

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO: INTUIÇÃO E ACASO EM ARTE E DESIGN

PINHEIRO, Olympio José
Prof. Dr. - Docente do Programa de Pós-Graduação, FAAC – UNESP/Bauru
PANTALEÃO, Lucas Farinelli
Mestrando em Design – Programa de Pós-Graduação, FAAC – UNESP/Bauru

Resumo: Procura-se investigar a relevância da intuição no processo criativo, fator responsável pela produção do conhecimento e conseqüente construção do saber humano, através do levantamento de questões pertinentes. Inerente a este questionamento, propõe-se traçar uma linha de raciocínio que vai da relação entre estética e funcionalidade, até o acaso e a intuição, como processo metodológico projetual presente na arte, no design, e em qualquer atividade reflexiva que visa à criação do novo e do original.

Palavras Chave: Arte, Design, Intuição, Criatividade, Inovação.

Abstract: It tries to investigate the relevance of intuition in the creative process, responsible factor for the production of knowledge and consequent construction of the human wisdom, through the rising of pertinent subjects. Inherent to this question, it intends to draw a reasoning line that is going to the relationship between aesthetics and functionality, until the casually and intuition, as process methodological present in art, design's project, and in any reflexive activity that it seeks the creation of the new and the original.

Keywords: Art, Design, Intuition, Creativity, Innovation.

DESIGN, ARTE, INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE: PRESSUPOSTOS

A origem imediata da palavra *Design* está na língua inglesa, e “se refere tanto a idéia de plano, desígnio, intenção, quanto à de configuração, arranjo, estrutura. [...] Trata-se portanto de uma atividade que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos” (CARDOSO, 2008 p. 20). Bernd Löbach salientava já na década de 70 que no “original alemão *Gestaltung*, termo originalmente utilizado antes da adoção do *design*, a configuração como conceito geral mais amplo, pode ser o processo já descrito de ‘materialização’ de uma idéia” (2001, p. 16).

A distinção tornada familiar entre as chamadas belas-artes e as artes úteis ou industriais “só se tornou preeminente no decurso do século XVIII, na Europa ...” (OSBORN 1974, p. 120-1). Neste sentido apontava também o sociólogo da arte Pierre Francastel, em 1948: “Não existe oposição natural entre Arte e técnica. É bem injustamente que os teóricos do mundo moderno partem dessa hipótese. Muito pelo contrário, a Arte e a técnica sempre estiveram até hoje ligadas uma à outra” (1973, p. 49-50).

No período moderno e contemporâneo a palavra Arte passa portanto por uma mudança de sentido. É como se pode perceber, só para exemplificar, nas abordagens do filósofo Luigi Pareyson (1984, p. 29-33) ou do semiótico Umberto Eco (1986, p. 123-49), ou ainda do historiador da cultura Raymond Williams, que descreve essa mudança de sentido nos fins do séc. XVIII:

Uma arte significava, anteriormente, qualquer aptidão humana; mas Arte, agora, designava um particular grupo de atividades, as artes 'imaginativas' ou 'criadoras'. Artista, assim como artesão, [era] pessoa habilidosa; mas artista passou a referir-se, agora, apenas a essas habilidades especiais. (...) a um particular tipo de verdade, a 'verdade imaginativa'...(1969, p. 15-18).

Deste modo, em sentido clássico estrito na *póiesis* ou na *téchne* aristotélica e em sentido amplo clássico, moderno e contemporâneo, ainda podemos identificar arte e técnica, uma vez que, a partir do século XVIII, a palavra arte indica uma verdade imaginativa e criativa, sentido que se passou a consolidar na linguagem da crítica à época do Impressionismo. Ou conforme Pareyson o sentido da palavra Arte indica uma formativtà (formatividade), ou seja, um fazer, um conhecer, um exprimir e um inventar (1984, p. 29-33)¹.

A inovação, a criação original, ou no mínimo a adequação de uma situação desfavorável em uma mais satisfatória, são também responsabilidades próprias da atividade do design ou da arte. Bernhard Bürdek afirma que: “Design é uma atividade, que é agregada a conceitos de criatividade, fantasia cerebral, senso de invenção e de inovação técnica e que por isso gera uma expectativa de o processo de design ser uma espécie de ato cerebral” (2006, p. 225). Podemos verificar que os profissionais que conseguem alcançar um relativo destaque dentro do mercado competitivo, são aqueles cujo potencial para a criatividade se apresenta mais acentuado. Neste sentido, Baxter defende que, atualmente,

[...] com a concorrência acirrada, há pouca margem para a redução dos preços. [...] Resta então a outra arma: o uso do *design* para promover diferenciações de produtos. [...] E isso requer a prática da criatividade

em todos os estágios de desenvolvimento de produtos, desde a identificação de uma oportunidade até a engenharia de produção (1998 p. 51).

CRIATIVIDADE E INTUIÇÃO

Dentre inúmeras definições sobre criatividade possíveis de serem encontradas entre os mais diversos autores, George F. Kneller prega que toda e qualquer definição de criatividade deve incluir o conceito essencial de inovação. “A mais alta forma de criação é seguramente aquela que, [...] quebra o molde do costume e estende as possibilidades do pensamento e da percepção. [...] A novidade criadora emerge em grande parte do remanejamento de conhecimento existente” (1971, p. 15-17). Sendo assim, poder-se-ia dizer que criatividade é um talento produtivo de se pensar ao reverso das regras, de criar coisas novas a partir da combinação original e harmoniosa do saber já existente.

Se aceitarmos a afirmação de Kneller (1965), “não havendo teoria universalmente aceita sobre a criatividade”, não pode deixar de considerar, o fato de que criatividade sempre esteve presente nas grandes invenções ao longo da história, apresentando-se como fator essencial na evolução da humanidade. Como constatou a teoria de Darwin quando afirmou como consequência evolutiva a noção de ser a criatividade humana uma manifestação da força criadora inerente à vida, pois parece fonte inesgotável de inspiração advinda da mente. Inspiração neste sentido, entende-se como uma das fases da criatividade que, assim como a intuição, inicialmente distinguidas por Graham Wallas em *The Art of Thought*², é atualmente equivalente à etapa da *Iluminação*, ou *Insight*, nomenclatura difundida por Catherine Patrick em *What Is Creative Thinking?*³ (*Idem, op. cit, p. 31-62*).

Conforme fundamenta Baxter: “A criatividade é o coração do design, em todos os estágios do projeto. O projeto mais excitante e desafiador é aquele que exige inovações de fato – a criação de algo radicalmente novo, nada parecido com tudo que se encontra no mercado” (1998, p. 51).

Através do levantamento de relações, e a proposição de reflexões sobre alguns aspectos do processo criativo, leva-se em consideração o elemento *acaso*⁴, como uma possível metodologia para auxiliar na busca da solução original em design. O artigo pretende atentar sobre a importância de estar pronto para receber os lampejos do intelecto na forma de intuição, como ferramenta inata e bastante útil no cotidiano do profissional.

Procuramos salientar o papel da criação intuitiva como opção de ferramental para a inovação em arte e design. Parte-se da hipótese de que criatividade, intuição e acaso possuem natureza equivalente. Considera-se que o acaso⁵ como potência de causa fortuita cuja origem imprevisível está além da intenção racional, e intuição⁶ como contemplação imediata atingida sob ordem diversa das que se atinge pela razão ou conhecimento analítico. À luz de suas origens, ambos relacionam-se com a criatividade devido à coexistência do aspecto de espontaneidade própria do inconsciente.

DESIGN: ARTE E CIÊNCIA NA CONSTRUÇÃO DO SABER

Partindo-se do pressuposto que a atividade do design consiste, grosso modo, em materializar uma idéia através de um projeto no qual se concilia estética e funcionalidade. Esses dois fatores permitem elaborar uma corrente de levantamentos, característicos da metodologia do design, cujas relações fazem alusão ao processo criativo da mente humana, no papel de construção permanente do saber. Segundo Bürdek:

Teoria e metodologia do design são reflexos objetivos de seus esforços que se destinam a otimizar métodos, regras e critérios e com sua ajuda o design poderá ser pesquisado, avaliado e também melhorado. Uma visão mais próxima nos mostra que o desenvolvimento de teoria e método também é embebido de condições histórico-culturais e sociais. Praticar a teoria no design significa em primeiro lugar se voltar para a teoria do conhecimento (2006, p. 225).

Estética, no sentido clássico de teoria filosófica, tem como objeto a forma e a harmonia, procurando precisar no homem o que produz o sentimento de que

algo é belo. Como forma de discurso, já desde Platão, refere-se às relações de verdade, bem e beleza, relações estas próprias da arte. Conforme Abbagnano:

Com esse termo designa-se a ciência (filosófica) da arte e do belo. O substantivo foi introduzido por Baumgarten, por volta de 1750, num livro (*Aesthetica*) em que defendia a tese de que são objeto da arte as representações *confusas*, mas *claras*, isto é, sensíveis mas 'perfeitas', enquanto são objeto do conhecimento racional as representações *distintas* (os conceitos). Esse substantivo significa propriamente 'doutrina do conhecimento sensível'. [...] Hoje, esse substantivo designa qualquer análise, investigação ou especulação que tenha por objeto a arte e o belo, independentemente de doutrinas ou escolas. [...] Dissemos 'arte e belo' porque as investigações em torno desses dois objetos coincidem ou, pelo menos, estão estreitamente mescladas na filosofia moderna e contemporânea (2003, p. 367).

Funcionalidade como conhecimento prático utilizado para alguma finalidade específica, relativo à determinada área do saber, no design, caracterizado pela sistematização projetual metodológica, alude aos primórdios da ciência, onde se faz referência ao método pioneiro de investigação, proposto por Descartes (1596 – 1690).

Segundo Capra, físico e filósofo da ciência, a ênfase no pensamento racional vem do célebre enunciado de Descartes, "*Cogito, ergo sum*" – "Penso, logo existo", considerado o marco da cultura científica ocidental (1994, p. 37):

René Descartes criou o método do pensamento analítico, que consiste em quebrar fenômenos complexos em pedaços a fim de compreender o comportamento do todo a partir das propriedades das suas partes. Descartes baseou sua concepção da natureza na divisão fundamental de dois domínios independentes e separados - o da mente e o da matéria. O universo material, incluindo os organismos vivos, era uma máquina para Descartes, e poderia, em princípio, ser entendido completamente analisando-o em termos de suas menores partes (CAPRA, F. 1996, p. 33-34).

E continuamos com Capra relacionando razão e intuição:

Nossa cultura orgulha-se de ser científica; nossa época é apontada como a Era Científica. Ela é dominada pelo pensamento racional, e o conhecimento científico é frequentemente considerado a única espécie aceitável de conhecimento. Não se reconhece geralmente que possa existir um conhecimento (ou consciência) intuitivo, o qual é tão válido e seguro quanto outro (CAPRA, F.1994, p. 36-37).

Também a Teoria da Arte reconhece essas questões, conforme Zamboni: “Descartes fez da razão o ponto de apoio para desenvolver sua teoria, que é calcada na necessidade de um método. [...] A ordem como essência do método inicia a transformação radical sobre a natureza do pensamento: este já não pensa em coisas, e sim em relações” (2006 p. 11-12).

De acordo com Löbach, “mediante o emprego do conceito de função se faz mais compreensível o mundo dos objetos para o homem” (2001, p. 51). Considerando a questão da funcionalidade como o *problema* a ser resolvido pelo designer, Bonsiepe refere-se à “academização da metodologia”, como analogia do ato projetual, que conduz a elaboração de um método a ser empregado na resolução efetiva deste problema. “Em termos gerais, trata-se de uma reconstrução estruturalista onde os componentes analíticos se interpenetram com os componentes normativos” (1983, p. 51-52).

Fazendo alusão direta à formulação de uma hipótese científica semelhante a um anteprojeto de design, o qual corresponde a uma espécie de tradução de uma série de recursos funcionais, tecnológicos, econômicos, sociais e culturais, característicos de cada proposta de projeto. Pode-se considerar o anteprojeto como a proposição de uma conjectura a ser validada posteriormente, por uma prova (design gráfico), protótipo (industrial) ou mesmo o produto final.

Pinheiro, sobre a questão do objeto, nos atenta à diferenciação gnosiológica de Max Bense, que separa “coisa e propriedade” de “estrutura e função”:

Observar o mundo sob o prisma das coisas e das propriedades é privilegiar o ponto de vista da lógica discursiva e linear, donde as proposições são formuláveis como ‘proposições sobre predicados que

dizem ou não dizem respeito a um sujeito'. 'Todo o objeto que percebemos aparece sob inumeráveis aspectos; o conceito de objeto é a invariante de todos esses aspectos' (Max Born). Compreendido o objeto dessa maneira abstrata, como invariante, fica evidente seu desligamento da coisa e de suas propriedades, e a mudança na perspectiva, determinada pela estrutura e sua função (1993, p. 43).

Na tentativa de conciliação entre esses dois fatores marcantes, pode, para o design, se reportar a Pareyson, a fim de estabelecer um equilíbrio, entre estética e funcionalidade quando teoriza:

De modo que arte e utilidade, beleza e funcionalidade nascem *juntos*, inseparáveis e coessenciais, e a mesma arte desempenha uma função utilitária, e a própria finalidade econômica transparece de uma pura forma. Então o julgamento estético só é possível através do utilitário, e a utilização não é completa se não vem acompanhada da satisfação estética; em suma, a fruição alcança a sua plenitude apenas na inseparável duplicidade dos aspectos estéticos e econômico (2001, p. 54).

Arte / ciência, neste sentido, é a primeira relação de ligação com o design, desenvolvida a partir da estética e da funcionalidade. Relações cuja relevância, no que diz respeito à natureza do pensamento humano, são fontes primárias do processo criativo na promoção evolutiva do conhecimento.

PROJETO: EMOÇÃO E RAZÃO

Na seqüência, outra relação que pode ser cogitada com o objetivo de pensar a construção do conhecimento baseada no processo criativo, e análogo à metodologia do design, é a relação entre emoção e razão. Se já como foi descrito, é possível estabelecer uma ligação entre estética, arte, funcionalidade e ciência, não parece descabido, promover uma relação entre arte e emoção, ciência e razão, com base no método projetual sistemático, característico do design.

É uma incógnita até hoje entre os especialistas, a questão de o quanto a criatividade tem sua base no pensamento inconsciente e irracional, e o quanto

no pensamento consciente e racional. Essa certeza é difícil de ser mensurada, pois adentra os limites da percepção humana. A percepção é um processo muito subjetivo que varia de mente para mente. Os sentidos transmitem as informações, que por sua vez não são traduzidas simplesmente na forma de mensagens, implica-se em interpretação. Define-se como o processo de organizar e interpretar dados sensoriais recebidos, para desenvolver a consciência do que está em volta e até de si própria. Portanto não espelha exatamente a realidade. Damásio, em *O Erro de Descartes*, afirma que a personalidade de cada ser é caracterizada por sua razão, mas a razão é marcada por sua histórica experimentação emocional (2007, p. 11-19). Pombo e Tschimmel, ao propor uma volta à “*reflexão-em-ação*” do design para o ensino e a aprendizagem, tendo a percepção como centro, contribui acrescentando:

Experiências emocionais intensas ajudam a memorizar eventos e fatos por um período mais longo de tempo, e assim são mais importantes para originar idéias do que o conhecimento teórico [...] A tomada de decisões do indivíduo refere-se a conhecimentos prévios, que são registrados pela memória emocional. Esta por sua vez, foi moldada ao longo do caminho, pelo sofrimento e prazer vivenciados na interação com outros e com o mundo (2005, p. 68-9).

Pode-se dizer que em design, nas diferentes etapas de um projeto, principalmente na identificação do problema ou delimitação, a emoção influencia mais do que se pensa. Cada designer interpreta um problema de design de maneira distinta e subjetiva, assim, cada solução de design passa a ser uma opção pessoal e específica de cada profissional (*idem, op. cit, p.65*).

É com base nesta auto-organização do cérebro entre emoção e razão, inconsciente e consciente, irracional e racional que o estudo procura as origens da intuição, como elemento do acaso que aflora de imediato. Semelhante ao *insight* característico do processo criativo, como uma natural resposta da mente para uma solução, desde que tenha sido “alimentada” corretamente com as informações necessárias para isto, sejam elas emocionais ou racionais.

OBJETO: INTUIÇÃO E INOVAÇÃO

Entendendo o termo inovação como a busca por algo originalmente novo, pode-se apropriar, do que Bruno Munari trata como conceito de invenção: “a relação entre o que se conhece, mas com o objectivo de uma utilização prática” (1987, p. 23), quando propõe que a fantasia é “a faculdade humana que permite pensar em coisas novas, que não existiam anteriormente”. E o produto da mesma, assim como o da criatividade e da invenção, tem sua origem em relações que o pensamento estabelece com tudo aquilo que conhece, que por sua vez, tem como problema central o aumento do conhecimento, “de forma a permitir um maior número de relações possíveis entre um maior número de dados” (*Idem, op. cit, p. 31-37*).

A partir deste raciocínio, este tópico tem como meta levantar alguns aspectos sobre a intuição, a fim de vislumbrar uma compreensão⁷. Conseqüentemente a intuição é empregada como uma opção para ampliar a gama de dados e relações no processo de criação, seja em um projeto de design ou qualquer atividade que necessite de reflexão para a invenção de algo.

Rudolf Arnheim na obra *Intuição e Intelecto na Arte*, afirma que estes dois conceitos, antigos na história da psicologia filosófica, são os dois processos da cognição humana, e que ambos se relacionam com a percepção e o pensamento de maneira muito complexa:

Em nossa experiência direta estamos mais familiarizados com o intelecto, pela boa razão de que as operações intelectuais tendem a consistir de cadeias de inferências lógicas cujos elos são com freqüência observáveis à luz da consciência, e claramente discerníveis entre si [...] A intuição é mais bem definida como uma propriedade particular da percepção, isto é, a sua capacidade de apreender diretamente o efeito de uma interação que ocorre num campo ou situação gestaltista (2004, p. 13-15).

Ao evidenciar a problematização de tornar compreensível a definição do termo, devido ao conhecimento basicamente de suas realizações e de seu modo de operação esquivar-se da consciência, o autor remete-se primeiramente a Descartes ao citar a obra *Regras para a orientação do espírito*, onde reproduz o pensamento: “Por intuição não entendo o testemunho instável dos sentidos, nem o julgamento

enganoso oriundo das elaborações inexatas da imaginação, mas a concepção que a mente lúcida e atenta nos dá, tão pronta e distintamente que não nos fica qualquer dúvida a respeito daquilo que compreendemos” (*Idem, Ibidem*). Posteriormente a Platão quando se refere à intuição como “o mais alto nível da sabedoria humana, visto que propiciava uma visão direta das essências transcendentais, às quais todos os fatos da nossa experiência devem a sua presença” (*Idem, Ibidem*).

Na tentativa de entender o complexo significado da intuição, para que se faça presente no repertório de quem pretende aplica-lo ao ato criativo/inventivo, Burden procura “rotular” a intuição como “uma identificação com uma ordem de inteligência superior, inerente à natureza e acessível ao homem no estado de sensibilidade aguda” (1993, p. 46), a autora acrescenta ao salientar: “A humanidade está evoluindo, não apenas biologicamente, mas também em consciência. Está subindo do nível do instintivo para o intelectual e deste para o nível intuitivo, sendo estes o que podemos chamar de ‘graus’ de consciência, apesar de não serem muito nítidos” (BURDEN, 1993, p. 26).

Para não perder de vista o foco da discussão, voltemos a Arnheim: “o produto visual mais elementar da cognição intuitiva é o mundo dos objetos definidos, a distinção entre figura e fundo, as relações entre os componentes, e outros aspectos da organização perceptiva” (2004, p. 18), Essa distinção, remete à fundamentação de Munari acerca da criatividade no design. Como sendo o design, um ato de projetar, livre como a fantasia e exato como a invenção, compreende todos os aspectos de um problema, não somente relativos à imagem como fantasia, ou à função como invenção, mas também todos os aspectos psicológicos, sociais, econômicos e humanos. “Pode falar-se em *design* como de projectar um objecto, um símbolo, um ambiente, uma nova didática, um método para procurar resolver necessidades coletivas, etc.” (MUNARI. 1987, p. 24).

Cardoso ao se referir a essa característica interdisciplinar, natural do design, de se estabelecer relações, afirma:

Como atividade posicionada historicamente nas fronteiras entre a idéia e o objeto, o geral e o específico, a intuição e a razão, a arte e a ciência,

a cultura e a tecnologia, o ambiente e o usuário, o design tem tudo para realizar uma contribuição importante para a construção de um país e um mundo melhores (2008, p. 253).

CONSIDERAÇÕES (NADA) FINAIS

Após traçar algumas reflexões que porventura possam auxiliar a vislumbrar a intuição, como fator a ser considerado na proposição do novo, a abordagem procura relacionar os dados, semelhante à montagem de um complexo mosaico, cujas peças mencionadas não passam de ínfima parte de um extenso todo, ao qual provavelmente o estudo só é capaz de proporcionar a visualização de um minúsculo fragmento.

Com o objetivo de organizar idéias de forma que possam entender o ato efetivo da criatividade na busca pela inovação, destaca-se a essencial importância da emoção presente na evolução do psiquismo da espécie humana. Segundo Goleman, são as emoções que nos orientam diante de um impasse ou uma providência importante demais para ser deixada a cargo somente do intelecto (1995, p. 18). Transportando esse raciocínio para o design, pode-se supor que “quando se trata de moldar nossas decisões e ações, a emoção pesa tanto – e às vezes muito mais – quanto a razão” (*Idem, ibidem.*).

É justamente na autoconsciência dessa dicotomia (emoção/razão), embutida nas duas vertentes produtoras do conhecimento⁸ (arte/ciência), que por sua vez está presente no design por meio da estética/função, de onde se acredita que ocasione a intuição. Estar pronto para *captar* a mais leve idéia sob a forma de intuição, poderia significar estar apto à milenar recomendação de Sócrates, “Conhece-te a ti mesmo”, ou seja, ter a consciência dos próprios sentimentos no exato momento em que eles ocorrem, pois de acordo com Goleman:

Na dança entre sentimento e pensamento, a faculdade emocional guia nossas decisões e a cada momento, trabalhando de mãos dadas com a mente racional e capacitando – ou incapacitando – o próprio pensamento. Do mesmo modo, o cérebro pensante desempenha uma função de administrador de nossas emoções – a não ser naqueles

momentos em que elas lhe escapam ao controle e o cérebro emocional corre solto (1995, p. 42).

Como afirma Pombo e Tschimmel, “O homem criativo tem que ser, ao mesmo tempo, não mundano e pé-no-chão” (2005, p. 72). Para Arnheim, é a cognição que estabelece esse ponto de equilíbrio entre o que é lícito ou conveniente, e enfoca aquilo o que é realmente relevante em termos vitais. É ela que discerne sobre o que é importante, e assim reconstrói a imagem a serviço das necessidades daquele que percebe. “A entrada destas diversas forças determinantes, cognitivas tanto quanto motivacionais, assume a forma de uma imagem perceptiva unificada graças à força mental que chamamos intuição. A intuição é, assim a base de tudo; merece, pois, todo o respeito que podemos oferecer” (ARNHEIM, R. 2004, p. 18). Para Burden: “A consciência, assim como o medo, só tem sentido nos níveis mais baixos de percepção” (1993, p. 67).

O campo de estudo perseverante, esforço sincero, meditação sadia e ócio criativo⁹, constituem o grande veículo de amplitude de acesso à intuição, em todos os aspectos. O “acaso” que conduz a soluções inovadoras, somente emerge em circunstâncias em que encontra uma mente preparada, curiosa e tranqüila. Nossa percepção, direcionada pela atenção, como uma espécie de filtro que peneira as informações em diferentes pontos do processo perceptivo, que varia em cada personalidade, parece ser determinado por sensações imediatas. Na realidade é composto de produtos de memória, ou seja, o cérebro, em uma rápida observação do ambiente, interpreta eventos à luz da experiência prévia. É claro que parte do desenvolvimento de tal capacidade baseia-se na acumulação de experiência.

Portanto, semelhante à natureza, a palavra de ordem para a criação inovadora e conseqüentemente para a produção harmoniosa do conhecimento, seria o “equilíbrio” entre estas relações que possam ser levantadas por estarem presentes no cotidiano, mas que se encontram ainda na esfera da inconsciência. Relações estas passíveis de serem materializadas, por cada ser verdadeiramente inserido em seu devido papel no mundo em que vive. Como recomenda Burden:

Se há qualquer coisa de que esse mundo necessita mais do que tudo é de estudar intensamente a natureza – suas formas, suas estações, seus caminhos – tanto nas florestas como em nossos próprios corpos e mentes. Inúmeras vezes foi dito e raras vezes levado em conta que tudo o que precisamos saber está exemplificado na natureza, se ficarmos suficientemente tranquilos e atentos para ver. [...] Nada, por certo, é mais prático do que tomar conhecimento do significado e da função originais do nosso próprio ser (1993, p. 64).

Intuir e criar é, certamente, eliminar hábitos de percepções, pensamentos e emoções estereotipados na prática, na reflexão e no ensino do design. Como toda atividade que necessite da reflexão, o design está aberto para interferências emocionais, logo, intuitivas, elevando assim a importância de levar em consideração o acaso e a idéia silenciosa que nasce da mente aberta e pronta para aceita-los.

¹ Sobre este tópico, arte e técnica em sentido clássico, moderno e contemporâneo, veja-se PINHEIRO, Olympio. A Contemplação de Janus Bifrons: arte e tecnologia na contemporaneidade. In: **Simpósio Interfaces das Representações Urbanas em Tempos de Globalização**, 2005, Bauru (SESC SP). *Anais eletrônicos*.

<http://www.sescsp.org.br/sesc/conferencias_new/subindex.cfm?Referencia=3258&ParamEnd=5>.

² Nova York: Harcourt Brace and World, 1926.

³ Nova York: Philosophical Library, 1955.

⁴ O acaso como método de criação é uma questão já abordada, principalmente durante os movimentos de vanguarda modernista. Como a colagem cubista, o *ready made* de Duchamp, a *receita para poema* de Tristan Tzara, entre outros.

⁵ Vide: ABBAGNANO, N. 2003, p. 11-13.

⁶ Vide: ABBAGNANO, N. 2003, p. 581-583.

⁷ De acordo com BURDEN, verbalizar descritivamente a significação da intuição, é algo destinado ao mau êxito, pois a autora defende que a "intuição deve ser compreendida pela intuição", portando o melhor que se pode fazer na tentativa de explanação sobre intuição, é dar condições ao leitor de vivenciar uma experiência intuitiva ou provocar nele tal lembrança (1993, p.31).

⁸ Produção de conhecimento no sentido de evolução / inovação.

⁹ Vide: DE MASI, D. 2000.

BIBLIOGRAFIA

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. (4ª ed.) São Paulo: Martins Fontes, 2003.

ARNHEIM, Rudolf. **Intuição e intelecto na arte**. (2ª ed.) São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: guia prático para o design de novos produtos. (2ª ed.) São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

BAZARIAN, Jacob. **Intuição Heurística**. Uma Análise Científica da Intuição Criadora. 3.ed São Paulo, Alfa-ômega, 1986.

BENSE, Max. **Pequena Estética**. São Paulo: Perspectiva/ EdUSP, 1971.

BERGSON, Henri. **O pensamento e o Movente**. São Paulo, Martins Fontes, 2006.

BONSIEPE, Gui. **A “tecnologia” da tecnologia**. São Paulo: Edgard Blücher, 1983.

BÜRDEK, Bernhard. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

BURDEN, Virginia. **O processo da intuição**: uma psicologia da criatividade. (9ª ed.) São Paulo: Editora Pensamento, 1993.

CALABRESE, Omar. **A linguagem da Arte**. Rio de Janeiro: Globo, 2002.

CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida**. São Paulo: Editora Cultrix, 1996.

CAPRA, Fritjof. **O Ponto de Mutação**. São Paulo: Editora Cultrix, 1994.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. (3ª ed.) São Paulo. Blucher, 2008.

DAMÁSIO, António. R. **O erro de Descartes**: emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DE BONO, Edward. **New thinking for the new millennium**. London: Penguin Books, 2000.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. (3ª ed.) Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DESCARTES, René. **Regras para a orientação do espírito**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GOMES, Luiz Vidal N. **Criatividade projeto desenho produto**. Santa Maria: SCHEDS, 2001.

JUNG, Carl Gustav. **O espírito na arte e na ciência**. Petrópolis, Vozes, 1987.

KNELLER, George F. **Arte e ciência da criatividade**. (2ª ed.) São Paulo: IBRASA, 1971.

LAWSON Bryan. **How designers think**. London: The Architectural Presse, 1986.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MUNARI, Bruno. **Fantasia**: invenção, criatividade e imaginação na comunicação visual. (2ª ed.) Lisboa: Editorial Presença, 1987.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 1994.

PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

PINHEIRO, Olympio. A aura e seus avatares: do azulejo-colonial à tecno-imagem. In: V. V. A. A. **Pesquisa em Artes Plásticas**. Porto Alegre: Ed. UFRGS/ANPAP, 1993.

PINHEIRO, Olympio. A Contemplação de Janus Bifrons: arte e tecnologia na contemporaneidade. In: **Simpósio Interfaces das Representações Urbanas em Tempos de Globalização**, 2005, Bauru (SESC SP). *Anais eletrônicos*. <http://www.sescsp.org.br/sesc/conferencias_new/subindex.cfm?Referencia=3258&ParamEnd=5>. Acesso: 1 abril 2008.

POMBO, Fátima.; TSCHIMMEL, Katja. O Sapiens e o Demens no pensamento do design: a percepção como centro. In: **Revista Design em Foco**, v. II n.2, jul/Dez 2005. Salvador EDUNEB, 2005, p. 63-76.

ZAMBONI, Silvio. **A Pesquisa em arte**: um paralelo entre arte e ciência. (3ª ed.) Campinas: Autores Associados, 2006.

OLYMPIO JOSÉ PINHEIRO: doutor em Sociologia da Arte, pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo. Pós-Doutorado pela *École des Hautes Études en Sciences Sociale - Centre de Histoire et Théorie de L'Art*, Paris. Artista plástico, *designer*, crítico, e teórico da arte, *design* e novas tecnologias. Professor do programa de Pós-graduação em *Design* da FAAC/UNESP. Associado fundador da ANPAP. E-mail: holihn@uol.com.br

LUCAS FARINELLI PANTALEÃO: Graduação em Desenho Industrial – Programação Visual, FAAC-UNESP. Mestrando do PPGDI, FAAC - UNESP. Professor do curso de design na FAIMI, Faculdade Integrada de Mirassol. Designer (design de movimento e computação videográfica), atuando principalmente nas áreas: artes plásticas, design gráfico, design de movimento e comunicação visual. E-mail: lucasfarinelli@gmail.com