



## FORMAÇÃO CRIATIVA:

Consideração de múltiplas dimensões no pensamento de design

MONTENEGRO, Luciana. Doutor em Design, PUC-RIO, SENAI CETIQT,  
[lucianamontenegrosp@gmail.com](mailto:lucianamontenegrosp@gmail.com);

POLLY, Vânia. MSc.em Arquitetura, UFRJ, SENAI CETIQT, [vaniapolly@gmail.com](mailto:vaniapolly@gmail.com)

Este trabalho pretende refletir sobre a formação de novos profissionais do design considerando disciplinas transversais e a prática transdisciplinar que sem dúvida favorecem uma visão sistêmica e a possibilidade de estabelecimento de interrelações e associações criativas na construção de soluções que não são dadas *apriori*, mas co- construídas.

As noções de criatividade, inovação e valor agregado vem sendo difundidas por discursos de diferentes agentes comprometidos com a produção de produtos - serviços, com a indústria cultural, com a formação de novos profissionais e observadores/ comentaristas, como críticos, jornalistas e especialistas.

Indicador de uma demanda do mercado é o aumento notável de cursos que abordam o pensamento e planejamento estratégico, a construção de imagem, *branding*, *co-branding*, gestão, produção cultural, economia e negócio criativo, além de empresas que prestam consultoria justamente sobre estes assuntos.

Tais discursos vem orientando a prática do design que segue sua vocação de co- construtor e se alinha as exigências do momento, buscando corresponder ao desenvolvimento de soluções que podem transpor o tangível em momento em que encontramos um mercado saturado de mercadorias, propiciando o diálogo entre sujeitos e entre sujeitos e objetos. Neste contexto a economia criativa diz respeito à consideração de diversas dimensões envolvidas na facilitação de relações entre potencialidades, possibilidades de pensar, fazer, compartilhar, de modo que o sistema se favoreça como um todo.