encontrar soluções alternativas e criar relações remotas;
- **Persistência**, como capacidade de abstração e concentração sobre uma determinada tarefa, ignorando condições adversas e sempre consciente da possibilidade de insucesso;
- **Independência**, seguindo o seu próprio raciocínio, abstraído de preconceitos, estereótipos e formalismos, sendo flexível com a informação, experiências, pessoas e ambiente inserido, desconstruindo e reinterpretando cada conhecimento e criando assim a sua própria linha de pensamento;
- **Envolvimento e distanciamento**, adoptando inicialmente um prisma de investigação intensa sobre anteriores soluções ou perspectivas, seguindo-se um distanciamento da informação de modo a conseguir óptica geral sobre o assunto em questão;
- **Adiamento e imediatismo**, normalmente não aceitando a primeira opção e resistindo à tendência de fazer uma rápida análise de cada situação;
- **Incubação**, assumindo o distanciamento do problema como peça importante do processo criativo, valorizando o relaxamento e defendendo que atividades de distração e lazer permitem que a mente criativa se sinta livre e assim resistir ao sentimento de obrigação;
- **Verificação**, de modo a confirmar a aplicação prática da ideia, respondendo não só a questões criativas como aos objectivos convencionais da solução, respeitando e abrangendo aspectos ideológicos, teóricos e práticos;

- **Descobrir problemas**, defendendo que um criativo não só é capaz de resolver problemas como capaz de identificar, através do seu pensamento divergente, futuras questões e falhas de certos sistemas.
- **Gerar alternativas**, evitando o pensamento convergente de aceitar as primeiras opções lógicas e testadas, o criativo, ao tentar ser divergente e único, não só encontrar alternativas como as cria;
- **Desafiar suposições básicas**, aceitando-as como elementos essenciais da análise de um problema (como por exemplo regras, leis e ética), mas negando as limitações que estas criam e assim tentar levá-las ao limite sem criar novos problemas;
- **Minimizar a categorização**, procurando esquivar-se à rotulação e a associar a informação absorvida a certos estereótipos ou categorias.

É importante ressaltar, no entanto, que é improvável que algum destes fatores seja capaz de gerar criatividade suficiente se praticado em singular (Gomez, 2007). É necessário desenvolver e articular cada uma destas capacidades como um conjunto, combinando também com factores como a presença de uma forte cultura, sensibilidade estética, perspectiva intelectual, envolvimento para com o pensamento racional e até propensão e abertura a experiências emocionais e fenomenológicos. Nessa mesma perspectiva, Cannatella (2004) defende que, de modo a alimentar a originalidade e criatividade inerente a estes factores, é importante a aquisição de hábitos de produção independentes, tais como a escrita, pintura, música, engenharia, arquitetura, etc. Essas atividades, ajudam a desenvolver um método comportamental baseado na criação, dando ao produtor a liberdade e as ferramentas necessárias para um desenvolvimento criativo.

Seguindo uma perspectiva afetiva, podemos verificar a forte influência do estado emocional do sujeito no seu processo criativo. Factores como a timidez, baixa auto confiança, pouca tolerância a críticas e medo, acabam muitas vezes por minimizar as potencialidades do indivíduo criativo, restringindo as suas capacidades de criação. Segundo Robbins (1995), o medo de falhar ou de não ter êxito é suficientemente forte para impossibilitar o raciocínio criativo. A possibilidade de fracassar pode incentivar o indivíduo a evitar ou abandonar o processo criativo em fases de maior dificuldade ou envolvimento pessoal, especialmente quando o peso entre as consequências e o resultado final é discrepante. Nessa perspectiva, McKinnon (2005) defende que uma pessoa criativa está preparada para enfrentar o fracasso e que essa mesma frustração, de existir a possibilidade de falhar, parece motivá-lo a aumentar o seu esforço. Muitos autores, como o citado anteriormente, referem-se ao criativo como uma pessoa de carácter forte, confiante e destemido, mas não deixam de apontar a importância de características mais voláteis, como a inocência, sentido de humor, receptividade à brincadeira e sensação de livre arbítrio. Na realidade, a receptividade à brincadeira e a predisposição ao divertimento torna-se uma ferramenta emocional importante quando aplicada no processo criativo. Sentir-se divertido ao produzir, pode fazer com que o criativo desenvolva novas ideias ou se aperceba de novas

ferramentas ou métodos (Bateson, 2014). Vários exemplos, apresentados por Bateson & Martin (2013), comprovam a forte influência da diversão no processo de produção criativa e o seu predomínio no resultado final. Nas músicas de Wolfgang Amadeus Mozart, conhecido pelo seu sentido de humor, são notáveis as suas brincadeiras e piadas, como por exemplo o seu canon para três vozes (KV559) que consiste em texto aleatório em latim que quando cantado soa a alemão impróprio. Pablo Picasso, ao ser filmado a pintar em vidro através da face oposta, rapidamente começou a esboçar uma cabra e de seguida a aprimorá-la. Neste processo, várias formas e cores foram surgindo e desvanecendo, em constante transformação até ao fim de produção. O resultado final veio a estar completamente distante do esboço inicial e de qualquer percepção figurativa possível, mas o pintor tinha-se divertido claramente com o processo de produção. Contudo, esta associação da brincadeira e liberdade de expressão à produção criativa não se aplica apenas a conceitos de produção abstrata como se pode ter entendido com os exemplos anteriores. Ao descobrir as capacidades antibacterianas da penicilina e ao ser confrontado quanto aos seus métodos de trabalho duvidosos, Alexander Fleming afirmou “Eu brinco com micróbios” e “...é muito agradável quebrar as regras e ser capaz de descobrir algo que ninguém tinha pensado antes.” (Maurois, 1959). Sobre o seu trabalho artístico figurativo, M.C. Escher (1989) escreveu: “Eu não posso deixar de brincar com as nossas certezas irrefutáveis. Como, por exemplo, o prazer de conscientemente misturar duas e três dimensões, planas e espaciais, de gozar com a gravidade.”

2.5 CONCLUSÃO

Podemos então afirmar por último que, cada pessoa, possui o seu próprio raciocínio criativo, sendo impossível fazer uma análise completa do perfil criativo e da criatividade como uma capacidade igualitária de todos os seres humanos. É sempre necessário estudar cada indivíduo por si só, tendo em conta todos os factores que o envolvem e as suas inspirações, de modo a traçar o perfil criativo do mesmo e assim compreender a sua relação com a criatividade.

CAPÍTULO III - PROCESSO CRIATIVO

O presente capítulo pretende focar-se no estudo do processo criativo e das suas características envolventes. Tendo em conta que se trata de uma metodologia de produção, o processo criativo será estudado como tal, procurando compreender, não só a sua definição e características, como também, de que forma este pode ser analisado e avaliado durante o próprio processo de produção. Assim, o capítulo está dividido em três secções: (1) Enquadramento Teórico; (2) Definição do Modelo de Análise do Processo Criativo; e, (3) Conclusão.

3.1 ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A produção criativa, como acto de criação, apesar de ser comumente interpretada como algo empírico e volátil, através de análise conseguimos definir a criação como um processo estruturado, o qual entende-se por processo criativo. A metodologia de produção aplicada durante o desenvolvimento de um produto criativo, desde o momento da sua idealização como projeto até aos resultados da obra final. Ainda que sejam utilizados processos racionais no acto de criação, Ostrower (2013) afirma que esses são essencialmente intuitivos, sendo que a consciência se expressa à medida em que é desenvolvida, criando assim um ciclo de produção e aprendizagem. Seguindo essa perspectiva, o processo de criação é interpretado e analisado de diferentes formas pelas diversas escolas da psicanálise, mas todas consideram, unanimemente, que a criatividade é o principal motor do processo de produção, vendo-a como um capacidade expressiva e representativa. Distanciando-se totalmente dos aspectos cognitivos e psicológicos inerentes à criatividade, diversos autores analisam o processo criativo através de uma divisão do mesmo em fases distintas, repartindo-o em etapas de produção criativa diferentes entre si. Perante esta análise faseada, Kneller (1978) afirma que, "como o processo criativo se passa durante um período de tempo, justifica-se que o consideremos em estádios, desde que estes últimos sejam encarados mais como tipos ideais ou conveniências de pesquisa do que dicotomias do próprio processo." (pág. 63). De seguida, serão abordadas as perspectivas de nove autores, de diferentes áreas de conhecimento, (nomeadamente as artes plásticas, educação, psicologia, literatura e design) que seguem esse parâmetro de análise do processo criativo.

- **Fayga Ostrower**

Ostrower, como artista plástico, defende o acto criativo como um processo existencial, uma necessidade humana que vive através do pensamento, emoção e intuição, abrangendo o consciente e o inconsciente. Nessa perspectiva a autora não reparte o processo criativo em etapas, no entanto apela à existência de três "momentos":

1. **Insight:** baseando-se na abstração como método de observação, de modo a captar e absorver, numa ligação estruturada e alargada de todas as possibilidades do pensar e do

sentir, o que delinea novos conhecimentos que, por sua vez, não podem ser desvinculados da carga afetiva e da personalidade inerente ao indivíduo.

2. **Elaboração:** em que o indivíduo criativo por vontade própria, sem quaisquer regras ou limites, cria o seu próprio raciocínio de questionamento e pressuposição, assumindo um distanciamento entre o imaginário e o concreto.
3. **Inspiração:** não sendo necessariamente o momento final do processo criativo, esta fase caracteriza-se por ser o desfecho da vertente prática, assumindo que as perguntas e ideologias levantadas ao longo do processo perduram na consciência do criativo apesar do produto final já estar concluído.

A autora explica que esses momentos são totalmente flexíveis, que apesar de cada um dos mesmos planejar o seu caminho, "jamais seu caminhar será aleatório. Cada um parte de dados reais; apenas, o caminho há de lhe ensinar como os poderá colocar e com eles irá lidar. Caminhando saberá. (...) Chegará a seu destino. Encontrando, saberá o que buscou" (OSTROWER, 1987, p. 76).

- **George F. Kneller**

Como referido anteriormente, Kneller (1978), através de uma perspectiva educacional, analisa o processo criativo de forma faseada apenas por conveniência de pesquisa e análise, sendo assim mais fácil a catalogação dos dados de investigação. Essas fases raramente se mostram distintas, sendo que geram entre si um ciclo complexo de criação. O autor defende também que o processo criativo depende apenas do indivíduo criativo, baseando-se unicamente no seu processo mental e emocional, atravessando assim por cinco fases de criação:

1. **Primeira Apreensão:** consistindo na assimilação de uma ideia a ser executada ou de um problema a ser resolvido.
2. **Preparação:** adquirindo a ideia germinal como objetivo e construindo assim uma rigorosa investigação em torno das potencialidades da mesma.
3. **Incubação:** havendo a necessidade de um período de atividade não consciente, em que as ideias "são enterradas" de modo que o inconsciente, livre de limites intelectuais, acaba por criar conexões inesperadas constituindo assim a essência da criação.
4. **Iluminação:** definido como o clímax do processo criativo, é o momento em que, ao relacionar a inspiração com a informação e intuição, surge a solução para o problema.
5. **Verificação:** numa perspectiva de revisão da ideia e da aplicabilidade da mesma, verificando a efetividade da intuição perante um julgamento crítico ao intelecto.

- **Ellis Paul Torrance**

Como psicólogo, Torrance (1976) descreve o processo do raciocínio criativo como “um processo de perceber lacunas ou elementos faltantes perturbadores; formar idéias ou hipóteses a respeito deles; testar estas hipóteses; e comunicar os resultados, possivelmente modificando e testando novamente as hipóteses.” (pág. 34) Diante a estruturação do processo criativo, o autor estabelece 4 fases baseadas nos trabalhos de Wallas (1926) e Patrick (1955):

1. **Preparação:** consistindo em primeira mão, na identificação de um problema ou necessidade e na acumulação de dados pertinentes inerentes a esse, resultando no estudo e elaboração de possíveis soluções que por sua vez são alvo de uma análise crítica baseada nas vantagens e desvantagens da sua aplicabilidade.
2. **Incubação:** descrito como período de resposta entre o estímulo e a solução correspondente.
3. **Iluminação:** manifestando-se como uma nova ideia.
4. **Revisão:** traduzindo-se na experimentação e avaliação das ideias encontradas, de modo a encontrar a mais viável, que por sua vez ainda atravessará uma fase de aprimoração.

- **Alex F. Osborn**

Na perspectiva como publicitário, Osborn (1987) defende que, tendo em conta todas as variáveis intangíveis que afetam a criatividade, nunca será possível atingir e expor detalhadamente os padrões do processo criativo. Apesar desta lógica, o autor consegue, ainda assim, definir sete fases previsíveis no processo criativo:

1. **Orientação:** constatando um problema.
2. **Preparação:** aglomerando referências e informações pertinentes a esse mesmo problema.
3. **Análise:** decompondo os dados arrecadados, considerados de interesse.
4. **Ideação:** criando ligações entre os materiais desagregados e por sua vez reunindo alternativas por meio de ideias.
5. **Incubação:** assumindo uma necessidade de repousar de modo a produzir iluminação.
6. **Síntese:** reunindo todos os elementos.
7. **Avaliação:** numa perspectiva de julgar todas as ideias resultantes.

Osborn, sobre essas fases, afirma ainda que poderão ou não estar todas presentes no processo criativo, não seguindo entre si uma sequência linear, sendo possível, até, saltar e retroceder alguns passos inúmeras vezes.

- **Wilferd A. Peterson**

Como escritor, Peterson (1991) distâcia veemente o processo criativo de todo o sortilégio a que normalmente é associado, afirmando que esse pode ser um procedimento intelectual extremamente árduo formado por quatro fases básicas:

1. **Saturação:** representada pela recolha e acumulação de dados pertinentes e necessários para manifestação de uma solução criativa.
2. **Incubação:** permitindo que, através de um período de descanso e relaxamento, o subconsciente crie conexões entre as informações recolhidas.
3. **Iluminação:** descrito como o "clarão" criativo, fruto das etapas anteriores, que deverá ser explorado em toda a sua plenitude, abraçando desde as ideias promissoras às mais banais.
4. **Verificação:** como perspectiva de aprimorar as ideias alcançadas, pesando aí então o valor das ideias.

- **Mauro Rodriguez Estrada**

Estrada (1992), como escritor e investigador, segmenta o processo criativo em seis etapas elementares:

1. **Questionamento:** traduzindo-se na percepção do problema.
2. **Acúmulo de dados:** representado pela investigação.
3. **Incubação:** como estado de abstração de modo a permitir alguma fluidez de pensamento ao subconsciente.
4. **Iluminação:** existente quase em comunhão com a etapa anterior, sendo que são consideradas juntas.
5. **Elaboração:** produzindo efectivamente a ideia, transpondo a solução do pensamento para o mundo real.
6. **Comunicação:** validando ou não a ideia através de um julgamento crítico.

- **Gavin Ambrose e Paul Harris**

Ao analisar o processo criativo dentro do design, Ambrose e Harris (2010) apelidam-no como *Design Thinking*, defendendo-o como uma forma de pensamento aplicada ao design que se traduz e conduz o processo de criação. Ao contrário dos processos criativos apresentados anteriormente, a análise apresentada de seguida, está dividida em sete fases, aborda também a sua aplicação prática e comercial:

1. **Definição:** consistindo na compreensão do problema e das suas restrições.

2. **Pesquisa:** revendo as informações que envolvem o problema do projeto, podendo muitas vezes apoiar-se em entrevistas e outros métodos de análise.
3. **Ideação:** sendo esta a fase em que são identificadas as motivações e necessidades do utilizador e beneficiário do projeto final, sendo então desenvolvidas, muitas vezes por meio de *mind mapping* e *brainstorming*, as ideias que darão resposta às mesmas.
4. **Prototipagem:** desenvolvendo as ideias que são, por sua vez, apresentadas para a aprovação de um grupo de utilizadores ou partes interessadas.
5. **Seleção:** onde são analisadas as propostas de acordo com o objetivo a ser alcançado.
6. **Implementação:** consistindo na produção do produto final e na apresentação do mesmo ao cliente.
7. **Aprendizagem:** na tentativa de recolher algum *feedback* do cliente e do público-alvo, determinando a efetividade do produto implementado e, assim, melhorar o seu desempenho como criativo.

Os autores referem também que o processo de design é frequentemente alvo de revisão de fases anteriores, não apresentando um seguimento necessariamente linear.

- **Ellen Lupton**

Também numa perspectiva aplicada ao design e associando o processo criativo com o conceito de *Design Thinking*, Lupton (2011) divide o mesmo em três etapas, apresentando métodos de desenvolvimento criativo associados aos mesmos :

1. **Definir o Problema:** fase inicial em que são identificadas e recolhidas todas as informações que envolvem o problema, defendendo métodos como *brainstorming*, *mind mapping*, entrevistas, *focus group*, *site search*, pesquisa visual e *brand matrix*.
2. **Ter ideias:** consistindo no desenvolvimento da ideia através de conexões forçadas, visual brain dump, entendimento de simbolismos e iconologias, diário gráfico, co-design, entre outros.
3. **Criar Forma:** consistindo na produção prática das ideias, testando, avaliando e selecionando os produtos resultantes, usando técnicas como a construção de *mock ups*.

Poderão ser encontradas, ao continuar a investigação por entre outros autores, diversas reflexões e classificações das fases do processo criativo. No entanto, tal como podemos verificar nos estudos apresentados anteriormente, essas categorizações são compostas maioritariamente pelos mesmos elementos, sendo que os autores se diferenciam essencialmente pela ideologia e a sintetização da mesma. Contudo, o processo criativo nunca poderá ser estudado como um processo estático, as etapas mencionadas não são lineares e não possuem limites claros que as

separem, sendo sempre analisadas como um momento abstrato percebido à posteriori e não como uma caracterização concreta de um procedimento. Independentemente da quantidade e denominação das etapas, o processo criativo possui uma estrutura complexa que, apesar de comum a todas as pessoas, é único para cada indivíduo.

Na análise crítica e detalhada do processo criativo por cada autor citado anteriormente, conclui-se que, maior parte das planificações incluem uma fase inicial de estudo e percepção do problema e de quais os objetivos a ter em conta. São recolhidas então, todas as informações, relevantes ou não, que envolvem o problema, passando ainda por uma desconstrução e tratamento desses mesmos dados. Maioria dos autores analisados (Kneller, Torrance, Osborn, Peterson, e Estrada) apresenta de seguida a incubação, como etapa crucial do processo criativo, considerada muitas vezes como elemento essencial para a criação de "iluminação". A incubação, traduzida como um distanciamento entre o pensamento do indivíduo e de todas as informações inerentes ao problema, permite que o subconsciente faça conexões, irracionais ou não, entre os diferentes dados, produzindo assim novas ideias. Desta fase resulta o insight, considerado por maior parte dos autores (Kneller, Torrance, Peterson e Estrada) uma etapa por si só, na qual é destacada a importância do momento de criação da ideia, seguindo-se ainda de uma fase final de crítica e averiguação da adequação da solução encontrada. No entanto, autores como Ostrower, consideram estas últimas etapas como etapas integrantes das outras fases, não podendo ser separadas das mesmas.

Apesar da sequência lógica assumida pelas fases do processo criativo, não existe um caminho contínuo e linear a ser percorrido, sendo que o indivíduo criativo consegue retomar etapas anteriormente desenvolvidas, podendo até fazer uma nova leitura ou redefinir o seu ponto de vista. Na tentativa de traduzir o processo criativo numa representação gráfica, tendo como base o processo mental, podemos associá-lo a uma espiral afunilada (Exemplificado na Figura 1), sendo que permite ao indivíduo criativo voltar a trás certos passos e mesmo assim continuar no mesmo processo. Esta espiral tem como início um alargado plano de conhecimento que, no decorrer do processo, acaba por se concentrar e especificar-se na ideia final. Por sua vez, o final desta espiral só pode ser definido pelo próprio criativo, mesmo que afetado por questões exteriores como por exemplo a imposição de um cronograma para o projeto.

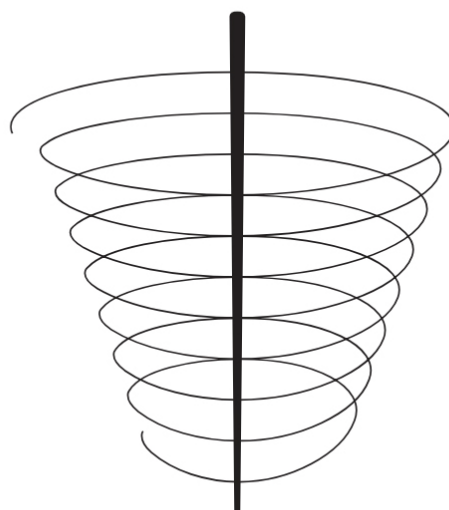


Figura 1: Representação gráfica do processo criativo.

3.2 DEFINIÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE DO PROCESSO CRIATIVO

Seguindo a lógica espiral e tendo em conta todas as definições de processo criativo apresentadas anteriormente, foi desenhado, de modo a ter como base de investigação para a presente dissertação, um modelo-síntese do processo criativo, que por sua vez se fragmenta em quatro etapas:

1. **Contextualização:** como fase inicial e uma das mais importantes, consiste na delimitação do problema. De modo a fornecer uma resposta adequada às necessidades levantadas pela questão, e a desenvolver um pensamento dirigido às mesmas, sendo crucial, ainda, que haja um entendimento claro dos objetivos a serem alcançados e de todos os aspectos envolventes.
2. **Absorção:** também numa perspetiva de questionamento, segue-se a fase recolha e acumulação de dados, não existindo necessariamente uma investigação teoricamente minuciosa mas sim uma captação de informação e uma tradução da mesma perante o intelectual do indivíduo. Como disse Picasso certa vez, "O artista é um receptáculo de emoções que vêm de tudo que há no lugar; do céu, da terra, de um pedaço de papel, de uma forma fugaz, de uma teia de aranha (...) O pintor pinta para descarregar sentimentos e visões."
3. **Ideação:** tendo em conta que o processo criativo implica o cruzamento dos dados recolhidos com a compilação de conhecimentos já inerentes ao próprio indivíduo, é necessário que exista um tempo de incubação em que a mente processe o volume de informação. Ao focar a sua atenção noutra assunto ou ao experienciar relaxamento e distração, o sujeito criativo permite que o seu subconsciente continue a trabalhar no problema sem qualquer pressão que pudesse vir a afetar o seu julgamento. Consequentemente, o subconsciente experimenta novas conexões de modo a responder às indagações feitas até aqui, até gerar uma ou mais ideias consideradas de valor e com potencialidades. No entanto, a resposta esperada é idealizada como primorosa e quase inalcançável no meio das restantes ideias, sendo exigido assim uma seleção e julgamento crítico sobre o valor e peso das mesmas. A conclusão desta etapa traduz-se na concretização do esforço mental, aprimorando e limando as arestas da que será a ideia final, a ideia criativa.
4. **Apuração:** após o momento de ideação, segue, como etapa final do processo criativo, a fase de verificação e crítica à ideia final. Muitas vezes por necessidade do próprio criativo, é feito um julgamento sobre a viabilidade e aplicação da ideia, sendo esta melhorada, adaptada ou mesmo eliminada devido a alguma inviabilidade. Quando eliminada, as etapas anteriores devem ser retomadas e revistas, mesmo que não na sua totalidade, até ser alcançado um resultado satisfatório para o próprio criativo. Assim sendo, a quarta e

última etapa pode ser interpretada como uma barreira que força o indivíduo a retomar as fases anteriores sempre que o resultado proposto se depara com impedimentos ou incongruências, podendo, até, não ser categorizada como etapa mas sim como momento de decisão, criando um ciclo constante, mas finito, de aprimoramento e por consequência, de aprendizagem.

O modelo proposto como base de análise do processo criativo pode ser cruzado e comparado com os estudados para a sua construção através do esquema seguinte:

		MODELO DE ANÁLISE DO PROCESSO CRIATIVO DEFINIDO PARA A PRESENTE TESE			
		CONTEXTUALIZAÇÃO	ABSORÇÃO	IDEAÇÃO	APURAÇÃO
AUTORES	OSTROWER	Insight	Insight	Insight	Inspiração
	KNELLER	Primeira Apreensão	Preparação	Incubação / Iluminação	Verificação
	TORRANCE	Preparação	Preparação	Incubação / Iluminação	Revisão
	OSBORN	Orientação	Preparação / Análise	Ideação / Incubação	Síntese / Avaliação
	PETERSON	Saturação	Saturação	Incubação / Iluminação	Verificação
	ESTRADA	Questionamento	Acúmulo de Dados	Incubação / Iluminação	Elaboração Comunicação
	AMBROSE E HARRIS	Definição	Pesquisa	Ideação / Prototipagem Seleção	Implementação
	LUPTON	Aprendizagem	Aprendizagem	Ter Ideias	Criar Forma

Figura 2: Tabela de comparação entre o modelo de análise do processo criativo, definido para a presente tese, e os modelos apresentados pelos autores estudados.

3.3 CONCLUSÃO

A metodologia de processo criativo definida para análise, tal como as estudadas, apresentam apenas fases generalistas do processo de criação em si, não apresentando nenhuma característica concreta que seja comum a todos indivíduos. Assim sendo, essa metodologia será aplicada apenas com guia de estruturação e base de catalogação dos dados recolhidos na pesquisa, nunca considerando as etapas definidas como objetivos a serem estudados. No entanto, como vários autores referiram, são as características particulares de cada criativo que, quando aplicadas a cada uma das fases, produzem realmente criatividade, sendo necessário analisar um processo criativo em função do seu executor. São essas características particulares que se mostram como dados de maior interesse perante a presente dissertação.

CAPÍTULO IV - CASOS DE ESTUDO

4.1 INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

4.1.1 PROBLEMÁTICA DE INVESTIGAÇÃO

Tal como argumentado anteriormente em Capítulo I - Introdução, Apresentação do Tema (pág.1), a pintura e a publicidade são áreas com produtos completamente distintos, no entanto partilham do objetivo de transmitir uma mensagem, seja esta artística ou comercial, através de um plano visual. O próprio processo criativo em ambas as áreas, apesar de cada projeto ter a sua mensagem a ser transmitida, é direccionado para a tradução visual de um conceito. Contudo, o processo criativo, quando numa posição de efetuar escolhas e assumir diretrizes criativas, pode envergar por caminhos diferentes, ou não.

4.1.2 OBJETIVO

O presente capítulo pretende focar-se no estudo de oito casos centrados na produção criativa no âmbito da composição visual. Tendo em conta que a criatividade é dependente do individuo que a exerce, será analisado tanto o perfil criativo como o processo criativo de quatro profissionais de cada uma das duas áreas, sendo estes pintores e *designers* e/ou diretores de arte com trabalho publicitário. Só através dessa análise focada no próprio criativo, é que podem ser analisadas as tendencias do desenvolvimento criativo em cada uma das duas áreas de forma a que seja possível compará-las entre si.

Para a análise de cada um dos casos de estudo, procura-se compreender, numa primeira fase, o perfil e o percurso de vida de cada criativo. Essa análise biográfica, tem como objetivo destacar características que demonstrem o envolvimento de cada um dos profissionais para com a produção criativa, tentando encontrar elementos que tenham influenciado o seu desenvolvimento criativo e, por sua vez, definido a direcção da produção do mesmo.

Numa segunda fase de análise, pretende-se estudar o processo criativo usado por cada um dos profissionais durante a produção das suas obras. Essa análise foca-se nas metodologias de produção de cada um, de modo a compreender seu raciocínio criativo desde o inicio da produção, até ao final. Tem-se como objetivo, então, salientar as opções que são feitas ao longo do processo, e as razões que deram origem às mesmas, sendo que estas são o que acaba por definir o raciocínio de cada criativo.

Todos esses dados, recolhidos e analisados nas duas fases, vêm a permitir que seja possível uma comparação entre criativos e, por cruzamento de dados, entre áreas. As respostas retidas dessas comparações, sendo o resultado das mesmas o objetivo da presente tese, vêm a ser trabalhadas, apresentadas e argumentadas no capítulo seguinte, Capítulo V - Conclusão (pág.97).

4.1.3 ESTRUTURA

Os oito casos analisados, encontram-se organizados em quatro grupos de pares (de A a D) formados por um criativo de cada uma das áreas. Portanto, o presente capítulo encontra-se dividido em seis seções, das quais: (1) Introdução ao Capítulo; (2) Introdução aos Casos de Estudo; e, os restantes, (3-6) Grupos de A a D. Essas seções de grupo, por sua vez encontram-se divididas em duas novas partes dedicadas a cada um dos criativos, onde vem a ser a ser estudado o Perfil Criativo e suas Influências, e o Processo Criativo. A seção dedicada ao processo criativo de cada um dos profissionais estudados é, por sua vez, organizada pelas quatro fases definidas em Capítulo III - Processo Criativo, Definição do Modelo de Análise do Processo Criativo (pág. 19), sendo estas: Contextualização, Absorção, Ideação, Apuração.

4.2 INTRODUÇÃO AOS CASOS DE ESTUDO

Os oito casos de estudo apresentados consistem na análise do perfil criativo e processo criativo de profissionais da área de pintura e da publicidade (sendo os últimos *designers* e/ou diretores de arte com trabalho publicitário). Dado o objetivo de comparação da presente investigação, e tendo em conta o recente desenvolvimento de novas abordagens e ferramentas de produção criativa, como por exemplo as novas tecnologias, torna-se importante, também, analisar o desenvolvimento criativo em cada uma das áreas ao longo dos anos. Assim, num primeiro momento, a seleção dos criativos a estudar é definida pela geração em que estes trabalharam. Tendo esse ponto de partida, são escolhidos dois criativos de cada geração, um de cada uma das áreas. Por sua vez, essa seleção individual é feita tendo em conta a variedade de trabalhos que cada um apresenta, quer a nível de estilo como de quantidade de obras, tal como o seu próprio reconhecimento como criativo. Os casos apresentados, são então considerados marcos importantes de cada uma das áreas nas suas gerações respetivas, sendo que acabam por demonstrar um trabalho de destaque perante o que era apresentado por outros criativos até à altura. Assim, também se torna importante investigar, de que forma é que o perfil e processo criativo de cada um contribuiu para o desenvolvimento dessa força criativa.

Tendo em conta os primórdios do design quando aplicado à publicidade, o primeiro grupo de criativos (Grupo A) selecionados é centrado no final do séc. XIX, sendo estes Vincent van Gogh (1853-1890), como pintor, e Alphonse Mucha (1860-1839), como designer publicitário. Com uma produção focada na segunda metade do séc. XX (Grupo B), que pode ser considerada como a ascensão do design, são destacados Francis Bacon (1909-1992), como pintor, e Sebastião Rodrigues (1929-1997), como designer com trabalho de publicidade e propaganda. Com um trabalho atual e contemporâneo (Grupo C), são considerados, a pintora Marlene Dumas (1953), e o designer, com trabalho de publicidade e propaganda, Michal Batory (1959). O último grupo (Grupo D), por sua vez, volta a ser centrado sobre um trabalho contemporâneo, no entanto procura uma perspectiva focada na produção criativa nacional atual, estudando dois criativos portugueses no contexto profissional, destacando-se Jorge Charrua (1991), como pintor, e Pedro Magalhães (1969), como diretor de arte e diretor criativo.

O estudo desses oito casos exige, por sua vez, uma recolha extremamente minuciosa, focada não só no criativo, como no próprio trabalho do mesmo. É necessário ter também em conta que cada profissional tem o seu próprio método e as suas próprias características, o que pode levar a que alguns casos levantem questões que não são comuns aos restantes criativos. Para atingir os objetivos da presente investigação, e dissertação, é necessário existir um entendimento extremamente amplo de todas as características que envolvem a produção criativa de cada um dos criativos, o que exige uma recolha de informação extremamente minuciosa. Assim, a metodologia de investigação dos casos de estudo, consistiu na aplicação de vários métodos ao longo dos diferentes momentos da análise.

Num primeiro momento é realizado um levantamento de informações biográficas relacionadas com o desenvolvimento criativo de cada um, tendo sempre em conta o contexto em que está inserido e as suas influências. Esse levantamento centra-se maioritariamente sobre objetos de investigação e pesquisa, como livros biográficos e artigos oficiais de museus, galerias ou fundações artísticas.

No segundo momento de investigação, a análise é focada na própria produção criativa, havendo uma recolha de informações diretamente relacionadas com o momento de criação. Assim, de modo a ter um entendimento amplo dessa questão, é necessário investigar e analisar características, tanto técnicas como conceituais, do processo criativo de várias obras de cada profissional, de modo a conseguir entender, então, o seu padrão de criação. Essa investigação baseia-se em documentos da mesma natureza que os recolhidos no momento anterior, no entanto procura-se ter uma perspectiva mais focada no próprio momentos de criação. Assim, também são analisados objetos focados no estudo da técnica e no desenvolvimento criativo, como dissertações, catálogos de arte, e artigos de estudo, de museus, galerias, fundações artísticas e publicações de história de arte, focados em obras específicas e no momento de produção do criativo. Sempre que possível, tendo em conta a geração de cada um dos

criativos, também foram entrevistadas, quer digitais como publicadas. No último grupo (Grupo D), por sua vez, foi feita a recolha de uma entrevista pessoal com os próprios criativos. Essa recolha deveu-se ao objetivo de querer aprofundar o desenvolvimento da produção criativa em Portugal. Tendo em conta as várias particularidades voláteis da criatividade e do processo criativo, e sendo que cada criativo tem a sua própria metodologia e raciocínio, a entrevista foi realizada com uma postura casual. Apesar de ser seguida uma planificação estruturada, foi dada a liberdade de argumentação a cada um dos entrevistados, permitindo assim que, ao longo da entrevista, pudessem ser levantadas questões que viriam a fundamentar as suas próprias constatações.

4.3 GRUPO A

Os criativos apresentados neste grupo, focam a sua produção no final do século XIX e demonstram um trabalho de destaque perante o que era realizado pelas vanguardas artísticas na época. De seguida serão analisados: Vincent van Gogh (1853-1890), como pintor, e Alphonse Mucha (1860-1939) como *designer* com trabalho publicitário.

A.1 VINCENT VAN GOGH

Sendo historicamente reconhecido como um dos maiores representantes da pintura pós-impressionista e uma das mais importantes figuras da arte ocidental, van Gogh é comumente apelidado de “o artista louco”. Tendo lutado contra uma doença mental, a criatividade geradora das suas obras é facilmente associada a uma manifestação visual das suas perturbações, assumindo o seu processo criativo como uma acto de êxtase, frenesim ou até de inconsciência. Ainda que seja impossível, através de uma análise biográfica, separar o estado mental do raciocínio criativo, tendo em conta que a criatividade é dependente do subconsciente do indivíduo, podemos afirmar o processo criativo de van Gogh como consciente e estruturado, detectando padrões coerentes de produção criativa ainda que as suas influências e bases subconscientes possam, ou não, ser derivadas de um distúrbio mental.

Como artista plástico criou, em pouco mais de uma década, mais de duas mil obras, das quais, cerca de novecentas pinturas a óleo, tendo como tema recorrente paisagens, naturezas-mortas, retratos e autorretratos (The Art Story Contributors, 2012). A sua técnica é identificável pelas cores vibrantes, pinceladas expressivas e cenários dramáticos, tendo contribuído assim para as fundações da arte moderna.

A.1.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Embora o seu primeiro emprego, aos quinze anos de idade, tenha sido relacionado com o meio artístico, Vincent van Gogh só terá começado a dedicar-se à pintura anos mais tarde. Por ter trabalhado na filial de Goupil & Cie, uma revendedora de arte sediada em Paris, esteve em contacto com a produção artística e, em especial, com a arte contemporânea. A serviço da mesma empresa, Vincent viveu durante vários anos em Bruxelas, Londres e Paris, onde se dedicou, nos tempos livres, a visitar galerias e a ler (Vincent van Gogh Organization Website, 2009). Essa sustentação cultural terá, incentivado o artista a adoptar uma postura de envolvimento para com a arte e também de eterna procura e aprendizagem.

Após abandonar a empresa e ao adoptar uma postura persistente de autodisciplina, muda-se para a Holanda com o intuito de estudar anatomia e perspectiva. No início do seu processo de criação e de aprendizagem artística, terá começado por seguir metodicamente os passos estabelecidos nos manuais de instrução artística (Fong, 2013). Acaba por direccionar a sua produção e aprendizagem para a pintura a óleo, focando-se essencialmente no domínio da cor. Van Gogh segue assim um método de aprendizagem linear, percorrendo uma ordem lógica focada em treinar métodos específicos um de cada vez. Essa metodologia terá muitas vezes entrado em conflito com o seu desejo de criação, direccionando muitas vezes os seus estudos artísticos para as suas paixões de reprodução e inspiração, distanciando-se assim da aprendizagem linear mas envolvendo-se cada vez mais com o seu génio criativo.

Em 1886, Vincent van Gogh vai viver para Paris com o seu irmão, Theodorus van Gogh, com o intuito de se envolver na forte comunidade artística presente na cidade. Embora inicialmente se tenha demonstrado distante do movimento impressionista, as características emergentes do seu estilo de composição muitas vezes respondiam, seletivamente, às tendências artísticas que o rodeavam em Paris (Vincent van Gogh Organization Website, 2009). Na perspectiva divergente de evitar adotar a técnica impressionista, van Gogh defendia a integridade como característica principal das suas obras, defendendo técnicas utilizadas por artistas neo-impressionistas, tendo sido também influenciado por jovens artistas do seu meio, incentivando-o a assumir uma fase de experimentação onde iria abordar novos materiais, meios e técnicas (Fong, 2013). Os resultados inerentes a essa fase de total aprendizagem e absorção de referências, cruzados com todo o conhecimento prático e teórico do artista, deram origem a uma diferença dramática no estilo de van Gogh.

Após de um desentendimento resultante de uma visita de Paul Gauguin, Vincent foi internado no asilo Saint-Remy-de-Provence (The Art Story Contributors, 2012). Com o desenvolvimento rápido da sua doença, os seus últimos meses de vida terão sido, no entanto, os mais produtivos, tendo entrado num período de extrema fruição nos últimos 60 dias da sua vida (Vincent van Gogh Organization Website, 2009). Sendo considerada "*Wheatfield with Crows*" a

última obra de Vincent van Gogh, este morreu em 29 de julho de 1890, aos 37 anos de idade, devido a ferimentos causados por tentativa de suicídio.

CONCLUSÃO

Concluindo esta análise retrospectiva do percurso de vida de Vincent van Gogh, consegue-se constatar certas características congruentes do seu perfil como génio criativo, sendo plenamente visível o seu desejo perpétuo pela procura de informação e ideias, sobressaindo sempre dessa aprendizagem a sua originalidade e perspetiva pessoal. A sua persistência de autodisciplina terá sido crucial para um melhor entendimento de todo o espectro de conhecimento artístico, emocional e filosófico, ao mesmo tempo em que trabalhava o seu desenvolvimento e compreensão técnica, propondo assim, ao seu subconsciente, a superfície plana e extremamente consistente de conhecimento necessária para um raciocínio criativo rico em conexões e, por consequência, ideias. Porém, tendo em conta as suas ideologias religiosas, essa necessidade de constante aprendizagem pode ser interpretada, da parte do artista, como uma razão superior ao seu ser, numa necessidade pessoal e insaciável de procurar um significado na realidade que o envolvia, utilizando a arte como meio de absorção de um conteúdo ideológico inerente a cada objeto ou momento. Recorre às suas obras como interpretação sobre esse conteúdo, construindo o seu estilo visual e artístico como um meio de comunicação próprio, na tentativa de alcançar um ideal consagrado capaz de aglomerar todos os conceitos emocionais, ideológicos, racionais e espirituais inerentes a uma cena, capaz de transformar a obra no próprio momento retratado.

A.1.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao analisar as obras de van Gogh, e a sua motivação para produzi-las, é possível encontrar uma necessidade de aprendizagem e desafio à sua própria integridade e versatilidade artística. Em diversas obras, o estímulo produtivo do artista é essencialmente focado na aprendizagem, tendo muitas vezes como objetivo inicial desafiar as suas próprias capacidades a alcançar particularidades técnicas exigentes. Esse processo mental deverá ser interpretado, não como a constante aspiração académica do artista mas sim como uma necessidade de desafiar a sua integridade como génio criativo, capaz de produzir em condições adversas e atípicas de uma normal produção artística. Por exemplo, adversidades como o uso de cores contrastantes, pintura noturna ao ar livre, iluminação reduzida e pouca expressividade na cena analisada contrastada com o seu potencial emocional, terão sido os fatores primários que o levaram a construir o conceito de "*The Starry Night*" (figura 3, 1889), uma obra que iria responder a todas esses desafios (Paulson, 2015).



Figura 3: Pintura a Óleo: “The Starry Night”, 1889, Vincent van Gogh. Fonte: <https://artsandculture.google.com/asset/the-starry-night/bgEuwDxel93-Pg?hl=pt-PT>



Figura 4: Pintura a Óleo: “The Potato Eaters”, 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <https://artsandculture.google.com/asset/the-potato-eaters/7gFcKarE9QeaXw?hl=pt-PT>

No entanto, o artista tenta encontrar esses objetivos de composição e técnica artística nos seus fortes valores morais e ideológicos, cruzando as suas necessidades técnicas com as espirituais e filosóficas. Ao começar a sua formação artística, construía composições multifacetadas através de estudos de figuras individuais copiadas de imagens de revistas mas adaptando-as a contextos do seu interesse, como por exemplo vestindo-as como camponeses (Vincent van Gogh Organization Website). Outro exemplo será “The Potato Eaters” (figura 4, 1885) que, para além de surgir do desejo de criar uma pintura com várias figuras humanas, representa também a sua forte sensibilidade para com os seus ideais sociais, afirmando-os como assuntos de grande importância para a humanidade (The Van Gogh Gallery Website). **Vincent projetava, então, as suas obras de modo a desenvolver as suas capacidades técnicas em simultâneo com a construção e manipulação de ideias, gerando alternativas de modo a ir de encontro aos seus objetivos e desejos artísticos.**

ABSORÇÃO

Ao preocupar-se com a genuinidade dos momentos retratados, van Gogh adota uma postura de intensa observação e análise das figuras a serem representadas, sentindo também a necessidade de se envolver no tema. Para o artista, de modo a captar toda a beleza conceptual associada às suas ideias, era necessário que ele próprio se envolvesse de forma a conseguir manter a autenticidade do elemento que pretendia retratar e perceber como o conseguiria transpor para as suas obras através da técnica, tal como explica à sua irmã numa carta, no caso de “The Starry Night” (1889), que “muitas vezes me parece que a noite é mais rica em cor que o dia, colorida com os violetas, azuis e verdes mais intensos. Se olhar com cuidado, verá que algumas estrelas são amareladas, outras têm um brilho rosa, verde e azul miosótis. E sem trabalhar o ponto, é claro que para pintar um céu estrelado não é suficiente colocar manchas brancas em preto-azulado” (van Gogh, 1888).

Curiosamente, Van Gogh baseia essencialmente a sua fase de absorção no estudo das figuras a serem representadas através de esboços. Utilizava o desenho como ferramenta de

análise da cena a ser retratada, de modo a compreender e estudar todos os pormenores inerentes à mesma, como por exemplo a posição da figura, expressões faciais, entre outros. Esses esboços são essencialmente técnicos, muitas vezes livres de qualquer estilização artística e distantes do que seria a obra final. Maioria das suas obras de pintura são então acompanhadas de esboços de análise, como por exemplo os estudos a carvão (figuras 5 e 6) para *"The Potato Eaters"* (1885).



Figura 5: Esboço a Carvão: *"Four People Sharing a Meal"* (estudo para *"The Potato Eaters"*), 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vangoghmuseum.nl/en/collection/d0389V1962r>



Figura 6: Esboço a Carvão: *"Three hands, two holding forks"* (estudo para *"The Potato Eaters"*), 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vangoghmuseum.nl/en/collection/d0389V1962r>

IDEAÇÃO

Vincent van Gogh tende a trabalhar repetidamente sobre os mesmos temas e figuras, realizando várias obras e estudos, como será referido posteriormente na fase de apuração, e adaptando o seu estilo e composição em cada uma delas, até alcançar a que consideraria como produto final do seu génio criativo. Mas, esse processo, até alcançar o seu ideal, é longo e beneficia extremamente do processo de incubação. Ainda que os seus períodos de incubação sejam muitas vezes fundamentados pelas constantes mudanças de residência, acabou por permitir ao seu subconsciente aprender com o seu próprio método produtivo contínuo e, assim evoluir, não só a sua abordagem como a perspetiva criativa. Temas como os retratados em *"Almond Blossom"* (figura 8, 1890) e *"The Starry Night"* (1889) são revisitados, várias vezes ao longo da sua carreira artística, na procura de um resultado consistente e capaz de aglomerar a sua visão criativa da melhor forma.

Van Gogh valoriza, com as suas obras, a arte como forma de representação visual de uma ideologia, investindo então na composição como forma de comunicação. Para além de construir uma composição atenta à distribuição geométrica, habitualmente unificada e equilibrada, preocupa-se essencialmente com os elementos que constroem a ideia inerente à composição. Muitas das obras de Vincent van Gogh exploram simbolismos muito fortes, como por exemplo as rãs e groux que são retratados em *"Courtesan: after Eisen"* (anexo 1, 1887), ambas ilusões para as prostitutas na gíria francesa (The Art Story Contributors, 2012). Procura

então, nas obras idealizadas, uma forma de introduzir alguma conotação moral ou filosófica, aumentando assim a carga emocional da sua obra mesmo que essa representação simbólica não seja totalmente direta e perceptível. Representa elementos como a mesa em *"The Potato Eaters"* (1885), retratada como um altar e focando a comida como representação física do resultado do trabalho árduo dos camponeses, ou o cipreste em *"The Starry Night"* (1889), que para além de conectar o plano terrestre com o celestial, simboliza a morte e a sua ligação entre o mundo humano e o espiritual (Vincent van Gogh Organization Website). **Torna-se comum que van Gogh, ao retratar uma cena real, acabasse por flexibilizar o conceito da imagem ao adicionar elementos "imaginários" ou a organizar o próprio cenário físico. No entanto tinha o cuidado de não se distanciar totalmente da realidade, preocupando-se com a autenticidade dos detalhes da cena a ser retratada,** como por exemplo o posicionamento acurado da constelação Ursa Maior em *"The Starry Night"* (1889) e *"The Cafe Terrace on the Place du Forum"* (anexo 2, 1888) (Vincent van Gogh Organization Website).

Van Gogh aborda a expressividade técnica e cromática como ferramentas de comunicação visual, usando-as a favor dos seus objetivos. Tendo em conta o seu extenso conhecimento artístico, conseguia conjugar métodos de movimentos artísticos diferentes, aplicando-os de modo a enaltecer uma mensagem, sensação ou emoção. Conforme as técnicas usadas conseguia transparecer movimento, textura, energia, entre outras sensações intangíveis. **Após compreender os elementos abstratos que pretende atribuir à sua obra, van Gogh consegue construir a sua técnica sobre esses mesmos elementos, traduzindo-os perante a sua visão criativa através de técnicas influenciadas por outros artistas ou mesmo por próprio fruto da sua experimentação.** Um dos exemplos será a sua forte atração pela arte japonesa de gravura a madeira, *Ukiyo-e*, que muitas vezes tenta transpor para as suas obras, como *"The Starry Night"* (1889) e *"Almond Blossom"* (1890), através de diferentes características da mesma (The Art Story Contributors, 2012). No caso de *"The Starry Night"* (1889), usa as linhas e marcações características do estilo artístico japonês para associando a energia ao estático ao mesmo tempo em que cria movimento a partir de um plano bidimensional, transmitindo assim uma sensação de turbulência e energia (Paulson, 2015). Já em *"Almond Blossom"* (1890), as influências de

Ukiyo-e traduzem-se, não na técnica artística mas sim, na composição da própria imagem, apresentando um grande plano de fundo de uma única cor, sem perspetiva ou linha de horizonte, e com um



Figura 7: Pormenor da Pintura a Óleo: *"The Starry Night"*, 1889, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.khanacademy.org/humanities/ap-art-history/late-europe-and-americas/modernity-ap/a/van-gogh-the-starry-night>



Figura 8: Pintura a Óleo: "Almond Blossom", 1890, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vangoghmuseum.com/en/collection/s0176V1962>

Van Gogh pratica, então, o que denominou como "cor sugestiva" ou "cor arbitrária", no qual o artista funde as cores utilizadas com as suas emoções (Vincent van Gogh Organization Website). Apesar de manter alguma veracidade nas cores realistas, tende a alterar os tons de modo a conseguir induzir alguma sensação, como, por exemplo, ao enfatizar o vermelho e verde, das paredes e teto retratados em "The Night Cafe" (figura 8, 1888), e contrastada com os laranjas e verdes das lâmpadas, resultando numa combinação opressiva, forte e tensa (Vincent van Gogh Organization Website).

grande plano de pormenor na figura principal (Vincent van Gogh Organization Website). No entanto, relativamente à expressão cromática, Vincent aproxima-se, em ambas as obras, da paleta cromática neo-impressionista com as suas cores harmoniosas e em tons de pastel. Contudo, nem todas as obras de Vincent van Gogh apresentam tons neo-impressionista, sendo que, ao contrário do recorrente nas obras desse estilo, o pintor não projeta uma postura neutra em relação ao mundo ou uma atitude de prazer da beleza.



Figura 9: Pintura a Óleo: "The Night Cafe", 1888, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vincentvangogh.org/the-night-cafe.jsp>

Dentro de um raciocínio académico, van Gogh terá realizado diversos estudos conclusivos para algumas das suas obras, assemelhando-se já com o resultado final mas seguindo várias regras técnicas, sendo influenciado por artistas como Rembrandt. Para a sua obra "The Potato Eaters" (1885), por exemplo, terá realizado três estudos conclusivos, o primeiro (figura 9), realizado a óleo, foca-se essencialmente na composição da imagem, na divisão, peso e enquadramento das figuras. O segundo estudo (figura 10), por sua vez, terá sido realizado através da técnica de *Chiaroscuro*, com o objetivo de trabalhar a representação pictorial em termos de luz e sombra, sem o envolvimento de cor. Por último, o terceiro estudo (figura 11), terá sido realizado

maioritariamente de memória, na tentativa do artista resistir à sua dependência de referências visuais, no entanto terá voltado ao cenário original para retocar o esboço (Analysis of "The Potato Eaters" by Vincent van Gogh, 2016). Mas, apesar de por várias vezes tentar produzir Esboço a Carvão: "Four People Sharing a Meal" (estudo de Chiaroscuro para "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh. unicamente de memória, tal como na obra referida por último e em "The Starry Night" (1889), sentia sempre a necessidade de se basear e modelos de orientação visual.



Figura 10: Estudo a Óleo para: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <http://www.scriptio.nl/Nieuwsbrief/Esriptio-1009a.html>



Figura 11: Estudo na técnica *Chiaroscuro* para a Pintura: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <http://www.scriptio.nl/Nieuwsbrief/Esriptio-1009a.html>



Figura 12: Estudo a Óleo para: "The Potato Eaters", 1885, Vincent van Gogh. Fonte: <http://www.scriptio.nl/Nieuwsbrief/Esriptio-1009a.html>

APURAÇÃO

Van Gogh apresenta uma dificuldade em aceitar o valor artístico das suas obras finais, como por exemplo apelidando, em uma das cartas ao seu irmão, a sua obra prima "The Starry Night" como "estudo da noite" e "efeito noturno". Mostra assim um distanciamento para com a sua peça, acreditando que, após várias tentativas, o cenário retratado continua a ter potencialidades que não foram exploradas na sua totalidade (Paulson, 2015). A falta de verificação por parte do seu irmão, que muitas vezes rejeitava o estilo artístico de Vincent ao compará-lo com a arte contemporânea francesa a que tinha aceso na sua profissão como

negociante de arte, levou a que o pintor adopta-se uma postura de insegurança para com o seu trabalho. Sentia então a necessidade de verificar o valor artístico das suas obras com outros profissionais da área. Todavia continuava a procurar verificação do seu irmão, a quem regularmente enviava esboços, litografias e reproduções em pequena escala das suas obras de modo a tentar ter a sua aprovação artística.

Como referido anteriormente, na fase de ideação, van Gogh realiza várias obras dentro das mesmas temáticas, no entanto, **o pintor só considera como obra final as que realmente vão de encontro aos seus objetivos, acabando por encarar as restantes como estudos ou obras de menor valor artístico. Acaba por visitar, diversas vezes, as várias fases do processo criativo até alcançar o seu ideal.** Por exemplo, cerca de um ano após realizar "*Starry Night Over the Rhône*" (anexo 3, 1888) e insatisfeito com os resultados, van Gogh terá sentido a necessidade de continuar a trabalhar sobre a pintura noturna e exterior, voltando a repetir o processo criativo sobre o mesmo tema até alcançar a obra final que seria "*The Starry Night*" (1889). Esse método, de redesenhar o processo criativo, é feito várias vezes inconscientemente, sendo que o pintor não vê na realização desses trabalhos anteriores um meio para alcançar o que seria um dia a obra final. O seu génio criativo procura, então, visitar esses temas na necessidade de completar ou aprimorar a ideia de modo a alcançar uma obra que transmita exatamente o que deseja.

CONCLUSÃO

Ao analisar o processo criativo de Vincent van Gogh, pode-se entender, como principal motivador, a necessidade de desafiar metodologias técnicas e artísticas em função de uma mensagem. No entanto, mesmo muitas vezes tendo como ponto de partida o desafio técnico, a mensagem que a obra pretende transmitir também se demonstra extremamente relevante durante todo o processo criativo de Vincent. Ao ter uma grande tendência para adicionar conotações emocionais em função de um desafio, como ao querer pintar uma noite estrelada pelas suas dificuldades técnicas, procura explorar também a dramaticidade de mensagem, explorando uma temática muitas vezes moral, filosófica e/ou emocional. O conceito de mensagem e de técnica artística tornam-se então unificados durante o seu processo criativo, sendo que, em todas as suas obras analisadas, estas trabalham em simultâneo e muitas vezes em função uma da outra.

A importância dessa relação continua a ser verificada durante vários momentos do seu processo criativo, como por exemplo na fase de absorção em que realiza duas perspectivas focadas nessas características. Uma dessas perspectivas de análise é baseada no tema e na sua vertente emocional, onde procura uma envolvimento direta com a temática, e a outra focada sobre o estudo técnico da cena ou figura, onde adopta o desenho como ferramenta de registo de modo a conseguir ter material gráfico capaz de o auxiliar no estudo da figura e na composição do

que seria a obra final. Ao seguir-se o processo de ideação, van Gogh continua a focar-se sobre a mensagem, mas agora trabalhando essencialmente a técnica e a composição em função da conotação que pretende atribuir. Assim, explora várias possibilidades de representação visual em função da mensagem, como a introdução de simbolismos, sensibilidade cromática, flexibilização estilística e organização gráfica.

Ao manter também uma planificação de projeto linear, e tendo a necessidade de se basear em modelos de orientação visual, Vincent volta a introduzir, na fase de ideação, o desenho como estudo para a obra final. Torna-se importante para o artista manter esta estrutura como forma de segurança para a produção final, uma vez que estaria a ir de encontro às técnicas de planeamento artístico que terá estudado na sua formação. Assim, baseia também uma grande parte da sua técnica em diversas referências artísticas, adaptando características estilísticas ou compositivas de outros movimentos artísticos em função dos seus objetivos.

Concluindo a sua produção, van Gogh tem tendência a reformular ou visitar as mesmas temáticas, demonstrando assim, não só a sua dificuldade em aceitar o seu trabalho como a procura pelo perfeccionismo. Essa preocupação para com a adequação da solução artística reflete-se essencialmente na composição visual e na técnica artística, sendo que a mensagem e moral torna-se concisa e transversal às novas abordagens.

A.2 ALPHONSE MUCHA

Considerado como um dos principais impulsionadores do movimento de *Art Nouveau*, Alphonse Mucha é diferenciado pelo seu estilo de composição. Sendo reconhecido pela aplicação das suas obras criativas a conceitos comerciais, desenvolveu um estilo visual característico transversal a diversos meios. Tendo produzido tanto pinturas e ilustrações como cartazes publicitários, móveis, jóias e cenários de teatro, Mucha acaba por trabalhar numa variedade de meios acessíveis a um público amplo. O seu trabalho torna-se assim uma constatação da arte como ferramenta do design, tendo um estilo artístico capaz de interagir e interferir com a experiência diária de uma pessoa através de elementos como papel de parede, mobília, publicidade e arquitetura.

A.2.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Tendo nascido na atual República Checa, ainda durante o Império Austríaco, Alphonse Mucha foi criado sobre a influência de duas forças culturais poderosas, nomeadamente a igreja católica e a luta pela independência da Eslovênia do Império Austríaco. Ao ter entrado em contacto com a riqueza da arte barroca durante a sua infância, Mucha procura aprender a técnica artística, começando a praticar o desenho com persistência. Ao trabalhar com pintura decorativa e

cénica durante a sua juventude, conhece o conde Khuen-Belasi que, ao contratá-lo para pintar murais decorativos, acaba por se tornar um importante mentor para Mucha, apoiando-o financeiramente com a formação académica na Academia de Belas Artes de Munique. Em simultâneo com os estudos, terá começado a trabalhar como ilustrador para revistas e anúncios, provando, assim, a sua necessidade de constante aprendizagem e de intensa envolvimento para com uma grande e diversificada carga de trabalho (The Art Story Contributors, 2012).

Em 1887 foi aceite na Academia Julian e na Academia Colarossi em Paris, acabando por dividir um estúdio com Paul Gauguin (The Art Story Contributors, 2012). Este período torna-se crucial para o desenvolvimento artístico e pessoal de Alphonse Mucha, inserindo-o num contexto diário de produção criativa e mentalidade artística e envolvendo-o também num círculo de contactos que acabaria por fundamentar ainda mais os seus conhecimentos culturais e ideológicos, havendo então uma importante troca de conhecimentos e perspectivas artísticas, ainda que centralizadas no que era a vanguarda de arte em Paris na época. Terá sido também neste período que Alphonse, demonstrando o seu forte fascínio por temas inusuais, começou a explorar o interesse pelo oculto, tema que veio a influenciar explicitamente o conceito das suas obras, acabando por se envolver em experiências hipnóticas e espirituais (The Art Story Contributors, 2012).

Mucha alcançou o sucesso em 1894 ao produzir cartazes publicitários de teatro para a peça *Gismonda*, que ao associar a sua imagem com a atriz Sarah Bernhardt tornou-se internacionalmente famoso (Ro Gallery Website). Continuando a produzir para a atriz, os cartazes de Mucha tornaram-se conhecidos por serem roubados por colecionadores, apelidando o seu estilo como "*Le Style Mucha*", relacionável com a *Belle Époque* mas porém totalmente singular. Na sua persistente necessidade de aprender e desafiar as suas capacidades artísticas, Mucha, ao ser inspirado por amigos como Auguste Rodin, terá experimentado novas vertentes artísticas, como por exemplo escultura e joalheria (The Art Story Contributors, 2012).

Em 1899 publica o livro ilustrado *Le Pater*, uma edição de 510 cópias, como forte representação da sua perspectiva sobre o valor moral, espiritual e político da arte, reinterpreta a oração do Senhor e decorando-a com símbolos bizantinos, católicos e maçónicos (Alphonse Maria Mucha Organization Website). Terá lançado também, em 1902 e 1905 dois livros-modelo baseados nos seus estudos de aplicação estilística, *Documents Décoratifs* e *Figures Décoratifs*, respetivamente. No seguimento dessas obras e na defesa do impacto dos valores morais das suas criações, quer de arte como design, Mucha adota, com o seu trabalho, uma posição extremamente política, defendendo a independência Eslava. Idealiza, então, um ciclo de pintura, a que mais tarde apelidaria de "*Epopeia Eslava*", que serviria como ilustração da história da mesma nação, tendo iniciado o projeto em 1910 enquanto simultaneamente continuava com trabalhos decorativos (The Art Story Contributors, 2012). Com o reconhecimento da

Checoslováquia como nação independente em 1918, Mucha é convidado a projetar a identidade visual da sua nação, vindo a desenhar elementos como selos, cédulas, notas e o próprio brasão de armas. Com o início da Segunda Guerra Mundial, a sua segurança é ameaçada pelos nazis, tendo sido interrogado pela Gestapo em 1939 por ser considerado reacionário e, já debilitado por uma infecção pulmonar, morre no mesmo ano (Alphonse Maria Mucha Organization Website).

CONCLUSÃO

Ao concluir a análise do percurso de vida de Alphonse Mucha, certas características do seu perfil como criativo são claramente evidenciadas, como por exemplo a sua originalidade, persistência e envolvimento para os com os projetos assumidos. **A necessidade de se rodear constantemente por trabalho e de desafiar as suas capacidades como criativo em diferentes áreas, resulta na transversalidade da sua linguagem gráfica e na perspicácia do seu processo criativo.** A sua persistência na aprendizagem e no sustentamento cultural terá sido crucial para o desenvolvimento de todo um alargado espectro de conhecimento artístico, gráfico, moral e político, trabalhando ao mesmo tempo o seu desenvolvimento técnico. **Mucha construiu assim uma superfície subconsciente extremamente rica em conhecimento, necessária para um raciocínio criativo rico em conexões e por resultado, idéias. Pode-se entender a motivação de Mucha como uma necessidade exponencial de produção criativa, aumentando a sua criação artística à medida que absorvia os resultados da mesma, como por exemplo os produtos de design projetados autonomamente para os seus livros desenhados unicamente por inspiração da sua linha gráfica. Curiosamente, terá sempre trabalhado por atribuir um valor moral às suas obras, vendo na sua arte um meio de comunicação extremamente complexo. Acaba, então, por refletir no seu trabalho, o seu perfil pessoal e os seu interesse inusuais, como por exemplo o espiritualismo.**

A.2.2 PROCESSO CRIATIVO

Uma vez que a produção criativa de Alphonse Mucha se foca em diferentes áreas, nomeadamente as artes plásticas, o design gráfico e de produto, e tendo em conta o objetivo da presente dissertação, a seguinte análise será essencialmente focada nas suas obras de design publicitário. Contudo, elementos do seu percurso como artista plástico poderão ser referidos se considerados relevantes.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Alphonse Mucha demonstrava uma pré disponibilidade para se adaptar a diversos formatos, sendo essencialmente motivado por desafios que pusessem em prova as suas

capacidades artísticas e criativas (Ilvlieva, 2017). Tendo em conta que a sua produção artística é muito próxima, mesmo em características práticas e de composição visual, com a sua produção de design publicitário, **Mucha demonstra como sua principal motivação, não só a necessidade de experimentar novos formatos mas também, como o desejo por explorar elementos físicos ou gráficos do quotidiano como ferramentas de comunicação visual. Procura assim, enaltecer o sentido de beleza dos produtos de comunicação, como uma necessidade de moldar o mundo em seu redor através da sua visão criativa. Tendo também a preocupação em transmitir um conceito e/ou mensagem ao espetador, valorizando as potencialidades emocionais das suas composições visuais.**

Mucha vê igualmente no design publicitário a possibilidade de alcançar um maior número de espectadores, sendo extremamente influenciado pela produção em massa. Sentia, então, a responsabilidade de adicionar algum valor emocional ao contexto publicitário, tentando então adotar uma perspectiva crítica sobre o *briefing* (Ilvlieva, 2017).

ABSORÇÃO

Apesar de ter uma linha gráfica extremamente decorativa e artística, Mucha demonstrava uma grande preocupação em manter a veracidade dos objetos e cenas retratar. Mesmo quando se tratava de uma representação de uma marca, Mucha pretendia sempre caracterizar elementos fidedignos, demonstrando assim uma grande preocupação em compreender e investigar, não só a temática a ser explorada, como também a percepção do público sobre esse mesmo tema. Contudo, mostrava uma preocupação especial em procurar elementos emocionais que pudessem ser associados a esse produto.



Figura 13: Fotografia: "Mother and Child" (estudo para "Russia Restituenda"), 1922, Alphonse Mucha. Fonte: http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object_type/photography/object/209



Figura 14: Cartaz: "Russia Restituenda", 1922, Alphonse Mucha. Fonte: http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object_type/posters/object/257

Alphonse Mucha usava recorrentemente a fotografia como forma de absorção e análise. Ao fotografar modelos no seu próprio estúdio, utilizava essas referências visuais como inspiração para estudos preliminares e para a sua fase de ideação. Habitualmente não utilizava a fotografia aplicada a projetos específicos, mas improvisava uma série de poses de modo a criar um arquivo de variantes a partir do qual ele poderia selecionar o que ele considerava mais adequado para o assunto de cada comissão (Mucha Foundation Website). Ao fotografar

para projetos específicos, as imagens serviriam também apenas como forma de análise da temática e da figura aplicada ao contexto, tal como na fotografia (figura 13), usada para o cartaz “Russia Restituenda” (figura 14, 1922), em que apesar de se distanciar da obra final, estuda a figura maternal e a expressividade que Mucha procurava.

IDEAÇÃO

Mucha dependia essencialmente do desenho como ferramenta de planificação das suas ideias, baseando-se muitas vezes no seu arquivo fotográfico e nos seus estudos decorativos realizados anteriormente (Mucha Foundation Website). Acaba por seleccionar, por entre essas referências, as que mais se viriam a adequar aos seus objetivos, trabalhando depois sobre as mesmas. Muitas vezes, como para o cartaz da peça “Lorenzaccio”(anexo 4, 1896), realizava vários esboços das figuras humanas a serem representadas, analisando as várias posições e expressões possíveis, antes de projetar os elementos ornamentais recorrentes da sua linha gráfica. Mas era comum, como para o cartaz publicitário “Champagne Ruinar” (figura 15 a 17, 1896), produzir vários estudos de composição já próximos do que seria a estrutura da obra final.



Figura 15: Esboço: “Design for Champagne Ruinar”, 1896, Alphonse Mucha. Fonte: http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object_type/drawings/object/313



Figura 16: Estudo: “Design for Champagne Ruinar”, 1896, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/312>



Figura 17: Cartaz: “Champagne Ruinar”, 1896, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/276>



Figura 18: Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/26>

Mucha dedica-se, sempre que possível, a explorar a dramaticidade ou valor moral das suas obras, sendo esse um dos pontos mais importantes para o seu raciocínio criativo. **Trabalha a composição das suas imagens em função da mensagem, procurando através de detalhes, não só um meio de transmitir a ideia principal como, formas de fundamentar, defender e aprofundar a mensagem.** Um dos exemplos mais fortes será o cartaz publicitário desenvolvido para a peça de teatro "Medea" (figura 18, 1889), em que, para além de retratar a história da peça, que por sua vez já possui uma conotação extremamente dramática relacionada com a revolta e vingança de uma mulher, realça outros aspetos da personagem principal que levam a uma interpretação mais completa e, por sua vez mais emocional, da mesma. Apesar de representar a vítima mortal da personagem principal e mostrar outras referências de violência, como uma adaga sangrenta empunhada (figura 19), Mucha consegue atenuar essa personalidade violenta retratando a sua expressão como aterrorizada e chocada (figura 20). Leva assim o espetador a relacionar-se com a personagem principal, desmistificando a história e atribuindo um cunho mais emocional e, de certa forma, pessoal (Alphonse Maria Mucha Organization Website).



Figura 19: Pormenor do Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/26>



Figura 20: Pormenor do Cartaz: "Medea", 1898, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/26>

Alphonse Mucha tende a trabalhar sobre a figura feminina nas suas obras gráficas, usando-a estrategicamente como meio de comunicação. Retrata, com extrema delicadeza, a mulher em plano principal de modo a atrair a atenção do consumidor e enviar uma mensagem atraente sobre o produto a publicitar. No entanto, o artista não pretendia focar a sensualidade da mulher, mas sim personificar modestamente a beleza como uma moralidade poética. Ao se influenciar pelo simbolismo *fin de siècle* e pela composição visual de artistas como Hans Makart, associa um simbolismo à figura feminina como portadora de um valor moral, filosófico ou espiritual (Porter, 2015). Acaba então muitas vezes por retratar a mulher, não como utilizadora do produto, mas como personificação do próprio produto, como por exemplo caracterizando flores na figura feminina no *packaging* da coleção de sabonetes "Savon Mucha" (anexo 5, 1906) da empresa Armour & Co. de Chicago. Muitas vezes, nas suas obras gráficas, a conotação associada à mulher é traduzida na própria utilização da mesma. Nos cartazes publicitários para Job Cigarette Papers (figura 21, 1896) e Lefèvre-Utile Champagne Biscuits (figura 22, 1898), utiliza a mulher para publicitar produtos comerciais tipicamente representativos da masculinidade. Ao colocá-la a fumar e a consumir álcool, respectivamente aos casos referidos anteriormente, Mucha não só demonstra os seus valores pessoais como também se relaciona com os movimentos sociais contemporâneos, sendo no caso a evolução do feminismo, tentando criar novamente uma conexão entre o público e o produto (Blattner, 2015).



Figura 21: Cartaz: "Job", 1896, Alphonse Mucha. Fonte:<http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/44>



Figura 22: Cartaz: "Lefèvre-Utile Champagne Biscuits", 1898, Alphonse Mucha. Fonte:<http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/41>

Ao utilizar nas suas composições elementos totalmente decorativos, desde molduras a motivos florais, defende que a arte como elemento de comunicação deve ser aplicada, não só para transmitir um valor moral como também, para adicionar valor artístico e decorativo aos elementos que nos rodeiam no cotidiano. Para além de ser influenciado pelo Movimento de Arte e Artesanato de William Morris, que enfatizava formas simples, artesanato tradicional e estilos folclóricos, Mucha cruza, também, referências visuais de movimentos diferentes, com a sua inspiração pela natureza e pelo folclore. Acaba por traduzir para o seu estilo gráfico elementos de diversos estilos, como pré-rafaelitas, neoclássicos, neogótico, entre outros, como por exemplo ao adaptar os mosaicos bizantinos para uma moldura decorativa do cartaz "*Job Cigarette Papers*" (1896). **Ao distanciar-se completamente das técnicas de produção desses movimentos, assume sempre a sua própria técnica ilustrativa** que por sua vez, é influenciada pela técnica de xilogravura japonesa, *Ukiyo-e*, baseando-se na sua composição assimétrica e contornos curvos e fortes (The National Art Center of Tokyo Website).

Ao longo do seu processo de ideação, demonstrava uma predisposição para experimentar, desafiando-se a adoptar novas perspectivas e técnicas. Para além do seu desejo de criar sobre diferentes suportes, Mucha procurava muitas vezes desconstruí-los ou adaptá-los para conseguir criar um melhor efeito visual. Ao criar o cartaz para a peça de teatro "*Gismonda*" (anexo 6, 1894) e, ao sentir-se confortável com diversas técnicas de litografia, decide afastar-se da composição habitual do cartaz publicitário, em que eram colocadas duas folhas verticais lado a lado, posicionando-as uma em cima da outra e criando assim uma figura longa. Produzia assim cartazes verticais com dois metros e dezesseis de altura, que por sua vez captavam a atenção dos espetadores devido ao tamanho, quase real, das figuras humanas representadas (Jahn, 2016). Com este processo, para além de demonstrar a sua capacidade de agilizar conhecimentos técnicos em função dum maior efeito visual, Mucha afirma a sua vertente de invenção artística. No entanto, mesmo com o uso de diversos materiais, técnicas e suportes, o seu estilo gráfico permanece intacto e completamente transversal a várias peças de design, evidenciando que, a estrutura distinta e extremamente complexa do mesmo, transpunha a visão criativa através de elementos que iam muito para além de características visuais como a paleta de cores e traço técnico.

APURAÇÃO

Apesar de motivado pelas capacidades decorativas do design publicitário, Alphonse Mucha distancia-se, ao longo dos anos, da sua produção com aplicabilidade comercial, acabando por se focar em projetos que fossem de encontro aos seus valores morais e emocionais, como no caso do seu envolvimento para com a criação da identidade visual da Checoslováquia (anexo 7), quando essa foi considerada nação independente em 1918 (The Art Story Contributors, 2012). Ao procurar adicionar conteúdo emocional significativo às suas obras e, apesar de o tentar fazer através do seu estilo gráfico, tem dificuldades em aceitar o valor do seu trabalho comercial e o

seu sucesso internacional associado à publicidade. Contudo, mostra-se consciente e satisfeito com as suas capacidades técnicas e criativas e com valor artístico das mesmas.

CONCLUSÃO

Avaliando o processo criativo de Alphonse Mucha no design publicitário, pode-se denotar a sua preocupação em relacionar as obras com os espectadores e público alvo, sendo este um dos maiores influenciadores da sua produção publicitária. Ao querer adicionar um valor emocional ao contexto comercial, adopta desde o início uma perspectiva artística sobre o *briefing*, focada essencialmente na tradução visual de um conceito emocional, moral ou filosófico.

Quando na fase de absorção, a própria recolha de referências, sejam estas fotográficas ou informacionais, é baseada na ligação emocional entre a composição visual e o espectador. Mucha procura, então, elementos contextuais que pudessem de alguma forma transmitir um plano conceitual através da comunicação comercial. No que toca ao material fotográfico, apesar da sua recolha ser normalmente feita sem um objetivo certo, o artista consegue criar um arquivo de referências visuais amplo, facilitando o processo de cada projeto.

No seu processo de ideação, Mucha continua a trabalhar a composição visual em função da mensagem, procurando adicionar conteúdo conceitual através de certos elementos visuais, como simbolismos e referências icónicas. Assim, consegue abordar, sublimemente e sem uma conotação direta, assuntos de interesse social ou de natureza empática, tentando então encontrar de novo um ponto de contacto entre a obra de comunicação publicitária e o público alvo.

No que toca à sua construção estilística e técnica, Mucha adopta o seu próprio registo gráfico sem referências ou influências técnicas. Mas é recorrente no seu trabalho a adaptação de certas referências e ideias de outros artistas e de certas vanguardas, sendo capaz de as adaptar e de as traduzir perante o seu próprio estilo. Com este processo, para além de demonstrar a sua capacidade de agilizar conhecimentos técnicos em função dum maior efeito visual, Mucha afirma a sua vertente de invenção artística. No entanto, mesmo com o uso de diversos materiais, técnicas e suportes, o seu estilo gráfico permanece intacto e completamente transversal a várias peças de design, evidenciando que, a estrutura distinta e extremamente complexa do mesmo, transpunha a visão criativa através de elementos que iam muito para além de características visuais como a paleta de cores e traço técnico.

4.4 GRUPO B

No presente grupo, serão apresentados os criativos que focam a sua produção na segunda metade do século XX. O trabalho de ambos é internacionalmente destacado perante a produção criativa de cada uma das áreas na época em questão. São então analisados: Francis Bacon (1909-1992), como pintor, e Sebastião Rodrigues (1860-1939) como *designer* com trabalho em publicidade e propaganda.

B.1 FRANCIS BACON

Caracterizado como uma dos maiores pintores figurativos e uma das mais importantes referências artísticas do séc. XX, Francis Bacon é reconhecido pela representação abstrata, expressiva e muitas vezes grotesca, da figura humana. Sendo extremamente influenciado pela Segunda Guerra Mundial, as suas obras conduzem o espectador a um estado emocional extremamente forte, levantando questões morais e filosóficas que ganham força com o desconforto visual das suas composições visuais. A sua produção é habitualmente associada a séries ou sequências, frequentemente em formato de díptico ou tríptico, focando-se num único tema durante períodos sustentados, como por exemplo "*Three Studies for Figures at the Base of a Crucifixion*" (1944). Das suas obras são contabilizadas 590 pinturas, excluindo diversas obras destruídas pelo próprio artista.

B.1.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Tendo crescido sobre as repercussões da Primeira Guerra Mundial no contexto social da classe média Irlandesa, Francis Bacon terá, desde criança, entrado em contacto com a sensibilidade emocional do ambiente que o envolvia. Ao ter sido criado na Inglaterra, para onde a sua família se transferiu com a eclosão da Segunda Guerra Mundial em 1914, o artista atravessa a maior parte da sua infância dentro de casa, sendo impedido de receber uma educação académica formal devido às suas crises de asma (Biography.com Editors, 2014).

Devido a conflitos familiares relacionados com a sua orientação sexual, sai de casa e viaja sozinho para Berlim e Paris com 17 anos, desenvolvendo o seu interesse pela expressão visual ao entrar em contacto com a vanguarda artística contemporânea e o seu meio social (Gale, 1997). Ao visitar várias galerias, absorve diversas influências que o levam a querer experienciar a produção criativa como forma de expressão emocional. Começa então a desenhar e a pintar, após visitar a exposição de Pablo Picasso na *Galerie Paul Rosenberg* (1927) Assume a necessidade de aprender de forma autodidata a criar, acabando por aderir a formações académicas gratuitas (Gale, 1997). Ao iniciar a sua produção sobre a influência de Picasso, adopta um carácter cubista, acabando por

adaptar gradualmente o seu estilo às restantes referências artísticas com as quais se identificava, como por exemplo o surrealismo (Biography.com Editors, 2014).

Retorna a Londres em 1928, onde trabalhou como designer de mobiliário e decoração de interiores, por sua vez influenciado pela *Art Deco* (Biography.com Editors, 2014). Esta curta carreira terá influenciado o artista experimentar a versatilidade do seu raciocínio criativo ao mesmo tempo em que adquire novas referências e influências que iam para além da pintura. Terá continuado com a produção artística, guiando-se essencialmente pela influência técnica de Roy de Maistre, Picasso e Jean Lurçat. Em 1934 terá também organizado a sua primeira exposição individual na cave da casa de um amigo, apelidando-a como "*Transition Gallery*" (Gale, 1997). No entanto, o fracasso da mesma resultará na destruição das obras pelo próprio artista como demonstração da sua revolta para com o insucesso da sua identidade artística). Embora sendo rejeitado na sua candidatura para "*International Surrealist Exhibition*" na *Herbert Read Gallery* (1936), participa, em 1937, numa exposição coletiva "*Young British Painters*" na *Agnew and Sons* (The Estate of Francis Bacon Official Website).

Com a aproximação da guerra, em 1939, é dispensado do serviço militar devido aos seus problemas de saúde. Vai para Hampshire em 1941 com o intuito investir na sua aprendizagem e prática artística, entrando em contato com artistas como Lucian Freud e Graham Sutherland, com quem desenvolve relações próximas (Gale, 1997). Terá sido neste período de extrema fertilidade criativa e de troca de conhecimentos artísticos, que Bacon desenvolve as obras que mais tarde caracteriza como início da sua carreira, criando, por exemplo, "*Three Studies for Figures at the Base of a Crucifixion*" (1944), obra que terá impulsionado o seu sucesso na vanguarda artística quando exposta na *Lefevre Gallery* em 1945 (The Estate of Francis Bacon Official Website). Torna-se então uma figura central do meio artístico no *Soho* pós-guerra, respondendo com as suas obras às questões emocionais levantadas pelo ambiente social que o envolvia, acabando por aderir, assim, ao grupo da vanguarda artística (Gale, 1997). Alcançando um período de sucesso no início da década de 1950, realiza a sua primeira exposição individual pós-Segunda Guerra Mundial na *Hanover Gallery* em 1951. A sua reputação internacional terá sido confirmada, em 1963, com uma retrospectiva do seu trabalho no Museu Solomon R. Guggenheim, em Nova York, tendo sido também premiado com o *Carnegie Institute Award* (1967), que recusou, e com o *Prémio Rubens* que, por sua vez, terá doado às restaurações dos danos causados pela inundação de Florença (Gale, 1997).

As suas obras v o adquirindo, gradualmente, uma conotação mais opressiva, vindo a ser emocionalmente influenciado pela morte do seu amante, George Dyer, que terá cometido suicídio na véspera da grande exposição de Bacon no *Grand Palais* em Paris em 1971 (The Art Story Contributors, 2010). Na mesma década,   medida que as dimensões artísticas do seu trabalho evoluem, as exposições internacionais tornam-se mais recorrentes, expondo em Marselha (1976), México e Caracas (1977), Madrid e Barcelona (1978) e Tóquio (1983), sendo

referenciado como o maior pintor britânico desde J.M.W. Turner (Gale, 1997). Ao ser hospitalizado com pneumonia exacerbada pela asma numa das suas visitas a Madrid, Francis Bacon acaba por falecer a 28 de abril de 1992 (The Estate of Francis Bacon Official Website).

CONCLUSÃO

Após a análise do percurso de vida e da carreira artística de Francis Bacon, são notáveis certas particularidades concisas que o definem como génio criativo e que demonstram a sua envolvimento para com o raciocínio artístico. Bacon assume a produção artística como uma necessidade pessoal de expressão visual, integrando-se nessa área de forma autodidata, sem quaisquer bases educacionais artísticas e sem influências diretas. É inspirado a iniciar a sua produção apenas enquanto jovem adulto, influenciado por referências visuais artísticas e pelo meio social em que se envolveu. No entanto, apesar da perspectiva autodidata, o artista procura manter uma aprendizagem metódica e quase académica. A sua autodisciplina artística terá sido, no entanto, focada em técnicas e estilos específicos, permitindo assim ao artista uma seleção cuidada dos valores artísticos com os quais se identificava. Apesar de, assim, não desenvolver um conhecimento artístico abrangente, tendo em conta as dimensões académicas da arte, Bacon acaba por desenvolver ao máximo, em termos técnicos e conceptuais, as características artísticas a que se propõe estudar, criando assim um espectro de conhecimento criativo extremamente focado e apurado perante os seus valores artísticos. Apesar de assumir perspectivas divergentes, quer com a sua técnica como algumas das suas temáticas, acaba por tentar responder, com as suas obras, às questões levantadas pela vanguarda artística de modo a que a sua integridade como artista seja aceite pelo mesmo meio.

B.1.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao analisar a motivação de Francis Bacon para com a produção das suas obras é possível notar a sua necessidade de exteriorização emocional através de um plano visual. **Apesar do seu estilo artístico viver essencialmente de um processo prático e técnico espontâneos, as suas obras nascem como veículo de comunicação emocional, esforçando-se para captar sensações e sentimentos crus**, tal como explica, numa entrevista a Michael Kimmelman, com “Eu quero criar imagens que são uma abreviação de sensação” (Kimmelman, 1989). Sendo extremamente influenciado pelo ambiente social do pós-guerra, demonstra o desejo de revelar as emoções difíceis que eram habitualmente retraídas pela sociedade, afirmando, com as suas obras, a dor e a paixão como parte inerente da natureza do ser humano. Francis Bacon explica esse processo de motivação emocional ao admitir a Sam Hunter “...que um dos seus objetivos é enfrentar o desafio da era violenta re-vivendo de forma moderna e significativa o grito humano primitivo e restaurar à comunidade uma sensação de purgação e libertação emocional” (“Francis Bacon: The Anatomy of Horror”, Magazine of Art 5, Janeiro, 1952). Ao centrar-se sobre a sua perspectiva pessoal sobre a realidade ou sobre um determinado conceito ou tema, o artista tende também a visitar o conceito



Figura 23: Fotografia: "Francis Bacon's 7 Reece Mews Studio", 1998, Perry Ogden. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/studio>

Bacon trabalhava, também, o seu *atelier* como fonte de motivação para a própria produção artística, rodeando-se propositadamente por um ambiente desordenado repleto de referências visuais. **A atmosfera caótica, e por sua vez artística, fornecia-lhe o impulso de procurar a ordem através das suas obras, encontrando nos seus elementos inspirativos, espalhados pelo atelier, a própria vontade de produzir** (Anderson, 2009).

ABSORÇÃO

Tal como referido anteriormente na fase de contextualização, Francis Bacon, ao trabalhar essencialmente a partir de imagens ao invés de modelos reais, cercava-se de referências visuais e de materiais inspirativos. Para além de ser importante para o artista manter essa envolvência como estímulo artístico, eram essas mesmas referências que, ao serem escolhidas seletivamente no processo de ideação, viriam a construir as bases para o seu processo criativo. Ao manter um arquivo composto por fotografias, livros, recortes de jornais e outros materiais, que por sua vez se encontravam rasgados e manchados de tinta (por estarem espalhados pelo seu *atelier*), consegue criar um ambiente em que as suas referências já estavam, de certa forma, posicionadas numa perspetiva criativa (Anderson, 2009).

Contudo, essas referências, quando

de obras de outros artistas, transportando os objetivos representativos dos mesmos para o seu próprio trabalho. Em algumas das suas obras, como a série de pinturas apelidada de "Screaming Popes", o artista desenvolve a sua própria reinterpretação da temática representada por outros artistas, sendo a inspiração do caso referido a obra "Pope Innocent X" de Velázquez (1650).



Figura 24: Exemplo de Recorte manipulado por Francis Bacon: "Fragments from two separate plates (D-6 and D-9), Jacques Penry, 'How to judge Character from face'", 1952, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/studio/7-reece-mews/penry-character>

adquiridas individualmente pelo artista e transportadas para o seu *atelier*, não são selecionadas como estímulo direto para uma obra ou ideia específica, servindo apenas como inspiração visual para o seu futuro processo criativo. **O plano de informação visual que servirá de apoio ao processo criativo de Bacon só é criado quando o artista procura relacionar as referências entre si de modo a justificar as emoções que pretende retratar.** Esse processo de conexão entre a emoção pessoal do artista e as referências visuais pode ser justificado com a obra “Two Figures” (figura 25, 1953), um dos exemplos em que o artista usa referências, de Eadweard Muybridge (figura 26), para retratar a sua relação amorosa com Peter Lacey.

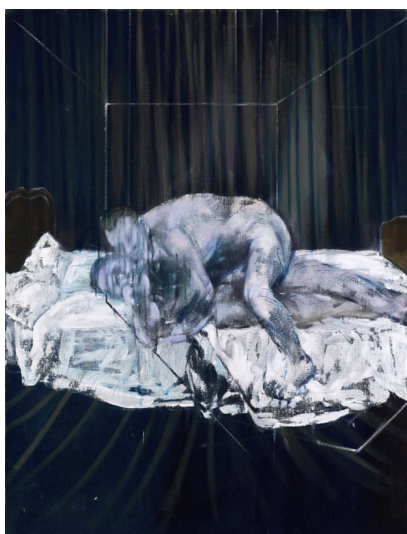


Figura 25: Pintura a Óleo: “Two Figures”, 1953, Francis Bacon. Fonte: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2019/jul/05/francis-bacon-two-figures-1953>



Figura 26: Recorte manipulado por Francis Bacon: “Leaf from Book, Eadweard Muybridge, The Human Figure in Motion”, 1953, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/studio/7-reece-mews/muybridge-wrestlers>

IDEAÇÃO

Apesar de prosperar em ambientes sociais e didáticos, aceitando-o como processo de incubação, Francis Bacon assumia a solidão como parte essencial do seu processo criativo (Gotthardt, 2018). **A produção contínua e a isolamento permitiam que mantivesse um raciocínio criativo próspero e de constante envolvimento para com o ambiente artístico. Bacon, ao valorizar o seu tempo sozinho, permitia que as suas emoções pessoais se infiltrassem no processo de ideação, canalizando-as através da pintura.** O artista defende, numa entrevista a David Sylvester, que “... se estiver sozinho, posso permitir que a pintura me dite (...) Essa é a razão pela qual eu gosto de ficar sozinho - com o meu próprio desespero de poder fazer qualquer coisa na tela” (David Sylvester, Entrevistas com Francis Bacon, 2013).

Sendo que as suas obras centram-se, essencialmente, na representação visual de um conceito emocional, Francis Bacon, tal como é referido anteriormente na fase de absorção,



Figura 27: Pintura a Óleo: "Study after Velázquez's Portrait of Pope Innocent X", 1953, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/news/iconic-study-after-velazquez-portrait-pope-innocent-x-1953-display>

procura nas suas referências elementos que pudessem transpor o plano abstrato para o plano figurativo, ou seja, que fossem capazes de traduzir visualmente um plano emocional. Assim, para além de servirem como orientação figurativa para a própria produção, essas referências viriam, conjuntamente a cooperar com o processo de ideação e de construção ideológica da própria obra. Um dos exemplos em que Bacon usa referências para construção da própria ideia, será na obra "Study after Velázquez's Portrait of Pope Innocent X" (1953) em que adquire uma imagem do filme "Battleship Potemkin" (1925) de Sergei Eisenstein como inspiração para o grito da figura, afirmando essa mesma referência como a representação ideal da dor humana (Kimmelman, 1989). Ao recolher o material selecionado, este era quantas vezes rasgado, dobrado ou alterado de alguma forma, e depois colocado ao lado do cavalete de Bacon até a finalização da obra (Cedric, 2014). A abstração criada pelas alterações a essas imagens serviria

como inspiração para o seu raciocínio criativo e viria, várias vezes, a facultar o processo de ideação, não só para o conceito, mas como para a própria composição visual.



Figura 28: Frame do Filme: "Battleship Potemkin", 1925, Sergei Eisenstein. Fonte: <https://www.theguardian.com/film/2010/oct/20/battleship-potemkin-eisenstein-arthouse>



Figura 29: Recorte manipulado por Francis Bacon: "'Screaming Woman' from Battleship Potemkin", Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/art/influence-inspiration/influence/sergei-eisenstein>

Bacon tendia a valorizar o “acidente” como ferramenta essencial do seu processo criativo, acabando por assumir a expressividade incontável como um próprio conceito. Encorajava esses acidentes ao realizar o primeiro, e único, esboço diretamente na tela, sem a aplicação prévia de um primário, sendo que assim “...uma pincelada desobediente não pode ser facilmente disfarçada” (Kimmelman, 1989). **O artista acreditava que, ao abraçar a espontaneidade e ao aceitar os “acidentes” como aspectos integrais da composição, iria alcançar a verdadeira sinceridade emocional. Obrigava-se, assim, a trabalhar sobre elementos imperfeitos, acabando muitas vezes por deixar que a própria experimentação aleatória construísse a figura.** Bacon explica esse processo ao descrever o imaginário inesperado que surgiu ao criar uma das suas pinturas de talhos, em que “...estava a tentar fazer um pássaro a pousar num campo... mas de repente as linhas que eu desenhei sugeriam algo totalmente diferente e foi dessa sugestão que surgiu essa imagem”, complementando que “sugeria uma abertura para outra área de sentimento” (David Sylvester, Entrevistas com Francis Bacon, 2013). **Este processo mantém presente a ideação na produção, utilizando a própria como inspiração e método de raciocínio criativo, sendo que a ideia integrante de cada obra só é alcançada durante o desenvolvimento da mesma.**



Figura 30: Pintura a Óleo: “*Paralytic Child Walking On All Four (from Muybridge)*”, 1961, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/paintings/paralytic-child-walking-all-fours-muybridge>

Ao procurar representar a verdadeira natureza humana na sua plenitude emocional e instintiva, Francis Bacon tende a representar a figura humana como animal e, por sua vez, um ser violento, como por exemplo em “*Paralytic Child Walking On All Four (from Muybridge)*” (figura 30, 1961), em que, apesar de retratar um assunto que pode provocar sentimentos de ternura, acaba por evocar um sentimento de medo, provocado pela figura angustiante e visualmente agressiva (Gowing; Hunter, 1989). Grande parte das suas obras remetem a essa representação bestial do ser humano, acabando por manipular a própria forma anatómica da figura de modo a sugerir dor, paixão, ou outras emoções, por exemplo como em “*The Study for Crouching Nude*” (anexo 8, 1952), o “*Hirshhorn Triptych*” de (anexo 9, 1967) e os corpos sem cabeça de de “*Diptych: Study from the Human Body*” (figura 31, 1982-84). Bacon acreditava, então, que a distorção de figuras e imagens legíveis poderia revelar emoções de uma forma que seria impossível

através da representação realista, explicando numa entrevista que "... quer que uma coisa seja tão factual quanto possível e, ao mesmo tempo, profundamente sugestiva - ou profundamente reveladora de áreas de sensação - além de uma simples ilustração do objeto que se propõe a fazer" (David Sylvester, Entrevistas com Francis Bacon, 2013).

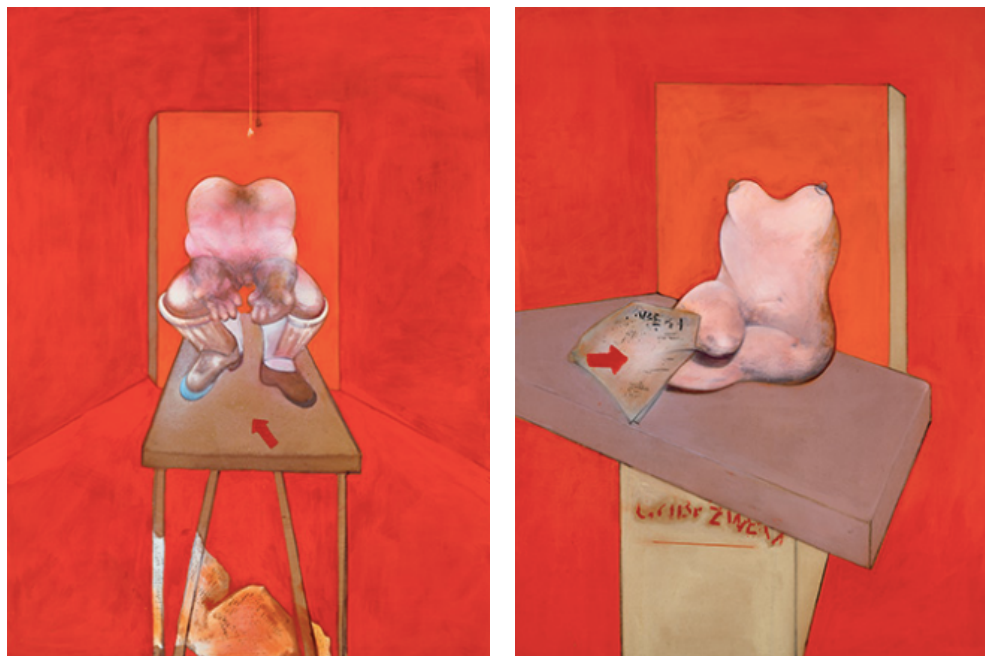


Figura 31: Díptico de Pintura a Óleo: "Diptych: Study from the Human Body", 1982-1984, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/paintings/diptych-1982-84-study-human-body-1982-84-study-human-body-drawing-ingres-1982>

Apesar de trabalhar a figura nessa perspectiva violenta, Bacon consegue construir uma composição gráfica equilibrada que por sua vez apela à harmonia visual. A sua composição visual apresenta habitualmente fundos de cor plana, sem contextos espaciais específicos ou enquadrando muitas vezes as figuras em molduras ou "gaiolas" geométricas que, para além de enaltecer o conceito de aprisionamento emocional, proporcionam à obra uma profundidade tridimensional vaga. Esse contraste entre o conceito e a composição visual é feito deliberadamente como reflexo da procura de ordem no caos artístico e emocional, mostrando assim a necessidade de Bacon em representar o desconforto como reconfortante.

APURAÇÃO

Era de extrema importância, para Francis Bacon a sua própria aceitação sobre as obras que produzia, fazendo sempre uma análise detalhada do produto final. **Ao ser extremamente crítico para com o seu trabalho e ao procurar representar visualmente as suas emoções da melhor forma possível, o artista tendia a retrabalhar sobre as obras até alcançar o produto idealizado.** Quando insatisfeito com os resultados, mesmo que retrabalhados, Bacon destruía as suas obras, mantendo no seu acervo, apenas as obras que considerava finalizadas e que

respondiam aos seus objetivos artísticos e conceituais, mostrando assim, a sua dificuldade em aceitar o valor das suas obras (Vídeo: "Lost Art | I Destroyed a Bacon Masterpiece", 2015).

Bacon tendia também a revisitar as mesmas temáticas, apresentando várias obras, muitas vezes realizadas em espaços de tempo diferentes, que viriam a abordar os mesmos objetivos de representação. **Todavia, essa abordagem recorrente não é exercida como insatisfação para com as primeiras versões, mas sim como desejo de continuar a explorar as possibilidades artísticas de um cenário, figura ou conceito**, como por exemplo a série de pinturas, referidas anteriormente, apelidadas de "Screaming Popes". Este processo de repetição temática acaba por afirmar o raciocínio criativo de Francis Bacon como um processo constante de aprendizagem cíclico, criando um processo criativo que aglomera um variado conjunto de resultados que por sua vez não podem ser analisados e categorizados como produtos criativos individuais

CONCLUSÃO

Ao analisar o processo criativo de Francis Bacon, poder-se-á compreender o seu impulso à produção como uma necessidade pessoal de exteriorização emocional. No entanto, essa abordagem ao plano emocional não é feita de uma perspetiva totalmente pessoal, aproximando-se essencialmente do ambiente social que o envolvia. Assim, procura ir de encontro ao ambiente emocional vivido pela sociedade, retratando temáticas emocionais extremamente complexas, do meio que o envolvia através da sua perspetiva pessoal. Essa referência emocional é, no entanto, extremamente focada sobre emoções negativas e de conteúdo controverso, tentando explorar perspetivas pouco referenciadas, até então, na arte.

O *atelier* de Francis Bacon tomava, também, parte importante no raciocínio criativo do artista desde o início do processo, sendo que o próprio espaço caótico ia de encontro ao ambiente que pretendia transmitir nas suas obras. Assim, conseguiria posicionar-se num plano emocional de caos, emoção visível em todo o seu portfólio artístico. As próprias referências fotográficas, ao estarem espalhadas aleatoriamente pelo seu *atelier* e, de certa forma, danificadas, favoreciam essa vertente de caos visual, auxiliando o artista no seu processo de ideação.

No processo de produção, apesar de ter como base referências gráficas figurativas e conceitos ideológicos predefinidos, Bacon assume a experimentação e espontaneidade como ferramentas essenciais da sua técnica. Para o artista, ao aceitar o "acidente" técnico como parte integrante do seu estilo artístico, consegue aceder a um plano emocional extenso que seria impossível de alcançar através de uma técnica estruturada. Essa espontaneidade poderá também alterar o rumo do seu processo de ideação numa fase já avançada, mas o percurso percorrido até então, não é inútil ou desvalorizado, sendo que, para Bacon, esse trajeto de ideação torna o processo criativo ainda mais rico. Assim, o processo de ideação do artista evoluiu essencialmente após o início da produção artística.

Apesar da espontaneidade da sua técnica artística, pode-se notar, através da análise das suas obras e do seu processo criativo, influências artísticas técnicas e pictóricas. Porém, mantém como cunho pessoal o tratamento da temática, como por exemplo ao reproduzir obras de outros artistas em que, para além de assumir a sua técnica pessoal sem se distanciar totalmente da figura retratada, assume uma conotação ideológica e pessoal completamente divergente do que seria a perspectiva do artista da obra original.

A validação pessoal das suas obras acompanha também o mesmo raciocínio emocional, baseando-se essencialmente na aprovação das suas obras como ferramentas de comunicação emocional. Bacon continua, assim, a demonstrar a importância do plano emocional na sua produção artística, sendo que, sem este, o artista não atribui o valor artístico devido às suas obras.

B.2 SEBASTIÃO RODRIGUES

Sendo considerado o pai do design gráfico português, Sebastião Rodrigues é considerado uma referência internacional do design gráfico na segunda metade do século XX. O seu estilo gráfico terá, então, marcado o design português durante o regime ditatorial e a dissolução do mesmo, acompanhando o desenvolvimento cultural, emocional e político do que era a sociedade na época, ganhando uma força gráfica que respondia às necessidades do povo. Terá sido também o primeiro português, e único até à data, distinguido com o *Award of Excellence* do *International Council of Graphic Design Associations* (1991).

B.2.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Apesar de ter tido uma formação académica baseada sobre a serralharia mecânica, na Escola Industrial Marquês de Pombal em 1940-41, Sebastião Rodrigues demonstrou desde cedo um interesse pelo grafismo, desenvolvendo uma relação próxima com os seus professores de desenho, por sua vez com uma vasta experiência no campo do ensino das artes, como por exemplo Frederico George e Ayres de Carvalho (Bom, 2018). Porém, em 1943, terá sido forçado a abandonar a sua formação académica devido a questões financeiras, acabando por se empregar como administrativo numa empresa de eletrodomésticos e posteriormente, embora esporadicamente, no jornal "A Voz" (Bom, 2018). Terá sido no contexto do jornal que consistiu a sua primeira prestação gráfica e, por sua vez, onde terá entrado em contacto com a versatilidade tipográfica e as suas possibilidades aplicativas, factores que o vieram a inspirar o seu perfil criativo emergente.

Ao procurar seguir o processo de aprendizagem dos profissionais da área, Sebastião Rodrigues terá começado a trabalhar diretamente com a produção gráfica na Agência de Publicidade Artística, em 1945, onde trabalhou como assistente de Alberto Cardoso, diretor da agência (Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016). Terá sido neste período em que, no âmbito laboral, terá entrado em contacto com vários profissionais da produção gráfica, como por exemplo Fred Kradolfer, Eduardo Anahory e Bernardo Marques. Ao estar então, inserido no contexto diário de produção gráfica contemporânea e no círculo social e profissional do mesmo, Sebastião Rodrigues desenvolve as suas capacidades técnicas e conceptuais sobre essas referências que o permitiam manter uma aprendizagem focada sobre a comunicação moderna e contemporânea. No entanto, terá sido no atelier de Manuel Rodrigues, em 1948, que terá iniciado a sua produção criativa, desenhando cartazes, folhetos e outros materiais, para o Secretariado Nacional da Informação. Começa assim a realizar, individualmente, projetos que o vieram a afirmar a sua integridade como artista gráfico independente e independente (Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016).

Com internacionalização da produção gráfica portuguesa em crescente ascensão após a Exposição do Mundo Português em 1940, até à altura suprimida pelo Estado Português, Sebastião Rodrigues inicia a colaboração com diversas campanhas internacionais, sendo considerado o primeiro reconhecimento internacional de Sebastião Rodrigues em 1952, quando este ganha o Diploma de Honra no concurso para o cartaz das Olimpíadas de Helsínquia (Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016). Começa então a lidar com diversos projetos internacionais que vieram a vincular a sua integridade artística, como por exemplo, o quarto centenário da Fundação de São Paulo (1954), o Congresso das Capitais em Roma (1956) e a Exposição Universal de Bruxelas (1958). Esse alargamento das suas relações culturais e pessoais terá se refletido no apuramento da sua crescente criatividade, fornecendo ao autor uma sustentação cultural rica em conhecimento que por sua vez iria contribuir para um raciocínio dinâmico. Terá sido também neste período fértil que foram iniciados vários projetos dinâmicos, nos quais procura abordar novas técnicas, estilos e conceitos, realizando trabalhos para diversas editoras portuguesas, para o Banco de Fomento Nacional e a montagem da exposição “Bernardo Marques”.

A partir da década de 60, Sebastião Rodrigues inicia uma parceria com a Fundação Calouste Gulbenkian, para quem desenvolve a linha gráfica, incluindo cartazes, desdobráveis, livros, catálogos e outros elementos de comunicação. Com uma bolsa da mesma fundação, realiza uma viagem de pesquisa por material gráfico pelo norte de Portugal, centrando-se essencialmente na procura por elementos de raiz popular que pudessem vir a constituir a matéria prima dos seus trabalhos (Fundação Calouste Gulbenkian, 1995). Sebastião Rodrigues ao adotar o hábito de realizar viagens de pesquisa, acaba por adquirir um profundo conhecimento das raízes da cultura popular portuguesa, africana, brasileira. Essa procura por material de raiz popular, para além de demonstrar uma postura de eterna aprendizagem e de busca pelo conhecimento gráfico, posicionava também o artista numa perspectiva divergente, mostrando-se distante do que eram as tendências da produção gráfica contemporânea.

Terá continuado a produzir até 1989, tendo sido premiado diversas vezes até então, incluindo o "Award of Excellence" pelo *International Council of Graphic Design Associations*, em 1991 e a Medalha de "Grande Oficial" da Ordem de Mérito, atribuída pelo Presidente da República, em 1995. Terá também, ao longo da sua vida, integrado diversas exposições, individuais e coletivas, em Portugal e no estrangeiro, podendo destacar-se a exposição Bianco e Nero, Lugano (1958) e I e II Exposições de Artes Plásticas da Fundação Calouste Gulbenkian (1957, 1961). Abandona a produção por motivos de doença, vindo a falecer em 1997 (Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016).

CONCLUSÃO

Após uma análise retrospectiva sobre o percurso de vida de Sebastião Rodrigues é possível distinguir-se certas particularidades do seu perfil como génio criativo, como a sua envolvimento para com os projetos assumidos e a constante procura por inspiração e referências, que por sua vez se vem refletir na sua necessidade por uma aprendizagem constante. Ao basear as suas bases criativas sobre uma aprendizagem quase autodidata, no sentido em que a sua iniciação académica e laboral terá sido extremamente focada no contexto em que era inserido, o artista consegue afirmar a sua integridade técnica e criativa ao manter uma persistência para com a aprendizagem e o sustento cultural, criando um espectro alargado de conhecimento gráfico enquanto desenvolvia as suas capacidades técnicas. Essa superfície subconsciente extremamente rica em conhecimento terá resultado então na transversalidade e adaptabilidade da sua linguagem gráfica, trabalhando sempre o conceito da mensagem a ser transmitida e a relação do produto gráfico com o público alvo, e conseguindo assim usar diferentes técnicas, métodos e estilos de modo a trabalhar a imagem como elemento de comunicação gráfico.

B.2.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao trabalhar as suas obras gráficas como ferramentas de comunicação, Sebastião Rodrigues reconhece, como necessidade, um entendimento íntegro de todas as informações inerentes ao *briefing* e por sua vez, uma planificação detalhada do mesmo. Assume como questões de foco, não só os elementos informativos impostos pelo projeto de comunicação, mas também elementos inerentes ao próprio produto que pudessem ser traduzidos de alguma forma gráfica. Numa entrevista à RTP em 1966, Rodrigues descreve esse processo afirmando que "O ponto de partida do meu trabalho é sempre a comunicação. Por exemplo, para um cartaz ou exposição, dão-me determinados elementos e eu tenho que organizar esses elementos em determinado espaço e comunicar às pessoas as ideias que me foram transmitidas, da forma mais clara... e eu creio que, da forma mais simples, interpretando, à minha maneira, essas informações que me foram dadas, filtrando essas informações e

transformando-as numa comunicação gráfica. (...) Dentro disto há muita interpretação pessoal, sempre... (...) Aí entra o que chamo o jogo, que é o hino às artes.” Através dessa perspectiva, adota, como objetivos iniciais, a flexibilização da informação através de um plano visual, procurando, desde o início, elementos chave no próprio *briefing* que possam ser traduzidos numa representação gráfica.

ABSORÇÃO

Seguindo a sua necessidade pessoal de traduzir a informação numa representação gráfica, Sebastião Rodrigues começava logo a esboçar as primeiras ideias nas reuniões de introdução ao *briefing* (Bom, 2018). No entanto, estes estudos serviriam apenas, como tradução gráfica da informação recebida, agindo como forma de absorção do próprio *briefing*. Estes registos viriam a tornar-se uma referência de extrema importância para o processo de ideação tendo em conta que estes já constituíam uma tradução da informação absorvida perante a visão criativa do artista. **Conseguia então, desde o processo de absorção, aplicar alguma ideação gráfica que, apesar de habitualmente distanciar-se da composição visual final, ia de encontro à sua interpretação criativa pessoal.**

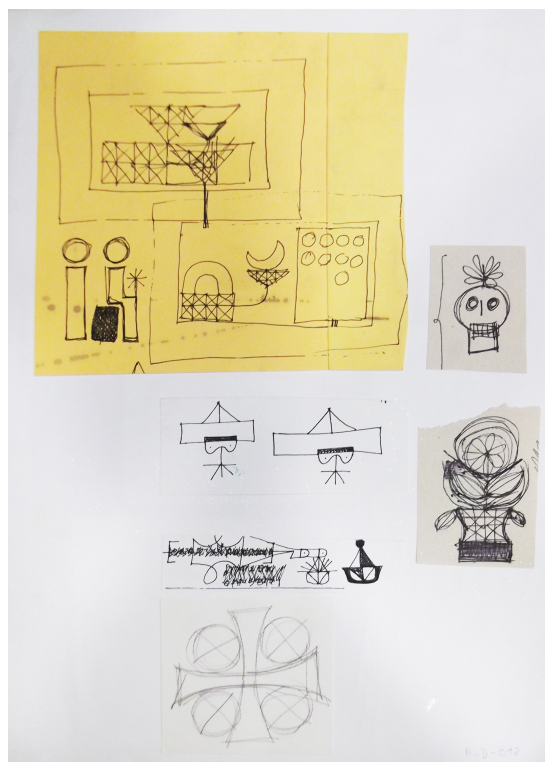


Figura 32: Esboços para Cartaz: “Verde Gaio”, 1971, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

Sebastião Rodrigues realizava também uma investigação pessoal, focando-se nos fatos omitidos e, muitas vezes desvalorizados na planificação do projeto. Fazia, assim, uma análise centrada no tema ou produto, de modo a formar a sua própria interpretação do mesmo. A sua necessidade por compreender o assunto na sua plenitude é exemplificada, como referido por várias testemunhas, com o facto de que Sebastião Rodrigues ter de ler um livro na sua totalidade antes de desenhar a capa do mesmo, aplicando-se a outros materiais de design, como de design publicitário e de propaganda (Bom, 2018). Para o artista, a compreensão do seu conteúdo seria de extrema importância para que existisse uma forma gráfica capaz de o traduzir da forma mais acurada.

Será importante referir também, como ferramenta de absorção de Sebastião Rodrigues, a constante procura e recolha de elementos gráficos, referências visuais e materiais inspirativos, destacando-se as de cariz popular, folclórico, simbólico, etnográfico e arqueológico (Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016). Realizava várias viagens totalmente dedicadas à análise e procura de referências, demonstrando também a sua necessidade por inspiração. A selecção dessas referências é maioritariamente feita sem finalidade direta para uma obra ou projeto específico, servindo apenas como material gráfico inspirativo que, ao ser trabalhado seletivamente no processo de ideação, poderiam vir a constituir as bases para do processo criativo de Sebastião Rodrigues². No entanto, em certos casos, a sua recolha de elementos gráficos, poderá ter sido focada sobre temas recorrentes no seu trabalho, como por exemplo em campanhas de turismo, em que poderia basear-se em referências tradicionais da cultura portuguesa, e como para o folheto publicitário da exposição “O Século XIX” da Fundação Calouste Gulbenkian (figura 34, 1978).

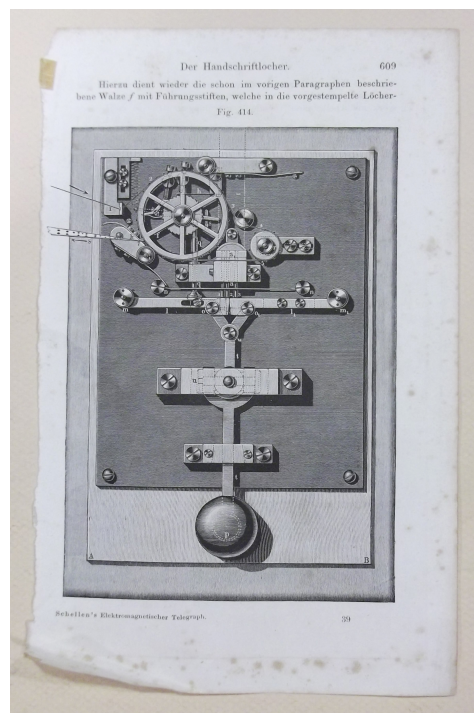


Figura 33: Referência de Sebastião Rodrigues, 1978, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

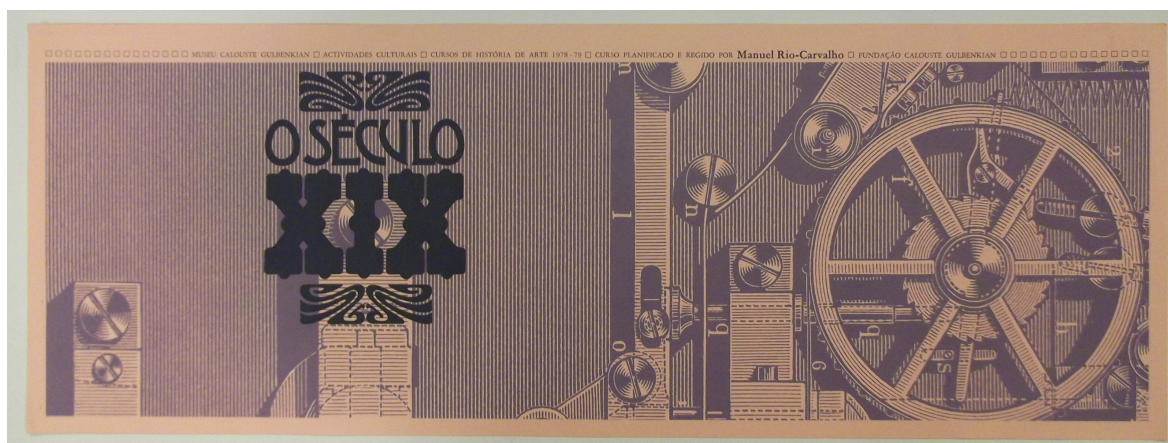


Figura 34: Folheto Publicitário: “O Século XIX”, 1978, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

² Sebastião Rodrigues desenvolve sobre a importância dessas referências ao afirmar que “(...) já há muitos anos que utilizo no meu trabalho formas de origem popular que vou recolhendo em museus de cidades, vilas... e em geral em feiras, pelo país. Formas essas que vou guardando. Folhas soltas, sebatas... e mais tarde quando tenho necessidade consulto-a e muitas vezes serve para o meu trabalho. E acho muito útil o tempo que às vezes perco pelo país, em viagem, visitando feiras, conhecendo pessoas, falando com artistas populares, oleiros, bonequeiros, cesteiros, etc. Têm servido muito ao meu trabalho esses contatos que eu tenho mantido ao longo dos anos com essas pessoas.” (Fundação Calouste Gulbenkian, 1995)

IDEAÇÃO

Seguindo-se à fase de absorção, era necessário para Rodrigues manter a experimentação como ferramenta de ajuda à obtenção de soluções. Ao manter o hábito de esboçar e anotar ideias, conseguia planificar o seu processo de ideação de modo a ter referências visuais que apoiassem a idealização da obra final. Assume, então, a sua necessidade de manter o desenho como forma de ideação e tradução da informação através da sua visão criativa ao afirmar que “Vai para quarenta anos que quase diariamente, talvez por ativismo, administro, organizo e desenho com a maior parcimônia, os mais diversos símbolos para os dispor, da melhor maneira que sei, em variadíssimos espaços. Além da parcimônia também utilizo a alegria, um certo olhar, o jogo e sempre o espírito de serviço tentando que a comunicação, (que de comunicação se trata), tenha a mais limpa emissão e a mais clara recepção” (in *Falando do Ofício*, sociedade Tipográfica, Lisbon, 1989). **Sebastião Rodrigues consegue assim construir a partir do desenho um leque variado de possibilidades representativas que poderiam ou não ser utilizadas, no entanto acabariam sempre por induzir o artista a um fio condutor do seu raciocínio criativo. Ao conjugar esses esboços com o seu arquivo de elementos gráficos inspirativos, adquiridos como processo de absorção, viria então a constituir as suas bases gráficas para a produção criativa dos seus objetos de comunicação.** Sebastião Rodrigues, ao defender o arquivo de todos os esboços que produzisse, mantinha uma diversidade de desenhos que poderiam vir a constituir a matéria prima de um objecto gráfico, afirmando que “(...) qualquer pequeno esboço que se faça (...) deve guardar-se sempre. Porque às tantas não gosta, mas passado um ano vai ver por aqui e um tipo recupera. Isto são as minhas fichas de trabalho, pequenos esboços. E é assim, a pessoa começa por fazer uma coisinha e depois vai por aí fora. Às vezes guarda isto e deixa estar assim uns dias a amadurecer, e depois ou sai ou não sai”(Baltazar; Bártolo; Rosa, 2016).



Figura 35: Esboços para Cartaz: “*Pintura Portuguesa de Hoy*”, 1973, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

Neste processo construtivo de Sebastião Rodrigues, existe também, na generalidade, uma depuração das formas e a uma geometrização dos elementos. Em diversos casos, é possível acompanhar, através dos esboços, a transformação de um elemento figurativo para um plano simplificado, mais adequado à reprodução e interpretação gráfica, mas ainda assim contendo todos os elementos essenciais à expressividade representativa. Um dos exemplos da utilização do esboço como apoio à construção ideológica e gráfica da obra, atravessando por várias fases de ideação, são os estudos para o cartaz publicitário da exposição “*Pintura Portuguesa*

de Hoy" (figura 38, 1973). Através da análise deste exemplo, é notável o raciocínio criativo linear de Sebastião Rodrigues, sendo possível acompanhar a evolução da forma figurativa desde a sua origem até à sua materialização. Dos esboços iniciais, apesar de distantes da peça concluída, é possível verificar um registo gráfico e uma geometrização similares ao que seria o resultado final. No entanto, é possível constatar, igualmente, um processo inicial em que Rodrigues idealiza várias possibilidades, vindo a afunilar o seu raciocínio até conseguir alcançar a ideia conclusiva (figura 35 a 37).

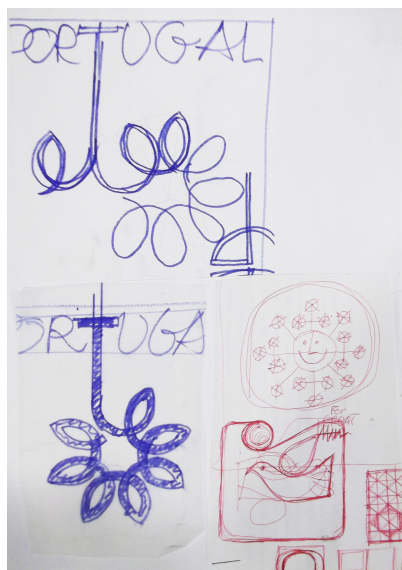


Figura 36: Esboços para Cartaz: "Pintura Portuguesa de Hoy", 1973, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian



Figura 37: Propostas para Cartaz: "Pintura Portuguesa de Hoy", 1973, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

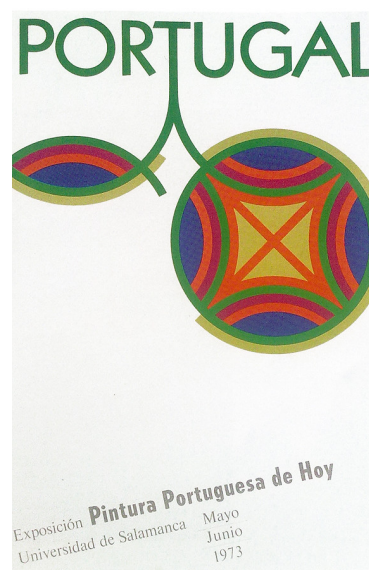


Figura 38: Cartaz: "Pintura Portuguesa de Hoy", 1973, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

Para além de partir essencialmente do desenho, o seu processo de ideação entrava também, muitas vezes, em contacto com outras formas de representação visual como a fotografia, pintura, colagem, assim como diversas opções formais, como o abstrato e figurativo. Ao basear-se sobre essas diversas ferramentas da representação gráfica, utiliza a conexão entre as mesmas para alcançar o teor comunicacional que pretendia transmitir. **A conexão entre diferentes possibilidades técnicas, e as suas respetivas interpretações conceituais como meios de representação artística, poderiam para o artista, criar novos conceitos ideológicos que se sobrepunham à própria informação.** De novo, torna-se importante a experimentação gráfica no processo criativo de Sebastião Rodrigues tendo em conta as diversas possibilidades interpretativos que um conceito visual geraria. Alguns dos exemplos da sua versatilidade técnica e experimental podem ser verificados no cartaz para a exposição temporária "Mosteiro da Batalha e a Arquitectura em Portugal no Séc. XV" (anexo 10, 1983) em que usa fotografia em simultâneo com a ilustração, e na exposição "para uma 'visão' táctil" (figura 39, 1973) em que utiliza o alto relevo de modo a relacionar-se com o tema da exposição em questão.

Sebastião Rodrigues utilizava também a informação em função da composição visual, aplicando-a de forma discriminativa e envolvendo a tipografia como ferramenta gráfica. Trabalha então a mancha tipográfica como parte integrante da forma visual, interpretando-a muitas vezes como uma figura distante da informação. Apesar de nunca ter desenhado uma fonte tipográfica completa, Sebastião tendia a trabalhar o texto através do desenho, ou reformulação de fontes, adaptando os títulos e outros textos à composição final e utilizando a abordagem semântica de modo a atribuir à mesma carácter e adequação à mensagem que a imagem veiculava. A sua preocupação com a adequação tipográfica pode ser verificada, por exemplo, no cartaz para o “Sexto Salão dos Novíssimos” (anexo 10, Lisboa, 1964) e no cartaz para a exposição do SNI em Lisboa (anexo 11, 1963) em que utiliza a mancha de texto como parte inerente da composição visual sem afetar a interpretação da própria mensagem. Pode-se também verificar-se a versatilidade do uso da tipografia como elemento visual nos diversos elementos publicitários da Enciclopédia Verbo (figura 40 e 41), ao longo dos anos, em que aborda a mancha textual única e exclusivamente como ferramenta gráfica, desvinculando-a totalmente de um sentido informativo, por sua vez criado a partir da experimentação da letra como figura.

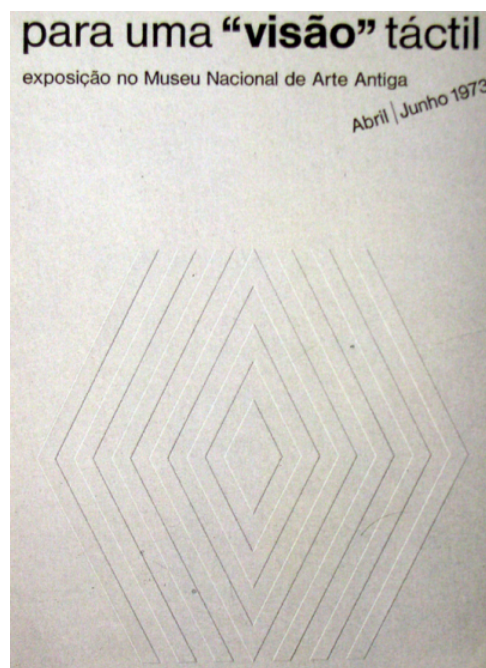


Figura 39: Cartaz: “para uma ‘visão’ táctil”, 1973, Sebastião Rodrigues. Fonte: <http://tipografos.net>



Figura 40: Cartaz: “VERBO Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura - Volume VI”, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste



Figura 41: Cartaz: “VERBO Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura - Volume IX”, Sebastião Rodrigues. Fonte: Acervo Fundação Calouste Gulbenkian

APURAÇÃO

Antes da entrega efetiva da proposta ao cliente, materializada em formato de maquete, era comum para Sebastião Rodrigues reformular a sua abordagem, vindo a visitar diversas vezes as fases anteriores do seu processo criativo até alcançar um resultado satisfatório para a sua própria interpretação criativa. Ao demonstrar a sua preocupação para com o rigor das suas obras, as maquetes realizadas eram elaboradas com o maior cuidado e qualidade de modo a transmitir ao cliente um objeto gráfico mais próximo possível da obra final. Sebastião Rodrigues, muitas vezes, voltava a visitar também a fase de ideação após a sua apuração, trabalhando diretamente na obra final durante a produção da mesma e após a aceitação da maquete. Ao acompanhar o processo de produção nas oficinas, tendia a realizar experiências de teor técnico durante a impressão das mesmas, não por se sentir insatisfeito com a obra, mas procurando desafiar as várias possibilidades técnicas da composição.

CONCLUSÃO

Ao analisar o processo criativo de Sebastião Rodrigues pode-se concluir, como sua principal ideologia de produção, a depuração da informação através de um plano visual. Tendo como ponto de partida o objetivo de comunicação, Rodrigues trabalha a imagem gráfica em função do impacto visual para com o espetador ou público alvo. O seu foco centra-se, então, sobre as diversas possibilidades visuais que a mensagem, inerente ao objetivo de comunicação, pode gerar. Logo, desde a introdução do *briefing*, redirecciona o seu raciocínio criativo para uma tradução gráfica da informação, realizando vários esboços preliminares. Através deste processo de absorção, é capaz de aplicar já alguma ideação gráfica que vai de encontro à sua interpretação pessoal dos elementos informacionais.

A recolha de elementos gráficos torna-se também de extrema importância para Sebastião Rodrigues sendo que, para além de servirem como elementos inspirativos, formulam um arquivo de referências de depuração gráfica. Esses elementos são arquivados pelo artista, não com o intuito de serem utilizadas diretamente nas suas obras, mas como referências de tradução gráfica de elementos informacionais. Tendo em conta que essas referências são essencialmente de natureza cultural ou folclórica, Sebastião Rodrigues consegue ter, como base, elementos com os quais os espetadores já conhecem ou se relacionam.

Durante o seu processo de ideação, o desenho continua a ser uma técnica essencial para a planificação do seu raciocínio criativo. Ao começar por um registo casual de várias possibilidades representativas, Sebastião Rodrigues continua por fazer uma escolha das mais capacitadas para transmitir a mensagem que pretende, acabando por trabalhar sobre as mesmas até alcançar uma composição visual adequada. Para a sua realização, não adopta um estilo congruente e transversal às suas obras, mas trabalha a técnica em função da mensagem a ser transmitida. Assim, consegue adicionar uma maior ênfase à força visual das suas obras, de modo a

tentar unir a própria imagem gráfica à mensagem e conseguir transmitir de melhor forma o conceito do elemento a ser publicitado.

Sebastião Rodrigues tende também a trabalhar a obra final, mesmo após a entrega da proposta ao cliente. Porém, não o faz por insatisfação para com a composição final mas sim na tentativa de alcançar um maior perfeccionismo e de desafiar as várias possibilidades técnicas.

4.5 GRUPO C

Os criativos apresentados de seguida, apresentam uma perspectiva contemporânea, estando ainda no ativo como profissionais. Os seus trabalhos são internacionalmente reconhecidos e fazem parte da atual vanguarda de cada das áreas em que estão inseridos. São analisados então: Marlene Dumas (1953), como artista plástica, e Michael Batory (1959) como *designer* com trabalho em publicidade e propaganda.

C.1 MARLENE DUMAS

Considerada uma das artistas mais influentes da arte contemporânea do século XXI, Marlene Dumas é amplamente reconhecida pelas suas obras figurativas e exploratórias de temáticas de cariz social e político. As suas representações provocativas, e muitas vezes perturbadoras, são conhecidas por induzir os espectadores a um estado de reflexão pessoal sobre assuntos de extrema importância para a sociedade contemporânea, abordando tópicos como o terrorismo, a pornografia e o apartheid. Ao ser premiada com treze distinções na área das artes plásticas, sendo o *Rolf Schock Prize in the Visual Arts* (2011) e o *Johannes Vermeer Award 2012* os prémios de maior distinção, e ao estabelecer um recorde ao vender a obra "*The Visitor*" (1995) na Sotheby's por US \$ 6,3 milhões, Marlene Dumas é posicionada como uma das artistas femininas mais influentes da história da arte e por sua vez com maior valor comercial.

C.1.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Ao crescer na África do Sul, concretamente na Cidade do Cabo, Marlene Dumas terá sido criada sobre a influência de duas forças predominantes na sociedade que a envolvia, nomeadamente a religião protestante e o apartheid (Sar, 2019). Ao estar envolta num ambiente de extrema dificuldade política e social, terá desenvolvido a sua sensibilidade para assuntos dessa mesma natureza, procurando desde criança exprimir a sua opinião pessoal. Tendo em conta que o seu acesso à cultura contemporânea, incluindo o cinema e a música, era extremamente escasso devido à censura imposta pelas repercussões políticas do apartheid, Dumas terá manifestado desde criança uma especial atenção à fotografia por ser uma das poucas fontes de representação

visual a que tinha acesso, por sua vez nos jornais e revistas locais, desenvolvendo assim interesse pelo retrato e a representação da figura humana como veículo de expressão emocional (Sar, 2019).

Ao demonstrar desde cedo interesse pela fotografia e pela arte em si, ao coleccionar fotografias e ao realizar desenhos baseados nas mesma, Marlene Dumas acaba por ingressar na Escola de Belas Artes Michaelis em 1972, onde adquire uma formação acadêmica focada na arte como disciplina teórica e prática (Rosario, 2016). É então exposta a uma diversidade de artistas, ideias e práticas influentes, como a arte conceptual, a arte corporal e a performance, abordando também matérias de filosofia e ética. É, também, na mesma escola que é encorajada a continuar a explorar a fotografia como ferramenta de comunicação e expressão emocional, acabando por ser extremamente influenciada pelas imagens de Diane Arbus (Sar, 2019). Inicia a sua produção artística em 1973 com trabalhos que projetavam as suas preocupações políticas e as reflexões sobre a sua identidade como mulher branca na África do Sul (Sar, 2019). Começa, então, a explorar diversas técnicas e formatos artísticos, incluindo texto, colagem e aquarela (Sar, 2019).

Dumas decide deixar a África do Sul, mudando-se para a Holanda em 1975 onde estuda no Ateliers 63 após ganhar uma bolsa de estudos de dois anos (Sar, 2019). Apesar de se envolver na comunidade artística holandesa e de travar amizades com artistas como Dick Jewell e Paul Andriessse, teve dificuldades em se adaptar à sociedade burguesa holandesa, acabando por ser julgada por ser uma sul-africana caucasiana (Sar, 2019). Ao ter influências sociais e políticas contrárias às que esperava ter num contexto europeu, Dumas vêm a reforçar a sua visão crítica e divergente, reforçando exponencialmente a vertente provocativa das suas obras. Contudo, acaba por ter acesso à cultura contemporânea sem limites impostos pela censura, vindo a coleccionar imagens, fotografias e recortes como inspiração e influência artística e gráfica. Em simultâneo à formação no Ateliers 63, terá estudado Psicologia na Universidade de Amsterdão, demonstrando não só a sua postura de eterna aprendizagem como também a sua procura pela envolvência para com o tema da interpretação psicológica da informação, tema que vem a ser investigado no seu trabalho (Sar, 2019).

O trabalho inicial de Dumas, por sua vez conceitual e experimental, obtém algum sucesso na Europa, realizando a sua primeira exposição individual, no ano de 1979, na *Galerie Annemarie de Kruyff*, em Paris e participando na Documenta VII em 1982 (Dumas, 2019). Ao expor ao lado de artistas como Mike Kelley e Anselm Kiefer na Bienal de Sydney em 1984, sente alguma incoerência nas integridade das suas obras, levando-a a voltar a utilizar a pintura ao invés das colagens ou dos trabalhos pequenos em papel, acabando por adotar a pintura a óleo como técnica principal das suas obras (Sar, 2019). Desde então, vem a realizar diversas exposições baseadas na pintura, recebendo vários prémios e condecorações na mesma área. Com a produção artística terá também ingressado no sistema educacional, dando aulas de artes plásticas numa base regular (Sar, 2019).

Em 2007 é realizada uma retrospectiva de toda a sua obra que, por sua vez, percorreu três continentes. Esta exposição terá tido alguma adaptação conceptual para com o país em que estava presente, começando no Japão com o título de *"Broken White"*, atravessando a África do Sul sob a denominação de *"Relações Íntimas"* e terminando em 2009 no Museu de Arte Contemporânea de Los Angeles, no Museu de Arte Moderna de Nova York e no Menil de Houston, onde se chamava *"Measuring Your Own Grave"* (Dumas, 2019).

CONCLUSÃO

Terminando a análise do percurso pessoal e artístico de Marlene Dumas até à data, podem ser destacadas, do seu perfil criativo, características como a sua iniciativa por procurar construir e manipular ideias, e a sua capacidade de flexibilização de realidades e informações, sendo capaz de se referir a conteúdos problemáticos com uma perspectiva de questionamento e ponderação pessoal. Ao demonstrar a sua persistente envolvimento para com temáticas de cariz político e social, Dumas afirma também a sua posição como divergente mas, no entanto, assume uma consciência filosófica e moral como função obrigatória da sua produção artística. Ao manter esse um fluxo criativo centrado no ambiente que a envolvia e ao conjugar os seus diversos conhecimentos técnicos, teóricos e filosóficos, adquiridos através da formação académica em artes e psicologia, a artista consegue criar uma flexibilização coerente entre os seus ideais morais e a produção artística como ferramenta de comunicação.

C.1.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

As obras de Marlene Dumas partem essencialmente da sua necessidade de desafiar e questionar definições e padrões, tendo o instinto de reconsiderar estereótipos e suposições básicas que nos são impostos pela sociedade. **Dumas pretende então, através das suas obras, desconstruir o ambiente e a informação que nos envolve e, por sua vez, a forma como o percebemos, focando-se maioritariamente em temáticas atuais de preocupação e controvérsia social, como por exemplo a prostituição, sexualidade, guerra, entre outros. No entanto, a perspectiva da artista para com essa desconstrução, tem como principal objetivo, explorar o distanciamento conceitual entre a figura ou temática retratada, o espectador, o artista e, por sua vez, a própria obra de arte final.**

Assim, procura retirar a conotação estereotipada que é habitualmente associada a certas figuras, de modo a fornecer ao espectador, a possibilidade deste retirar as suas próprias conclusões. É importante sublinhar, no entanto, que esse processo não tem como objetivo a

comunicação de uma mensagem ou da perspectiva pessoal da artista, mas sim a desmaterialização da própria informação e emoção. Esse processo pode ser fundamentado com a obra "Osama" (2010), em que Dumas representa o fundador da Al-Qaeda de uma perspectiva cuidada e quase emocional, sugerindo um homem com possíveis características delicadas e distanciando-se assim do terror e drama a que é habitualmente associado e abrindo portas para que seja feita uma leitura mais ampla e livre de preconceito. Dumas resume esses objetivos representativos, ao afirmar que "Existe a imagem (fotografia de origem) com a qual você começa e a imagem (a imagem pintada) que você acaba, e elas não são as mesmas. Eu queria dar mais atenção ao que a pintura faz à imagem, não apenas ao que a imagem faz à pintura" (Tate Gallery Official Website).

ABSORÇÃO

Tendo em conta que a sua produção é baseada essencialmente em imagens fotográficas, ao invés da figura real, Marlene Dumas mantém, no seu *atelier*, um arquivo de referências visuais e materiais inspirativos. A sua coleção de referências, composta por fotografias, recortes de jornais e revistas, postais, reproduções de obras de arte e outras referências, é por sua vez, separada em categorias definidas pela própria artista, tendo como exemplos, as pastas "Heaven, Paradise", formado por imagens de teor religioso, e "Porn", com referências de natureza sexual (Dama, 2015). Essas mesmas referências, para além de existirem essencialmente para inspiração, ao serem seleccionadas no processo de ideação, poderiam vir a formar as bases para a própria figura a ser representada. No entanto essas referências, quando adquiridas e arquivadas, não são, muitas vezes, seleccionadas como estímulo direto para a produção de uma obra específica.



Figura 42: Pintura a Óleo: "Osama", 2010, Marlene Dumas. Fonte: <https://www.sartle.com/artwork/osama-marlene-dumas>

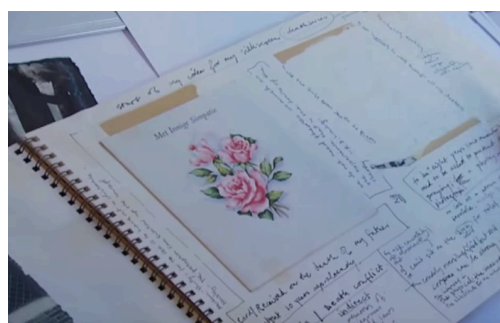


Figura 43: Exemplo do Arquivo de Marlene Dumas, Frame do Vídeo: "Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler", 2015, Fondation Beyeler. Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=E_KniEuhrE0&t=7s

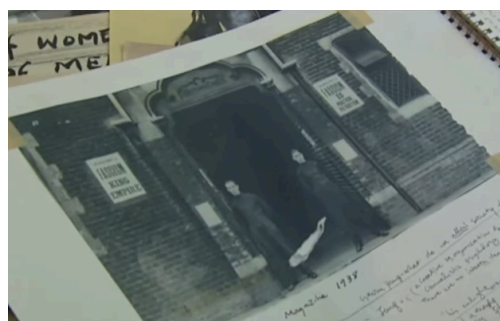


Figura 44: Exemplo do Arquivo de Marlene Dumas, Frame do Vídeo: "Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler", 2015, Fondation Beyeler. Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=E_KniEuhrE0&t=7s

Será então essa pesquisa antecipada e a devida catalogação da mesma, que dará origem ao processo de absorção de Marlene Dumas, permitindo assim, que crie um longo sistema de aprendizagem focada em certas temáticas recorrentes nas suas obras. Para além de demonstrar o seu envolvimento para com as mesmas temáticas, **esse processo consegue formar uma análise linear e em constante construção, perspectivada pelo seu próprio raciocínio criativo, fazendo uma selecção minuciosa das imagens e informações que considera como inspiração ou como conhecimento pessoal sobre o assunto em questão.**



Figura 45: Pintura a Óleo: "Dead Girl", 2002, Marlene Dumas. Fonte: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/feb/08/marlene-dumas-image-as-burden-tate-modern-review-painterly-provocative>



Figura 46: Pintura a Óleo: "The Kiss", 2003, Marlene Dumas. Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/marlene-dumas-the-kiss>

IDEAÇÃO

Seguindo a sua envolvimento para com temáticas de problemática social, o processo de ideação de Dumas é, como referido anteriormente na fase de contextualização, normalmente centrado na desconstrução conceitual desses mesmos temas e, por sua vez, dos valores morais associados aos mesmos. Acaba por construir assim, projetos baseados em temas "difíceis", como a violência, sexo e religião. Dumas tem, no entanto, a tendência a abordar recorrentemente as mesmas temáticas ou figuras, como por exemplo a utilização da figura da mulher, da criança e a personificação da própria morte, elementos a que atribuí, ao longo do seu trabalho, diversas conotações. Será o caso as obras "Dead Girl" (figura 45, 2002) e "The Kiss" (figura 46, 2003), em que a primeira retrata a morte através de uma composição extremamente violenta e agressiva, e a segunda demonstra uma perspectiva mais serena e delicada do mesmo tema (Messham-Muir, 2015).

Já, a representação de Dumas, mesmo tendo como base figuras ambíguas, tende, então, a ter uma carga dramática enaltecida, focando-se essencialmente em explorar os possíveis conceitos de agressividade e violência dessa mesma figura. Um exemplo desse raciocínio criativo será a obra "The Painter" (figura 47, 1994), derivada de uma

fotografia da filha de Dumas, em que retrata a criança nua com as mãos cobertas com o que poderia ser tinta ou sangue. A sua composição visual remete o espectador para um sentimento ameaçador e violento apesar de retratar uma figura originalmente delicada (Messud, 2014). Esse tratamento da informação visual, que por sua vez enaltece a violência e dramaticidade da figura, torna-se então recorrente no processo de ideação de Dumas.

Ao procurar responder também à distância entre a obra final e a figura representada, tal como referido anteriormente, Dumas tende a trabalhar sobre a imagem fotográfica como conceito recorrente para os seus trabalhos. A introdução da fotografia, é abordada pela artista de diferentes formas, chegando a realizar obras de colagem de recortes e pintura sobre fotografia (Dama, 2015). Contudo, a introdução mais recorrente desse recurso é feita através da própria representação figurativa com base fotográfica, pintando diretamente na tela uma imagem baseada em fotografias selecionadas do seu arquivo. Essa metodologia, afinal, não é feita por facilidade técnica, mas sim por ver nesse processo um conceito ideológico que vai de encontro às suas necessidades representativas. Ao utilizar a fotografia como referência direta para a reprodução, essas são seleccionadas do seu arquivo e, tendo em conta a temática que Dumas pretende explorar, posteriormente afixadas ao lado da tela a ser utilizada, tal como pode ser verificado na figura 48.

De notar que, ao retratar essas temáticas com base em fotografias reais, muitas vezes por si só violentas, tende a desenvolver uma composição visual mais forte que a própria imagem de referência, utilizando a sua técnica e expressão artística para trabalhar o conceito que pretende transmitir. A expressão gráfica torna-se assim essencial no processo de ideação de Marlene Dumas, sendo a ferramenta de



Figura 47: Pintura a Óleo: "The Painter", 1994, Marlene Dumas. Fonte: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2015/feb/08/marlene-dumas-image-as-burden-tate-modern-review-painterly-provocative>



Figura 48: Frame do Vídeo: "Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler", 2015, Fondation Beyeler. Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=E_KniEuhrE0&t=7s

construção conceitual que irá responder aos seus objetivos de produção da forma mais acurada. Um exemplo da força conceitual da sua expressividade técnica é a obra "*Fingers*" (1990), em que é apresentado um corpo feminino, por sua vez erotizado, a usar uma das mão para mostrar o seu órgão genital. Apesar do material de origem, à obra referida, ser evidentemente pornográfico, a expressão gráfica da obra torna-se mais sugestiva, acabando por induzir o espectador numa percepção totalmente distinta da que seria possível na fotografia original de referência. Dumas, numa entrevista com Jennifer Higgie e Andrea Büttner, argumenta ainda sobre esta obra que "(...)é sempre descrita pelos escritores como se tudo fosse retratado, mas, se olhar de perto, não há órgãos genitais. Essa pequena pintura não expõe nada realmente. É bem abstrata. Muito gestual. É tudo sobre sugestão. Não é uma pintura realisticamente pintada. Na verdade, não se parece com o seu material de origem fotográfica." (Tate Gallery Official Website).



Figura 49: Pintura a Óleo: "*Fingers*", 1990, Marlene Dumas. Fonte: <https://www.moma.org/audio/playlist/226/2921>

Através da técnica, é assim capaz de traduzir a figura real perante o seu raciocínio criativo e, por sua vez, o seu processo de ideação. Nesse seguimento lógico, tal como pode ser verificado ao analisar todas as obras de Dumas, **a sua expressão técnica não apresenta características distintas e transversais a todas as obras. A artista adapta-a conforme a imagem a ser representada, usando a sua expressão muitas vezes como impulso físico ou gestual e aproveitando-se das próprias características dos materiais utilizados, adoptando muitas vezes uma postura experimental. Dumas consegue assim desenvolver o seu processo de ideação em simultâneo com a própria produção artística,** tal como explica ao afirmar que " Eu preciso de uma ideia pictorial para me inspirar a começar, mas preciso de reações inesperadas dos meus

materiais para mudar isso.” Seguindo o mesmo raciocínio, e tal como referido anteriormente, **a produção de Dumas é feita diretamente no suporte sem quaisquer estudos ou esboços prévios, sendo que não tem um plano de composição antes de iniciar a própria produção. Consegue assim adoptar uma abordagem orgânica que começa gradualmente a tomar forma até atingir o resultado final (Zeno X Gallery Website). Ao trabalhar com diferentes materiais, como óleo e aguarela, e em diferentes suportes, como papel e tela, a sua expressividade vai de encontro às diversas propriedades dos mesmos, trabalhando a técnica, muitas vezes, em função da exploração do próprio material.**

APURAÇÃO

Como metodologia de avaliação do seu próprio trabalho, Marlene Dumas, tal como tenta fazer com as próprias obras, procura distanciar-se das mesmas, adoptando uma perspectiva de espectadora para com o seu próprio trabalho. Ao tentar afastar-se da posição de criadora, Dumas tende a escrever regularmente sobre a sua percepção da arte e a sua própria produção artística, conseguindo assim analisar o seu trabalho na terceira pessoa. **Ao analisar e escrever sobre arte, a artista consegue também observar a sua arte em comparação com outros artistas, não se sentindo responsabilizada pelas suas obras e sendo capaz de fazer uma melhor leitura sobre as suas próprias escolhas artísticas,** tal como explica, numa entrevista a Barbara Bloom, que “Eu também me sinto como uma terceira pessoa em relação ao meu próprio trabalho. As pessoas sempre me perguntam por que escrevo sobre o meu trabalho. Eles pensam que eu quero escrever para proteger seu território, ou que eu quero ser a autoridade suprema, mas é por escrito que eu tiro essa distância. Eu vejo meu próprio trabalho na terceira pessoa, como outra pessoa” (Bloom, 2016).

Dumas tem paralelamente a tendência de, tal como explica na entrevista “*Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler*” (Fondation Beyeler, 2015), voltar a abordar obras com as quais se sente insatisfeita, mesmo após um longo período da produção original das mesmas. Essa nova abordagem pode ser realizada em cima da peça original ou num novo suporte, exigindo assim uma nova reestruturação da composição visual. **Contudo, a artista defende também que esse processo se torna essencial para a força da obra final resultante dessa reformulação, sendo que esta seria impossível sem a realização das anteriores.**

CONCLUSÃO

Ao analisar o processo criativo de Marlene Dumas na sua totalidade, pode-se compreender, como sua principal ideologia de produção, a necessidade de desafiar a realidade tal como a conhecemos. Ao desconstruir temáticas de cariz social, muitas das quais problemáticas, Dumas assume uma postura divergente, indo também de encontro a perspectivas de sensibilidade emocional, moral e filosófica dessas mesmas temáticas. Apesar de se focar na desmaterialização da informação e de se tentar distanciar da sua opinião pessoal da temática

retratada, a artista assume uma perspectiva artística focada na emoção ou na falta da mesma. Procura assim explorar a carga dramática dos assuntos, procurando essencialmente conceitos de agressividade e violência.

De modo a conseguir alcançar o distanciamento que pretende, Dumas requer um conhecimento extremamente amplo sobre as temáticas a retratar, pois só assim consegue distanciar-se da sua própria perspectiva pessoal. Nessa fase de absorção, aplicando-se também à própria ideação, a artista recorre, essencialmente, à fotografia como principal base de construção gráfica e ideológica do seu raciocínio criativo. O uso da fotografia torna-se, não só um meio de referência visual, como parte integrante da própria mensagem que pretende transmitir.

Relativamente à ideação gráfica de Dumas, toda a construção visual é feita sem um plano de composição predefinido. Não sendo realizados esboços prévios à obra final, a artista consegue manter presente o processo de ideação durante a própria produção artística. Assim, consegue construir gradualmente, não só a ideia gráfica da composição final, como a própria conotação associada à mesma. Adapta, então, a sua técnica, maioritariamente espontânea, a cada uma das suas obras. A espontaneidade e a própria experimentação técnica tornam-se, essenciais para esse processo, como se compreende.

Porém, essa experimentação técnica vai de encontro à procura pela sua integridade artística, tendo como referência outros artistas a quem compara as suas obras, de modo a validar a força da sua técnica e ideologia artística. De modo a obter essa percepção comparativa, Dumas tenta distanciar-se das suas obras, conseguindo assim analisar as mesmas como obras de outro artista e ter uma melhor percepção sobre possíveis lacunas ou incongruências artísticas.

c.2 MICHAL BATORY

Considerado um dos mais célebres *designers* gráficos contemporâneos, Michal Batory já foi premiado diversas vezes na mesma área, como, por exemplo, com o segundo e primeiro prémio do Festival Internacional de *Chaumont*, respectivamente em 1999 e 2004. Focando-se essencialmente na produção de cartazes de eventos, que por sua vez são produtos intangíveis tornando mais difícil a sua representação visual, o trabalho gráfico de Batory tornou-se reconhecido pelo uso da ilusão e da manipulação e conexão de objetos, contextos e ideias. Conjuga e descaracteriza assim, recorrentemente, objetos de naturezas diferentes, muitas vezes distanciados do tema, de modo a construir uma figura principal, por sua vez irrealista e conceptual, que consiga transmitir o contexto e força da mensagem.

C.2.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Michal Batory terá crescido dentro de um contexto político e social extremamente conflituoso devido à recente dissolvência da República Popular Polaca. Ao ter dificuldades de aprendizagem com o ensino secundário convencional e ao mostrar uma sensibilidade criativa e uma grande imaginação, por exemplo ao produzir enquanto criança pequenas esculturas de madeira, acaba por ser direcionado pelos pais para uma escola de artes. Através de uma educação formal, terá estudado a biografia de mestres da pintura, e desenvolvido também as suas capacidades de desenho e pintura (Batory, 2008). Ao expandir o seu interesse pela pintura, acaba por ser influenciado pelos cartazes publicitários, muitos dos quais políticos. A cor vibrante dos cartazes, ao contrastar com o cenário Polaco na altura, chama a atenção de Batory que acaba por desenvolver o hábito de procurar, nos mesmos, mensagens codificadas para evitar a censura, desenvolvendo assim o seu interesse pela versatilidade conceptual da comunicação visual. Batory esteve então, desde novo, em contacto com a vanguarda do design Polaco, que por sua vez era um movimento de grande impacto na Europa pelo seu estilo gráfico forte e arrojado que pretendia demonstrar uma liberdade de expressão nunca antes experienciada pelo design (Fedeli, 2011).

Em 1979, após a realização do Bacharelado, é aceite na *École nationale des Arts plastiques de Lodz*, onde se especializa em design gráfico. Adquire em 1986 o seu diploma ao realizar um projeto de cartaz para o festival de jazz da Varsóvia, acabando por obter uma bolsa de estudos do Ministério da Cultura e Arte para jovens artistas que lhe permite estabelecer-se em Paris em 1987. Realiza vários trabalhos em agências de design gráfico em Paris, juntando-se ao estúdio *Laurence Madrelle* com o intuito de praticar a sua formação académica e aprender as novas dinâmicas propostas pelo mundo digital, por sua vez em ascensão (Batory, 2008). Entra assim em contacto com o grafismo contemporâneo Francês e com as novas ferramentas de edição de imagem proporcionadas pelas novas tecnologias, acabando por adaptar essas duas aprendizagens aos seus métodos de trabalho.

Em 1993, Batory ganha o concurso da Cidade das Ciências e Indústria de Villette com a cenografia da exposição "*The Money Wire*" (Batory, 2008), projeto que o coloca em contacto com o National Theatre Hill, com quem colaborou durante três anos com a realização de cartazes para concertos, peças de teatro e outros eventos culturais, conquistando assim, também, a sua independência profissional. Apesar de se focar essencialmente na realização de cartazes, o seu trabalho desenvolve rapidamente e adopta um sentido conceitual e visual cada vez mais forte que acaba por transpor para outros suportes e projetos como, por exemplo, álbuns discográficos e publicações para diversas instituições culturais, como IRCAM e *Ensemble Inter Contemporary* com quem trabalhou entre 1996 e 2002 (Schmitt, 2011). Acaba por manter uma relação de constante produção com diversas entidades, contribuindo assim para a construção de uma imagem visual e concisa das mesmas. Das suas mais recentes colaborações, pode-se referenciar

como as de maior impacto, os diversos trabalhos realizados com o Centro Pompidou e o teatro Chaillot entre 2002 e 2009 (Schmitt, 2011). Ao longo deste período, Michal Batory mantém um estilo constante, utilizando a colagem e fotomontagem para realizar composições surrealistas onde o conjuga diversas realidades, como a humana e a material. Para além de demonstrar uma sensibilidade para com a encenação, literatura e música, a sua construção gráfica vai de encontro aos cartazes poloneses tradicionais, conseguindo atingir peças conceituais de extremo valor.

CONCLUSÃO

Após a análise biográfica e curricular de Michal Batory, a sua versatilidade criativa pode ser verificada em diversas características recorrentes, como por exemplo a sua sensibilidade artística e a versatilidade e predisposição para com a interpretação da informação. Apesar do seu interesse para com as artes plásticas, é notável o seu interesse, desde criança, para com o uso de imagem como ferramenta de comunicação, tendo uma predisposição para absorver a mensagem através de um plano visual. Assim, é direccionado para o design gráfico e publicitário através das influências do ambiente social que o envolvia. O contexto em que estava inserido, caso da produção gráfica polaca e francesa, terá também contribuído para a sua versatilidade criativa. Acaba, assim, por ter essas diversas aprendizagens, referências e interesses, como base da sua polivalência estilística, que por sua vez trabalha a imagem em função da mensagem.

C.2.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Para Michal Batory, é necessário haver um entendimento íntegro do *briefing* e por sua vez, uma planificação detalhada do mesmo. **Reconhece como questão de maior importância, não só os objetivos do projeto, mas também o público alvo do mesmo, assumindo uma abordagem focada no consumidor e construindo um processo criativo sobre o perfil do próprio público.** Ao trabalhar, essencialmente, com produtos intangíveis como concertos, festivais e peças de teatro, pretende criar uma forte conexão entre o conceito da obra e o espectador, com o objetivo que o público se identifique, não só com o produto, mas também com as emoções que este pretende evocar (Batory, 2008). Outra das questões de maior valor para Batory durante a análise do *briefing* será a o meio de comunicação e suporte a produzir, factor que poderá redireccionar a abordagem do seu raciocínio e processo criativo (Batory, 2008). Concluindo, Batory assume como necessidade um entendimento pormenorizado do *briefing* antes de aplicar o seu raciocínio criativo, assumindo esta ordem como parte do seu processo ao explicar que "o mais importante de tudo é a análise da informação - aí o seu talento gráfico aparece" (Batory, 2008).

ABSORÇÃO

Seguindo a sua necessidade de um entendimento total da informação inerente ao projeto, Batory procura conhecer mais que as noções retidas no *briefing* (Batory, 2008). Explora , através da sua própria perspectiva, o produto e todo o ambiente que o envolve, tentando entender não só o que o conecta com o público mas a própria razão de existência do mesmo. Nessa perspectiva, procura os próprios produtores , adquirindo informação dos próprios músicos, encenadores, coreógrafos, etc (Batory, 2008). Este conhecimento focado nos objetivos morais e existenciais do produto, permite a Batory, ao cruzá-los com os objetivos do *briefing* em si, criar um plano de informação extremamente vasto que o permite, por sua vez, criar um largo espectro de conexões ideológicas.

IDEAÇÃO

Durante o seu processo de ideação, e muitas vezes entre projetos, Michal Batory adota momentos de incubação que, por sua vez, o remetem para um estado inspirativo. Como forma de distração e de distanciamento, para com o processo criativo, pratica diversas atividades que o auxiliam, subconscientemente, no processo imaginativo. Ao praticar casualmente atividades dinâmicas como ciclismo, tocar *djembe* ou remar no rio, Batory envolve-se em ambientes inspirativos com diversos estímulos para o seu raciocínio criativo, ao mesmo tempo em que adota uma postura de "espírito livre" (Batory, 2008). Assume então, conscientemente, esse esquema de atividades como parte essencial do seu processo criativo, conseguindo assim ter uma perspectiva mais dinâmica sobre os projetos atuais.

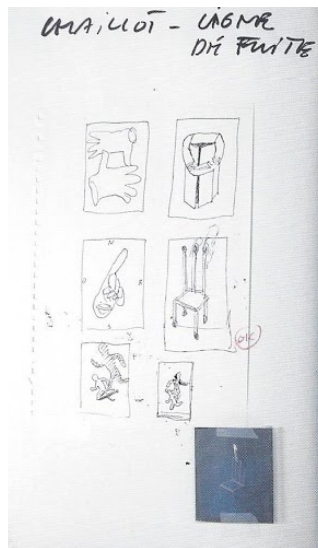


Figura 50: Esboços e Referência Fotográfica para: "Ligne de fuite", 2003, Michal Batory. Fonte: Michal Batory: Emotional graphic design, 2008

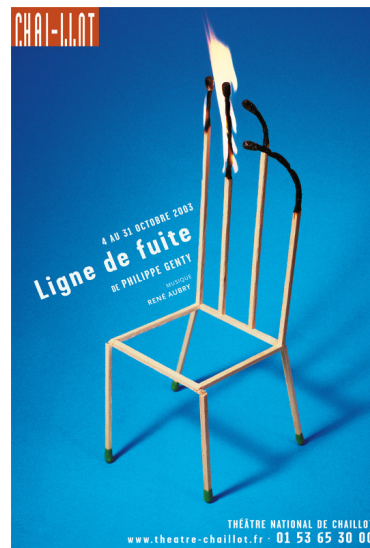


Figura 51: Cartaz: "Ligne de fuite", 2003, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>

Após a análise da informação absorvida, e muitas vezes depois dos momentos de incubação, **Batory desenvolve diversos esboços rápidos como processo de idealização. Ao desenhar consegue planificar as suas ideias criativas e as diversas possibilidades que, de acordo com o seu raciocínio criativo, poderão ir de encontro aos objetivos do projeto.** Essas planificações, no entanto, não têm em conta uma técnica ou um elemento específico para a obra final, sendo que se foca essencialmente nas diversas possibilidades de representação visual e de composição de um conceito e não de um objeto. Apenas após a escolha de alguns dos esboços é que é definido qual o meio de concretização da ideia, é o caso da fotografia, escultura ou outro, que por sua vez poderá adicionar valor moral e conceptual à obra conforme a ideia representativo. Servem como exemplos instrutivos da planificação gráfica do seu raciocínio criativo, os esboços realizados para os cartazes "*Ligne de fuite*" (figuras 50 e 51, 2003) e "*N*" (figuras 52 e 53, 2004), ambos produzidos para o teatro *Chaillot*.

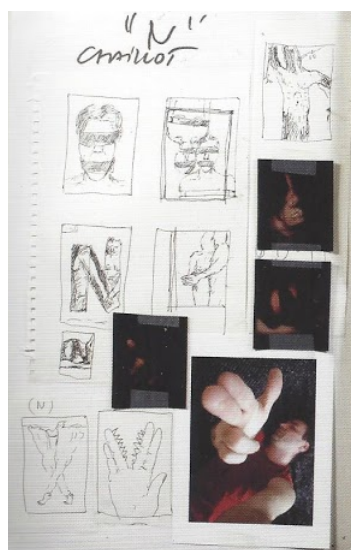


Figura 52: Esboços e Referências Fotográficas para: "*N*", 2004, Michal Batory. Fonte: Michal Batory: Emotional graphic design, 2008



Figura 53: Cartaz: "*N*", 2004, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>

No entanto, esse processo de concepção da ideia visual, mesmo quando na realização dos esboços, aproxima-se do espírito do surrealismo, utilizando frequentemente códigos surreais baseados em combinações de elementos diferentes, justapondo-os horizontalmente e verticalmente (Batory, 2008). **Ao influenciar-se pela construção conceptual de artistas como René Magritte e Salvador Dali, as figuras criadas por Michal Batory são irrealistas e totalmente imaginativa, mas não são desenvolvidas apenas pela conexão de diferentes elementos, mas sim pela interligação dos significados dos mesmos (Batory, 2008).** Em muitos dos seus trabalhos, o artista desconfigura partes do corpo humano ou objetos, combinando-os dinamicamente com outros elementos físicos e criando assim novas figuras, como no cartaz para

"Saison Musicale Ircam - 1997/1998" (anexo 13) em que ao transformar gradualmente um diapasão em dois cotonetes demonstra a música como satisfatória. Utiliza também recorrentemente a ilusão como recurso, não construindo figuras novas mas adaptando elementos, muitas vezes desconectados do tema, a novas interpretações ou perspectivas, como por exemplo um saco de plástico que se assemelha a um rosto humano em "Tamerlan Le Grand" (figura 54, 2001) ou no cartaz para a edição e 2006 do Festival "Piano-Folies" (figura 55) em que o posicionamento, de mãos caucasianas e negras, remete para a caracterização pictórica do piano e para o aspecto multicultural do evento (Batory, 2008). Batory consegue assim, através desses processos, desconstruir consistentemente o uso e a conotação inerentes a certos objetos, imagens e ideias, e então entrega subtilmente o conceito do evento ou produto, através de representações metafóricas e simbólicas.



Figura 54: Cartaz: "Tamerlan Le Grand", 2001, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>



Figura 55: Cartaz: "Piano-Folies", 2006, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>

Numa abordagem geral ao seu processo de ideação para com a composição gráfica das suas obras finais, pode-se entender a estrutura da sua construção visual, como académica e metódica, servindo como resposta às teorias da efetividade do design de A.M. Cassandre (1926), uma das grandes influências de Batory, em que por sua vez sustenta que um cartaz deverá conter a solução a três problemas: um óptico, um gráfico e um poético (Batory, 2008). Responde, então, à problemática óptica com a visibilidade e atratividade da composição, resultante de uma relação de valores dada a proeminência pela forma em colisão (Batory, 2008). Usufrui também do poder de uma imagem ideográfica como veículo da mensagem, respondendo assim ao problema gráfico (Batory, 2008). No entanto, as associações mentais induzidas nos cartazes de Batory pretendem evocar no espectador uma emoção, muitas vezes obsessiva, indo assim também de encontro à questão poética (Batory, 2008). Um dos exemplos dessa estrutura tridimensional será cartaz realizado em 2002 para a peça de teatro



Figura 56: Cartaz: "Juliette et Roméo", 2002, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>

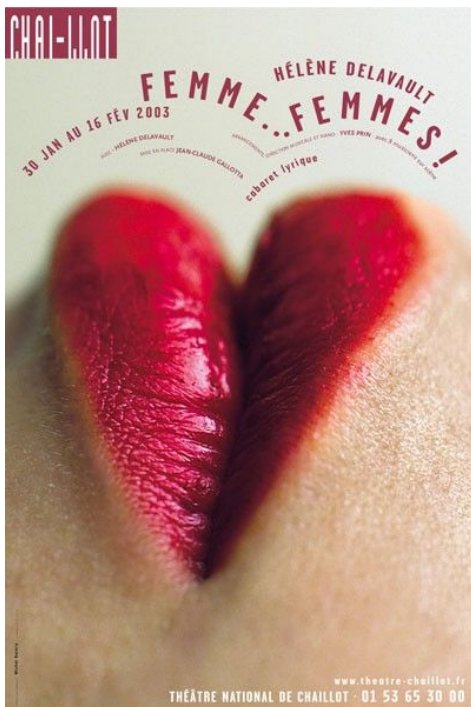


Figura 57: Cartaz: "Femme... Femmes!", 2003, Michal Batory. Fonte: <http://www.michalbatory.com/>

"Juliette et Roméo", em exibição no *Théâtre National de Chaillot* (figura 22). O ideograma do coração, demonstrado como figura principal desse cartaz, para além de ser representado de uma forma irregular e com cores contrastantes, captando assim a atenção do espectador com a solução óptica, transporta também a mensagem conceptual que, ao ser conjugada com a disposição da tipografia que por sua vez responde intrinsecamente ao grafismo, gera as associações mentais como afirmação da solução poética. É a conjugação desses três elementos que constrói a sua composição como um todo, sendo que trabalham em conjunto sem poderem ser individualizados, como no caso referido, em que o próprio posicionamento e ordenação da tipografia, ao seguir o movimento dos cordões que compõem o coração e ao apresentar semelhanças à mancha gráfica de uma chama, faz parte integrante da mensagem a ser transmitida, sendo que sem esta disposição tipográfica a composição visual não teria o mesmo valor representativo e conceptual (Batory, 2008).

Sendo também a informação um dos componentes de maior valor nos seus projetos, Michal Batory utiliza a forma discriminativa de modo a incorporar a tipografia no não convencional. Trabalha então a informação como uma mancha gráfica inerente à obra que deverá fazer parte do processo de idealização visual, trabalhando-a como uma expressão de emoção que acentua a imagem central. Batory tem não só em atenção o posicionamento, como exemplificado com o exemplo anterior, mas também o uso de fontes e cores, demonstrando sensibilidade para com a própria informação. Outro caso a considerar será a tipografia usada no cartaz "Femme... Femmes" (figura 57, 2003), em que desenha, com a informação, linhas que contornam suavemente os lábios enquanto, simultaneamente, remetem para a forma de um coração (Batory, 2008).

Dada a necessidade do artista de criar uma relação

entre a obra e público alvo e também de associar um valor autêntico e fidedigno às suas obras, muitas das suas criações são baseadas em elementos reais, mesmo que descaracterizado, do contexto onde elas pretendem ter efeito. **Procura assim utilizar elementos físicos com os quais o espectador se relacione ou que de alguma forma o conecte à mensagem**, como por exemplo a baguete da *Boulangerie R. Michel* utilizado no cartaz para “*Saison Musicale Ircam - 2000/2001*” (figura 58) ou o osso da *Boucherie J. Meunier* utilizado para publicitar a peça “*La Tragédie du Roi Christophe*” (figura 59), em exibição no *Théâtre National de La Colline* em 1997 (Batory, 2008).



Figura 58: Fotografia dos Funcionários de *Boulangerie R. Michel* com o cartaz : “*Saison Musicale Ircam - 2000/2001*”, 2000, Michal Batory. Fonte: Michal Batory: Emotional graphic design, 2008



Figura 59: Fotografia dos Funcionários de *Boucherie J. Meunier* com o cartaz : “*La Tragédie du Roi Christophe*”, 1997, Michal Batory. Fonte: Michal Batory: Emotional graphic design, 2008

APURAÇÃO

No catálogo da sua exposição no *Musée de la publicité* em Paris (2011), Michal Batory utiliza a citação de Joan Miró referindo que “é necessário que as obras sejam concebidas com uma alma de fogo, mas levadas a cabo com uma frieza clínica” (Batory, 2008). Demonstra assim a sua necessidade pela perfeição nas suas obras, prestando extrema atenção a todos os

pormenores e dedicando uma grande parte do seu tempo de produção à edição. Só após se sentir confortável e aceitar artisticamente a sua obra é capaz de a considerar finalizada.

No entanto, sendo que direciona todo o seu processo criativo para a criação de uma ligação emocional com os espectadores, procura a verificação do público alvo no próprio ambiente em que o cartaz deve ser inserido e publicitado, como por exemplo com “*Saison Musicale Ircam*” (2000/2001) e com o festival “*Piano-Folies*” (2006) em que Michal Batory procura a aceitação da sua obra junto das pessoas que participaram no projeto, nomeadamente os trabalhadores de *Boulangerie R. Michel* e os músicos do festival. Sendo que o objetivo inspirativo de Batory vai de encontro à reação emotiva e se debruça essencialmente sobre pontos relacionáveis com o público, só após obter essa verificação é que é capaz de analisar a efetividade da sua obra (Batory, 2008).

CONCLUSÃO

Concluindo a análise do processo criativo de Michal Batory, é possível definir o seu raciocínio criativo como focado na percepção emocional do consumidor. Ao ter o objetivo pessoal de manipular a imagem em função da mensagem, assume uma abordagem criativa centrada no público alvo. Batory trabalha, então, sobre elementos que possam, de alguma forma, criar uma conexão emocional, moral ou filosófica, entre o produto publicitado e o possível utilizador do mesmo.

No entanto, de modo a conseguir desenvolver essa ligação através de uma peça gráfica, torna-se importante para Michal Batory compreender o produto na sua plenitude. Ao realizar uma recolha de informação abrangente, procura compreender, não só o *briefing*, como toda a informação inerente ao produto a ser publicitado, incluindo a razão de existência do mesmo, a sua história, e outros aspetos que possam criar uma conexão entre o público e o mesmo. Essa investigação focada sobre elementos que vão para além dos objetivos principais do produto, permite que, tendo em conta o seu estilo artístico focado em conexões figurativas e surrealistas, consiga criar uma diversidade de possibilidades representativas.

Após uma compreensão ampla do produto e do seu público alvo, Batory recorre essencialmente ao desenho como ferramenta de ideação. Assim, consegue planificar o seu raciocínio criativo e as diversas possibilidades de composição visual. Esse raciocínio é, então, habitualmente focado sobre a desconstrução ideológica do produto a publicitar, recorrendo essencialmente a um plano surrealista em que transmite um conceito através da conexão entre figuras. Nesse processo, consegue interligar conceitos ou ideologias de modo a criar um novo conceito que, por sua vez, seja capaz de fundamentar a conexão entre o público e o produto. Usou então do poder da imagem como uma metáfora, servindo como veículo de uma

mensagem inerente à própria figura. No entanto, a construção visual é indefinida, sendo que a técnica utilizada depende da mensagem inerente à obra. Durante essa construção visual, os próprios elementos gráficos utilizados, sejam estes físicos ou não, são escolhidos por Batory em função da relação do espectador com os mesmos, procurando novamente uma conexão entre a sua obra e o público. No processo de apuração, volta a requerer a conexão dos espectadores, desta vez na procura de validação dos mesmos.

4.6 GRUPO D

Os criativos apresentados no presente grupo inserem-se na produção criativa portuguesa atual, tendo destaque nas áreas em que estão inseridos. Desta forma, é analisada também a produção criativa, como atividade laboral, no contexto português atual. São analisados então: Jorge Charrua (1991), como artista plástico, e Pedro Magalhães (1969) como diretor de arte e diretor criativo.

D.1 JORGE CHARRUA

Iniciando a sua produção criativa no *grafitti* e acabando por seguir as artes plásticas, especificamente a pintura, Jorge Charrua é um artista emergente da atual vanguarda de arte contemporânea e urbana de Lisboa. Tendo participado em diversas exposições, tanto coletivas como individuais, o artista já participou também em diversos projetos de dinamização cultural e artística em Portugal, tais como ARTURb (Artistas Unidos em Residência) em 2017 e o festival urbano de arte e música IMINENTE em 2018. Sendo extremamente influenciado pela cultura urbana da década de noventa, as suas obras pretendem criar uma ponte entre referências, tanto visuais como conceituais, de diferentes naturezas representativas, como por exemplo o graffiti, desenhos animados, videogames, música, entre outros. Porém, em entrevista presencial, Charrua assume a sua pintura como “documental / autobiográfica”, demonstrando nas suas obras uma perspetiva de representação figurativa capaz de traduzir um conceito através dessas mesmas referências pessoais e culturais (Anexo Externo B1, Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 01:19:56)

D.1.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Tendo crescido no município de Vila Franca de Xira durante a década de noventa, Jorge Charrua terá sido extremamente influenciado pelo contexto social vivido na periferia de Lisboa. Ao ter sido criado numa zona conflituosa, devido a problemáticas sociais e económicas, o artista atravessa a maior parte da sua infância dentro de casa, tendo pouco acesso à cultura exterior aos

media. No entanto, esse período de reclusão terá sido importante para o seu desenvolvimento, tanto criativo como pessoal, colocando-o numa perspetiva de sensibilidade emocional, afirmando que "...esse ambiente mais condensado de certa maneira acabou por estimular mais o lado criativo, porque eu estava muito tempo sozinho, ficava muito tempo comigo" (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:18:06). Nesse período terá, não só aprofundado o seu interesse pela cultura pop dos anos noventa, sendo esta uma influência que ainda hoje tenta transmitir nas suas obras, como terá também praticado regularmente atividades de desenvolvimentos criativo, como legos e plasticina. Assim, acaba por atribuir as suas referências artísticas e criativas à cultura que consumia, sendo estes os desenhos animados, videojogos e outras referências da sua geração. "à época, toda a gente desenhava aquilo que via na televisão, que era *Dragonball*." (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:19:25).

Contudo, considera o seu primeiro contacto com o meio artística em 2004, quando, por influência do contexto social em que vivia, foi introduzido no movimento de cultura urbana vivido na periferia de Lisboa, acabando por aderir ao *graffiti*. De uma forma autodidata, envolve-se nessa vertente artística, e no ambiente social inerente ao mesmo, desenvolvendo rapidamente as suas capacidades técnicas dentro da mesma área.

Com quatro anos de produção no âmbito do *graffiti*, Jorge Charrua é colocado na Escola Artística António Arroio, onde decidiu focar-se essencialmente no desenvolvimento das suas capacidades técnicas no que toca ao desenho. Em 2011, ingressa na Faculdade de Belas Artes de Lisboa, onde, após estar um breve período na licenciatura em Escultura no mesmo instituto de ensino, terá continuado a sua formação académica na licenciatura em Pintura. Tendo em conta o seu passado cultural, criativo e técnico focado na arte de rua e na cultura urbana, teve dificuldades em adaptar-se à vertente artística académica, por sua vez focada na interpretação conceitual e refletiva da pintura como objeto de arte (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:36). Todavia, ao valorizar o seu trabalho no âmbito do *graffiti*, e todas as influências e referências inerentes ao mesmo, Charrua tem necessidade pessoal de convergir as duas áreas das artes plásticas, nomeadamente a arte urbana e a pintura, numa única linguagem e estética. Defende essa procura por introduzir elementos gráficos e conceituais, da arte de rua, e do seu próprio passado pessoal, na sua produção de pintura, ao afirmar que "as minhas origens estavam a chamar-me e eu sentia a necessidade de não deixar morrer aquilo que me deu origem" (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:14:36). Durante a sua formação académica em pintura terá, então, desenvolvido as suas obras em função dessa premissa, acabando por adotar uma fase de experimentação. Essa fase, por sua vez, terá sido focada totalmente sobre a aprendizagem técnica e estilística, procurando aprender diversas ferramentas e possibilidades de construção gráfica.

Após concluir a sua formação, em 2015, assumiu a produção independente como autor, aceitando a pintura como carreira profissional e continuando a focar o seu trabalho criativo na

conexão gráfica entre as suas referências autobiográficas com a dimensão estética da pintura. Desde então, terá participado em diversas exposições colectivas e terá realizado três exposições individuais. Como referido anteriormente, o artista participou também em diversos projetos de dinamização artística e cultural em Portugal, sendo também considerado uma figura da vanguarda de arte urbana de Lisboa. Apesar de focar-se essencialmente na pintura a óleo e na pintura de murais, Jorge Charrua continua a manter uma disciplina de auto aprendizagem focada no desenvolvimento técnico, chegando a abordar outras ferramentas de produção gráfica, como a gravura. Para além da sua carreira de pintura, Jorge Charrua mantém também atividade como músico, vertente artística que também o influencia na produção artística.

CONCLUSÃO

Depois de realizada esta análise retrospectiva do percurso de vida de Jorge Charrua, é possível constatar-se diversas características congruentes do seu perfil como génio criativo, destacando-se a sua envolvimento para com o universo artístico e o seu desejo pela procura de conhecimento técnico. Ao ter poucas referências culturais e artísticas durante a sua infância, é notável a sua dedicação para com a produção criativa e a sensibilidade artística. Essa persistência, conjugada com os diversos movimentos artísticos em que entrou em contato, terá sido crucial para um melhor entendimento de todo o espectro de conhecimento artístico, ao mesmo tempo em que trabalhava a sua vertente técnica. Assim, acaba por propor ao seu subconsciente, uma superfície ampla de informação, por sua vez necessária para um raciocínio criativo rico em ideias. Ao longo do seu percurso assume também uma necessidade pessoal de expressão visual, adotando no seu trabalho um cariz autobiográfico que, por sua vez, é traduzido não só no conceito como também na própria técnica e composição visual. Assim, ao tentar convergir referências de naturezas diferentes, tanto gráficas como conceituais, consegue produzir conteúdo totalmente original e congruente, demonstrando assim a versatilidade das suas capacidades artísticas.

D.1.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

As obras de Jorge Charrua partem essencialmente de uma necessidade pessoal de exteriorização emocional através de um plano visual, que por sua vez, seja capaz de comunicar também as suas referências pessoais num cariz autobiográfico. O seu trabalho parte de um momento de reflexão, sendo que dedica-se essencialmente à construção conceitual da mensagem, afirmando em entrevista que “Normalmente, o meu desafio é fazer um género de catarse pessoal, e nisso o meu objetivo é pintar a parte da emoção. Mas nunca ir num cariz direto e ilustrativo, com todo o respeito, é o mais puro possível. Partindo da premissa, para mim, que a imagem fale por si, mas não no sentido de ter todos elementos característicos para

dar ao observador a leitura, é ter lá os elementos que possam espoletar uma conversa” (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 02:24).

Essa reflexão é, então, traduzida essencialmente em fatores conceituais, que por sua vez virá a trabalhar no processo de ideação, procurando outros universos como a filosofia e outras áreas criativas e sociais. Contudo, **acaba por ser inspirado pelas suas próprias referências autobiográficas e, apesar de manter um raciocínio criativo baseado na sua própria experiência de vida, procura de alguma forma relacionar o seu pensamento criativo com o do espectador, tentando criar uma conexão emocional no mesmo.** Assim, centra a sua perspectiva pessoal sobre a realidade que o rodeia, pretendendo “usar a minha arte para ser uma voz ativa, ou uma voz reflexiva acerca do que me rodeia.” (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 08:45)

ABSORÇÃO

Tendo em conta que o seu processo criativo parte essencialmente da procura de uma reflexão pessoal sobre temas atuais, Jorge Charrua procura influências pessoais que possam, de alguma forma, conectá-lo com o público. Assim, realiza, a uma base diária, uma pesquisa por referências gráficas e conceituais, tanto clássicas como contemporâneas, como por exemplo design, ilustração, fotografia, estética de cultura urbana, entre outros. Mantém, também, um arquivo onde cataloga essas mesmas referências visuais e materiais inspirativos, vindo a consultá-lo a regularmente como fonte de inspiração. No entanto, são poucas as que utiliza como auxílio direto para a composição visual, tentando ter o menor número possível de referências figurativas. Sendo que a estrutura de produção criativa de Jorge Charrua passa por um momento de planificação gráfica, tendo essencialmente o desenho como ferramenta de ideação e de ajuda à composição visual, o artista usa certas referências específicas, como vídeo e fotografia, de modo a atingir uma representação realista e fidedigna. Esses elementos de apoio são especificamente usadas para a construção da figura, referenciando-se na estrutura anatómica, afirmando que “tento que o trabalho venha de mim mas também gosto de dar autenticidade quando eu realmente quero conferir algum realismo, e aí sou obrigado a consultar anatomia e todos esses elementos.” (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 01:23:08).

Pode ser considerado, também, como fase de absorção, o seu interesse em acompanhar o processo criativo e laboral de outros artistas nas redes sociais. Ao manter uma grande preocupação para com a aprendizagem técnica, Charrua procura aprender técnicas de outros artistas, defendendo que “eu adoro muito mais ver o processo do que o próprio trabalho final, porque é muito aquela coisa do processo mental que é feito, porque lá está, aquelas considerações que estás a fazer, e as escolhas que tu fazes, e são essas que me interessa perceber qual é o processo que a pessoa tem quando está numa posição de fazer escolhas.” (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 01:20:24)

IDEAÇÃO

Jorge Charrua, acima de tudo, **vê uma grande importância em manter uma rotina estruturada de trabalho, assumindo que se torna crucial para o seu processo criativo ter uma autodisciplina de produção** (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 01:34:30). Assim, tenta ter um maior controlo sobre a produção, apoiando que a mesma, para além de progredir a técnica, auxilia o desenvolvimento do raciocínio criativo. Tem também a preocupação em controlar todo o ambiente e aspectos envolventes da produção artística, sendo que assim, tem uma melhor perspectiva de que opções, técnicas e/ou conceituais, pode usufruir para que consiga oferecer a melhor respostas às condições em que se propõe a trabalhar. Charrua, fundamenta essa necessidade pelo controlo, ao demonstrar que "...no meu trabalho de *atelier*, que é um trabalho mais concentrado e controlado, controlas melhor o processo porque é uma escala que está dentro dos teus limites do teu corpo humano. Quando tu te propões a fazer um projeto acima das tuas capacidades físicas, automaticamente já estás a colocar à prova uma séries de desafios e dificuldades que escapam-te ao teu controlo. É difícil teres a mesma minúcia num trabalho de *atelier*, como num trabalho de rua. (...) Quando não tenho as condições todas ao meu dispor, no caso de ter uma grua ou ter um andaime, até mesmo a nível de tinta, o material, todos esses fatores (...) eu tenho sempre esse desafio sempre à partida. Por isso eu tento ultrapassar esse desafio para depois focar naquilo que é importante"(Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:00:28).

O processo de ideação de Jorge Charrua, parte essencialmente do desenho como ferramenta de construção criativa. **Para além de serem utilizados como planificação da própria composição visual, muitas das obras de Charrua partem de ideias que nasceram desses mesmos esboços.** Serve como exemplo o desenho (figura 60) que deu origem à obra "*For better, for Worse*" (figura 61, 2017), que apesar de ser completamente distante do que viria a ser a composição final, parte como ponto de partida para o desenvolvimento da ideia e do raciocínio criativo do próprio artista. Assim consegue controlar também o próprio desenvolvimento visual do conceito, sendo que este acaba por ser trabalhado em simultâneo com os primeiros esboços, que por sua vez, podem ou não dar origem a uma obra. Ao desenhar, o artista consegue planificar não, só as suas ideias criativas e as diversas possibilidades representativas, como a própria composição gráfica. Para a realização desses estudos, Jorge Charrua, parte essencialmente do desenho livre, no entanto, auxilia-se em referências visuais, tal como referido anteriormente na fase de absorção, para a construção das figuras, tendo



Figura 60: Esboço para: "*For Better, for Worse*", 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 61: Pintura a Óleo, Acrílico e Tinta Plástica: “For Better, for Worse”, 2007, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua

uma maior atenção para com a estrutura anatômica.

O artista tende a desenvolver esse processo de planificação da imagem ao máximo, tentando trabalhar, a partir dos esboços iniciais, todos os elementos visuais que vêm a fazer parte da composição final. Assim, procura ter uma ideia gráfica extremamente estruturada e definida antes de passar a composição para a tela ou outro suporte, chegando a trabalhar os estudos iniciais várias vezes e com propósitos diferentes. Explica, por exemplo, que “eu as vezes só tenho desenhos de composição, só de posicionamento de elementos. Nem me preocupo se está bem desenhado, é só colocar coisas numa página, ver que peso é que têm. Porquê que ela está mais inclinada para a esquerda e não para a direita? Porque é que está mais em cima e não mais a baixo?

(...) Por aí fora”(Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 01:30:54). Ao começar sempre pelo desenho, e depois de já ter algumas referências da própria composição e de que elementos abordar, Charrua tende trabalhá-lo através de diferentes processos e ferramentas, chegando a abordar a manipulação digital, colagem, uso de fotografia e outros elementos. **Consegue controlar, assim, diversos aspectos da composição antes da produção, sendo capaz até de definir as próprias cores que virão a ser utilizadas.**

Esse método de estruturação pode ser verificado, de novo, com a obra “For better, for worse” (2017), sendo que a partir do esboço, Charrua recorre à manipulação digital para trabalhar elementos como, a estrutura da figura através da fotografia, o fundo e a cor da obra, e a própria distribuição da imagem no espaço (figura 62). No entanto, essa imagem, depois de manipulada, volta a ser redesenhada pelo artista e ainda manipulada uma segunda vez através de pintura digital (figura 63). Essa última abordagem digital, por sua vez, demonstra uma reinterpretação totalmente pessoal da primeira versão manipulada, vindo a tomar considerações mais técnicas, gráficas e estilísticas, como por exemplo ponderações de cor sobre a própria figura. Sendo que as suas obras centram-se essencialmente na representação visual de uma perspectiva pessoal, Jorge Charrua tem tendência a utilizar diversas referências do seu passado pessoal, tal como influências culturais da sua infância.



Figura 62: Montagem Digital de Estudo para: "For Better, for Worse", 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 63: Montagem Digital e Pintura Digital de Estudo para: "For Better, for Worse", 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua

Assim, aborda tanto referências da cultura pop, como conceitos filosóficos ou morais (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:07:30). Procura, então, elementos dos seus interesses pessoais que sejam capazes de, em conjunto, criar uma resposta visual capaz de transmitir um conceito ou uma mensagem. No entanto, não está a comunicar só para si, sendo que tem como objetivo alcançar o público que também entenda essas referências. Assim, ao adereçar-se a diversos elementos, procura que o espectador crie a sua própria interpretação, e assim ser capaz de criar um diálogo entre o mesmo e a obra. Procura, então, elementos dos seus interesses pessoais que sejam capazes de, em conjunto, criarem uma resposta interpretativa capaz de transmitir um conceito. Essas referências são maioritariamente introduzidas como aspetos visuais diretos, como por exemplo a introdução de uma figura de videojogo (figura 65), na obra "Blue Mary" (figura 64, 2018). Outro dos elementos gráficos característicos da construção conceitual e visual baseada nas suas referências pessoais, é o estilo urbano em que as figuras são habitualmente representadas, como por exemplo na obra "Á Espera" (figura 66, 2017), e a introdução da tipografia, semelhante à caligrafia de arte urbana (figura 67), utilizada no fundo de ambas as peças mencionadas.

Charrua aborda a técnica em função do conceito, tentando aliar os seus conhecimentos artísticos à mensagem que se propõe a transmitir. Assim, toda a composição é trabalhada em função desses dois fatores, partindo das suas possibilidades técnicas para ir de encontro ao conceito. Por sua vez, vê uma grande importância em desenvolver as capacidades artísticas,



Figura 64: Pintura a Óleo e Acrílico: "Blue Mary", 2018, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 65: Pormenor de Pintura a Óleo e Acrílico: "Blue Mary", 2018, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 66: Pintura a Óleo e Acrílico: "À Espera", 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 67: Pormenor de Pintura a Óleo e Acrílico: "À Espera", 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua

procurando reter conhecimento técnico de artistas como Ayz e Michael Boresman. Fundamenta a influência dessa necessidade pela aprendizagem técnica na sua própria produção criativa, ao dizer que "Quando eu precisar, (...) de comunicar uma coisa mais complexa, já me lembrar de que elementos técnicos e visuais eu consigo buscar para convergir numa imagem mais potente e mais direta (...) para isso preciso sempre de alimentar-me tecnicamente" (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 00:11). No entanto, apesar de ter essas referências técnicas que é capaz de adaptar conforme os seus objetivos e necessidades, assume um traço gráfico e uma composição visual muito pessoal e centrada na sua própria interpretação da mensagem que pretende

transmitir. Contudo, apesar de manter essa visão pessoal, o seu estilo gráfico não se torna totalmente transversal a todas as obras, adaptando a abordagem, quer técnica como gráfica, aos projetos e conceitos. Esse factor pode ser demonstrado com as obras de arte urbana *"Surroundings"* (2017) e *"Happy"* (2018), em que demonstra duas abordagens estilísticas e técnicas diferentes sobre suportes similares, demonstrando que parte do conceito como ponto de partida para a própria conjugação gráfica e técnica.



Figura 68: Mural *"Surroundings"*, 2017, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua



Figura 69: Mural *"Happy"*, 2018, Jorge Charrua. Fonte: Cortesia de Jorge Charrua

APURAÇÃO

Jorge Charrua vê uma grande importância em procurar a verificação do público e, por consequência, a sua integridade artística. Apesar de se sentir confortável com a sua produção, é importante para si que este tenha uma boa recepção da parte do espectador e da própria comunidade artística. Assim, tem uma preocupação em divulgar o seu trabalho, no entanto só o faz com as obras que considera de valor artístico. Com as obras que rejeita, esta decisão é feita

maioritariamente baseada em aspetos técnicos ou de composição visual que considera inadequados à mensagem que pretende transmitir. Assim, por vezes, com algum espaçamento de tempo, chega a reformular abordagens a temas que já retratou, ou então, se durante a própria produção não se sentir confortável com o rumo que a obra está a seguir, é capaz de abandonar a sua produção para mais tarde voltar visitá-la. O artista explica esse método ao exemplificar que “Eu já tive casos em que tinha obras que ficaram paradas, e tenho (...) tenho obras que estão paradas desde o início deste ano, e estou a fazer outras coisas porque sinto que ainda não tenho elementos suficientes para completar a visão àquilo eu pretendo comunicar” (Entrevista a Jorge Charrua, 18 de Junho de 2019, 02:00).

CONCLUSÃO

Após analisar todo o processo criativo de Jorge Charrua, pode-se entender, como seu principal objetivo de produção, a exteriorização de um conceito emocional, por sua vez traduzido através da sua própria perspectiva pessoal. Mantém nas suas obras um cariz muito autobiográfico, em que usa uma linguagem pessoal baseada nas suas referências, para comunicar um conceito. Essa abordagem, no entanto, tende a aproximar-se ao contexto social e cultural em que o artista está inserido, tentando criar uma conexão entre a sua perspectiva e a do próprio espectador. Assim, procura construir a sua própria leitura, essencialmente emocional, de temáticas com as quais o público já está, de alguma forma, sensibilizado. No entanto, mesmo tendo esse objetivo, procura manter uma linguagem conceitual que não seja direta na comunicação de uma mensagem, e que, por sua vez, dê ao espectador a possibilidade de obter várias interpretações sobre a mesma obra.

A recolha de material gráfico inspirativo, torna-se também de extrema importância para Jorge Charrua, sendo que arquiva referências que o poderão vir influenciar ao longo da sua produção criativa. Essas referências assumem várias naturezas e não são arquivadas com o intuito de serem utilizadas diretamente nas suas obras. Mantém, uma postura de aprendizagem quando na procura dessas mesmas referências inspirativos, tentando absorver novas técnicas e conhecimento artístico.

No seu processo de ideação, o desenho e a manipulação gráfica são técnicas essenciais para a planificação visual do seu raciocínio criativo. Ao começar por vários esboços, trabalha-os até alcançar uma composição visual capaz de transmitir o seu conceito através de vários elementos gráficos. Charrua vê uma grande preocupação em manter um controlo sobre a estrutura visual, procurando ter uma ideia definida da composição final antes de começar a sua realização, e sobre a própria produção artística, mantendo uma rotina de trabalho muito definida. Para a produção das suas obras, apesar de ter um traço gráfico distinto, não adopta um estilo congruente e transversal às suas obras, sendo que trabalha a técnica em função do conceito. Assim, ao conjugar várias técnicas e referências estilísticas, como o realismo e elementos característicos do graffiti, consegue adicionar um maior destaque à força visual das suas obras.

Após a realização das obras, tem tendência em procurar a verificação do espectador e da comunidade artística, demonstrando, também, alguma insegurança para com o valor artístico de algumas das suas obras. No entanto, numa perspetiva geral mostra-se confortável com as suas capacidades técnicas e artísticas, sendo que essa busca pela aceitação do público tem, também, como objetivo, verificar se a peça em si conseguiu criar uma resposta emocional da parte do espectador.

D.2 PEDRO MAGALHÃES

Sendo atualmente o responsável máximo pela direcção criativa na agência Wunderman Thompson (Lisboa), Pedro Magalhães tem uma carreira publicitária com 27 anos de experiência. Com um percurso focado essencialmente na direcção de arte e na direcção criativa, terá trabalhado com clientes de grande estatuto comercial, como McDonalds, Vodafone e EDP. Até então, o seu trabalho conquistou vários prémios nacionais e internacionais, em festivais como *EuroBest*, *D&AD*, *One Show* e *El Ojo*. Dos mesmos, destaca-se o Leão de Ouro em imprensa no festival *Cannes Lions* (2004), premiado com a campanha "Invisíveis" para o cliente Exército de Salvação.

D.2.1 PERFIL CRIATIVO E SUAS INFLUÊNCIAS

Desde a sua infância, Pedro Magalhães terá demonstrado um forte interesse pelo desenho, sendo este um hábito que manteve presente desde então, e que acabou por levá-lo a querer continuar a explorar, não só a técnica, como também a própria produção criativa. Dentro do âmbito escolar, terá mostrado, também, uma maior envolvimento para disciplinas de teor prático, e por sua vez de produção e desenvolvimento criativo, como por exemplo artes plásticas e música (Anexo Externo B2, Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:13:30). Ao ser incentivado pela família a prosseguir os seus estudos académicos nessa mesma vertente, entra na Escola Artística António Arroio, onde continua a praticar o desenho e a desenvolver as suas bases de produção criativa.

Apesar de ser instigado pela família a continuar a sua formação na vertente da arquitetura, Magalhães opta por seguir o design gráfico devido à dimensão de expressividade criativa que esta área tinha para oferecer. Durante uma entrevista presencial com o criativo, este justifica a sua escolha ao afirmar que "sempre achei bonito o lado gráfico e o lado colorido, texturas, tipografia. Tudo muito mais interessante que arquitetura." (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:17:55). Assim, continuou os seus estudos na licenciatura em Design Gráfico no IADE - Creative University, onde terá, desde o princípio, direccionado a sua

produção de design para a publicidade. Ainda que assuma que não teve uma influência directa, fundamenta o seu interesse pela publicidade, e pelas suas capacidades de comunicação visual, ao afirmar que “Eu acho que publicidade é seduzir as pessoas, é convenceres alguém a fazer alguma coisa sem estares ao pé dela. É através das artes, através da escrita, da imagem, do cinema (...) tu recorres às artes para convenceres alguém a fazer alguma coisa.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:19:16).

Ao concluir a sua licenciatura em 1992, é colocado no Grupo Barro, agência internacional italiana com sede em Lisboa, como estagiário. Exercendo funções como maquetista, e ao ter assim uma maior envolvimento para com o processo de produção, acaba por desenvolver as suas capacidades técnicas de composição e construção visual no contexto comercial. Com o desenvolver da tecnologia e das ferramentas digitais de construção gráfica, sobe gradualmente de cargo, até atingir a posição de diretor de arte no mesmo grupo. Em busca de uma maior envolvimento para com a publicidade, tanto como aprendizagem, como carreira profissional, Pedro Magalhães terá, desde o início, a tendência para procurar ambientes de trabalho, nomeadamente agências, que propusessem as condições certas para um melhor desenvolvimento das suas capacidades criativas. Realiza essa procura tendo como base o trabalho de cada agência, e o impacto do mesmo, o que demonstra ao dizer que: “onde é que estão os profissionais bons? Estão ali naquela agência, então eu vou tentar ir para ali” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:02:04). Assim, em 1995, é colocado na agência publicitária Young & Rubicam como diretor de arte. Essa fase terá sido de uma importância elevada para com o seu desenvolvimento profissional e criativo tendo em conta o contacto que realizou com os profissionais da área com que trabalhava diariamente. Desde então, vê como maior influência referência de aprendizagem criativa, as pessoas com quem veio a trabalhar, considerando que “foi determinante para o meu caminho.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:04:26).

Em 1996 começa a trabalhar na agência publicitária Lintas, com o propósito de, em conjunto com colegas, reestruturar a direção criativa da mesma empresa. Ao envolver-se na carreira como criativo, viu-se obrigado a expandir a os seus conhecimentos técnicos académicos para um plano de conhecimento criativo mais abrangente e aplicado ao contexto comercial e laboral (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:08:24) Assim, acaba por desenvolver interesse em conhecer e aprender ferramentas publicitárias e funções técnicas com as quais lidava diariamente durante a produção publicitária, como por exemplo direção de fotografia, edição, direção de atores, entre outros (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:09:56).

Até à data, Pedro Magalhães terá exercido funções como diretor criativo em oito agências de publicidade, sendo que atualmente trabalha, como referido anteriormente, na agência Wunderman Thomson. Em simultâneo, terá dado aulas de filme publicitário na escola

Restart - Instituto de Criatividade Arte e Novas Tecnologias e, mais recentemente, de art & print na World Academy.

CONCLUSÃO

Ao concluir a análise do percurso de Pedro Magalhães, são notáveis certas características do seu perfil como génio criativo e que demonstram a sua envolvimento para com a comunicação visual através de um plano criativo. Apesar do seu interesse para com elementos artísticos e estéticos, é possível constatar a sua atração, desde criança, para com a planificação visual de um elemento comunicacional, acabando por ver o desenho como ferramenta de estruturação ideológica e não como vertente artística. Assim, é direcionado para o design e para a publicidade pelo seu próprio desejo de desenvolver capacidades criativas de construção gráfica e ideológica. No entanto, essas mesmas capacidades terão se desenvolvido essencialmente no período laboral, durante o qual tem vindo a demonstrar uma necessidade pessoal de procura de conhecimento. Demonstra, assim, uma grande indispensabilidade para com a aprendizagem autodidata, no entanto esta é maioritariamente focada na própria produção, procurando desafiar as possibilidades dos seus projetos de modo a conseguir desafiar as suas próprias competências criativas.

D.2.2 PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Sendo que trabalha as suas obras gráficas como ferramentas de comunicação visual de uma conotação ideológica, capaz de transmitir uma mensagem comercial, Pedro Magalhães reconhece, como necessidade, um entendimento íntegro e incisivo de todas as informações inerentes ao *briefing* e por sua vez, uma planificação detalhada do mesmo. **Assume que o excesso de informação, ainda que importante, possa confundir o seu raciocínio criativo, dando uma maior dimensão de possibilidades interpretativas que poderão divergir dos objetivos fulcrais do projeto. Assim, procura afunilar essa mesma informação até que ter uma leitura clara e incisiva de quais são todas as necessidades do cliente e, por sua vez, do público alvo** (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:38:00). Ao trabalhar recorrentemente com os mesmos clientes, e ao conhecer assim as suas principais necessidades, objetivos e público alvo, Magalhães tem também a tendência a desenvolver os seus próprios projetos sem um *briefing*. Esses projetos surgem essencialmente da sua necessidade de desenvolver material criativo, acabando ir de encontro às próprias marcas com quem trabalha. Acha importante manter esta prática sendo que, assim, consegue desenvolver o seu raciocínio criativo sem obrigatoriedades de campanha (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 01:19:29).

Pode ser considerado, também, como parte da fase de contextualização, o facto de ver uma grande relevância em manter uma boa relação com o cliente, afirmando que “é importantíssimo teres um cliente que te admire e que te respeite e que te ouça e com quem consigas conversar. (...) Portanto, quando há muito bom trabalho, tem que haver boas cabeças de um lado e do outro, não é só de um lado. Não consegues obrigar alguém a fazer uma coisa que não quer e em que não acredita.”(Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 0:07:00 - 00:07:29). Assim, ao tentar manter uma relação próxima com o cliente, não só desenvolve uma maior confiança com o mesmo, como também consegue ter uma melhor percepção dos objetivos, necessidades e opiniões do cliente.

ABSORÇÃO

Seguindo a sua necessidade de um entendimento total da informação inerente ao *briefing*, Pedro Magalhães procura conhecer mais do que as informações contidas no mesmo, afirmando que “... depois tens a fase do mergulho, (...) que já começa no *briefing*, e é isso mesmo, mergulhar na marca, mergulhar no problema, e estudar.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:44:59). Numa campanha de promoção da Super Bock aos novos estádios de futebol da equipa de Futebol do Porto e do Sporting Club de Portugal, Magalhães demonstra a sua necessidade por ter uma necessidade pelo entendimento amplo do tema ao afirmar que “Eu sou um profundo conhecedor do fenómeno futebolístico e sei as manias e as cantigas e características de cada um. Mas pensei que se calhar não sei o suficiente para fazer isto assim, e posso dizer algum disparate e posso não ter ideias que poderia ter tido. Então fui estudar a história dos dois clubes (...) e isso fez com que tivesse ideias que não teria tido se não tivesse feito esse processo. Foi fundamental.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:45:42). No entanto, assume que as obrigações profissionais, e a acrescida carga de trabalho, podem nem sempre permitir que essa fase seja feita com a maior efetividade (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 0:44:46). **Para Magalhães é também importante, não só conhecer o produto na sua totalidade, como também consumi-lo, demonstrando a sua necessidade por acreditar na mensagem que pretende transmitir,** exemplificando que “eu bebia Super Bock (marca de cerveja), e trabalhei Sagres (marca de cerveja concorrente), passei a beber Sagres. Comecei a trabalhar Sagres, larguei a Super Bock, só bebo Sagres” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:54:54).

Para além desse entendimento íntegro, Magalhães consulta regularmente referências criativas, não só gráficas e publicitárias, como também de tecnologia, fotografia, e outros temas. Procura influências criativas essencialmente através de estímulos atuais e do consumo de cultura, mantendo um arquivo como em revistas culturais e anuários publicitários que consulta regularmente como fonte de inspiração. Vê também importância em manter-se atual e atento ao mundo em seu redor, defendendo que “andar na rua de olhos abertos e ouvidos atentos, são referências, têm de ser, porque as ideias vêm daí. Observares os teus filhos a crescer, ir ao

cinema, ler, ver televisão, ouvir música, eu acho que para uma profissão como esta, tudo isso são referências.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:50:00).

IDEAÇÃO

Durante o seu processo de ideação, Pedro Magalhães tende a adoptar pequenos momentos de incubação, que por sua vez o remete para um estado de descontração e inspiração. Como forma de distração para com as atividades e problemas laborais, procura momentos de distanciamento para com o processo criativo, chegando a praticar atividades como por exemplo a corrida, ocupação que assume como essencial para o seu raciocínio criativo e, por sua vez, parte integrante do seu processo criativo (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 01:41:00). **Reconhece, então, a necessidade de se distanciar, assumindo-a como parte essencial do seu processo criativo, conseguindo assim, não só ter uma postura mais dinâmica e descontraída, como também uma perspectiva mais distante, e porém mais abrangente, do que são as possibilidades e objetivos de cada campanha.**

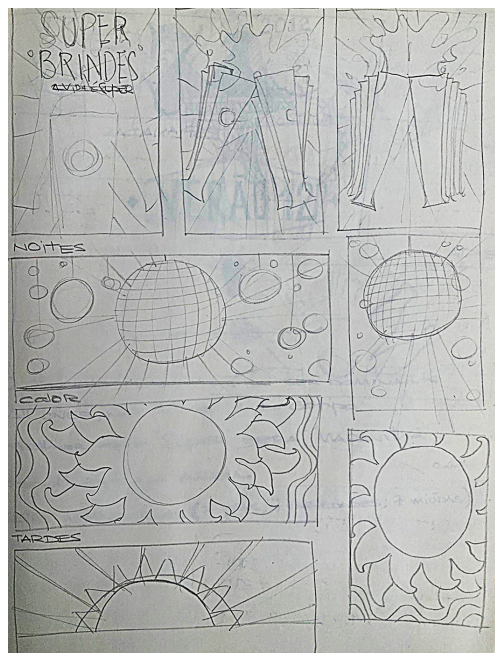


Figura 70: Exemplo de Esboço de Planificação de Pedro Magalhães para campanha de: “Super Bock”, 2014, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães

Após a análise da informação absorvida, e muitas vezes ainda durante as fases de contextualização e absorção, Pedro Magalhães adopta o desenho como ferramenta principal do seu processo de idealização, afirmando que “Eu não consigo pensar sem ter uma folha, ou mesmo um bloco (...) para mim faz parte do raciocínio desenhar logo.” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:55:44). Assim, ao realizar diversos esboços rápidos, consegue planificar o seu raciocínio criativo à medida que o desenvolve, partindo já de uma tradução gráfica das suas ideias e conseguindo, assim, ter uma percepção do que poderá resultar, ou não, como composição visual. Essas planificações, ainda que sejam esboços rápidos e estejam centrados essencialmente no desenvolvimento do conceito criativo, já têm em consideração aspectos técnicos, como tipografia, peso dos elementos visuais e o próprio estilo de comunicação visual. Magalhães explica a sua necessidade ao afirmar que “Quando estás a fazer direção de arte, quando estás a desenhar já estás a estabelecer as relações dos elementos (...) as proporções dos elementos na folha, no espaço. Já estás a fazer isso tudo, e isso é muito mais fácil quando desenhas. Quando vais para o computador, no meu caso, já tenho de ter o raff (esboço)” (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019,00:57:13). É possível verificar, a

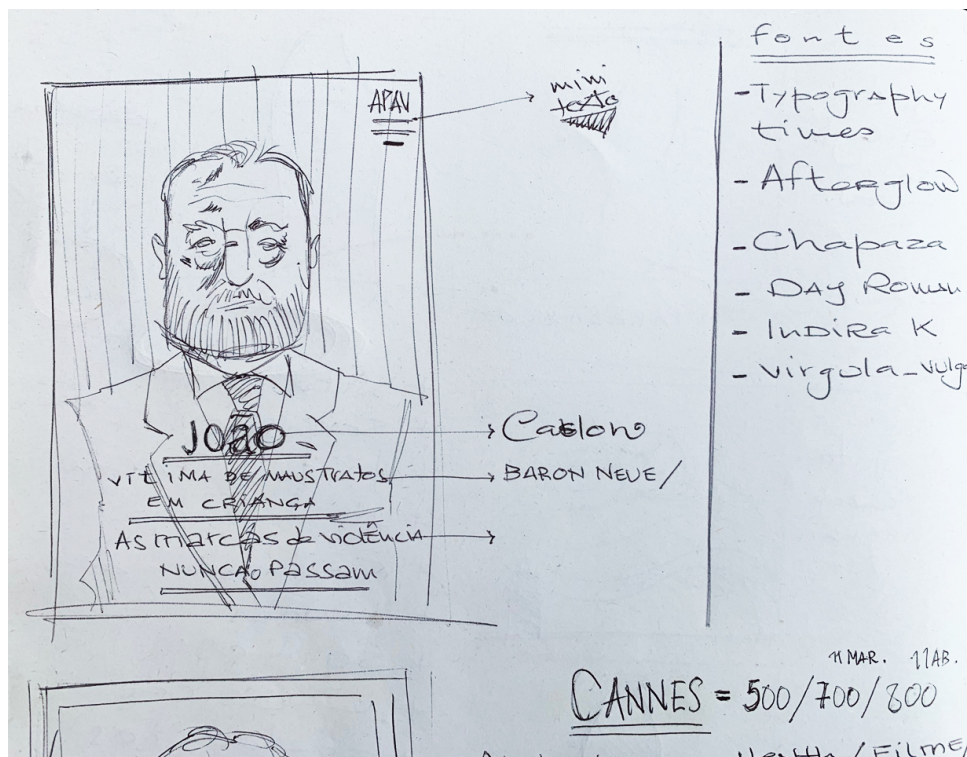


Figura 71: Esboço para campanha de: “As marcas de violência na infância nunca passam”, 2019, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães

importância da planificação visual do seu raciocínio criativo, ao analisar a evolução conceptual dos esboços, e por sua vez o produto final, dos cartazes que realizou, através da agência Fullsix, para o cliente APAV (2019), tendo com headline “As marcas de violência na infância nunca passam”. Os esboços e apontamentos referidos demonstram uma evolução da própria ideia, apresentando, numa primeira instância, várias possibilidades de comunicação, ainda que do mesmo conceito, e afunilando para uma escolha, sendo esta já mais detalhada e estruturada, tendo consideração também elementos gráficos específicos.

Como é também possível analisar, no mesmo caso, o esboço escolhido já apresenta uma estrutura, conceptual e gráfica, semelhante às obras finais, no entanto ainda existem algumas diferenças, que por sua vez são trabalhadas durante a própria produção. **Ao trabalhar as propostas finais e tendo já a ideia conceptual totalmente definida, tende também a realizar vários testes de organização visual.**

No entanto, as ferramentas utilizadas para a realização das obras publicitárias finais, tanto como o seu estilo gráfico e composição visual, são determinadas em função do conceito a ser transmitido, trabalhando-os em conjunto com a própria ideia. Assim, considera sempre diversas opções técnicas, como por exemplo a fotografia, cinema 4D, colagem, tanto como opções formais, tais como o abstrato, o ilustrativo e o figurativo. Porém, tem uma apreciação



Figura 71: Cartaz da Campanha: “As marcas de violência na infância nunca passam”, 2019, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães

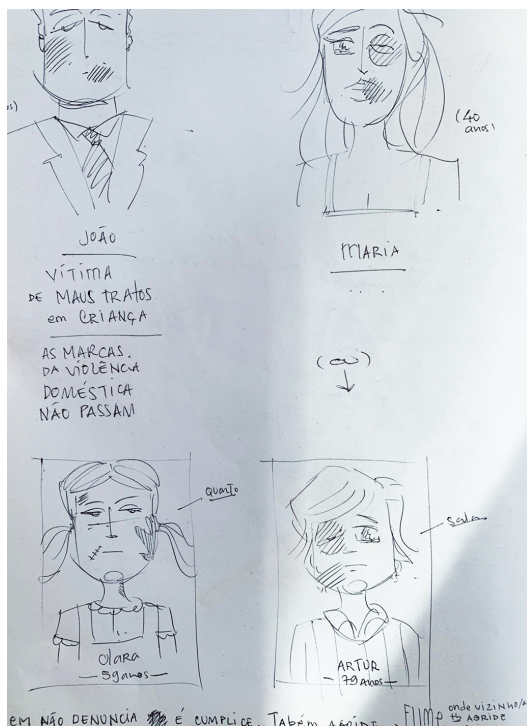


Figura 72: Esboço para campanha de: “As marcas de violência na infância nunca passam”, 2019, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães

especial pela ilustração, utilizando-a várias vezes ao longo do seu trabalho, defendendo que encontra valor na construção de certos pormenores construídos à mão (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 01:03:45). **Mas ao basear-se, então, sobre essas diversas ferramentas, aborda a conexão das mesmas com o conceito de modo a alcançar o teor comunicacional que pretende transmitir. As diferentes possibilidades técnicas e gráficas, e as suas respetivas interpretações como meios de representação visual, conseguem assim adicionar uma conotação acrescida ao conceito e ideia aplicada ao objeto de comunicação.** Assim, é feita uma consideração das várias possibilidades gráficas tendo como base o valor que estas podem adicionar à obra. Um exemplo ilustrativo da sua adaptação técnica em função da ideia, será a campanha “TAG” (2008), desenvolvida através da agência HAVAS para o cliente Optimus, em que Pedro Magalhães, em que apesar de assumir uma linguagem de comunicação visual ilustrativa transversal às quatro obras, adapta o estilo desta em função do conceito de cada um dos cartazes. Apesar de apresentarem, em primeiro plano, alguns elementos do layout gráfico transversais à campanha, acabando por ser este o elo de ligação gráfico entre as peças publicitárias, o estilo ilustrativo de cada uma das mesmas é totalmente reestruturado tendo em conta o conceito destas. Assim, demonstra que consegue trabalhar as próprias opções estilísticas ilustrativas como ferramenta de comunicação, sendo que sem a adaptação desta, a mensagem transmitida não teria, da parte do espetador, a mesma interpretação. O mesmo projeto serve como demonstração da atenção acrescida de Pedro Magalhães para com a introdução da informação como elemento gráfico, trabalhando-a de forma discriminativa. Aplica, então, a mancha tipográfica

como parte integrante da forma visual, sendo que esta é construída e/ou escolhida em função da composição visual e do próprio conceito.

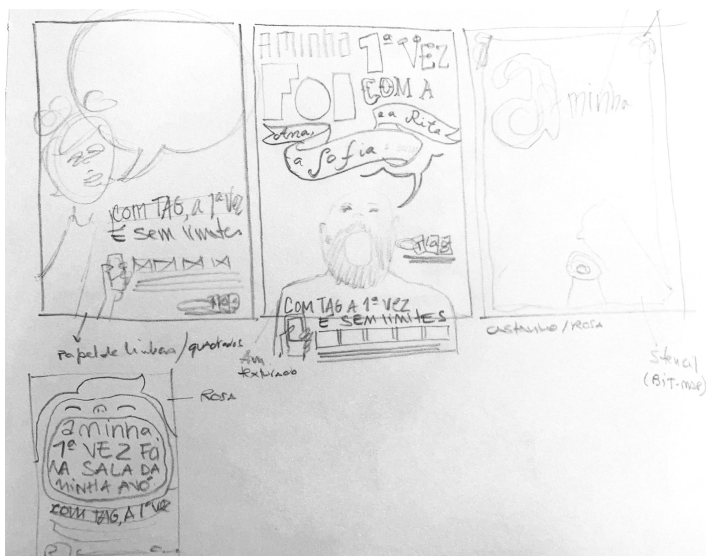


Figura 74: Esboço para campanha de: "TAG", 2008, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães



Figura 75: Cartaz da campanha de: "TAG", 2008, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães



Figura 76: Cartaz da campanha de: "TAG", 2008, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães



Figura 77: Cartaz da campanha de: "TAG", 2008, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães



Figura 78: Cartaz da campanha de: "TAG", 2008, Pedro Magalhães. Fonte: Cortesia de Pedro Magalhães

Durante o seu processo de ideação, tem também em consideração aspetos totalmente técnicos e práticos, preocupando-se com factores inerentes à execução mesmo quando, ainda durante a planificação. Assume que ao ter um conhecimento abrangente das ferramentas e obrigações práticas que habitualmente implicam na construção da peça final, consegue realizar

uma melhor planificação do mesmo, sendo que tem também um maior controlo da própria produção e de como idealiza o produto final. Assim, tem em consideração elementos que muitas vezes podem ir para além das considerações dos diretores de arte, como a própria escolha de atores, escolha de música, direção de fotografia (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 00:09:10).

APURAÇÃO

Sendo que Pedro Magalhães procura essencialmente, nas suas obras, a consistência do conceito criativo, tem preferência em trabalhá-lo acima da estética. No entanto, não desvaloriza de todo essa questão visual, mas quando na fase de verificação do projeto, será a consistência da mensagem criativa, e a efetividade da mesma, que procura avaliar. Tem, assim, o interesse em procurar a opinião de pessoas exteriores ao projeto, no entanto não o faz obrigatoriamente.

Tendo em conta o contexto laboral, e diversas características de produção que podem fugir ao seu controlo, Pedro Magalhães admite que tem tendência a sentir-se insatisfeito em alguns projetos. Ao existirem diversas características que interferem com a produção, e nem sempre considerar a solução criativa encontrada como sendo a melhor resposta, assume que realizou vários projetos ao longo da sua carreira com os quais não se sente satisfeito, mas não vê essa reação como negativa. No entanto, na generalidade, tem tendência em ter orgulho, tanto da sua carreira e do seu percurso como criativo, como maioria das suas peças publicitárias. Durante entrevista, refere também que o próprio orgulho, e assistir à realização e divulgação dos seus projetos, o incentiva a produzir e a aceitar a sua integridade como criativo (Entrevista a Pedro Magalhães, 21 de Junho de 2019, 01:15:11).

CONCLUSÃO

Ao concluir a análise do processo criativo de Pedro Magalhães, é possível definir o seu raciocínio criativo como focado na construção de um conceito ideológico capaz de criar uma resposta no público alvo. Tem, assim, o objetivo de traduzir toda a informação numa mensagem criativa e num conceito visual que consiga, ao mesmo tempo em que dá resposta aos objetivos do *briefing*, relacionar-se com o espetador. Tendo essa perspectiva e objetivo, procura que a informação seja concisa e incisiva de modo a que consiga desenvolver um raciocínio criativo mais assertivo quando na ideação de elementos que possam, de alguma forma, conectar os objetivos do cliente às necessidades do consumidor.

De modo a conseguir desenvolver essa conexão através de uma peça gráfica, torna-se importante para Pedro Magalhães compreender não só o *briefing* e o cliente, como também o consumidor e o próprio produto. Ao procurar realizar uma recolha de informação abrangente, tenta compreender todas as informações inerentes ao projeto, incluindo a razão do mesmo, a sua história, a relação que mantém com o consumidor, e outros aspetos que possam auxiliar o seu

raciocínio a desenvolver uma ideia. Vê também uma grande importância em consumir o próprio produto e em estar atento ao mundo ao seu redor, como forma de tentar compreender a perspectiva do consumidor e o ambiente que o rodeia. Toda essa envolvimento para com a absorção da informação, foca-se sobre elementos que vão para além dos objetivos principais do produto, permitindo que consiga desenvolver um raciocínio criativo centrado na perspectiva e interpretação do espectador tendo em conta as referências que envolvem o mesmo.

Após uma compreensão ampla de todas as informações e características do projeto, Magalhães recorre essencialmente ao desenho como ferramenta de ideação. Assim, consegue planificar o seu raciocínio criativo e as diversas possibilidades conceituais e representativas. Essa planificação é, então, habitualmente centrada na estruturação gráfica e na procura da tradução visual do conceito criativo. Essas planificações, ainda que sejam esboços rápidos e estejam centrados essencialmente no desenvolvimento do conceito criativo, já têm em consideração aspectos técnicos, como tipografia, peso dos elementos visuais e o próprio estilo de comunicação visual. Dessas várias possibilidades representativas, Pedro Magalhães continua por fazer uma escolha das mais capacitadas para transmitir a mensagem, acabando por trabalhar sobre as mesmas até alcançar uma composição visual adequada. Para a realização, não adopta um estilo congruente e transversal às peças que coordena, procurando a técnica em função da mensagem a ser transmitida. Assim, consegue adicionar uma maior ênfase à mensagem e conseguir transmitir de melhor forma o conceito do elemento a ser publicitado.

CAPÍTULO V - CONCLUSÃO

Neste capítulo será realizada a análise comparativa entre os grupos estudados anteriormente, e os criativos inerentes aos mesmos, de modo a alcançar assim a conclusão e a resposta à questão de investigação da presente tese. Assim, o capítulo encontra-se dividido em quatro secções: (1) Análise de Grupos; (2) Análise de Disciplinas; (3) Análise entre Disciplinas; (4) Conclusão Final.

5.1 ANÁLISE DE GRUPOS

Na presente secção, serão tiradas as conclusões finais derivadas da análise de cada um dos grupos estudados no capítulo anterior. Essas análises finais surgem do cruzamento de dados entre os dois criativos de cada grupo.

5.1.1 CONCLUSÃO GRUPO A - Vincent van Gogh e Alphonse Mucha

PERFIL CRIATIVO

Ao analisar comparativamente o perfil criativo de Vincent van Gogh e Alphonse Mucha, podem-se verificar algumas similaridades cognitivas e comportamentais. Ambos demonstram uma enorme persistência para com a aprendizagem e o sustentamento cultural, procurando, quer um quer outro, uma envolvimento educativa e prática recorrente das suas capacidades técnicas. No entanto, pode-se encontrar divergências nessa aprendizagem, tendo em conta que van Gogh procura aprender de uma forma académica a técnica e opções estilísticas baseadas em vanguardas artísticas, e Mucha desenvolve a sua aprendizagem focada na técnica gráfica e não artística, deixando-se influenciar por ideologias artísticas e não pelas suas técnicas de produção. Mucha demonstra também uma predisposição para se envolver em diferentes áreas de produção, o que também pode ser verificado no perfil de van Gogh, mas não com a mesma envolvimento e amplitude demonstrada pelo primeiro. Apesar de Vincent van Gogh se interessar por áreas diferentes, tende a focar-se sobre vanguardas específicas, vindo a afunilar as suas influências em aspectos que iriam de encontro aos seus interesses de produção artística. Mucha, por sua vez, procura influências distintas que poderão não demonstrar, numa primeira instância, influência direta para a sua produção, estando assim aberto a diversos elementos inspirativos.

Alphonse Mucha, com as suas obras, demonstra também uma predisposição para descobrir problemas e gerar novas soluções, desafiando suposições básicas de produção artística e gráfica e criando as suas próprias respostas com elementos totalmente pessoais, ainda que

influenciados por ideologias adotadas anteriormente por outros artistas. Vincent van Gogh, no entanto, tende a trabalhar novas alternativas sobre conceitos já existentes, tendo como base, a adaptação de técnicas e ideologias de outras vanguardas artísticas em função dos seus objetivos pessoais de produção.

Ambos demonstram também, fortes ideologias pessoais que acabam por transpor para as suas obras, tendo também uma tendência a conceitos de divergência social, moral ou filosófica. No entanto, têm perspectivas diferenciadas relativamente à própria produção criativa, sendo que van Gogh assume a mesma como uma necessidade, quase incontável, de exteriorização emocional através de um plano artístico, assumindo-a como uma razão superior ao seu ser, enquanto que Mucha assume a criação como um meio de comunicação e como ferramenta de flexibilização de realidades e conceitos.

PROCESSO CRIATIVO

Ao cruzar o processo criativo de Vincent van Gogh com o de Alphonse Mucha, tornam-se evidentes algumas características similares no que diz respeito aos objetivos de produção de cada um dos profissionais. Ambos têm, como principal motivação, a exploração de um conceito emocional através de um plano de composição visual, mesmo quando na aplicação comercial. Têm em comum, então, uma perspectiva inicial focada na tradução gráfica de um conceito emocional, moral ou filosófico. No entanto, alguns aspetos de divergência são notados na própria interpretação desse conceito ou mensagem, sendo que van Gogh parte essencialmente de uma perspectiva de exteriorização pessoal enquanto que Alphonse Mucha utiliza a abordagem emocional de modo a ir de encontro ao público alvo, relacionando assim o produto com o próprio carácter pessoal do espectador. Van Gogh assume também, como necessidade de produção, o desafio de capacidades técnicas e artísticas, característica que Mucha desvaloriza ao sentir-se totalmente confortável com as suas capacidades e, por sua vez, a sua integridade artística.

Na fase de absorção, no que diz respeito à recolha e acumulação de dados, os dois criativos têm processos diferentes. Enquanto que van Gogh adopta o desenho como ferramenta essencial de registo de informação, criando de raiz material que serviria como referência, Mucha adopta essencialmente a fotografia como base figurativa para o seu processo de ideação. No entanto, em ambos os casos essa recolha de informação parte sobretudo do objetivo de comunicação emocional. Porém, a recolha de Mucha baseia-se, de novo, na ligação emocional entre o produto a ser publicitado e o público alvo, enquanto que van Gogh procura compreender emocionalmente a cena ou figura que pretende retratar de modo a conseguir retirar a sua própria percepção pessoal e artística.

Procedendo-se a fase de ideação, os dois profissionais dependem, muitas vezes, do desenho como ferramenta de planificação da composição visual. No entanto, Mucha tem uma maior facilidade, comparado a van Gogh, de flexibilizar as referências gráficas originais em função da composição final, sendo que Vincent sente a necessidade de se basear integralmente em modelos de orientação visual, tendo dificuldades de fugir graficamente à realidade. Assim, de modo a procurar também a sua integridade artística, van Gogh segue esse planeamento gráfico perante uma aprendizagem académica, seguindo, muitas vezes de uma forma rigorosa, técnicas de ideação gráfica de artistas conceituados, enquanto que Mucha têm um processo muito mais livre e autónomo.

Na construção ideológica da mensagem que procuram abordar, assumem perspectivas ligeiramente diferenciadas apesar de terem sempre uma conotação emocional como base. Apesar de Mucha não ter como principal foco a aplicabilidade comercial das suas peças, procura abordar assuntos de interesse social ou de natureza empática, voltando tentar criar um ponto de contacto entre a obra e o público alvo. Van Gogh, por sua vez, foca-se totalmente na percepção emocional da realidade, abordando algumas vezes temáticas sociais mas retirando a sua própria perspectiva emocional das mesmas.

Na construção técnica da peça em função da conotação ideológica, ao trabalharem ambos a composição visual em função da mensagem, têm também tendência a adicionar, sublimemente, conteúdo conceitual através de certos elementos visuais, como simbolismos e referências icónicas. Por ambos, esta introdução conceitual é feita sem uma percepção direta do uso da mesma, aumentando assim a carga emocional da composição visual de uma forma sublime. Para além do uso dessas referências, ambos trabalham a composição visual em função da mensagem, usufruindo da própria organização ou construção da imagem em prol do conceito. No entanto, enquanto que Mucha trabalha esse fator, essencialmente, através da organização de elementos, van Gogh aproveita outros factores técnicos em função do enaltecimento emocional, como por exemplo a sensibilidade cromática e a flexibilização estilística.

No que concerne à construção estilística e técnica, Vincent van Gogh e Alphonse Mucha assumem perspectivas divergentes na sua planificação. Enquanto que van Gogh agiliza grande parte da sua técnica em função de diversas referências e técnicas baseadas em artistas conceituados e vanguardas artísticas que adopta conforme a mensagem que pretende transmitir, Mucha cria o seu próprio registo gráfico sem referências ou influências técnicas. Van Gogh, de modo a conseguir transmitir graficamente um conceito da melhor forma, é capaz de adoptar técnicas específicas em função da sua força gráfica ou conceitual. Por sua vez, Alphonse Mucha adopta o um estilo congruente que se torna transversal a todas as obras, não tendo referências técnicas e artísticas como base, mas sendo capaz de se referências em ideias ou conceitos já explorados nas artes plásticas e transpondo-os para conceitos comerciais.

Após a conclusão da produção criativa e ao seguir-se a fase de apuração, ambos têm dificuldades na aceitação pessoal do seu próprio trabalho, no entanto, por razões distintas. Enquanto que van Gogh tem uma preocupação acrescida para com a adequação da solução artística perante o seu ideal de produção inicial, Mucha tem dificuldades na aceitação do seu trabalho comercial como ferramenta de comunicação emocional. Van Gogh, para além de procurar o perfeccionismo técnico e artístico, tem dificuldades em aceitar a integridade do seu trabalho, procurando verificação perante outros artistas ou profissionais da área, sentindo-se, então, inseguro com o seu trabalho mesmo quando considera o produto final concluído. Torna-se importante referir, também, o facto de van Gogh abordar várias vezes os mesmos projetos, tornando-se notável novamente a recorrente insatisfação para com os seus produtos criativos. Mucha, por sua vez, apesar de se sentir satisfeito com as suas capacidades técnicas, criativas e o valor artístico das mesmas, tem dificuldades em aceitar a falta de conceito na produção criativa comercial, acabando por se afastar da mesma ao longo da sua carreira.

5.1.2 CONCLUSÃO GRUPO B - Francis Bacon e Sebastião Rodrigues

PERFIL CRIATIVO

Ao cruzar o perfil criativo de Francis Bacon com o de Sebastião Rodrigues, algumas características similares são evidenciadas. Ambos os criativos demonstram uma predisposição para a procura de informação e por sua vez uma persistência para com a aprendizagem. Essa aprendizagem, no entanto, toma vertentes práticas e técnicas diferenciadas. Francis Bacon assume uma aprendizagem artística autodidata, sentindo-se influenciado a criar por inspiração artística. Apesar de ser totalmente autodidata, Bacon têm uma envolvência quase académica para com a aprendizagem artística, focando-se em estilos e técnicas específicas, permitindo assim que desenvolvesse ao máximo um plano de conhecimento focado apenas nos valores artísticos que pretendia desenvolver. Sebastião Rodrigues, por sua vez, também acompanha uma aprendizagem focada em características específicas, no entanto é direcionado para a produção gráfica devido à sua iniciação académica e laboral, vindo a ser inserido no contexto de produção criativa por necessidade de trabalho. Ao ter uma instrução focada em técnicas específicas devido ao contexto laboral, Rodrigues também adopta uma procura autodidata pela aprendizagem de outras técnicas.

Ambos demonstram, também, influências do contexto social que os envolvia, tendo, no entanto, reações diferentes ao mesmo. Enquanto que Bacon trabalha essas mesmas influências através de um plano emocional, na procura de uma interpretação pessoal do ambiente que o rodeia, Rodrigues tende a usufruir de referências sociais como elementos de comunicação, de modo a de alguma forma relacionar as suas obras com o público alvo. Assim, Rodrigues demonstra uma predisposição para a flexibilização de elementos e conceitos, gerando

alternativas através de elementos já existentes e sendo capaz de adaptar informações em função da mensagem ou da composição visual, enquanto que Bacon assume uma vertente de originalidade pessoal, sendo capaz de criar algo totalmente novo, ainda que sobre referências já existentes, criando assim uma perspectiva totalmente única.

No entanto, Bacon demonstra uma predisposição para se deixar envolver por ideologias pessoais, factor que Rodrigues não demonstra na sua produção criativa. Francis Bacon, ao ter fortes conceitos pessoais, de valor emocional, moral e filosófico, tenta transpô-los para as suas obras através de um plano criativo e muitas vezes abstrato. Rodrigues, por sua vez, não transpõe a sua perspectiva pessoal para as suas peças. Torna-se também importante comparar a preocupação de Bacon para com a aceitação do seu trabalho no meio artístico, com a despreocupação artística de Rodrigues, sendo que o último demonstra-se totalmente confortável com as suas capacidades técnicas e criativas.

PROCESSO CRIATIVO

Ao observar o processo criativo de Francis Bacon e Sebastião Rodrigues, é possível notar o interesse de ambos em captar e fundamentar o interesse do público alvo. No entanto, apesar desse interesse comum, o método e objetivos do mesmo é diferenciado. Enquanto que Bacon procura ir de encontro à perspectiva do espetador através da sua própria ideologia pessoal, Rodrigues pretende utilizar a mensagem da obra como conceito visual de modo a alcançar um maior impacto visual e assim alcançar o público alvo. Porém, ambos procuram utilizar um plano emocional como ferramenta de comunicação, sendo que Bacon é totalmente expressivo, explícito e figurativo na sua abordagem, enquanto que Rodrigues recorre à simbologia e à depuração da imagem de modo a ter algum impacto emocional. Assim, é possível definir o objetivo de ambos como uma procura pela tradução de uma mensagem feita única e exclusivamente pela composição visual, não sendo necessárias outras informações para a compreensão da mesma.

Como recolha de informação e de dados de apoio à construção da obra, ambos os criativos constróem um arquivo de imagens e figuras que serviriam de apoio futuro para a construção das suas obras. Apesar de recolherem conteúdos diferentes e, por sua vez, temáticas diferentes (tendo em conta os assuntos que cada um aborda), ambos acham necessário que se mantenha um arquivo de elementos inspirativos. Para os dois, esses elementos poderiam não servir como referência figurativa direta, servindo essencialmente como inspiração, no entanto, Bacon tende a usá-los como tal quando se sente identificado com os mesmos tendo em conta o tema que pretende abordar. Ao contrário de Bacon, Sebastião Rodrigues utiliza também o desenho como forma de absorção, realizando vários esboços preliminares no momento de entrega do *briefing* e de investigação do tema, sendo capaz de associar já alguma ideação ao processo de absorção. No entanto, torna-se importante referir que Francis Bacon poderá não

fazê-lo, devido à natureza do seu estilo, em que prefere iniciar o processo de ideação técnica e de composição visual no momento de produção.

Durante a fase de ideação, assumem caminhos extremamente diferenciados, sendo que Bacon adota a experimentação e espontaneidade como técnicas principais e Rodrigues recorre a um registo estruturado de planificação ideológica e compositiva. Bacon, ao abraçar a espontaneidade, assume a expressão técnica emocional como método de produção, apoiando que, com a mesma, será capaz de aceder de melhor forma ao plano emocional que pretende alcançar. Já Rodrigues, tende a planificar, de uma forma estruturada, as suas ideias de modo a conseguir construir uma composição final capaz de albergar todas as informações que se propõe a transmitir.

Apesar do processo de Bacon ser maioritariamente espontâneo e o de Rodrigues ser essencialmente planificado, o primeiro baseia-se em referências figurativas diretas, como fotografias que viriam a ser copiadas ou alteradas pelo artista, enquanto que o segundo cria material totalmente original, utilizando referências apenas como inspiração. Pode-se entender, então, que a natureza de produção de cada um dos criativos parte essencialmente dessas bases, sendo que Bacon consegue produzir sem qualquer planificação, por ter a facilidade em se basear em conteúdos já existentes, enquanto que Rodrigues, ao criar material de raiz, sente a necessidade em estruturar a sua abordagem de modo a conseguir alcançar o produto ideal sem, lacunas ou dificuldades representativas.

No que concerne à opção estilística de cada criativo, ambos assumem uma técnica extremamente pessoal. No entanto, Sebastião Rodrigues demonstra uma maior adaptabilidade da sua técnica em função da mensagem, enquanto que Bacon, ao adoptar a espontaneidade expressiva, apresenta um cunho pessoal e técnico transversal às suas obras. Apesar da depuração da forma característica das obras de Rodrigues, é capaz de adaptar diversas possibilidades técnicas conforme o impacto que estas poderão dar à mensagem ou informação que pretende transmitir. Assim, trabalha toda a composição visual e estilística como ferramenta de comunicação, tentando procurar a melhor forma de conectar o produto com o público alvo. Francis Bacon, por sua vez, também consegue agilizar a técnica em função da mensagem, mas trabalha os dois factores em simultâneo, sendo que a espontaneidade da sua técnica permite que envolva o processo de ideação conceitual durante a própria produção.

Relativamente ao processo de apuração, ambos procuram a aprovação pessoal das suas próprias obras, trabalhando as mesmas até alcançarem o perfeccionismo desejado. No caso de Bacon, sendo que o seu trabalho não envolve a entrega da peça final a um cliente, este tende a visitar os temas que não considera adequados perante a sua visão artística. Porém, essa aceitação pessoal da parte de Bacon, depende maioritariamente da força emocional que a obra é capaz de transmitir. Sebastião Rodrigues, por sua vez, e tendo em conta as obrigações comerciais,

tende a trabalhar a obra mesmo após a aceitação da proposta ao cliente. Assim, consegue trabalhar aspetos, embora não se sinta totalmente satisfeito, sem fugir totalmente à proposta.

5.1.3 CONCLUSÃO GRUPO C - Marlene Dumas e Michal Batory

PERFIL CRIATIVO

Ao realizar uma análise comparativa entre o perfil criativo de Marlene Dumas e Michal Batory, podem ser verificadas diversas semelhanças em características cognitivas e voláteis. Ambos demonstram, desde novos, uma grande facilidade na flexibilização de informações e realidades, factor que viria a influenciar grande parte da produção criativa de cada um dos dois profissionais. Assumem uma aprendizagem focada nas artes visuais, tendo ambos uma predisposição para diversas vertentes artísticas. No entanto, apesar do seu conhecimento e forte interesse pelas artes plásticas, Batory é inspirado a direccionar a sua aprendizagem para o design gráfico devido ao contexto de força gráfica política em que estava inserido. Dumas, por sua vez, ao ser também influenciada pela situação política, tendo difícil acesso a elementos culturais devido à censura vivida no seu país, desenvolve um interesse pela utilização emocional da imagem.

Assim, apesar de com resultados diferentes, são ambos influenciados a seguir a produção criativa devido ao contexto em que estavam inseridos. Esse fator terá também incentivado Dumas a abordar, conteúdos de problemática social, acabando por adoptar como função obrigatória, da sua produção artística, o questionamento e ponderação pessoal sobre situações políticas, sociais e emocionais. Tendo então em conta a sua envolvimento para com situações políticas, a artista assume, assim, a sua produção artística como uma ferramenta de comunicação que pretende transmitir uma consciência filosófica. Para Batory, no entanto, essa influência política traduz-se essencialmente no interesse para com as diversas possibilidades comunicacionais de uma composição visual, sendo inspirado pelos cartazes políticos. Mesmo após a mudança do ambiente que os envolvia, factor que aconteceu com ambos os criativos, continuam a ser influenciados pelo contexto em que estavam inseridos, tendo repercussões no trabalho de cada um dos quais.

Ambos demonstram, então, uma predisposição para desafiar suposições básicas, sendo que cada um tenta desafiar tanto as suas perspetivas pessoais e, por consequência, as do público que se propõem a alcançar. É possível, também, notar nos dois casos, a tendência para descobrir problemas e gerar material original que pretende responder a questões levantadas pelos mesmos. Assim, ambos os criativos tendem a induzir o espectador num processo de ideação que se inicia com uma questão levantada pela obra e em que a resposta já está inerente à mesma. Pode-se verificar, então, que apesar das divergências de produção e de ideologias artísticas, ambos

assumem características muito similares no que concerne ao tratamento da imagem como meio de comunicação e elo de ligação entre um conceito e o espectador.

PROCESSO CRIATIVO

Ao cruzar a análise do processo criativo de Marlene Dumas e Michal Batory, é possível chegar à conclusão de que ambos centram a sua motivação à produção criativa na comunicação visual de um conceito emocional, ou na procura do mesmo. Os dois criativos assumem o objetivo de manipular a imagem em função de uma mensagem, tendo a necessidade pessoal de desconstruir a temática a que se propõem retratar. Ambos procuram a depuração da informação, pondo em causa as noções básicas de um tema de modo a desconstruí-las e traduzi-las perante um conceito emocional. No entanto, no caso de Dumas, essa desconstrução é feita com o objetivo de pôr em causa a sua própria percepção, e por sua vez a do espectador, sobre a informação, desafiando novas interpretações. Já Batory, recorre à desconstrução ideológica de modo a procurar elementos emocionais, morais e filosóficos que conectem o espectador ao produto que pretende publicitar.

Quando na fase de absorção, os dois criativos requerem um entendimento amplo da temática que pretendem retratar, procurando informações adicionais às que são normalmente entendidas nas temáticas em questão. Para ambos, só assim terão possibilidades criativas de se dirigir a esses temas da melhor forma, mesmo que a resposta dada pelo seu produto final não seja capaz de integrar todas as informações inerentes. No entanto, esse não é o objetivo, sendo que procuram a informação de modo a poderem ter um maior leque de possibilidades criativas ao mesmo tempo em que evitam lacunas de informação nas suas obras. Enquanto que para Batory essa recolha de referências é essencialmente informativa e documental, Dumas centra grande parte da sua pesquisa no arquivo de imagens que, para além de fundamentarem a informação, sejam capazes de traduzir já o tema através de um plano visual, servindo muitas vezes como base figurativa para a própria produção.

Com ideologias de produção similares, ambos assumem caminhos diferentes no processo de ideação, e por consequência, de produção. Dumas segue uma perspectiva de criação espontânea, sendo capaz de aglomerar grande parte da sua ideação na própria produção da obra final. Ao assumir, então, a espontaneidade, explora a expressão técnica emocional como método de produção, defendendo que, com a mesma, será capaz de aceder a um plano emocional e ideológico impossível de alcançar numa técnica estruturada. Num registo contrário, Batory recorre essencialmente à planificação gráfica do seu raciocínio criativo, utilizando o desenho como técnica auxiliar à construção visual.

No entanto, apesar do processo de produção de Dumas ser essencialmente baseado na espontaneidade técnica e o de Batory seguir uma estruturação de planeamento gráfico, a primeira baseia-se em referências figurativas que serviriam como base direta para a produção, caso de fotografias que viriam a ser copiadas ou alteradas, enquanto que o segundo, apesar de utilizar posteriormente elementos figurativos, cria o seu raciocínio de origem, sem quaisquer bases ou referências iniciais. Pode-se entender, então, que a natureza de produção de ambos parte essencialmente desse método inicial, já que Dumas consegue produzir sem qualquer planificação por ter a facilidade em se basear em conteúdos já existentes, enquanto que Batory, ao criar material de raiz, recorre à estruturação a sua abordagem de modo a conseguir alcançar a obra ideal sem problemas na realização da mesma.

Tendo em conta, também, a opção estilística de cada um dos artistas, pode-se notar que ambos, apesar de assumirem um estilo conceitual transversal às suas obras, não assumem uma técnica obrigatória na sua produção. Ambos demonstram uma construção ideológica recorrente, sendo a de Dumas a desconstrução emocional da imagem, e a de Batory a criação de elementos surrealistas e, por sua vez, emocionais. No entanto, de modo a conseguirem alcançar de melhor forma esses aspectos, os dois criativos são capazes de alterar a técnica em função desse conceito, procurando a melhor forma de o transmitir. Assim, ambos trabalham a composição visual e estilística como ferramenta de comunicação, tentando procurar a melhor forma de conectar o produto com o público alvo e/ou espetador. Mas Dumas também consegue agilizar tem uma maior facilidade em agilizar essa técnica em função da mensagem, sendo que a espontaneidade da sua técnica permite que envolva o processo de ideação conceitual durante a própria produção.

Após a produção, os dois criativos têm a preocupação em verificar o valor das suas obras, no entanto, com objetivos e públicos diferentes. Dumas têm a preocupação acrescida em procurar pela sua integridade artística, e por consequência o valor artístico das suas obras, comparando-as com obras de outros artistas. Já Batory, procura essa verificação, não com o cliente, mas sim com o público alvo do projeto, de modo a verificar, assim, a efectividade da conexão emocional que pretende transmitir ao mesmo.

5.1.4 CONCLUSÃO GRUPO D - Jorge Charrua e Pedro Magalhães

PERFIL CRIATIVO

Ao cruzar as análises realizadas ao perfil criativo de Jorge Charrua e de Pedro Magalhães, são denotadas algumas características similares entre os dois criativos, quer cognitivas como voláteis. Ambos demonstram, desde novos, uma predisposição para a flexibilização da informação através de um plano visual, sendo este, numa primeira instância e em ambos os casos, o desenho. Essa

prática veio a influenciar grande parte do rumo acadêmico e profissional dos dois, acabando por direcioná-los para a produção criativa. Assim, ambos assumem uma aprendizagem centrada nas artes visuais, tendo cada um, um grande interesse para com diversas vertentes da produção artística. No entanto, Pedro Magalhães opta por seguir o design gráfico, e posteriormente a publicidade, devido à dimensão de expressividade criativa que ambas as áreas oferecem, tendo um maior interesse pelo uso da composição visual como forma de comunicação de um conceito criativo. Já Charrua, ao ter um percurso inicial conectado à arte urbana, sendo esse o contexto em que estava inserido, e ver um grande interesse na própria representação visual, ainda que conectada a um conceito, acaba por seguir a formação acadêmica na área das artes plásticas.

Assim, apesar de com perspectivas e influências diferentes, são ambos influenciados a prosseguir a produção criativa pelas possibilidades comunicacionais da representação visual, no entanto Charrua dedica-se a trabalhar o conceito em simultâneo com a composição, enquanto que Magalhães tem uma maior tendência em trabalhar a mensagem criativa em primeiro plano. Porém, Magalhães, com os seus projetos, demonstra também uma pré disponibilidade para gerar novas soluções criativas e uma versatilidade em adaptar a sua perspectiva sobre os diversos conceitos que aborda em função do próprio público-alvo. Tem assim, uma facilidade para com a flexibilização de elementos e ideias, gerando conteúdo criativo original a conceitos de mercado já existentes e sendo capaz de adaptar a resposta gráfica em função do objetivo do projeto e da própria mensagem criativa.

Charrua, por sua vez, apesar de ter uma versatilidade técnica, foca, essencialmente, a sua perspectiva conceptual sobre ideologias pessoais e, muitas vezes, autobiográficas. Assim, apesar de muitas vezes abordar temáticas de cariz social, tem tendência em em se deixar envolver por ideologias pessoais. Tenta transpor, então, os seus conceitos pessoais, de valor emocional, moral e filosófico, para as suas obras, mas sempre com o intuito de obter uma resposta emocional da parte do espectador. Apesar de com objetivos e ideologias diferentes, Jorge Charrua e Pedro Magalhães, assumem características similares no que diz respeito ao uso e tratamento da imagem como meio de comunicação e de conexão entre um conceito criativo e o público.

PROCESSO CRIATIVO

Ao comparar o processo criativo de Jorge Charrua com o de Pedro Magalhães, tornam-se evidentes certas características parecidas no que concerne aos objetivos de produção de cada um dos profissionais. Ambos têm uma perspectiva inicial centrada na tradução gráfica de um conceito criativo, trabalhando os dois factores em simultâneo e em função um do outro. No entanto, apesar desse objetivo comum, assumem perspectivas e abordagens diferentes. Enquanto que Charrua procura usar o plano visual e o conceito criativo como forma de conexão entre o espectador e da sua própria ideologia e perspectiva pessoal, Magalhães pretende abordar a mensagem criativa da obra como conceito visual, de modo a dar uma maior ênfase ao impacto

visual da obra e assim ser capaz de transmitir a ideia ao público-alvo. Contudo, ambos apresentam uma postura metódica perante todo o processo criativo, procurando manter um estrutura definida e organizada ao longo da produção.

Na fase de recolha de informação e de dados, ambos têm um arquivo de referências de apoio à construção criativa e visual. Por sua vez, este arquivo é semelhante na sua natureza, sendo que ambos, apesar de direcionarem parte da pesquisa para as suas necessidades criativas, abordam essencialmente temas atuais e referências de diferentes áreas criativas. Assim, nenhum dos dois criativos foca a sua pesquisa essencialmente na sua área, assumindo que também é importante para o raciocínio de cada um, manter um fluxo criativo abrangente e receptivo a novos conceitos. Para os dois, esses elementos não são usados como referência direta, servindo essencialmente como inspiração ou influência criativa. Ambos beneficiam também do desenho como passagem para a fase de ideação, sendo já que realizam vários esboços durante o próprio processo de absorção como forma de reter, não só ideias gráficas que surjam durante a pesquisa, mas também como também de planificar ideias e conceitos que possam surgir.

Ao assumir a produção, ambos os criativos têm perspectivas diferentes no que concerne à estruturação do próprio método de trabalho. Enquanto que, Jorge Charrua mantém uma autodisciplina à rotina de trabalho, procurando a produtividade na produção metódica, Pedro Magalhães assume a incubação como parte importante da fase de ideação, defendendo que ao manter períodos de distanciamento para com a produção, consegue ter uma postura mais dinâmica e, assim, mais receptiva a novas ideias criativas.

Durante a fase de ideação, ambos continuam a depender do desenho como ferramenta de planificação da composição visual e da própria construção do conceito criativo. No entanto, durante essa planificação, Magalhães tende a dar maior ênfase à construção ideológica, desenvolvendo várias propostas gráficas e conceituais em procura de uma solução. Por outro lado, Charrua tende a assumir apenas uma proposta, onde vem a trabalhar por cima, o seu conceito e a sua representação gráfica, até alcançar a resposta que considera adequada aos seus objetivos representativos. Jorge Charrua tem, também, a tendência em trabalhar várias vezes sobre a mesma proposta até alcançar um estudo extremamente completo, do que viria a ser a ser a composição final, antes de começar a própria produção. Já Magalhães, usufrui da planificação até ter uma referência básica dos elementos gráficos, chegando a realizar também algumas considerações técnicas, mas dando espaço a que certas opções sejam realizadas durante a própria produção.

Na construção técnica e gráfica das obras em função da conotação ideológica, sendo que trabalham ambos a composição visual centrada na mesma, Jorge Charrua e Pedro Magalhães assumem certas características e pormenores como importantes para os objetivos de comunicação. Assim, ao trabalharem a ideia, ambos têm em conta todos os elementos visuais

inerentes à composição, nunca os desvalorizando ou pondo em causa, e trabalhando-os sempre em função do conceito. No que concerne às opções estilísticas de cada criativo, ambos assumem uma versatilidade de ideação gráfica que lhes permite adaptar registos de comunicação visual em função do conceito. No entanto, dado as possibilidades técnicas e as obrigações profissionais de cada um, Jorge Charrua tende a manter as mesmas características técnicas, ainda que com certas adaptações, enquanto que Pedro Magalhães parte sempre de um plano geral de possibilidades técnicas, definindo-as sempre em função do conceito.

Após a produção, já na fase de apuração, os dois criativos têm a preocupação em procurar a verificação das suas obras com o público a que estas pretendem comunicar. Essa procura por opinião não é feita como obrigação, no entanto ambos vêem uma grande importância em conhecer a opinião do espectador, de modo a verificar também a efetividade das soluções criativas. Todavia, numa perspectiva geral, ambos têm facilidade em aceitar as suas capacidades artísticas. Charrua, no entanto, tem a preocupação acrescida de tentar integrar o seu trabalho na comunidade artística, o que o torna mais seletivo no que concerne às obras que pretende divulgar.

5.2 ANÁLISE DE DISCIPLINAS

Esta secção é focada na observação de cada disciplina por si só. Assim, são cruzadas as análises dos quatro criativos de cada uma das áreas, pintura e publicidade, procurando chegar a uma conclusão sobre o desenvolvimento criativo e a própria produção criativa em cada uma das mesmas.

5.2.1 CONCLUSÃO PINTURA

PERFIL CRIATIVO

Aos cruzar a análise dos pintores estudados, nomeadamente Vincent van Gogh, Francis Bacon, Marlene Dumas e Jorge Charrua, é possível verificar diversas características semelhantes no perfil criativo de cada. Todos assumem como necessidade, uma envolvimento e persistência para com a constante aprendizagem e sustentamento cultural. Sendo que Francis Bacon terá sido o único artista analisado que não envervou numa formação académica, é possível de notar que mesmo os artistas que assumiram essa vertente educacional, demonstram uma predisposição para continuar com uma procura autodidata de informação e envolvimento para com o meio artístico, procurando aprender mais para além da formação. Demonstram assim, a sua forte necessidade em explorar as artes plásticas, não só como área de conhecimento, mas especialmente como ferramenta de exteriorização emocional. Apesar de se iniciarem com uma

aprendizagem abrangente, têm tendência, com o desenvolver da carreira artística, em focar a instrução técnico em características artísticas específicas, procurando desenvolver as que lhes permitem transmitir de melhor forma os seus valores artísticos.

Com resultados diferentes, todos os artistas analisados são influenciados pelo ambiente em que se encontram inseridos, vindo a desenvolver ideologias baseadas nestes aspetos, como por exemplo van Gogh ao explorar as vanguardas artísticas francesas e contextos religiosos, Bacon ao ser influenciado criativamente pelo contexto da Segunda Guerra Mundial e Dumas ao adquirir uma maior sensibilidade para com temáticas sociais e políticas. Assim, é possível verificar as possibilidades ideológicas e criativas que o ambiente pode influenciar à produção artística, afirmando que se torna possível traduzir através de um plano criativo as próprias aprendizagens pessoais, mesmo quando não são consideradas inspiração direta.

Torna-se novamente evidente, a necessidade de exteriorização de uma perspectiva pessoal, essencialmente emocional, sendo esse o principal fator que leva os quatro pintores à produção artística. Todos demonstram uma procura quase obrigatória, pela consciência emocional, apresentando um fluxo criativo centrado na mesma. Apresentam também uma propensão para desafiar suposições básicas e expor perspetivas artísticas originais e muitas vezes divergentes tendo em conta as vanguardas artísticas e ambientes sociais que os envolviam. Sendo possível também analisar nos quatro artistas uma certa dificuldade em aceitar a independência artística, sendo que procuram comparar as suas obras e estilos com outros artistas, de modo a verificar assim a sua integridade artística.

PROCESSO CRIATIVO

Novamente, ao analisar o processo criativo dos quatro pintores, é possível denotar como principal objetivo de produção, a tradução de um conceito emocional através de uma composição visual. Essa necessidade, por sua vez, é maioritariamente pessoal, sendo que assumem a sua própria perspetiva na definição da mensagem emocional que pretendem transmitir. No caso de Bacon e Dumas, apesar de assumirem uma perspetiva pessoal, tentam focá-la sobre temáticas emocionais vividas pela sociedade, conseguindo assim relacionar as suas percepções pessoais com as dos espetadores. Apesar de assumirem temáticas essencialmente sociais, filosóficas ou morais, os quatro artistas procuram encontrar um conceito emocional nas mesmas que seja capaz de ser comunicado através de uma peça de arte, tentando não desvalorizar o conceito principal da temática abordada. Logo, o próprio processo de contextualização torna-se essencialmente focado na definição do objetivo de comunicação emocional, procurando temáticas conceituais em que seja possível explorar esta vertente.

Durante a fase de absorção, podem ser verificadas, nos processos dos quatro artistas, tanto similaridades como diferenças. Sendo Vincent van Gogh e Jorge Charrua os únicos dos

pintores analisados, que recorrem ao desenho como ferramenta de absorção, sendo capaz de captar assim material gráfico de referência que o poderia auxiliar no processo de ideação e produção, Francis Bacon e Marlene Dumas optam por manter um arquivo de referências gráficas, maioritariamente fotográficas, que viriam a servir como referência direta para a produção artística. Para além da recolha de material gráfico, os quatro artistas demonstram uma preocupação para com o entendimento amplo da temática que pretendem retratar. É necessário ter também em conta que os quatro artistas se focam, habitualmente, num ponto específico de uma temática abrangente, no entanto, sentem a necessidade de ter um conhecimento alargados sobre toda a temática de modo a conseguir construir um melhor raciocínio criativo.

Seguindo-se a fase de ideação, os quatro artistas dependem de uma base gráfica e figurativa para a produção artística. Assim, baseiam a sua criação visual em referências que viriam a copiar, mesmo que sofrendo algumas alterações de modo a ir de encontro ao conceito que pretendem transmitir. Todavia, Vincent van Gogh será o único dos artistas analisados que cria as suas próprias referências, recorrendo aos esboços de observação realizados na fase de absorção como base para a criação figurativa. O mesmo artista e Jorge Charrua, têm também tendência a realizar desenhos de apoio à composição visual, tendo como base os tais esboços, aproximando-se do que viria a ser a estrutura da obra final. Conseguem, então, planificar o seu raciocínio criativo antes da própria produção. Já Bacon e Dumas, não recorrem ao desenho nem à planificação visual antes da própria produção, partindo para a obra final antes de qualquer estruturação visual. Contudo, estes têm a facilidade em recorrer a bases fotográficas que, por sua vez, por serem já composições visuais por si só, auxiliam na própria estruturação gráfica do que seria a obra final. É também possível justificar o facto de não recorrerem ao desenho como ferramenta de planificação tendo em conta a natureza de produção espontânea que assumem durante o seu processo criativo.

Na construção ideológica das obras, tal como referido anteriormente, todos os pintores analisados procuram trabalhar a imagem em função da procura de um plano emocional. Ao procurarem explorar esses conceitos, têm tendência em trabalhar a técnica e a própria composição visual como ferramenta de comunicação desses mesmos conceitos. Assim, procuram adicionar, sublimemente, conteúdo conceitual através de certas características visuais, técnicas ou figurativas. Essa introdução emocional é feita, maioritariamente, sem uma conotação ou referência direta.

Assim, é possível caracterizar a opção estilística de cada um dos artistas analisados como centrado na mesma vertente ideológica, trabalhando as opções técnicas em função da mensagem e do conceito emocional. São, então, capazes de agilizar opções estilísticas, muitas das quais de vanguardas e vertentes artísticas diferentes, em função da emoção que pretendem transmitir. Mas o tratamento ideológico da mensagem acaba por ser o cunho pessoal de cada um, sendo que através da análise do trabalho dos artistas, são possíveis de se notar diversas

diferenças nas opções técnicas dentro do portfólio de cada um dos artistas, mas a força conceitual torna-se transversal. Seguindo essa perspectiva, têm também uma facilidade em adotar técnicas e opções estilísticas de outros artistas e vanguardas, servindo como inspiração e influência para as suas próprias técnicas. Usufruem, então, de técnicas de outros artistas em função das suas ideias. De novo, o factor que interpretam como totalmente original, e por sua vez pessoal, é o tratamento da mensagem, sendo esse o grande valor artístico que assumem nas suas carreiras artísticas.

Logo, na fase de apuração, os quatro pintores analisados demonstram dificuldades em verificar as suas capacidades artísticas como congruentes no mundo das artes plásticas, tendo uma relutância em aceitar a integridade artística de cada um. Apresentam, assim, uma insegurança para com os seus trabalhos e, por consequência, com o seu perfil criativo. Procuram também, de modo a garantir essa integridade, a verificação de outros artistas e pessoas influentes da área artística. Na própria percepção pessoal do seu trabalho, para além dessa dificuldade, procuram também aceitar as suas obras dentro dos objetivos, essencialmente emocionais ou técnicos, a que se propuseram trabalhar. Ao demonstrarem-se muitas vezes insatisfeitos com os resultados inerentes a esse aspeto, tendem a tomar novas abordagens sobre a mesma temática, desenvolvendo novos trabalhos sobre os mesmos projetos. Não desvalorizando as obras consideradas "falhadas", assumem-nas como parte importante e integrante do processo criativo, o qual daria origem às obras finais, sendo estas as que consideram a melhor resposta artística aos seus objetivos iniciais.

5.2.2 CONCLUSÃO PUBLICIDADE

PERFIL CRIATIVO

Ao analisar o perfil criativo dos quatro criativos publicitários, sendo estes Alphonse Mucha, Sebastião Rodrigues, Michael Batory e Pedro Magalhães, é possível denotar uma sensibilidade acrescida para com as artes plásticas, sendo que mostram um grande interesse e envolvimento para com áreas criativas e de produção artística que vão para além do design gráfico. Essa característica é possível de se notar, especialmente no caso de Alphonse Mucha e Michal Batory, tendo em conta que estes, apesar da área que acabam por adoptar, iniciam o seu interesse na produção gráfica com as artes plásticas, acabando por iniciar a sua formação académica sobre essa área. Porém, é possível chegar à conclusão que os quatro criativos analisados são direccionados para o design gráfico, não só pelo seu interesse na área, mas também pela sua facilidade laboral. Assim, os quatro começam a trabalhar desde cedo na área, especialmente Alphonse Mucha e Sebastião Rodrigues, que por necessidade financeira acabam por adoptar essa profissão como a mais segura e rentável. Esta afirmação não desvaloriza o

interesse dos mesmos nas suas funções gráficas, uma vez que encontram nas mesmas o desejo de criar com uma aplicabilidade funcional.

O facto dos quatro demonstrarem um interesse para com a comunicação e a interpretação da informação através de um plano visual, tendo uma predisposição para procurar uma mensagem num grafismo, terá também direccionado as suas carreiras para o design gráfico e publicitário. Assumem, então, o objetivo da comunicação como principal objetivo, função e necessidade da obra em si. Esse objetivo é também centrado no público alvo, sendo que os quatro criativos centram o seu raciocínio criativo na conexão que pode ser criada entre o espetador, o produto e a própria composição visual. Ao trabalharem a mensagem nessa perspetiva, procuram também manter um ponto de vista original e divergente, tentando criar novas conexões criativas e gerar conteúdo inovador. Ao trabalharem sobre produtos já existentes, é possível denotar uma predisposição para gerar alternativas a conceitos já trabalhados, conseguindo sempre gerar conceitos gráficos totalmente pessoais.

Os criativos publicitários analisados, demonstram, também, um grande envolvimento para com as suas funções gráficas, tendo a necessidade de se rodearem constantemente por trabalho e de desafiarem as suas capacidades criativas. A própria produção criativa torna-se um incentivo para a mesma, sendo que têm uma necessidade exponencial de criar, aumentando a criação à medida que absorvem os resultados da mesma. Assumem, também, uma persistência no desenvolvimento técnico e conceitual focado sobre as características que pretendem transmitir nas suas obras. Assim, conseguem desenvolver ao máximo o seu estilo gráfico e conceitual, tendo então uma facilidade para agilizar esses conhecimentos em função da mensagem ou produto a ser publicitado. No entanto, essa versatilidade criativa e técnica é extremamente focada nos seus estilos, assumindo um estilo pessoal, especialmente focado no tratamento da mensagem, que se torna evidentemente transversal às obras publicitárias que realizam.

PROCESSO CRIATIVO

Ao analisar comparativamente o processo criativo desses quatro criativos publicitários é possível notar, novamente, o objetivo de comunicação através de um plano visual como principal motivação à produção. Vêm na comunicação comercial a possibilidade de adicionar valor artístico a objetos de comunicação e, assim, centram a sua produção na procura de elementos que possam, de alguma forma, criar uma ligação, muitas vezes emocional, entre o espetador e o produto. O foco destes centra-se, então, sobre as diversas possibilidades visuais que a mensagem, inerente aos objetivos de comunicação, possa gerar. Entretanto, essa procura de possibilidades representativas volta a ser focada na interpretação do público alvo.

Durante a recolha de referências e informações, sendo esta a fase de absorção, os criativos analisados assumem, como necessidade, uma compreensão abrangente sobre o tema e produto que se propõem a publicitar. Essa compreensão é extremamente ampla, sendo que se preocupam em procurar informações que vão para além dos objetivos do próprio *briefing*. Assumem a necessidade de conhecer todas as informações envolventes ao produto, incluindo a razão da existência do mesmo, a sua história, funcionalidades e objetivos, e outros aspetos que o definam. Só assim conseguem criar um plano de conhecimento amplo que seja capaz de propor ao raciocínio criativo diversas possibilidades representativas e conceituais. Para além da procura de informação, Alphonse Mucha, Sebastião Rodrigues e Pedro Magalhães mantêm também, como método de absorção, a recolha de material gráfico capaz de auxiliar no processo de ideação. Já da parte de Mucha, essas referências, maioritariamente fotográficas, tornar-se-iam bases representativas diretas para a produção, enquanto que para Rodrigues, o material gráfico recolhido seria considerado essencialmente de inspiração para a depuração gráfica da informação, conceito que mantém recorrente no seu estilo. No caso de Batory, mantém apenas como método de absorção, a recolha informativa, sendo que o seu estilo gráfico depende maioritariamente da ideia e não das figuras utilizadas.

No processo de ideação, e por sua vez de produção, os quatro criativos mantêm a planificação visual como ferramenta de auxílio ao raciocínio criativo. O desenho torna-se, então, um recurso importante para a estruturação das possíveis soluções gráficas, permitindo aos criativos uma rápida planificação das suas ideias. Dado o objetivo dos mesmos, esses esboços são maioritariamente desenvolvidos sem qualquer preocupação técnica, assumindo essencialmente uma vertente de conceito e organização compositiva. Ao criarem diversos esboços, conseguem visualizar a efetividade da composição visual idealizada, conseguindo conjuntamente criar um raciocínio criativo que pode evoluir com a ajuda da própria planificação. Após a realização desses estudos compositivos, são seleccionados as respostas mais efetivas que poderão ser trabalhadas até ser alcançada a opção final.

Durante a construção ideológica das peças publicitárias, os quatro criativos continuam a trabalhar o conceito em função da percepção, essencialmente emocional, do espetador. Usufruem de elementos visuais em função da mensagem, procurando adicionar conteúdo conceitual através de certos elementos visuais, como simbolismos e referências icónicas. Mesmo quando os elementos visuais por si só não apresentam uma referência conceitual direta, a organização e caracterização dos mesmos, ou a conexão com outros elementos, pode gerar uma mensagem visual ou metáfora que os conecta com o produto. Assim, a própria escolha dos elementos gráficos a incluir e a sua composição visual, é trabalhada sempre em torno da emoção e mensagem a ser transmitida.

No entanto, o raciocínio criativo que aplicam a esse processo de ideologia, torna-se o cunho pessoal de cada um nos seus estilos gráficos. Apesar de assumirem um estilo gráfico e um

tratamento das figuras congruentes, a própria técnica de produção pode assumir diferentes rumos. Logo, a técnica, não se torna tão transversal, sendo que têm tendência a adaptá-la em função da mensagem, produto a ser publicitado, ou o próprio suporte que pretendem criar. Nenhum dos criativos publicitários analisados assume referências artísticas e técnicas, sendo que têm uma predisposição para experimentar e testar as suas técnicas. No entanto, assumem referências ideológicas, sendo inspirados e influenciados por ideias e conceitos em vez de técnicas e estilos. Acabam, então, por adaptar e agilizar essas ideias, maioritariamente centradas no tratamento do conceito, através dos seus próprios estilos gráficos.

Na fase de apuração, os criativos analisados assumem perspectivas diferenciadas perante a verificação do seu próprio trabalho. Enquanto que Alphonse Mucha, Michal Batory e Pedro Magalhães procuram verificar a efetividade da mensagem moral, filosófica e emocional das suas obras, Sebastião Rodrigues dá uma maior atenção à perfeição técnica e compositiva das suas peças publicitárias. No entanto, os quatro procuram a aceitação das suas obras perante o público alvo.

5.3 ANÁLISE ENTRE DISCIPLINAS

A presente secção pretende focar-se no cruzamento de dados entre as duas áreas estudadas, pintura e publicidade. São tidas em consideração todas as conclusões retiradas anteriormente, quer como análise de grupo, como análise de disciplina.

PERFIL CRIATIVO

Ao cruzar o perfil criativo dos pintores e dos criativos publicitários analisados, são encontradas tanto características similares como divergentes. Todos os profissionais analisados demonstram um alargado interesse pelas artes plásticas e pela representação visual artística, procurando manter estudos, académicos ou autodidatas, na área. No entanto, os criativos publicitários, apesar de demonstrarem um interesse pela comunicação, tendem a envergar pela área do design gráfica pelas facilidades laborais que este proporciona. Assim, os três, particularmente no caso de Alphonse Mucha e Sebastião Rodrigues, acabam por se direccionar os seus interesses e necessidades representativas para o design gráfico por verem nesta área a possibilidade de um retorno financeiro através das suas capacidades criativas, no entanto. Os pintores, por outro lado, demonstram uma maior envolvimento para com o entendimento emocional da arte, acabando por assumir essa esse aspeto na sua procura pela produção artística e uma maior tendência em procurar um sustentamento cultural e artístico abrangente, estudando várias técnicas, estilos e áreas, enquanto que os criativos publicitários analisados tendem em focar o seu desenvolvimento no design e na composição visual como ferramenta de comunicação. É possível então caracterizar os pintores como motivados a envergar pela produção criativa pelas

possibilidades emocionais da arte e os criativos publicitários pelas características comunicacionais da mesma (não deixando de assumir também o plano emocional e conceitual como obrigatório). A própria envolvimento dos mesmos nas suas respectivas áreas, fundamenta essa afirmação. Sendo possível notar que os pintores demoram algum tempo a assumir a sua produção artística, necessitando de um alargado conhecimento artístico e segurança pessoal até começarem a criar. Por outro lado, os criativos publicitários aceitam a sua produção criativa desde cedo.

O ambiente em que os profissionais estão inseridos tem também uma influência acrescida no desenvolvimento criativo dos mesmos. Mas, note-se que esse aspeto torna-se mais evidente no caso dos pintores, o que pode ser argumentado com a natureza de exteriorização pessoal que mantém nas suas obras. O ambiente reflete-se muitas vezes na temática que os pintores pretendem abordar, sendo influenciados de uma forma moral, filosófica e emocional pelo mesmo. Já no caso dos criativos publicitários, estes são influenciados pelo contexto que estão inseridos através de referências conceptuais, estilísticas ou informacionais (na perspectiva de encontrar elementos que consigam utilizar de modo a ir de encontro ao espetador). Assim, é possível afirmar que, apesar de serem comumente influenciados pelo ambiente (ainda que este não seja o mesmo para todos), a sua perspectiva e as influências que retiram do mesmo, são diferentes conforme a área de produção em que estão inseridos. São então evidentes as possibilidades ideológicas e criativas que o ambiente pode influenciar à produção artística e criativa.

Assumem um grande envolvimento para as suas funções criativas, tendo a necessidade pessoal de criar, indo para além das obrigações profissionais. Assim, são também incentivados pela sua própria produção criativa, desenvolvendo uma necessidade exponencial de criar e aumentando assim a sua envolvimento para com a criação à medida que absorvem os resultados da mesma. Todos os profissionais analisados têm também uma propensão para desafiar suposições básicas e apresentar perspectivas artísticas originais e, muitas vezes, divergentes, conseguindo criar algo completamente novo, ainda que baseado em certas referências. Essas características tornam-se mais fortes no perfil dos criativos publicitários que, ao trabalharem sobre produtos já existentes e já abordados por outros profissionais, demonstram uma procura mais envolvente por novas alternativas, de modo a conseguir criar respostas e conceitos totalmente originais. Os artistas plásticos, por sua vez, assumem a mesma perspectiva, no entanto, centrada essencialmente na inovação técnica como auxílio ao conceito. No entanto os criativos publicitários apresentam uma maior segurança pessoal, para com o seu trabalho, que lhes permite ter uma maior facilidade de criação, enquanto que os pintores, ao terem dificuldade em aceitar a integridade artística das suas obras, tendem a atrasar, contestar ou até negar a força dos seus raciocínios criativos.

PROCESSO CRIATIVO

CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao comparar o processo de contextualização entre os dois grupos de criativos, é possível denotar a preocupação de ambos em trabalhar a composição visual como ferramenta de comunicação e de transmissão de uma mensagem ou conceito. Dada a natureza comercial do trabalho dos criativos publicitários, os seus objetivos de comunicação já são definidos desde o início, no entanto procuram possibilidades de adicionar valor artístico e emocional através da composição visual. O foco destes centra-se na procura de possibilidades visuais que sejam capazes de traduzir a informação comercial numa peça artística, tentando assim adicionar um valor conceitual que seja capaz de conectar o público alvo com o produto a ser publicitado através de um plano emocional. Os pintores, por sua vez, assumem a necessidade de exteriorização de uma mensagem pessoal, maioritariamente emocional, porém tentam conectá-la com temáticas sociais, filosóficas ou morais, procurando demonstrar a sua percepção sobre as mesmas ao mesmo tempo em que se relacionam com o espetador. Os objetivos dos pintores, no entanto, podem não ser totalmente definidos desde o início do processo criativo, sendo que assumem essencialmente o tema e vão trabalhando os objetivos ao longo do processo criativo. Assim podemos concluir que os dois grupos de profissionais procuram uma abordagem emocional significativa, no entanto através de perspetivas diferentes dado os objetivos de produção.

ABSORÇÃO

Durante a fase de apuração, os dois grupos têm a necessidade de ter uma compreensão abrangente sobre o tema que pretendem retratar. Tentam, sempre que possível e tenham as condições para tal, investigar todas as informações inerentes à temática. No entanto, os criativos publicitários tendem a focar-se essencialmente no produto a ser publicitado, ainda que procurem uma compreensão extremamente ampla sobre o mesmo. Têm a necessidade de conhecer o produto na sua plenitude, tentando recolher informações como a história do mesmo, funcionalidades, objetivos e outros aspetos que o definam. Os artistas plásticos, por sua vez, tentam compreender toda a temática mesmo quando se focam num assunto específico da mesma. De modo a argumentar essa informação, é possível dizer que perante a perspetiva dos pintores, se pretendessem trabalhar sobre um produto, teriam a necessidade de compreender toda a temática que o envolve e não só o produto em si. Os pintores assumem, então, essa perspetiva mais abrangente de modo a conseguirem tirar a sua própria perspetiva de toda a temática e depois conseguirem se focar sobre um aspeto específico da mesma. Mesmo assim, ambos os grupos sentem a necessidade de ter informação suficiente antes de conseguirem proceder à produção, demonstrando assim que o futuro processo de ideação nunca é aleatório

ou inusitado mesmo quando o grafismo ou técnica, como por exemplo em técnicas espontâneas, não apresenta conotações diretas informacionais.

Em certos casos, havendo apenas uma exceção no grupo dos criativos publicitários (Michal Batory), os profissionais mantêm um arquivo recorrente de referências gráficas. Esse arquivo funciona como auxílio ao processo de ideação, contendo peças inspirativos, influências estilísticas ou referências diretas para a própria produção. Já arquivadas, em especial no caso dos pintores, poderiam muitas vezes vir a servir como bases figurativas diretas para a própria produção. Essa recolha de material gráfico pode assumir diversas vertentes, dependendo dos objetivos, estilo gráfico e inspiração de cada criativo, podendo ser fotografias, peças de design, cópias de quadros e outros materiais. Vincent van Gogh, no entanto, é o único que produz as suas próprias referências, recorrendo ao desenho como forma de absorção, mas com o intuito de, posteriormente, utilizá-lo como alusão figurativa. É possível então constatar que torna-se essencial para os seus processos criativos, uma envolvência para com elementos que transmitam inspiração, sendo que muitos dos quais acabam por influenciar o próprio raciocínio criativo.

IDEAÇÃO

Durante a fase de ideação, os dois grupos de profissionais criativos assumem caminhos de planificação ideológica e compositiva diferentes. É possível notar que os criativos publicitários analisados recorrem ao desenho como ferramenta de auxílio ao raciocínio criativo e à planificação da estrutura visual, trabalhando várias possibilidades representativas. No caso dos pintores, assumem sempre a necessidade de se basearem numa referência gráfica, nunca criando uma figura sem uma referência visual da mesma. Conseguem, porém, agilizar essas referências durante a produção em função do conceito que pretendem transmitir, adaptando ou alterando alguns aspectos. Assim, é possível verificar que, apesar de com naturezas gráficas e raciocínios diferentes, ambos os grupos sentem a necessidade de assumir uma referência visual como base para a produção. A diferença encontra-se no facto de que os criativos publicitários tendem a estruturar a composição visual enquanto que os pintores apenas necessitam de apenas de uma referência figurativa.

Na construção ideológica das peças, os dois grupos procuram usufruir de elementos visuais ou da própria técnica em função da mensagem, procurando adicionar conteúdo conceitual através de figuras, composição, cores ou outros aspetos visuais. Assim, não se prendem a uma técnica ou estilo específico, sendo capazes de os adaptar em função do conceito. O intuito desse conceito, por sua vez, assume vertentes diferentes apesar de envergarem, essencialmente, por uma conotação emocional. Como referido anteriormente, os criativos publicitários analisados procuram criar um conceito em torno do produto que seja capaz de criar uma resposta emocional no espetador. Estes, pretendem criar e organizar a composição visual de modo a que seja possível retirar algum conteúdo conceptual da associação dos elementos nela usada. Já o grupo

de pintores, centra o processo de ideação conceitual na própria emoção que pretendem transmitir ao espectador, trabalhando a obra muitas vezes como sendo a própria mensagem num todo. Assim, torna-se impossível, nas obras de pintura, analisar elementos individuais da própria composição sem a relação com o conceito. É, então, possível caracterizar o processo ideológico dos dois grupos, como centrado na agilização da imagem, e dos elementos nela inerentes, em função de um conceito emocional a ser transmitido ao espectador. Ambos têm ao seu dispor, e conseguem agilizar, os mesmos elementos, no entanto, o uso e organização dos mesmos, demonstra ser diferenciado perante a área de criação, indo de encontro às necessidades pessoais de cada criativo e aos próprios objetivos de produção.

No que concerne às opções estilísticas, nenhum dos dois grupos parece manter um estilo gráfico totalmente transversal, à exceção caso de Alphonse Mucha, que ao trabalhar em pintura e design publicitário simultaneamente parece transpor uma construção gráfica similar. Nos restantes casos, quer em pintura como no design publicitário, os criativos conseguem adaptar opções estilísticas, como a técnica e linha gráfica, em função do conceito. Porém, esta afirmação aplica-se, como referido, às opções técnicas, sendo que as opções conceptuais relativas ao tratamento da composição visual se tornam concisas. O trabalho de cada profissional continua a ser facilmente associado a cada um dos mesmos pelas escolhas de tratamento da informação. Essa transversalidade conceptual pode ser exemplificada com a espontaneidade criativa e emocional de Francis Bacon e Marlene Dumas, a tradução quase geométrica da informação de Sebastião Rodrigues e o surrealismo conceptual de Michael Batory. Nos casos exemplificados, é possível notar que as obras dos mesmos não apresentam um estilo gráfico totalmente coerente, sendo que adaptam a técnica em função da força do conceito. Assim é possível afirmar que, na maioria dos casos, a construção conceptual e ideológica de cada criativo, prevalece sobre a técnica.

Contudo, é possível, paralelamente, reparar em características divergentes no que concerne às influências e inspirações que cada criativo assume e transpõe para as suas obras. No caso dos pintores analisados, estes tendem a ser influenciados por aspetos técnicos de outros artistas, sendo que procuram aprender características de produção em função das suas necessidades e objetivos artísticos. Mantém como cunho pessoal o tratamento da ideia criativa, não se deixando influenciar pela construção ideológica de outros artistas, procurando técnicas que auxiliem a transmitir essas ideias. Já no caso dos criativos publicitários analisados, é possível verificar o contrário, sendo que assumem as suas próprias técnicas e as desenvolvem essencialmente por experimentação. Nestes, as influências refletem-se, em grande parte, na própria ideia, inspirando-se na construção ideológica de outros artistas ou designers, como por exemplo os simbolismos utilizados por Mucha e as conexões surrealistas de Michael Batory. É possível concluir, então que, apesar de ambos os grupos demonstrarem uma predisposição para a inovação criativa e gerarem novas alternativas, os pintores tendem a inovar sobre a ideia em função da agilização da técnica, enquanto que os criativos publicitários inovam a técnica e a

construção gráfica em torno de conexões ideologias predefinidas ou assumidas e posteriormente retrabalhadas.

APURAÇÃO

Após a produção efetiva das obras, ambos os grupos apresentam reações diferentes no que concerne à verificação e aceitação das mesmas. A aplicabilidade comercial e, por sua vez a entrega ou não ao cliente, pode ter influências nesta fase, sendo que os criativos publicitários têm uma preocupação acrescida em concluir as obras com uma maior brevidade e sem a possibilidade de trabalhar novamente os projetos posteriormente. Mesmo assim, os pintores analisadas apresentam uma certa insegurança para com o seu trabalho (que não é demonstrada da parte dos criativos publicitários) e apresentam uma certa dificuldade em verificar as suas capacidades artísticas como congruentes no meio artístico, tendo uma relutância em aceitar a força técnica e conceptual das suas obras e, por consequência, a sua integridade artística. Ao terem essa dificuldade, mostram-se muitas vezes insatisfeitos com os resultados e, assim, tendem a tomar novas abordagens sobre os mesmos projetos. Têm também tendência em procurar verificação de outros artistas e pessoas influentes do maior artístico, no entanto a verificação final partirá sempre da sua percepção pessoal sobre o seu próprio trabalho. Os criativos publicitários, por sua vez, apresentam uma maior segurança criativa, sendo que não procuram a verificação técnica das suas peças, mas sim a aceitação das mesmas perante o público alvo. Procuram também verificar a efetividade do conceito que permitem transmitir, tal como a força emocional que pretendem instigar no espetador, embora essa verificação seja totalmente centrada na aceitação do público e não na sua aceitação pessoal, mas não esquecem a sua grande preocupação para com o perfeccionismo da própria produção, sendo esta maioritariamente em massa. Assim, é possível concluir que a insegurança dos pintores tanto põe em causa o seu raciocínio criativo como também fundamenta a que este venha a ser desenvolvido de uma melhor forma e mais cautelosa, enquanto que os criativos publicitários aceitam maior parte das suas obras, o que lhes permite também manter uma produção linear que seja capaz de incentivar o próprio criativo a continuar a produção sem por em causa a efetividade da mesma.

5.4 CONCLUSÃO FINAL

Relembrando que este estudo não pretende generalizar ambas as áreas de produção, sendo que a conclusão é construída tendo apenas como base os casos analisado, é possível concluir, dado a questão de investigação da presente dissertação, que os objetivos de aplicabilidade e áreas de produção têm alguma influência para com o próprio raciocínio criativo, no entanto, esse mesmo raciocínio partilha pontos em comum nas diferentes áreas, acabando por seguir o mesmo caminho lógico. A predisposição de cada criativo para com a sua área de produção assume características de desenvolvimento pessoal que os levam a ter perspetivas

diferentes sobre a utilização da composição visual como ferramenta de comunicação. Vêm, também, a ser influenciados pelos mesmos factores, no entanto retiram perspectivas diferenciadas sobre os mesmos.

Durante o próprio processo criativo, apesar dos objetivos de aplicabilidade de cada uma das áreas, o raciocínio criativo dos profissionais dos dois grupos, centra-se sobre o mesmo objetivo pessoal, sendo este, a necessidade de criar uma resposta emocional no espetador. Porém, os objetivos de aplicabilidade do próprio projeto diferenciam se os criativos assumem uma perspectiva pessoal sobre essa resposta emocional, ou se procuram uma perspectiva totalmente focada no público alvo. Apesar da aplicabilidade comercial, ou não, o processo criativo inerente a cada projeto parece assumir as mesmas diretrizes, no entanto, no caso dos criativos publicitários, o facto de existir um *briefing* parece aumentar a preocupação para com a planificação da estrutura visual. Sem as obrigações para com o cliente, os pintores parecem assumir um processo mais descontraído, permitindo que existam falhas na produção e ideação que possam ser resolvidas posteriormente apesar das inseguranças artísticas que demonstram. Porém, a construção gráfica e ideação tem as mesmas bases nos dois grupos. A grande diferença é demonstrada nas próprias influências que assumem, sendo que este factor acaba por diferenciar totalmente o raciocínio criativo dos dois grupos. Assim, é possível afirmar a originalidade criativa dos pintores como focada na construção ideológica, e a dos criativos publicitários como centrada na construção técnica e gráfica, sendo que os primeiros, assumem referências técnicas e, os últimos, referências ideológicas.

CAPÍTULO VI - RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES

A presente dissertação, ao focar-se sobre a criatividade nas artes gráficas, pretende compreender o raciocínio criativo comparativamente entre a pintura e o design publicitário e de propaganda. Para além das diferenças técnicas de produção, existem outras diferenças obrigatórias dado os objetivos de produção de cada uma das áreas. O presente estudo pretendeu focar-se na influência dessas obrigações, sendo as de aplicabilidade comercial ou não, como base para a definição do próprio desenvolvimento do raciocínio criativo. No entanto, tal como foi possível verificar com o enquadramento teórico e a própria análise de cada um dos profissionais, o raciocínio criativo torna-se inerente ao indivíduo em si e não à área de produção em que este está inserido. Porém, certas características direcionam os criativos para as suas respetivas áreas, dando possibilidades a diversos estudos futuros. Em especial, tornar-se-á interessante aprofundar o estudo da transversalidade desse raciocínio criativo pessoal sem as obrigações de cada projeto. Então, é sugerido o estudo, por sua vez experimental, de induzir profissionais de uma área a adoptar projetos com características de outra. É dado o exemplo de incentivar um designer publicitário a produzir uma peça, sem as obrigações comerciais da mesma e, por sua vez, sem o próprio *briefing* do cliente, adoptando um projeto totalmente pessoal. Em contra partida, o contrário deverá ser realizado com artistas plásticos, induzindo-os a produzir com certas características obrigatórias, como por exemplo um *briefing*, necessidade de entrega a um cliente predefinido e a própria produção em massa. O estudo sugerido poderá levantar questões que virão a fundamentar a transversalidade do raciocínio de cada criativo e a própria efetividade do mesmo. Como referido, o estudo recomendado parte de uma natureza experimental, tendo como base a necessidade de compreensão da própria criatividade como método de raciocínio, tentando também fundamentar e aprofundar os estudos apresentados na presente dissertação.

CAPÍTULO VII - BIBLIOGRAFIA E WEBGRAFIA

7.1 BIBLIOGRAFIA GERAL

Alencar, E. (1996). A Gerência da Criatividade. Brasil, São Paulo: Makron Books.

Alencar, E. (1986). Psicologia da Criatividade. Brasil, Porto Alegre: Artes Médicas

Ambrose, G. ; Harris, P. (2011). Design Thinking. Brasil, Rio Grande do Sul: Bookman.

Arnheim, R. (2007) Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora. Brasil, São Paulo: Thomson Pioneira.

Baltazar, J. ; Bártolo, J. ; Rosa, V. (2015). Sebastião Rodrigues. Coleção Designers Portugueses. Portugal, Lisboa: Público.

Batory, M. (2008). Michal Batory: Emotional Graphic Design. Catálogo.

Bohm, A. (1998). On Creativity. EUA, New York: Harper and Row, Publishers.

Bom, M. (2018). Sebastião Rodrigues: Graficaturas". Portugal, Lisboa: Caleidoscópio.

Butler, C. (2009). Marlene Dumas: Measuring your Own Grave. Catálogo. EUA, Los Angeles: The Museum of Contemporary Art, Los Angeles.

Cesar, N. (2000). Direção de Arte em propaganda. EUA, São Paulo: Futura.

Christensen, C; Johnson, C. and Horn, M. (2008). Disrupting Class: How Disruptive Innovation Will Change the Way the World Learns. USA: McGraw-Hill Professional.

Collaro, A. (1987) Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. Brasil, São Paulo: Summus.

Cunha, R. (1977). Criatividade e processos cognitivos: um estudo teórico. Brasil, Petrópolis: Vozes.

Damásio, A. (1996). O Erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano. Brasil, São Paulo: Companhia das Letras.

Dondis, D. (2003). *Sintaxe da Linguagem Visual*. Brasil, São Paulo: M. Fontes

Elam, K. (2010) *Geometria do design: estudos sobre proporção e composição*. Brasil, São Paulo: Cosac & Naify.

Estrada, M. (1992). *Manual de criatividade - os processos psíquicos e o desenvolvimento*. Brasil, São Paulo: IBRASA.

Freud, S (1958) Ed, Nelson, B.: *On Creativity & the Unconscious*. EUA, New York: Harper & Row.

Fundação Calouste Gulbenkian. (1995) *Sebastião Rodrigues: Designer*. Catálogo. Portugal, Lisboa.

Garcia, A. ; Cardoso, J. (2012). *Composição visual na linguagem publicitária: a fronteira entre os sistemas off-line e online*. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul.

Gombrich, E. (1999). *História da Arte*. Brasil, Rio de Janeiro: LTC

Gomes, L. (2004) *Criatividade: projeto, desenho, produto*. Brasil: Santa Maria: Schds.

Gomez, J. (2013) *What we know about creativity*. *Journal of Advertising Research*.

Guilford, J. (1956). *Creativity*. EUA, New York: *American Psychologist*.

Guilford, J.(1967). *The nature of human intelligence*. EUA, New York: McGraw-Hill

Harding, R. (1948) *An Anatomy of Inspiration*. Cambridge: W.Heffer and Sons.

Hoffman, B. (2002). *The fine art of advertising*. EUA, New York: Stewart, Tabori and Chang.

Hart, T. (1993) *Inspiration: An exploration of the experience and its role in healthy functioning*, *Dissertation Abstracts International*.

Hart, T. (1998) *Inspiration: Exploring the experience and its meaning*. *Journal of Humanistic Psychology*

Hart, T. (2000). *Transpersonal Knowing: Exploring the horizon of consciousness*. State University of New York Press.

Hendrick, G. (2009) *The Big Leap: Conquer Your Hidden Fear and Take Life to the Next Level*. USA, New York: Harper Collins.

Kneller, F. (1978). *Arte e ciência da criatividade*. Brasil, São Paulo: IBRASA.

Lupton, H. (2011). *Graphic Design Thinking*, EUA: Princeton Architectural Press and Maryland Institute College of Art.

MacKinnon, D.(2005). *IPAR's Contributions to the Conceptualisation and Study of Creativity. Perspectives in Creativity*. EUA, Chicago: Aldine Publishing Company.

Mumford, M. (2003) *Where have we been, where are we going? Taking stock in creativity research*. *Creativity Research Journal*.

Mumford, M. (1988). *Creativity Syndrome: Integration, application and innovation*. *Psychological Bulletin*

Munari, B. (2001). *Design e comunicação visual*. Brasil, São Paulo: Martins Fontes

Oech, R. (1998). *Um toc na cuca*. Brasil, São Paulo: Cultura Editores Associados.

Oech, R. (1996). *Um chute na rotina*. Brasil, São Paulo: Cultura Editores Associados.

Osborn, A. (1987). *O poder criador da mente*. Brasil, São Paulo: IBRASA.

Osborn, A.(2000). *Applied Imagination*. EUA, New York: Charles Scribner's Sons.

Ostrower, F. (1978). *Criatividade e processos de criação*. Brasil, Petrópolis: Vozes.

Perrotta, I. (1995) *O nome da rosa – um caso de metodologia de projeto*. *Estudos em design*. Vol. III, no. 1, julho. Brasil, Rio de Janeiro: AenD-BR

Peterson, W. (1991). *A arte do pensamento criativo*. Brasil, São Paulo: Editora Best Seller

Pope, R. (2005). *Creativity: Theory, History, Practice*. EUA: Routledge

Robbins, L. (1995). *O despertar na era da criatividade: passos e desenvolvimento do potencial criativo para a realização profissional e pessoal*. Brasil, São Paulo: 1995.

Rossiter J.R. and Percy L. (1983). *Visual communication in advertising*. In Harris, R.J. (ed.)

Information Processing Research in Advertising, 83-125. EUA, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Samuels, S. (2004). Psychology of Student Learning. EUA, Minneapolis: Department of Independent Study, University of Minnesota.

Steele, R. (1977) Power motivation, activation, and inspirational speeches. *Journal of Personality*.

Thrash, T. (2007) Differentiation of the distributions of inspiration and positive affect across days of the week: An application of logistic multilevel modeling, In A. D. Ong and M. Van Dulmen. *Handbook of Methods Positive Psychology*. EUA, New York: Oxford University Press.

Torrance, P. (1976). *Pode-se ensinar a criatividade?*. Brasil, São Paulo: Epu.

Torrance, P. (1976). *Criatividade: Medidas, testes e avaliações*. Brasil, São Paulo: IBRASA.

Torrance, P. (2005). *Different Ways of Learning for Different Kinds of Children*. Mental Health and Achievement. EUA, New York: John Wiley and Sons.

Thrash, T. and Elliot, A. (2003) Inspiration as a psychological construct. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Thrash, T. and Elliot, A. (2004) Inspiration: core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of personality and social psychology*.

Thrash, T.; Elliot, A.; Maruskin, L. and Cassidy, S. E. (2010) Inspiration and the promotion of well-being: Tests of causality and mediation. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Thrash, T.; Maruskin, L.; Cassidy, S.; Fryer, J.; and Ryan, R.; (2010) Mediating between the muse and the masses: inspiration and the actualization of creative ideas. *Journal of personality and social psychology*.

Thrash, T and Elliot, A (2003) Inspiration as a Psychological Construct, *Journal of Personality and Social Psychology*.

Tschimmel, K. (2005). O sapiens e o Demens no pensamento do design: a percepção como centro. *Revista Design em Foco*, ano 2, n.2.

7.2 WEBGRAFIA GERAL

Alphonse Maria Mucha Organization. Consultado em 21/11/2018, recuperado em: <https://www.alfonsmucha.org/>;

Analysis of “The Potato Eaters” by Vincent van Gogh (2016). Consultado em 18/11/2018, recuperado em: <https://studymoose.com/analysis-of-the-potato-eaters-by-vincent-van-gogh-essay>;

Anderson, S. (2009). Chaos Theory: Francis Bacon’s creative process is revealed in the new book Incunabula. Consultado em 29/12/2018, recuperado em: http://www.northsidesf.com/aug09/ae_chaostheory.html;

Biography.com Editors. (2014). Francis Bacon Biography. Consultado em 15/12/2018, recuperado em: <https://www.biography.com/artist/francis-bacon>;

Blattner, S. (2015) Alphonse Mucha and the Emergence of the “New Woman” during the Belle Époque (1871–1914). Consultado em 27/11/2018, recuperado em: <https://digscholarship.unco.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1095&context=urj>;

Bloom, B. (2016). Miss Interpreted: Marlene Dumas on Why Artists Should Embrace Ambiguity If They Want Staying Power. Consultado em 22/04/2019, recuperado em: https://www.artspace.com/magazine/interviews_features/book_report/marlene-dumas-interview-phaidon-54094;

Cedric, A. (2014). Francis Bacon & Photography. Consultado em 04/01/2019, recuperado em: <http://cedricarnold.com/blog/?p=106>;

Dama, F. (2015). Marlene Dumas Paints Ambiguity into a Black-and-White World. Consultado em 20/04/ 2019, recuperado em: <https://hyperallergic.com/178977/marlene-dumas-paints-ambiguity-into-a-black-and-white-world/>;

Dumas, M. (2019). Marlene Dumas: selected exhibition history. Consultado em 20/04/2019, recuperado em: https://www.marlenedumas.nl/wp-content/uploads/exhibition_history.pdf;

Fedeli, E. (2011) Michal Batory. Consultado em 02/05/2019, recuperado em: <https://www.paris-art.com/michal-batory/>

Fondation Beyeler. (2015). Vídeo: Marlene Dumas: About Her Work and the Show at Fondation Beyeler. Consultado em 22/04/2019, recuperado em: https://www.youtube.com/watch?v=E_KniEuhrE0

Fong, K. (2013). Sharing van Gogh's Creative Process. Consultado em 16/11/2018, recuperado em: <https://denverartmuseum.org/article/staff-blogs/sharing-van-goghs-creative-process>;

Gale, M. (1997). Francis Bacon 1909-1992. Consultado em 20/12/2018, recuperado em: https://www.tate.org.uk/art/artists/francis-bacon-682#endnote_back_1;

Gotthardt, A. (2018). Francis Bacon on How to Be an Artist. Consultado em 03/01/2019, recuperado em: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-francis-bacon-artist>;

Gowing, L. ; Hunter, S. (1989) Francis Bacon : an exhibition. Consultado em 28/12/2018, recuperado em: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_1959_300062980.pdf;

Ilvlieva, N. (2017). Jewelry designs by Alphonse Mucha. Consultado em 27/11/2018, recuperado em: <https://lostinjewels.com/jewellery-story/jewelry-designs-by-alphonse-mucha/>;

Jahn, A. (2016). Where Mucha's Magic Began: The Gismonda-poster. Consultado em 25/11/2018, recuperado em: <https://parkstone.international/2016/04/20/where-muchas-magic-began-the-gismonda-poster/>.

Kimmelman, M. (1989). Unnerving Art. Consultado em 29/12/2018, recuperado em: <https://www.nytimes.com/1989/08/20/magazine/unnerving-art.html>;

Messed, C. (2014). Marlene Dumas. Consultado em 20/04/2019, recuperado em: <https://www.nytimes.com/2014/08/20/t-magazine/marlene-dumas-south-african-artist-profile.html>

Messham-Muir, K. (2015). 'You start with the image': Marlene Dumas at the Tate Modern. Consultado em 17/04/2019: <https://theconversation.com/you-start-with-the-image-marlene-dumas-at-the-tate-modern-37461>;

Mucha Foundation Website. Consultado em 19/11/ 2018, recuperado em: <http://www.muchafoundation.org/gallery/themes/theme/studio-models-and-staged-photography>;

Paulson, N. (2015). Van Gogh, The Starry Night. Consultado em 17/11/2018, recuperado em: <https://www.khanacademy.org/humanities/ap-art-history/later-europe-and-americas/modernity-ap/a/van-gogh-the-starry-night>;

Porter, K. (2015). Alphonse Mucha: Formation of an Artist | Masterpieces of Art. Consultado em 27/11/2018, recuperado em: <http://blog.flametreepublishing.com/art-of-fine-gifts/bid/78333/Alphonse-Mucha-Formation-of-an-Artist-Masterpieces-of-Art>;

Ro Gallery Website. Consultado em 25/11/2018, recuperado em: https://www.rogallery.com/Mucha_Alphonse/mucha-biography.htm;

Rosario, D. (2016). Portrait of an Artist | Marlene Dumas. Consultado em 25/03/2019, recuperado em: <https://theculturetrip.com/africa/south-africa/articles/paintings-of-marlene-dumas-portrait-of-an-artist/>;

Sar. P. (2019). Marlene Dumas Artist Overview and Analysis. Consultado em 20/04/2019, recuperado em: <https://www.theartstory.org/artist-dumas-marlene-life-and-legacy.htm>;

Schmitt, P. (2011) Michal Batory aux Arts Décoratifs. Consultado em 02/05/2019, recuperado em: <https://www.pixelcreation.fr/graphismear-art-design/graphisme/michal-batory-aux-arts-decoratifs/>

Tate Gallery Official Website (2015) Vídeo: "Lost Art | I Destroyed a Bacon Masterpiece". Consultado em 11/01/2019, recuperado em: <https://www.tate.org.uk/context-comment/video/lost-art-i-destroyed-bacon-masterpiece>.

Tate Gallery Official Website. (2015) Marlene Dumas: The Image as a Burden. Consultado em 17/04/2019, recuperado em: <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/marlene-dumas-image-burden>;

The Art Story Contributors. (2010). Francis Bacon - Biography and Legacy. Consultado em 14/12/2018, recuperado em: <https://www.theartstory.org/artist-bacon-francis-life-and-legacy.htm>;

The Art Story Contributors. (2012). Vincent van Gogh Artist Overview and Analysis. Consultado em 17/11/2018, recuperado em: <https://www.theartstory.org/artist-van-gogh-vincent-life-and-legacy.htm>;

The Art Story Contributors. (2016). Alphonse Mucha Life and Legacy. Consultado em 21/11/2018, recuperado em: <https://www.theartstory.org/artist-mucha-alphonse-life-and-legacy.htm>;

The Estate of Francis Bacon Official Website. Consultado em 15/12/2018, recuperado em: <https://www.francis-bacon.com/>;

The National Art Center of Tokyo Website. (2017). The year of Czech culture 2017 - Alphonse Mucha. Consultado em 27/11/2018, recuperado em: <http://www.nact.jp/english/exhibitions/2016/alfons-mucha/>;

The van Gogh Gallery Website. Consultado em 18/11/2018, recuperado em: <https://www.vangoghgallery.com/painting/potatoindex.html>;

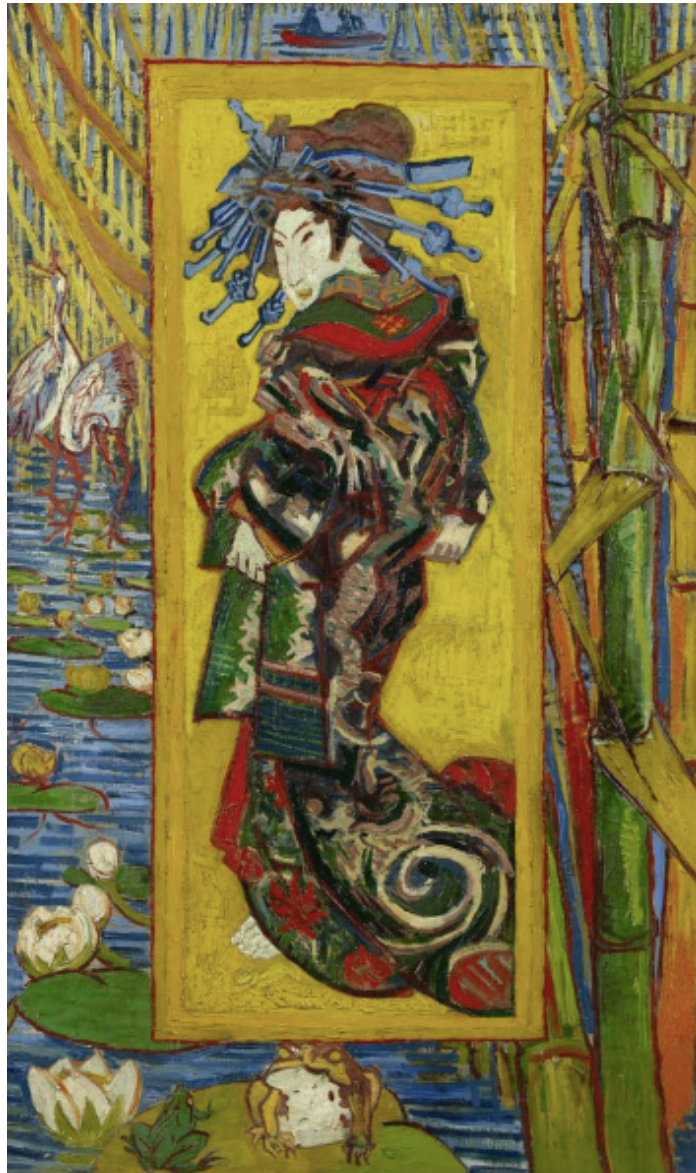
Van Gogh, V. (1888). "678" Carta de Vincent van Gogh a Willemien van Gogh, recuperado em: <http://vangoghletters.org/vg/letters/let678/letter.html>;

Vincent van Gogh Organization. Consultado em 17/11/2018, recuperado em: <https://www.vincentvangogh.org/>;

Zeno X Gallery Website. (2018) Marlene Dias Bio. Consultado em 17/04/2019, recuperado em: http://www.zeno-x.com/artists/MD/marlene_dumas_bio.html;

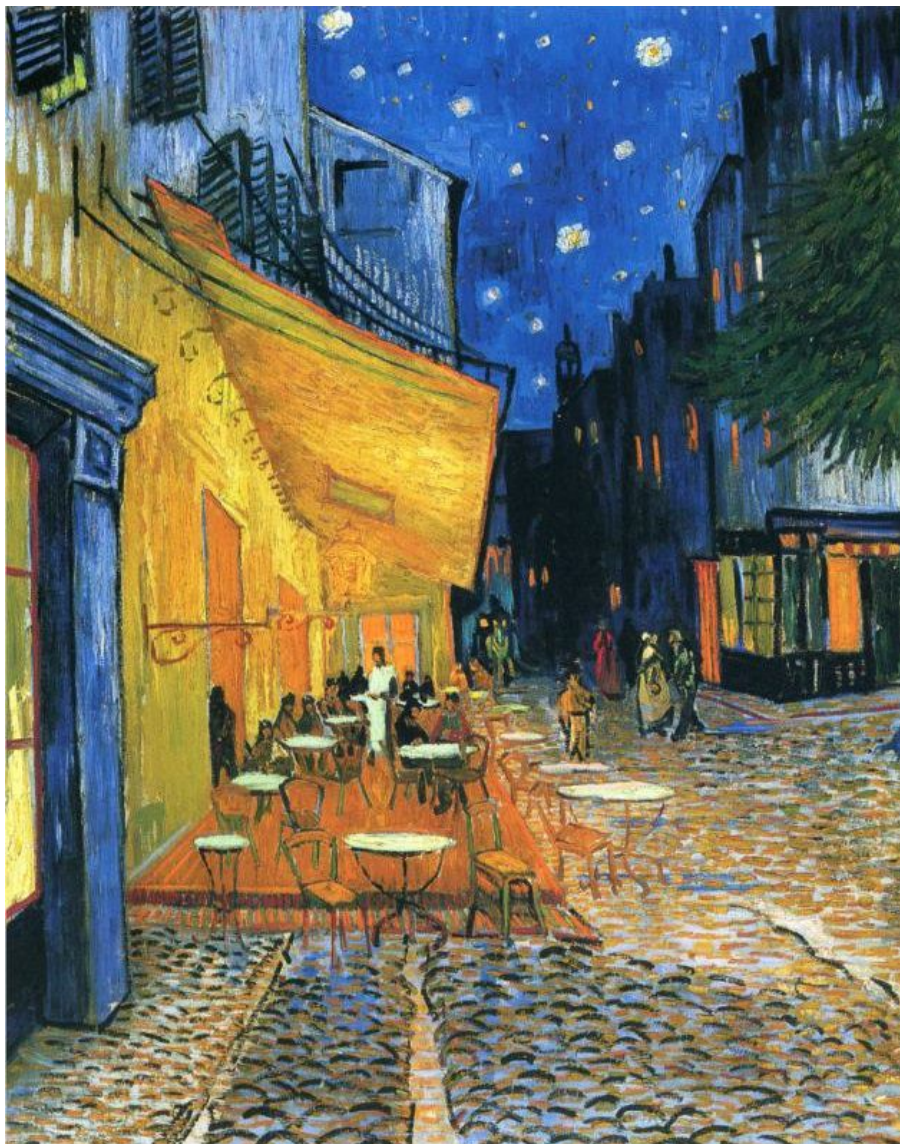
ANEXOS

ANEXO 1



Pintura a Óleo, "Courtesan: after Eisen", 1887, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vangoghmuseum.com/en/collection/s0116V1962>

ANEXO 2



Pintura a Óleo, "The Cafe Terrace on the Place du Forum", 1888, Vincent van Gogh. Fonte: <https://www.vincentvangogh.org/cafe-at-night.jsp#prettyPhoto>

ANEXO 3



Pintura a Óleo, "Starry Night Over the Rhône", 1888, Vincent van Gogh. Fonte: https://www.musee-orsay.fr/en/collections/works-in-focus/search.html?no_cache=1&zoom=1&tx_damzoom_pi1%5BshowUid%5D=4081

ANEXO 3



Estudo: "Head of Sarah Bernhardt: Study for 'Lorenzaccio'", 1896, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/28>



Cartaz: "Lorenzaccio", 1896, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/25>

ANEXO 5



Packaging: "Savon Mucha - Violette", 1906, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/59>

ANEXO 6



Cartaz: "Gismonda" 1894, Alphonse Mucha. Fonte: <http://www.muchafoundation.org/gallery/browse-works/object/21>

ANEXO 7



Selos Postais Checos, 1918, Alphonse Mucha.
Fonte: <http://www.muchafoundation.org/timeline#>



Notas Bancárias Checas, 1919, Alphonse Mucha.
Fonte: <http://www.muchafoundation.org/timeline#>

ANEXO 8



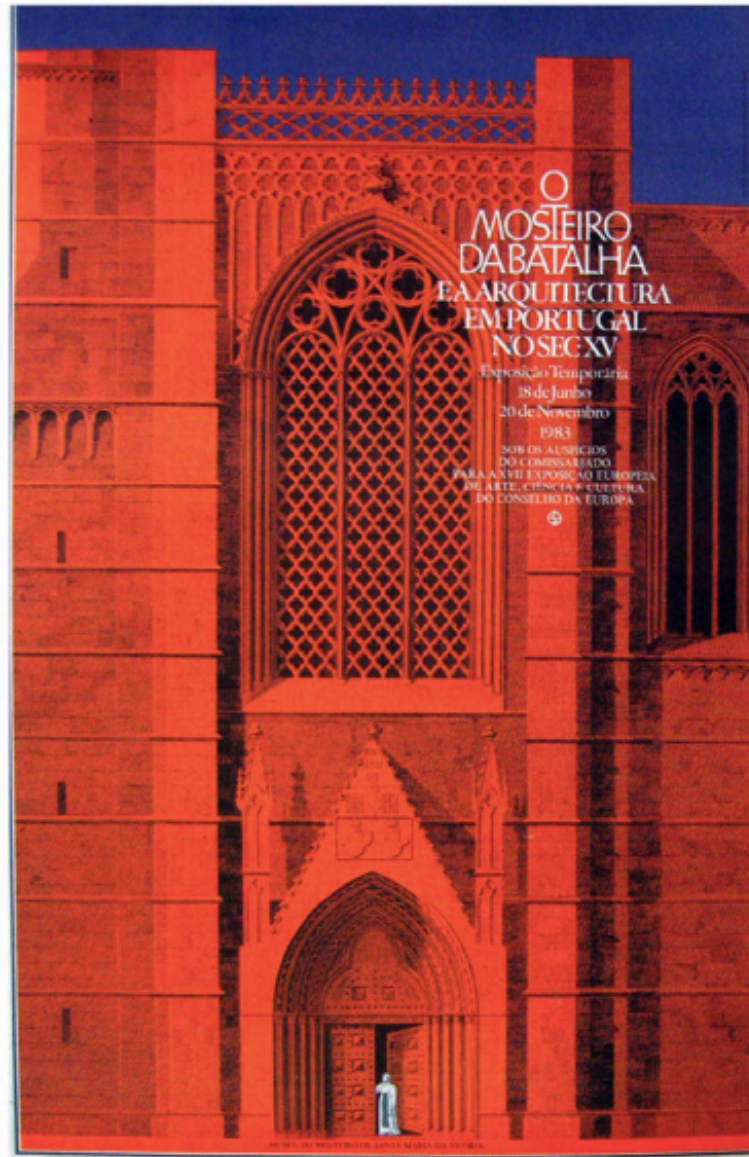
Pintura a óleo: "The Study for Crouching Nude" 1952, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/paintings/study-crouching-nude>

ANEXO 9



Tríptico de Pintura a óleo: "Hirshhorn Triptych" 1967, Francis Bacon. Fonte: <https://www.francis-bacon.com/artworks/paintings/triptych>

ANEXO 10



Cartaz: "Mosteiro da Batalha e a Arquitectura em Portugal no Séc. XV" 1985, Sebastião Rodrigues. Fonte: <http://tipografos.net>

ANEXO 11



Cartaz: "Sexto Salão dos Novíssimos" 1964, Sebastião Rodrigues.

Fonte: <http://tipografos.net>

ANEXO 12



Cartaz: "SNI" 1963, Sebastião Rodrigues. Fonte: <http://tipografos.net>

ANEXO 13



Cartaz: "Saison Musicale Ircam - 1997/1998", 1997, Michal Batory. Fonte: <https://www.paris-art.com/michal-batory-artisan-de-laffiche-2/>