DECLARAÇÃO DE EXONERAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

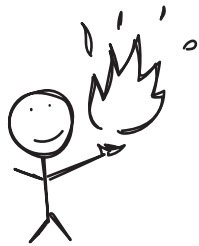
O que é este livro e a quem se destina?

Este não é simplesmente um manual sobre criatividade. É algo mais, um livro hilariante, revolucionário, uma sacudidela que irá desafiá-lo e forçá-lo a experimentar a emoção da vida criativa, os respetivos altos e baixos, a dor de cair de rabo no chão e a extraordinária excitação de sentir as suas mãos a queimar, impulsionadas pela ânsia de criarem algo novo. Aqueles que têm a coragem e a força para se levantarem repetidamente, para se rirem e desfrutarem do tremor nos joelhos à medida que a vibração se ergue para o céu, esses são os leitores a quem este livro é destinado.

A Armadilha Criativa é para todos os que se querem sentir criativos e desejam seguir o caminho criativo, quer sejam profissionais, artistas (diretores de arte, *designers*, ilustradores, pintores, escritores, escultores, etc.) ou simplesmente almas criativas (gestores, empreendedores, chefes de cozinha, professores, empregados, sapateiros, padeiros… esta lista poderia continuar). O importante é desejar aceder à dimensão onde criar, quebrar padrões, descobrir novas soluções, a intuição e os milagres existem.

Se está entre aqueles que costumam dizer que não são nada criativos, pode pousar o livro. Não o leia, ainda não é para si. Talvez o tenha comprado por engano ou tenha sido um presente. Nesse caso, ofereça-o a alguém que possa beneficiar dele.

Mas se sente um desejo ardente, um fogo que quer alimentar e libertar sobre o mundo, deve continuar — este é o livro para si.



Introdução

Normalmente, começo as minhas palestras perguntando: «O que é criatividade?»

E recebo uma grande variedade de respostas: a criatividade é talento, é a capacidade de ter ideias; a criatividade é exprimirmo-nos, é criar algo que não existia, é paixão, amor pelo que se faz, tornarmo-nos um canal para algo superior…

É então que insisto: um *designer* que inventa uma nova ferramenta é mais criativo do que um publicitário que produz cinquenta ideias por hora? O artista que pinta um quadro maravilhoso é mais criativo do que a atriz que dá vida a uma personagem? O jovem empreendedor que estuda uma aplicação de entrega de comida é mais criativo do que a pessoa que inventa um novo prato de massa?

Picasso era mais criativo do que a pessoa que inventou a piza? Da Vinci ou Bill Gates? Castaneda ou Ogilvy? O criador de um novo método de ensino ou aquele que inventou a esferográfica?

Como alguns de vocês já adivinharam, estas são perguntas engraçadas para dar início à discussão, nada mais do que truques. Depois de deixar as respostas surgirem por algum tempo, explico que criatividade é um termo tão versátil, flexível e usado em excesso que não há uma definição certa ou errada.

No entanto, como esta é a *minha* palestra (ahah) — neste caso, o meu livro —, vamos abraçar a minha visão de criatividade, que é a mais ampla possível: criatividade é criar algo novo.

Primeiro não existia e agora existe. *Puf*. É como magia. E pode ter qualquer forma e tamanho. Na verdade, para mim, não há diferença entre um escritor e um chefe de cozinha, entre um artista e um professor do ensino básico. Se se exprimem, são criativos.

Tenho muito orgulho na minha receita de pão (farinha de trigo-sarraceno e grão-de-bico, sem fermento), assim como nas minhas histórias. Trabalhei muito para encontrar a combinação certa de ingredientes, estudei e depois testei a receita dezenas de vezes, e sempre que vejo o pão crescer, ou quando alguém vê uma fotografia e pede a receita, sinto-me extremamente orgulhoso da minha criação.

Sou Uma Pessoa Criativa. Dediquei a vida à autoexpressão, à tarefa de trazer à tona algo que estava dentro de mim. Senti sempre um impulso para criar, construir, desenvolver e gerar coisas novas.

Fiz muitas coisas, trabalhei como diretor de arte e *designer de UX* para empresas e agências em Milão, Turim, Amesterdão e Shenzhen, para marcas como a Samsung, a OnePlus e a Whirlpool; criei a primeira academia *online* de *design UX* em Itália; publiquei alguns romances; escrevi o *Guia de Sobrevivência para Designers de UX*[1], o livro do género mais vendido em Itália; desenvolvi as ferramentas criativas *intùiti*, *Fabula Deck*, *Fabula Deck for Kids*, *Cicero*, *Edito* e *BAD*; e, quando não consegui convencer nenhuma editora a incluí-las nos seus catálogos, fundei a Sefirot, a minha própria editora, através da qual vendi mais de 150 000 unidades em todo o mundo.

---

[1] Título original: *Manuale di sopravvivenza per UX designer.* (*N. T.*)

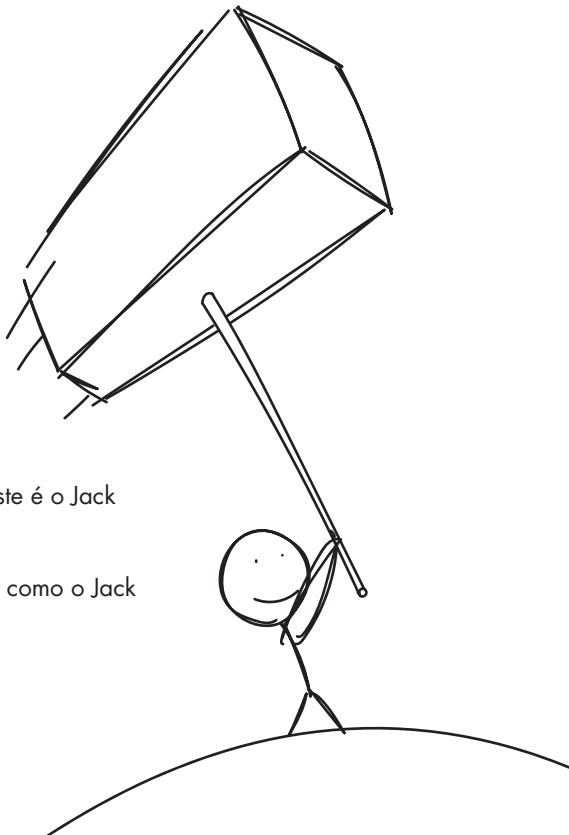
Tive uma carreira brilhante e, na verdade, nunca fui o melhor *designer de UX*, nem o melhor diretor de arte, nem o melhor escritor, seja de ficção ou não ficção. Há por aí muitas pessoas mais dedicadas do que eu, mais especializadas, mais talentosas. No entanto, tive sempre um desejo ardente — exprimir-me e nunca sentir que o fazia o suficiente, de querer partir a gaiola que parecia fechar-se com força à minha volta — e julgo que essa foi a chave para o meu sucesso e satisfação.

No trabalho, gostavam de mim porque detetavam em mim uma força que não podia ser contida, a qual tinha impaciência de usar. O manual de *UX* tinha seguidores porque é um produto peculiar, direto, divertido e cheio de ilustrações que fazem o leitor sorrir. A Sefirot brilha porque é diferente e teve a coragem de publicar títulos em que ninguém acreditava.

Não existe uma fórmula para isto, nenhuma equação matemática ou estrutura na qual nos apoiarmos. Tive a coragem e a arrogância de me expandir para o mundo, e algo bom aconteceu. E a minha intenção, através deste livro, é incentivá-lo a fazer o mesmo, a desafiar-se, a descobrir o que tem realmente para oferecer, em qualquer área, e também ajudá-lo a enfrentar o desapontamento se o resultado for menos glorioso do que esperava.

Um mestre só pode levar aqueles que o seguem até onde chegaram, nunca mais além, e demorei quase duas décadas para me tornar o meu criativo favorito.

Quero levá-lo até lá: quero que se torne o seu criativo favorito.



Este é o Jack

Você também pode ser como o Jack

PARTE I

Destruir

Rebelião

Há alguns anos, fui a uma entrevista de emprego numa agência de publicidade em Turim (talvez a mais famosa). Receberam-me a diretora de recursos humanos (RH) e a sua assistente. Elas sorriram para mim enquanto nos sentávamos à volta de uma mesa de cristal brilhante numa sala de reuniões na cave que parecia a área VIP de um clube. Queriam-me — deixaram isso claro no início — porque eu já tinha trabalhado na Leo Burnett, outra agência famosa. Para elas, isso era suficientemente tranquilizador, já que as agências de publicidade são trituradoras implacáveis e pretendiam alguém que achassem que podia sobreviver aos dentes de metal dessa máquina infernal.

Mas os sorrisos desapareceram lentamente quando lhes disse que saíra da Leo Burnett. Olharam para o meu currículo, relendo-o com mais atenção, e ali estava, escrito a tinta sobre papel, que há meses que eu não trabalhava lá. A diretora pegou nos óculos.

— Por que razão saiu? — perguntou. Quando lhe disse que não gostava da qualidade do resultado final do trabalho no qual investia tanto tempo, ela olhou para a colega, horrorizada, como se estivesse a falar com um louco. Ri-me alto.

— E gostaria de voltar a trabalhar numa agência de publicidade? — questionou.

Inclinei-me para a frente.

— Depende do que me oferecerem e, acima de tudo, do que irei fazer — respondi.

As luzes diminuíram por um momento, como se eu tivesse ousado praguejar naquele Templo de Publicidade com setenta anos. A diretora de RH respirou fundo e julguei que estava prestes a desmaiar. Pensei sinceramente que a assistente ia agarrá-la. Parecia murmurar as palavras:

— O quê? Trabalhar para uma empresa tão importante não é suficiente para si? Quero dizer, somos *nós*!

«Se eu acabar a fazer merda — não disse isso, usei "coisas de que não gosto" em vez de "merda" —, a resposta é não, não é suficiente.»

Imaginei o diálogo entre elas: «Meu Deus, Maria, este é o tipo de pessoa que se demite inesperadamente, sem uma razão lógica.»

A diretora endireitou as costas na cadeira, com os lábios a formarem lentamente um esgar que lhe imobilizou os cantos da boca, pegou em papel e caneta e desenhou dois círculos. Entregou-me o papel, como se eu fosse uma criança, e disse:

— Então, se alguns projetos especiais, sobre os quais não posso falar, forem aprovados — ela tocou no primeiro círculo —, você trabalharia com a equipa criativa nesses projetos; caso contrário — tocou no segundo círculo —, trabalharia com os nossos clientes regulares.

Olhei para ela, confuso. Isso não explicava a situação, de forma alguma. Ela passou os dedos pelo cabelo.

— Oh — queixou-se —, não entendo porque é que vocês, pessoas criativas, têm sempre de tornar as coisas difíceis. Porque se importam tanto com o que fazem? Não vos pagamos para o fazerem? Então, façam-no.

Foi nesse momento, enquanto a responsável pelos RH me dava um sermão e a assistente acenava com orgulho, que decidi virar aquela entrevista de pernas para o ar.

— Deixem-me ensinar-vos uma coisa — disse.

Peguei num pedaço de papel da pilha que estava no centro da mesa, dobrei-o ao meio, rasguei-o e empurrei uma metade para a sénior e a outra para a júnior.

— Ao meio-dia, têm de ter isto preenchido com alguma coisa, quando voltar para o avaliar. — Elas olharam para aqueles retângulos brancos com um ar aterrorizado. — Perfeito — disse eu —, depois, vão almoçar e, às duas horas, entrego-vos uma folha que deve ser preenchida até ao fim da tarde para eu avaliar o que escreveram. E amanhã faremos o mesmo, e também no dia seguinte, e no outro, e assim por diante.

» Sentem-se ansiosas? Eu sei… — comentei. — E não pode ser algo mecânico, uma ação repetitiva. Têm de se entregar totalmente a cada folha de papel em branco. Todos os dias.

Elas olharam-me admiradas, como se eu fosse um monstro ou um violador.

— E ainda se atrevem a perguntar-nos porque é que nós, os criativos, queremos fazer algo de que gostamos? Porque decidirmos dedicar-nos totalmente a coisas inúteis mata-nos.

Olhei para os pedaços de papel que lhes entreguei e percebi que sim, tal como um pedaço de papel, podemos ser consumidos e espalhados pelo vento.

É claro que não me voltaram a ligar.

Magia e responsabilidade

Potencialmente, somos todos mágicos que detêm o poder das possibilidades infinitas, mas ainda não realizadas, nas mãos. Isso é criatividade. Podemos sentir algo novo e depois vemo-lo, pensamos sobre ele e criamo-lo. Podemos construí-lo, escrevê-lo, tocá-lo, cantá-lo. Temos este poder incrível que nunca devemos subestimar. Podemos criar algo novo. Não é maravilhoso?

É pura magia. Uma ideia que desce do alto, vinda sabe-se lá de onde, desperta-nos ou apanha-nos de surpresa enquanto

caminhamos pela rua. Falo de inspiração e intuição e da vontade de as perseguir quando nos sugerem algo. É uma dimensão espetacular e misteriosa, poderosa e inexplicável, que precisa mais de aceitação do que de explicação, um desejo de mergulhar, de nos envolvermos e de a experimentar.

Mas cuidado, tal como eu disse às duas senhoras na agência, este é um poder que vem com um certo grau de intensidade e através do qual nos entregamos ao que fazemos, devendo ter cuidado e respeito por ele. Caso contrário, acabamos por criar bloqueios sobre bloqueios que travam o mecanismo até ele parar, sentindo-nos como garrafas de plástico espremidas até estarmos vazios.

Vamos começar esta viagem a partir dos bloqueios. Todos nós os temos. Geralmente, são compostos por frases e conceitos que nos limitam, tanto vindos de fora como daqueles ensinamentos que internalizamos e repetimos como mantras.

Se tem um projeto, seja escrever um livro, criar um jogo de tabuleiro, abrir um café, mudar de emprego, fazer música ou qualquer outra coisa que o deixe feliz e vibrante, e não está a fazê-lo ou, pelo menos, a persegui-lo da maneira que gostaria — por exemplo, já está a escrever um livro ou a trabalhar como diretor artístico, mas não consegue dedicar-se totalmente a isso —, não há nada com que se preocupar, acontece a todos.

O problema é que existe um bloqueio em algum lugar, e o que temos de fazer é removê-lo.

Esta é a parte mais desagradável, porque, se estamos a pisar nos travões, deve haver um motivo. Se estamos a escalar com uma corda tão apertada que nos fere na cintura, impedindo-nos de chegar ao topo, é porque temos medo de cair. Remover alguns dos bloqueios será doloroso e irritante, far-nos-á tremer, far-nos-á chorar, mas devemos lembrar-nos de

que, se mantivermos esses limites, nunca seremos capazes de voar. Contudo, garanto que assim que os removemos a alegria da liberdade toma conta de nós como um vento cheio de fúria criativa, e a nossa voz interior dir-nos-á: «Podes fazer o que quiseres; portanto, faz!»