
INTRODUÇÃO

A criatividade sempre foi motivo de grandes discussões, não apenas entre os estudiosos da área da psicologia. Complexa em se permitir mensuração, multifacetada em conceitos e, até hoje, de difícil circunscrição.

No rico universo do design a criatividade figura como o aspecto central da criação e concepção de quase tudo o que é material e imaterial.

Imerso no rico universo do *design* encontra-se o maior responsável pela criação e concepção de quase tudo o que é material e imaterial. O *designer* tem a incumbência de dar forma aos produtos para que estes sejam consumidos, usados, adorados por um público cada vez mais exigente. Além da estética, funcionalidade, inovação, ergonomia, viabilidade construtiva, entre outros

requisitos relevantes, o valor emocional incorporado à peça tem sido ultimamente um grande aliado no que diz respeito a valor agregado, e o profissional responsável por essa criação certamente deverá se carregar de motivações intrínsecas e extrínsecas para se conceber um produto que atenda aos anseios de determinados grupos.

A validação de um produto industrial dependerá de um rol de profissionais qualificados (Campo) que terá a função principal de avaliar esse artefato, levando em consideração pontos importantes como viabilidade de construção, ergonomia, possibilidade de reprodução industrial, entre outros, e, assim, após ser levado em consideração todos esses conteúdos, o produto poderá ser refutado ou legitimado. Havendo sua validação, o artefato será, então, incorporado no domínio (cultura).

Csikszentmihalyi (2014) indica a criatividade como um fenômeno sistêmico que se manifesta das inter-relações entre o indivíduo, a audiência e os sistemas sociais. Ao apresentar a criatividade como um fenômeno sistêmico, ele coloca o indivíduo criativo como agente coadjuvante, mas não menos importante, da criação demonstrando que, para um bom funcionamento do sistema, as demais partes envolvidas, também devem estar em equilíbrio.

Sobre o que seria a criatividade segundo Mihaly, Neves-Pereira (2020, p.93) diz que “a criatividade consiste no processo de mudança simbólica realizado por um agente humano em um contexto social e com a participação de outras pessoas que vão

avaliar o ato criativo”. Neves-Pereira (2020, p.98) complementa que “para que o ato criativo ocorra, uma série de práticas, crenças e valores devem ser transmitidos do domínio para o indivíduo. O indivíduo pode, por meio da significação dessas informações culturais, produzir algo novo a partir do domínio”.

Ainda sobre a criatividade, pode-se considerar, dentro do universo do Design, como um processo visto que o indivíduo, no seu processo de criação, deverá acionar vários elementos de domínio para a concepção de determinada peça. Ele dependerá desses elementos de erudição para criar algo novo. Se ele não tiver acesso a esses elementos, haverá uma grande possibilidade de que este produto venha a ser indeferido pela audiência.

Este artigo tem como proposta principal apresentar o Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi, psicólogo de origem húngara conhecido pelos seus trabalhos sobre o estudo da felicidade e da criatividade. O documento também é parte da tese do proponente em que se investiga o processo criativo do *designer* contemporâneo de mobiliário sob o Modelo de Perspectivas de Sistemas desenvolvido por Mihaly, e apresenta como possível ferramenta viável para *designers* no processo de desenvolvimento de produto. Neste modelo preconizado por Mihaly, infere-se que a criatividade é movida por uma tríade composta pelo indivíduo (criador), pelo campo (quem legitima) e pelo domínio (cultura)⁰¹. O ele-

01 Csikszentmihalyi (2014, p.51) atenta que o ponto de

mento designado Campo terá neste *paper*, um maior destaque⁰², como também, serão apresentados os resultados deste elemento da tríade tomando como base o modelo de Mihaly.

Entendemos dessa forma que o Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi surja como uma possível ferramenta que funcionará como uma forma de conhecimento do processo criativo. Acreditamos que o profissional de *design* terá seguramente maiores e melhores condições em direcionar seus elementos de erudição no processo criativo ao perceber e entender como o Campo analisa e valida o(s) produto(s). Da mesma forma, caso se consiga atingir os resultados esperados e satisfatórios quanto à aplicação do Modelo de Perspectivas de Sistemas, deve-se relevar que o uso de habilidades pessoais e a aquisição de conhecimento de domínio precisarão ser complementados com uma compreensão complexa do modo como o Campo funciona e toma decisões.

O Modelo de Perspectivas será detalhado a seguir para melhor entendimento.

partida do processo criativo é puramente arbitrário. Normalmente pode se pensar de imediato que a ideia floresça sobretudo por parte do indivíduo, no entanto, Mihaly elucida que a informação que vai junto com a ideia já existia bem antes dela chegar ao indivíduo, ou seja, já havia sido incorporado no sistema símbolo da cultura, das práticas comuns, da língua, do domínio. A título de exemplo, uma pessoa, por mais capaz ou qualificada que seja, não é capaz de escrever uma sinfonia criativa sem ter um conhecimento aprofundado do domínio, ou seja, o universo da música. Portanto, ao demonstrar no seu modelo que o processo criativo pode partir de qualquer um dos subsistemas da tríade, Mihaly definitivamente sugere abandonarmos um modelo ptolemaico da criatividade na qual o indivíduo está no centro de tudo, para um modelo copernicano na qual a pessoa faz parte de um sistema de influências e informações mútuas.

02 Para maiores aprofundamentos e entendimento a respeito da pesquisa, segue o link da tese em repositório: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/32253>. Acesso em: 17 jul. 2021.

O MODELO DE PERSPECTIVAS DE SISTEMAS DE MIHALY CSIKSZENTMIHALYI

Mihaly lança um modelo ativo que busca entender melhor o ato criativo e sugere a interação de uma tríade que se inter-relaciona constantemente municiados pelo indivíduo (ser criativo), o domínio (seria um composto estável inerente à área ou ao conhecimento) e o Campo (consiste na audiência que legitima a ideia e a insere no domínio)

Cada um desses três elementos tem a sua devida importância dentro do sistema e esta interação é suficiente para explicar como algo pode vir a ser criativo. Csikszentmihalyi (2014, p.51) destaca que é importante perceber que cada um dos três sistemas principais: indivíduo, campo e domínio afetam uns aos outros. Por sua vez, pode-se dizer que os três sistemas representam três “momentos” do mesmo processo criativo.

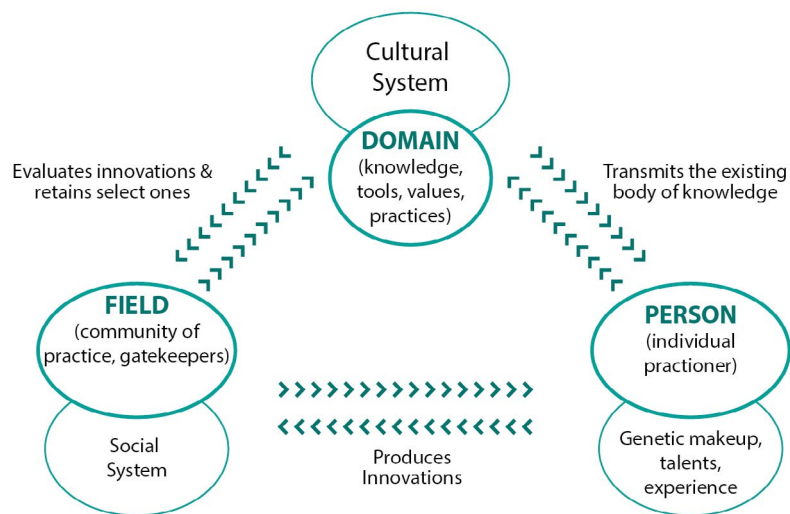
Para demonstrar a eficácia do seu Modelo de Perspectivas de Sistemas, Csikszentmihalyi, em um artigo intitulado “O modelo de sistemas de criatividade e suas aplicações”, apresenta três exemplos de emprego do seu modelo por outros profissionais em áreas não correlatas, o que demonstra a validade do modelo. Uma aplicação foi feita pelo psicólogo neozelandês Philip McIntyre com a música Yesterday dos

Beatles. Em um outro exemplo, um casal de *chefs* criou três volumes de livros definidos pela tríade que compõe a criatividade sob a perspectiva de Mihaly: A história da culinária (domínio), Grandes *chefs* (indivíduo) e Restaurantes e críticos de culinária (campo). Um outro emprego do modelo está direcionado na área da astrofísica⁰³.

Ainda a respeito da importância de cada elemento da tríade, McIntyre (2007) reforça a premissa fazendo uma alusão que assim como o ar, o pavo e faísca são elementos essenciais para que se obtenha fogo, e a falta de algum desses impossibilita a sua produção, os três elementos estabelecidos por Mihaly: Indivíduo, Domínio e Campo, são considerados elementos primordiais para a criação de uma ideia ou produto criativo, reforçando dessa maneira que o ato de fomentar a criatividade não está apenas no sujeito, mas nos demais componentes da tríade, podendo ser gerado por qualquer um deles. A seguir, encontra-se um gráfico referente ao modelo preconizado por Mihaly Csikszentmihalyi.

03 No final do ano de 2018, o proponente deste artigo defendeu sua tese analisando o processo criativo do profissional de mobília contemporânea brasileira sob o Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi apresentando sua eficácia no campo do Design.

Figura 1- O Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi.



Com base no gráfico, será explicado brevemente cada elemento da tríade para melhor compreensão.

O INDIVÍDUO

O indivíduo produz variações e insere mudanças no domínio ou área de conhecimento.

O indivíduo é responsável pela variação do conteúdo do domínio e esta variação será então avaliada pelo elemento Campo, figurado por especialistas e críticos (instâncias de legitimação). Csikszentmihalyi acredita que a criatividade significa a capacidade de adicionar algo para a cultura. Ainda sobre o indivíduo criativo, Mihaly (2024 p.120) explica que para que ele faça alguma contribuição criativa, este não deve apenas produzir uma novidade ao Domínio, mas também lançar de forma que o Campo o releve e entenda como melhoria viável à sociedade e que perdure nos preceitos do Domínio. No caso de não acontecer, esta contribuição então perecerá.

Um fator de grande valia consiste no indivíduo estar inserido num ambiente em que haja estímulos em produção criativa, que este possa ser valorizado no seu processo de aprendizagem e que seja oferecido oportunidades de acesso ao conhecimento como

especialistas, livros, revistas etc. Existe, é claro, uma reunião de elementos formadores que favorece ao indivíduo no que diz respeito a produção de mudanças no domínio. Esses elementos consistem no histórico pessoal do indivíduo, englobando o *pool* genético⁰⁴, do qual provêm experiências pessoais, abarcando também influência familiar, classe social e oportunidades educacionais, o tutor como figura de referência e elemento norteador no seu processo de construção do conhecimento. Esses elementos auxiliam no ingresso que o indivíduo pode ter ao domínio como também, é claro, ao Campo. Nesse caso, o indivíduo deve passar por um processo de aculturação no domínio em que assimilará novos códigos e convenções, assim como regras apropriadas a esse domínio. É importante também que o indivíduo conheça o Campo⁰⁵, de modo que possa se socializar e entender, além de reconhecer suas normas e valores; e consequentemente a tomada de decisões quanto à seleção e escolha das novas ideias.

04 Um Pool Gênico é a população de cópias gênicas que são coletivamente mantidas pelos indivíduos de um deme. Demes são caracterizados por frequências genotípicas. Fonte: <http://www.ufscar.br/~evolucao/grad/HW.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2021.

05 No caso deste artigo, o Campo se reserva a especialistas na área de mobiliário que, a depender do processo avaliativo e de legitimação da peça, podem ser peritos do setor moveleiro, marceneiros, artesãos e clientes.

O DOMÍNIO

Csikszentmihalyi aborda o domínio como um conjunto de regras e procedimentos simbólicos estabelecidos culturalmente que regulam a consciência humana (pensamentos, emoções, conhecimento acumulado, transmitido e compartilhado em uma sociedade ou por várias sociedades, crenças e atos intencionais como as várias tecnologias desenvolvidas ou adotadas no âmbito da cultura).

As regras culturais transmitidas podem ser subdivididas em vários domínios, por exemplo, o domínio da gastronomia contém regras sobre como preparar alimentos. Milhares de receitas existem em muitas culturas e são transmitidas sob forma de instruções orais ou escritas de geração para geração. Centenas de domínios existem em cada cultura e a questão importante a ser considerada é que para que um produto possa ser considerado criativo, este precisa estar em um domínio já existente ou que se estabeleça um novo domínio de regras.

Sobre os aspectos da cultura, Lubart (2007, p.83) refere como “à divisão de um conjunto de pensamentos, de condutas, de tradições, de valores e de símbolos que estruturam o modo como um grupo de indivíduos vai interagir com seu ambiente psíquico e social”. Lubart afirma que a cultura de uma comunidade é absorvida e passada a cada geração e que sua natureza evolui facilmente por meio de revoluções e inovações, mas também pela abertura à outras culturas.

Ostrower (1987, p.11) complementa as ideias de Lubart quando comenta que o comportamento de cada ser humano é moldado por princípios culturais, históricos, do grupo em que ele está inserido e, portanto, vive.

Portanto, por mais talentosa que seja a pessoa, seria muito pouco provável que ela contribua de forma significativa caso ela não tenha acesso a um determinado domínio. Uma vez adquirida as informações a partir do domínio, esta pessoa será capaz de mudá-lo por meio de motivações e estímulos.

O CAMPO

O Campo é a parte da sociedade que atua como *gatekeeper*⁰⁶ ao domínio. Sua função seria de decidir se a nova ideia ou produto criativo é passível ou não de ser incluído no Campo do domínio. Mihaly (2014, p.51) explica que a maneira mais fácil de descrever um Campo, é dizer que neste inclui todas as pessoas que podem afetar a estrutura de um domínio.

Desse modo, no campo da arte por exemplo, se incluem professores de arte, historiadores de arte, por eles adquirirem informações pertinentes do domínio e passarem estas informações simbólicas para as próximas gerações; críticos de arte, estes dão suporte aos artistas individuais; colecionadores, que tem papel fundamental na manutenção das obras dos artistas e trabalhadores; donos de galerias e curadores de museus, pela preservação e responsáveis pelo estado da arte na área; e por fim, o que Mihaly define como *Peer Group* ou grupo de pares de artistas cujo convívio define estilos e revoluções de gosto.

.....
06 Essa teoria surgiu nos anos 50, nos Estados Unidos, como forma de deferência ao jornalismo e ao seu poder. Acredita que o processo de produção da informação é um processo de escolhas, no qual o fluxo de notícias tem que passar por diversos "gates" (portões) até a sua publicação. Entende que há intencionalidade no jornalismo e que o processo é arbitrário e subjetivo. Fonte: <http://teoriadojornalismouniube.blogspot.com.br/2010/11/teoria-do-gatekeeper.html>. Acesso em; 12 jul. 2021.

Mihaly (2014 p.110) também traz à tona alguns questionamentos a respeito da importância do Campo no processo de validação do produto criativo e indaga sobre quem teria o direito de decidir o que é criativo ou creditá-lo como uma possível melhoria ou até mesmo algo sem relevância e, assim, não ser aproveitado ou rejeitado. No caso do Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly, os *gatekeepers* que têm poder de incorporar uma nova informação a um domínio são qualificados como Campo e explica que alguns Campos, algumas vezes, podem ser muito restritos por conta dos limitados elementos de domínio como a literatura assíria. Por outro lado, Campos como a engenharia eletrônica torna-se um terreno bastante fértil devido ao grande número de especialistas e estudiosos na área. No caso de produtos de consumo, Mihaly comenta que o Campo pode ser bem mais amplo, composto não apenas por especialistas e críticos como também pelo público consumidor. Dessa forma, infere-se que o público consumidor, mais especificamente a este recorte deste estudo, mobiliário doméstico, pode também ser considerado integrante do Campo.

McIntyre (2007) define o Campo como um espaço estruturado que é organizado em torno de tipos específicos de conjuntos de conhecimentos de domínio. McIntyre também delimita o conceito de Campo como uma arena de contestação na qual ocorrem as posições competitivas dos atores em sua luta pela acumulação e monopolização de diferentes tipos de capital cultural e simbólico.

Diante dessa premissa pode-se dizer que a tarefa fundamental do Campo seria selecionar variações promissoras e incorporá-las ao domínio.

Percebe-se, nesse sentido, que o Campo exerce influência sobre a criatividade do indivíduo. Isso indica que a criatividade não pode ser compreendida como algo meramente individual ou social, mas sim como uma interação dos diversos Campos. Há, de fato, uma interdependência no processo criativo.

METODOLOGIA

É importante lembrar que este artigo é parte da tese do proponente. Neste documento, será dada uma maior atenção ao resultado de apenas um componente da tríade, mais precisamente, os componentes do Campo e seu importante papel como validador das criações por parte dos profissionais de mobília contemporânea.

Para melhor entendimento, será apresentada, de forma geral e resumida, as fases metodológicas perpetradas pelo pesquisador em sua tese e logo após será esquadrinhada, como já dito anteriormente, apenas o elemento da tríade reservada ao Campo e seus respectivos resultados.

Esta pesquisa respalda-se na investigação do processo criativo dos *designers* contemporâneos de mobiliário brasileiro sob o modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi e, dessa forma, para que obtivéssemos resultados mais fidedignos, será apresentada a seguir cada etapa contemplada e suas especificidades.

Na primeira parte da pesquisa, como forma de poder conhecer o cenário do móvel contemporâneo brasileiro com foco no indivíduo criativo, este como o *designer* contemporâneo de mobiliário nacional, em princípio, numa visão mais panorâmica, foi feita uma investigação de cunho exploratório por meio de bibliografia

especializada como livros, revistas do segmento, sites, entre outros, no intuito de se conseguir uma listagem deste profissional que desenvolve mobília, da qual se chegou a 98 profissionais.

Em seguida, uma segunda filtragem foi realizada, tomando como fator relevante premiações nacionais e internacionais, visto que este elemento torna-se vital para entendermos melhor o desempenho e eficácia do modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi, e, com base nesse dado norteador, se chegou a 72 profissionais premiados. Foi produzido um questionário que foi enviado para todos os 72 profissionais, assim como agendadas entrevistas em primeira mão. Diante das respostas dos profissionais baseadas no modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi, buscou-se encontrar fatores expoentes em seu processo de criação⁰⁷.

07 Para maiores aprofundamentos e verificação dos resultados dos demais elementos da tríade, segue link da tese: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/32253>. Acesso em: 16 jul. 2021.

Figura 2: Etapas metodológicas executadas no indivíduo criativo.
Fonte: próprio autor



Uma outra pesquisa se fez necessária para que se pudesse apreciar um elemento da tríade do modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi nominada Campo. Foi dividido esse

elemento em dois perfis de profissionais: o primeiro se reserva àqueles intitulados juízes, participantes de comissão julgadora, responsáveis por legitimar e validar as peças, nesse caso, objetos de mobília; e o segundo se restringe àqueles que comercializam as peças legitimadas pelos juízes.

Por meio de pesquisa a diversas fontes se chegou a oito profissionais participantes de comissão julgadora. Quanto aos profissionais que são responsáveis pela comercialização das peças, também foi contabilizado um total de oito estabelecimentos.

Foi enviado um questionário para cada um dos profissionais, assim como agendamento para entrevistas em primeira mão.

Diante das respostas advindas destes profissionais, foi possível aplicar o modelo de perspectivas de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi e posterior análise dos resultados, e por fim foram geradas as conclusões.

O pesquisador conseguiu colher dados importantes de dois profissionais do Campo, considerados agentes legitimadores da mobília, e um estabelecimento que comercializa peças de *design* assinado. Esses resultados serão apresentados a seguir.

EXEMPLOS DA IMPORTÂNCIA DO CAMPO COMO ELEMENTO VITAL NO PROCESSO AVALIATIVO DO PRODUTO INDUSTRIAL

De forma a validar a real relevância e importante papel do Campo no processo de legitimação do produto industrial, será apresentado a seguir três exemplos de especialistas da área de mobiliário; dois avaliadores e um que comercializa peças de *design* assinado. Estes serão discriminados como: INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 1, INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 2 e INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 3.

INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 1

Este integrante do Campo se formou em Desenho Industrial pela FAAP em 1970 e no curso de propaganda pela ESPM em 1970; fez também cursos de extensão na área de cinema nesse mesmo período. Tem mestrado na área de História, educação e cultura pela Mackenzie em 2008 e doutorado pela USP.

A respeito de sua participação como membro de júri na área do Design, este integrante contabiliza próximo de quatrocentas participações:

Em 1972 foi realizado um concurso da revista Transportes Modernos em que se premiavam as pinturas de frotas de caminhões e ônibus; Júri do Museu da Casa Brasileira desde 1987 até então; por quatro vezes no Carnaval do Estado de São Paulo; 10 edições pelo prêmio Alcoa de Design do alumínio; Embalagem Marca por 10 edições; Movesp; Embanews; Prêmio de Sustentabilidade da revista Casa Cláudia por oito edições; foi presidente e curador de várias premiações da House Gift Fair; desenvolve curadoria técnica das edições do Prêmio Tok&Stok desde a sua primeira edição até o momento.

Além de todas essas participações, ele ainda cita participações na FENIT de setor têxtil, da Renner e outras premiações em que participou esporadicamente das quais não houve desdobramentos.

Diante dos questionamentos a respeito de quais elementos uma ideia ou produto necessitam ter para que se considere um produto criativo, o integrante do Campo número 1 deixa claro que antes de mais nada é preciso estabelecer algumas diretrizes por se tratar de um tema complexo e, por isso, defende amplamente o que Mihaly Csikszentmihalyi preconiza que, tanto para o indivíduo criativo como para aqueles que contemplam o fator Campo, há a necessidade de considerável imersão no domínio para que os resultados cheguem a produtos criativos, não como o integrante intitula como “novidadeiros”. Ele dá alguns exemplos que corroboram com seus questionamentos no que se refere à criatividade citando o primeiro protótipo voador produzido por Santos Dumont em que ele recorre ao bambu como elemento estrutural, o que deixa claro que a criatividade está intimamente ligada à ciência e seus desdobramentos ao longo do tempo. Certamente, Santos Dumont recorreu a informações

preciosas contidas no domínio como estudos referentes à resistência do bambu, aliadas a uma soma de atributos de seu idealizador e pesquisa constante para se chegar ao 14 Bis. Assim, conclui o integrante do Campo número 1:

Enfim, uma ideia ou produto é a soma de inúmeros fatores do espaço, tempo, dos séculos... e mais do que nunca ao lado do avanço dos produtos digitais precisamos voltar ao passado urgentemente para avaliarmos como inúmeros projetos se perderam no tempo e poderiam ser extremamente contemporâneos⁰⁸.

Quanto aos critérios utilizados ao se avaliar um produto, o integrante número 1 inicia estabelecendo as diretrizes recorrentes nas comissões julgadoras como projeto criativo, aquele que atenda às necessidades dos usuários, que possibilite viabilidade construtiva, que seja viável quanto à sua produção industrial, seja ergonômico e, por último, que seja sustentável. Ele atenta que antes de qualquer processo avaliativo é preciso previamente estabelecer quais critérios deverão ser contemplados durante a avaliação dos juízes, pois existem diferentes tipos de avaliação para cada categoria – setor moveleiro, têxtil, eletrônico etc. –, em que certamente não somente outros domínios são acessados, mas também, às vezes, é preciso acessar particularidades do Campo que é exemplificada pelo integrante do Campo número 1:

Precisamos, grande parte das vezes, consultar expertises de outras áreas do conhecimento para contemplarmos com uma premiação um determinado projeto⁰⁹.

No que se refere à relevância da formação do *designer* como fator importante no seu processo criativo, o integrante discorre de modo

.....
⁰⁸ Respondido em questionário enviado para o profissional.

⁰⁹ Respondido em questionário enviado para o profissional.

conciso que as boas instituições comprometidas em construir um corpo docente e técnico no sentido de estimular e apresentar desafios diversos, induzindo-os a novas experimentações e possibilidades metodológicas diversas, certamente ajudarão no desenvolvimento criativo de cada um, porém, ele deixa claro que o curso forma o aluno para se tornar um *designer*, mas a grande maioria carregará apenas o título consigo. Para se tornar “O” *designer*, deverá existir o que ele chama de “inquietação interior”, certamente movida pela curiosidade e incessante vontade de resolver problemas aliada a outras condições como visão empreendedora, políticas públicas de comércio, além de muita transpiração e dedicação ao que se faz.

Sobre o cenário atual do *design* autoral brasileiro, ele mais uma vez deixa claro que o acesso ao Domínio por parte do *designer* é vital para o desenvolvimento do produto. É importante deixar claro que a criatividade está presente nas diversas áreas, entretanto, essa pesquisa se restringirá estritamente à criatividade no que tange à mobília contemporânea nacional. Dentre os *designers* que o integrante do Campo número 1 vê como um profissional pleno, que tem grande conhecimento aliado à técnica e humildade em poder entender os processos de chão de fábrica e maquinário industrial, o *designer* Guilherme Bender atende a esses pré-requisitos em que ele julga essenciais. Outro profissional que o integrante do Campo número 1 cita por também ser um profundo conhecedor dos processos industriais, isto somado a uma visão comercial e empreendedora, é o *designer* Fernando Jaeger que atende a um determinado nicho de usuários com alto poder aquisitivo.

Abaixo encontram-se duas figuras que evidenciam características importantes que integram o Campo, e também atributos pertencentes ao produto criativo.

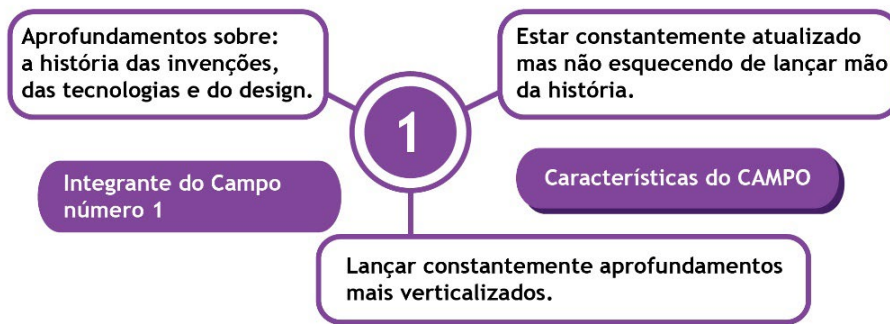


Figura 3 - Fatores expoentes do profissional do Campo segundo o integrante do Campo número 1.

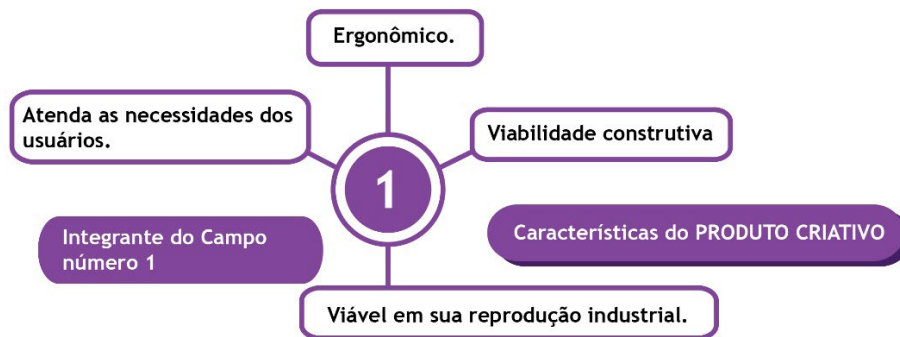


Figura 4 - Fatores expoentes do produto criativo segundo o integrante do Campo número 1.

INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 2

O integrante do Campo número 2 tem graduação em jornalismo pela Escola de Comunicação de Artes da USP (ECA-USP), em 1973, e seu primeiro contato com o *design* aconteceu um ano antes quando trabalhava para o jornal O Estado de São Paulo, quando fez uma reportagem sobre mobiliário urbano que, nesta época, já dava sinais de crescimento em cidades como Curitiba no Paraná.

O integrante tem ampla atuação no cenário do *design* brasileiro e hoje atua em três frentes: Os textos, referentes a livros e imprensa; as exposições, voltadas para gestão cultural; e as palestras e aulas que costuma dar por todo o país e também no exterior.

Quando perguntado sobre a questão do que torna um produto criativo, ele destaca que, antes de mais nada, o indivíduo criativo deve estar atento às novas possibilidades que surgem como técnicas

e materiais, inclusive estar atento a tudo que o rodeia, que esteja em seu entorno e, assim, possa dar uma resposta original a algum problema e justifica o seu raciocínio: “a gente pode encontrar esse raciocínio, tanto num projeto de um *designer* famoso, formado e tudo quanto, por exemplo, em uma bancada de trabalho que um camelô projeta pra vender seus objetos na rua”.

O integrante do Campo número 2 quis mostrar o quanto o brasileiro é criativo diante das adversidades e consegue resolver problemas. Ele complementa o raciocínio citando um termo abordado e trabalhado muitas vezes por Aloísio Magalhães, quando ele complementa a palavra criatividade pela “inventividade” que se resume a objetos que resultam de uma extrema funcionalidade produzidos de maneira a atender a determinadas demandas de pessoas que buscam resolver aquele problema, ou seja, ver o *design* como uma resposta a um determinado problema.

Quanto aos critérios que comumente são utilizados para se julgar um produto criativo, percebe-se que houve grandes mudanças entre as avaliações dos produtos da década de 80 para com os da década de 90, isto porque, nos anos oitenta, priorizava-se, comenta o integrante do Campo número 2, mais os aspectos inovadores e funcionais. Havia um certo “pudor” em se tentar analisar a peça pela estética. A partir dos anos noventa, um novo critério foi levado em consideração na avaliação do produto que consistia na questão da sustentabilidade, um ponto de constantes debates, aprofundamentos e análises de forma a expandir mais o repertório sobre esse tema. Hoje, esse critério é fundamental nos processos de avaliação dos produtos, sem falar nos já relacionados acima e complementados nos dias de hoje por mais dois pontos muito importantes que são a estética e o apelo emocional. O integrante alerta quanto ao conjunto de atributos em um produto: “[...] eu acredito também que mais importante do que cada critério isoladamente, o que conta numa avaliação é a soma de todos eles. Então não adianta você ter... ser um objeto super sustentável e com nada de inovação por exemplo ou anti funcional¹⁰...”.

Quanto ao perfil dos componentes de uma banca avaliadora, o

10 Entrevista com o autor.

integrante defende a ideia de um conjunto que pode ser nominado como um júri de cunho amplamente democrático. Ele sugere um corpo de indivíduos com formações e campos bem heterogêneos em que cada um desses componentes tenha olhares à peça avaliada de forma bem particular, que atendam às suas expertises. Esses participantes seriam compostos por *designers* da área de mobília, representantes da sociedade civil que usam, consomem e analisam o *design*. O integrante explica: “...o *design* quer estar no dia a dia das pessoas comuns, não das pessoas especiais, das pessoas que tenham formação, de todo mundo. Por isso que esse representante do público, digamos assim, é muito importante. Nesse caso se incluem as pessoas que analisam o *design*, os historiadores de *design*, os curadores, os jornalistas da área”.

Ele lembra de mais um eixo que poderia ser importante na composição deste grupo no processo de avaliação do produto. Trata-se daquele *designer* que projeta e uma determinada comunidade de artesãos que produz por poderem colaborar na questão dos detalhes de fabricação e técnicas de produção.

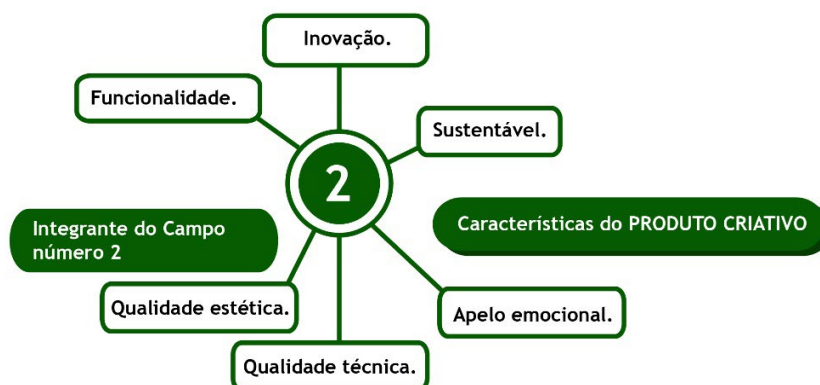
Com a difícil tarefa de analisar o cenário

atual do *design* autoral e elencar os *designers* de que mais gosta, o integrante deixa claro que não existe para ele essa ideia de “os melhores”, mas sim aqueles profissionais que mais admira pela sua trajetória. Diante de tantos *designers* que aprecia, ele cita alguns como Cláudia Moreira Salles, por sua linguagem concisa ao móvel; Gerson Oliveira e Luciana Martins da ,Ovo pela vasta utilização de materiais nos produtos, além de uma linguagem clara e coerente dada às peças; também cita Carlos Motta por sua rica trajetória e utilização consciente da matéria prima. Outros *designers* que ele aponta é Jader Almeida pela sua facilidade em conjugar o *design* autoral com a produção em série; a Marcenaria Baraúna pela instigante visão arquitetônica dada ao móvel; e outros profissionais como a Lattoog design, Lia Siqueira, Rodrigo Calixto e os profissionais da O Ebanista do Rio de Janeiro que trabalham com uma gama de cores de madeira brasileira e desenvolvem um tipo de mobília que chega a beirar a arte. O integrante do Campo número 2 também lembra de Jaqueline Terpins pelo seu trabalho com vidro e utilização de outros materiais como o corian, que dá muita plasticidade à peça

Figura 5 - Fatores expoentes do profissional do Campo segundo o integrante do Campo número 2.

Figura 6 - Fatores expoentes do produto criativo segundo o integrante do Campo número 2.

e, por último, cita Sérgio Matos, por sua linguagem regional incorporada ao móvel.



INTEGRANTE DO CAMPO NÚMERO 3

Este integrante é proprietário de uma loja localizada em Recife que, além de vender peças de mobília de *design* assinado, também oferece outras possibilidades de produtos como objetos de decoração, luminárias, entre outros.

No que se refere ao processo de escolha das peças que compõem o acervo da loja, este se divide claramente em duas partes distintas: a primeira por intermédio da tecnologia e o segundo por participação em eventos nacionais e internacionais. Sobre a busca de produtos potencialmente comercializáveis pela loja, o integrante

do Campo número 3, que é o sócio proprietário do estabelecimento, explica que no intuito de poder conhecer melhor o perfil de seu consumidor e como ele vive, é feita uma grande pesquisa pela internet na intenção de poder rastrear e identificar novidades e tendências nas áreas de decoração, mobiliário, artes plásticas, artes visuais tanto no âmbito nacional como também no internacional. Dentro dessa análise aprofundada, o integrante do Campo número 3 e sua equipe conseguem filtrar dados essenciais como produtos mais clicados, os mais abandonados no carrinho, combinações mais recorrentes feitas pelo usuário, cores, fotos mais curtidas e assim, diante dessa gama de informações coletadas e filtradas, pode-se traçar uma estratégia de compra e aquisição desses produtos para a loja, levando a estética em consideração, mas não esquecendo da necessidade do cliente pesquisado que poderá adquirir o produto tanto pela loja física como também pelo seu site.

Sobre os critérios de seleção, apesar de figurarem no fator Campo, as estratégias e aspectos definidores de se validar um produto difere dos profissionais que contemplam esse núcleo responsáveis pela

legitimação da peça. No caso em questão, a loja faz uma espécie de filtragem daquilo que já faz parte do domínio, ou seja, as peças já estão valoradas pela audiência e passarão mais uma vez por um processo de seleção em que aspectos definidores serão relevados em consideração como qualidade, proposta estética, conforto, procedência da madeira e insumos, tintas utilizadas, entre outros, para enfim, as peças selecionadas serem adquiridas pela loja.

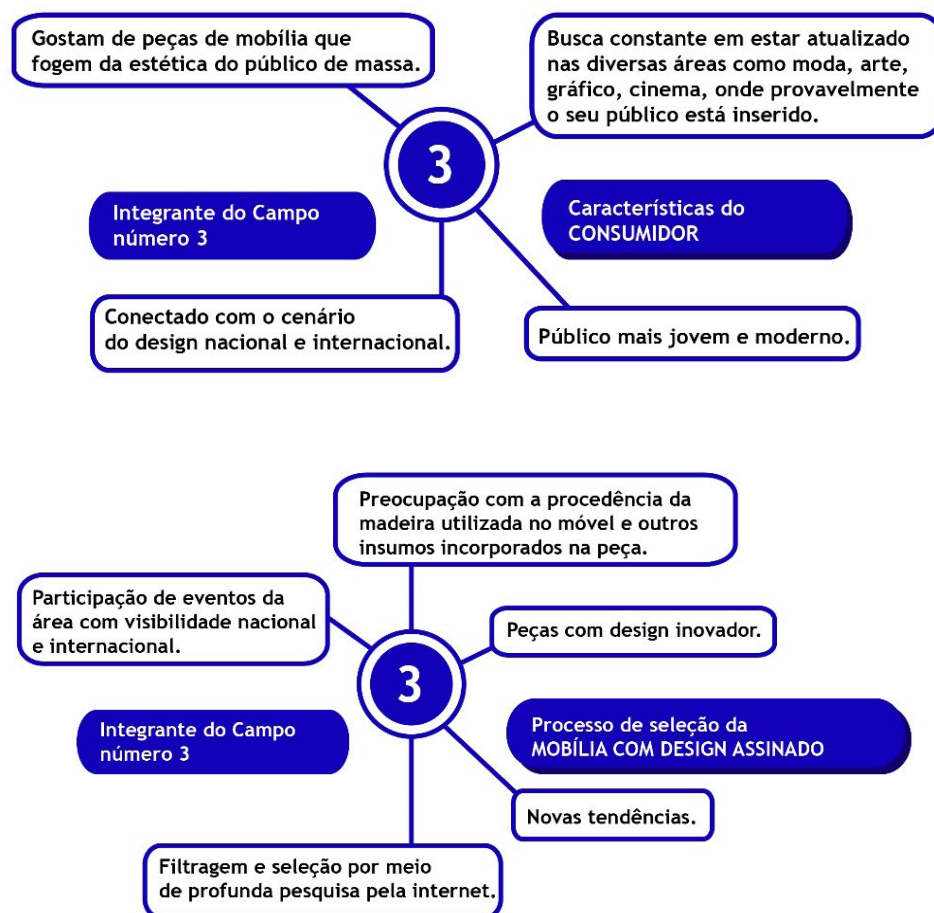
A utilização da tecnologia como aliada no processo de venda de produtos é reconhecidamente eficiente e versátil. Um ponto que deve ser levado em consideração consiste no estoque físico da loja, na maioria das vezes inexistente ou muito pequeno para guardar uma elevada quantidade de Sku's. Este termo é dado quando o mesmo produto sofre variações de cor. Caso o produto tenha cinco opções de cor, este terá cinco Sku's e, por isso, a utilização de um site como suporte de venda dá certa flexibilidade, necessitando apenas de uma peça por produto em loja.

No momento, a loja trabalha com aproximadamente cem *designers* de mobília assinada e, aproximadamente, seis mil Sku's.

Figura 7 - Fatores expoentes do consumidor segundo o integrante do Campo número 3.

Nas Figuras 6 e 7 serão apresentadas características importantes por parte do perfil do consumidor (Figura 6) e características relevantes do móvel com *design* assinado (Figura 7).

Figura 8 - Fatores expoentes do processo de seleção da mobília com *design* assinado segundo o integrante do Campo número 3.



CONCLUSÃO

O Modelo de Perspectivas de Sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi consegue buscar e entender que artifícios utilizados pelo Campo foram suficientes para legitimar aquela ideia ou produto criativo. Dessa forma, o modelo de perspectivas de sistemas atende a essa premissa indo ao encontro do indivíduo criador e dos responsáveis pela audiência, com objetivos de legitimação e incorporação deste produto criativo na cultura.

Com base no Modelo de Mihaly, é possível que o projetista (indivíduo criativo), consciente do problema a ser solucionado, consiga acessar áreas do Campo e do Domínio de forma a conseguir maiores e melhores informações no que se refere aos propósitos daquele projeto ou problema em que ele está inserido. Ao acessar o Campo, o *designer* conseguirá compreender quais critérios de validação os juízes tomam como referência e que normas são tomadas para que as novas ideias produzidas (produtos) sejam legitimadas e incorporadas ao Domínio. Da mesma forma, a partir do momento em que o *designer* entende as diretrizes tomadas pelos integrantes do Campo, acredita-se que o processo de *design* se torna mais fácil, pois ele terá maior segurança em acessar e aprofundar elementos de Domínio enriquecendo e incrementando dessa forma seus conhecimentos, oferecendo uma maior amplitude em elementos de erudição com vistas de viabilização e sucesso.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice Soriano de; FLEITH, Denise de Souza, **Criatividade: múltiplas perspectivas**. Brasília: Ed. UnB, 2009.

AMABILE, Teresa M. **What Does a Theory of Creativity Require?**, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Psychological Inquiry, 1993, Vol.4, No.2, 179-237.

BODEN, Margareth A. **Dimensões da criatividade**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

BORGES, A. **Claudia Moreira Salles: Designer**. São Paulo: Ed. BEI, 2005.

BORGES, A. **Móvel brasileiro contemporâneo**. Rio de Janeiro: Aeroplano, FGV Projetos, 2013.

BURDEK, Bernard E. **História, teoria e prática do design de produtos** — Bernard E. Burdek; trad. Freddy Van Camp. – São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

CALS, Soraia. **Sérgio Rodrigues**. Rio de Janeiro: Icatu, 2000.

CANTI, Tilde. **O móvel no Brasil: origens, evolução e características**. Edição abreviada por Fernanda Castro Freire. Rio de Janeiro: Cândido Guinle de Paula Machado, 1980.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **The systems model of creativity: the collected Works of Mihaly Csikszentmihalyi**. New York, Springer, 2014.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Does Overinclusiveness Equal Creativity?**

Taylor & Francis, Ltd, Vol. 4, No. 3 (1993), pp. 188-189.

GARDNER, Howard. **Mentes que criam: uma anatomia da criatividade observada através das vidas de Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham e Gandhi.** Porto Alegre, Artes Médicas, 1996.

GORDON, William J. J. **Synectics** (New York: Harper and Row, 1961); paperback (Toronto: Collier - Macmillan, 1968).

GUILFORD, J.P. **Creativity.** University of Southern California, CA, p.444-454, June. 1950.

KAUFMAN, James C.; BEGUETTO, Ronald A. **Beyond big and little: the four C model of creativity.** Review of general psychology (March, 2009).

KNELLER, George Frederick, **Arte e ciência da criatividade.** São Paulo, IBRASA, 1978.

LUBART, Todd. **Psicologia da criatividade.** Porto Alegre, Artmed, 2007.

MCINTYRE, Phillip; FULTON, Janet; PATON, Elizabeth. **The creative system in action: understanding cultural production and practice.** New York, Pallgrave Macmillan, 2016.

MCINTYRE, Phillip. **Paul McCartney and the Creation of ‘Yesterday’: The Systems Model in Operation.** Cambridge University Press, Vol. 25, No. 2, UK, (May, 2006), pp. 201-219.

MCINTYRE, Phillip. **Rethinking Creativity Practice in the Light of Mihaly Csikszentmihalyi’s Systems Model of Creativity.** 3rd Global Conference on Creative Engagements – Thinking with Children, Sidney, February. 2007.

NEVES-PEREIRA, Mônica Souza (org.). **Teorias da Criatividade.** Campinas, SP: Alínea, 2020.

OSBORN, Alex F. **O poder criador da mente: princípios e processos do pensamento criador e do “Brainstorming”.** São Paulo, IBRASA, 1987.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística.** Campinas, Unicamp, 2013.

PLUMMER, Gordon S. **Twenty Highlights in Creativity Research, National Art Education Association.** Vol. 35, No. 1 (Jan., 1982), pp. 30-33.

SIMONTON, D. K. **Varieties of (Scientific) Creativity: A Hierarchical Model of Domain-Specific Disposition, Development, and Achievement.** Perspectives on Psychological Science, Vol. 4, No. 5 (September 2009), pp. 441-452

SOLOMON, Miriam. **Standpoint and Creativity, Wiley on behalf of Hypatia.** Inc., Vol. 24, No. 4 (Fall, 2009), pp. 226-237.

SUMMERS, Irvin; WHITE, Major David E. **Creativity Techniques: Toward Improvement of the Decision Process.** The Academy of Management Review, Vol. 1, No. 2 (Apr., 1976), pp. 99-107.

TORRANCE, E. Paul. **Understanding Creativity: Where to start?.** Psychological Inquiry, Vol. 4, No. 3 (1993), pp. 232-234.

WECHSLER, S. M, **Criatividade: descobrindo e encorajando.** Campinas/SP, Editora Psy, 1993.