

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Lucas Ferreira Luccas

Da graduação à profissão

**A prática de projeto em design gráfico entre
os ambientes acadêmicos e profissionais**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre pelo Programa
de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio.

Orientador: Cláudio Freitas de Magalhães



Lucas Ferreira Luccas

Da graduação à profissão

A prática de projeto em design gráfico entre os ambientes acadêmicos e profissionais

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Cláudio Freitas de Magalhães

Orientador

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Luiza Novaes

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Ricardo Artur Pereira Carvalho

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Lucy Carlinda da Rocha de Niemeyer

Escola Superior de Desenho Industrial - UERJ

Rio de Janeiro, 9 de abril de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Lucas Ferreira Luccas

Bacharel em design pelo Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA). Bolsista da CAPES do Laboratório de Gestão em Design (LGD) da PUC-Rio. Foi membro da comissão organizadora do 13º R Design RJ-ES no núcleo de Gestão e fundador do Coletivo Xis Vermelho em Volta Redonda. Atua no campo do design gráfico, em especial na área de criação e gestão de marcas. Pesquisa sobre as relações do designer com a universidade, a vida profissional e a sociedade.

Ficha Catalográfica

Luccas, Lucas Ferreira

Da graduação à profissão : a prática de projeto em design gráfico entre os ambientes acadêmicos e profissionais / Lucas Ferreira Luccas ; orientador: Cláudio Freitas de Magalhães. – 2021.

265 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2021.

Inclui bibliografia

1. Artes e Design – Teses. 2. Design gráfico. 3. Prática profissional. 4. Carreira. 5. Ensino superior. 6. Trabalho. I. Magalhães, Cláudio de Freitas. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

Em memória da minha grande amiga e designer Tainara Goulart. Obrigado por todos anos da sua companhia, lembraremos sempre de você com muito amor.

Dedicado também aos meus pais, Sergio e Ana, que sempre deram o seu melhor para me proporcionar a oportunidade de estudar, aprender e me tornar quem eu sou hoje. É graças a vocês que continuo crescendo cada dia mais.

Agradecimentos

Aos meus pais, Sergio e Ana, que foram a minha base e me apoiaram de todas as formas possíveis nesse caminho pela vida acadêmica e profissional.

À minha parceira Pâmela, que sempre esteve de braços abertos para me acolher e incentivar durante esses dois anos.

Ao meu orientador, Cláudio, pelos ensinamentos e conversas durante os momentos incertos dessa pesquisa.

Aos meus amigos do Colegiado Discente do PPG Design: Iago Santiago, João Léste, Bárbara Betts, Lucas Brazil, Maju Nunes pela amizade, pela compreensão e pelos grandes momentos juntos.

Às minhas amigas e colegas de laboratório, Clara Feijó e Mariana Vasconcelos pela troca e por todo o suporte.

À minha amiga e orientadora da graduação, Ana Paula Zarur, que anos atrás plantou em mim a semente da docência e me indicou o caminho para chegar até aqui.

Ao apoio (Código de Financiamento 001) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), a PUC-Rio e ao Departamento de Artes e Design por tornarem esse trabalho possível.

Resumo

LUCCAS, Lucas Ferreira; MAGALHÃES, Cláudio Freitas de (orientador). **Da graduação à profissão:** A prática de projeto em design gráfico entre os ambientes acadêmicos e profissionais. Rio de Janeiro, 2021. 266p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Durante o seu desenvolvimento histórico, o campo do design foi marcado por divisões epistemológicas e culturais que distanciaram o ensino acadêmico da prática profissional. Como forma de investigar a passagem entre a graduação e o início da carreira em design, a pesquisa teve como principal objetivo entender como se compara a prática de projeto em ambos os ambientes através das perspectivas de profissionais formados. A partir de uma pesquisa bibliográfica, discutiu-se o conceito de projeto no campo do design, seus paradigmas no ensino superior, suas relações com a prática profissional e as questões sociais que os permeiam. De forma complementar, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas em profundidade e um questionário aberto com designers profissionais com experiências e perfis distintos. A partir da análise dos dados e do seu cruzamento com a bibliografia, foi possível concluir que um dos maiores desafios vivenciados pelos designers em formação é o alinhamento entre os perfis pessoais individuais com os perfis das universidades e empresas nas quais eles se inserem.

Palavras-chave

design gráfico, prática profissional, carreira, ensino superior, trabalho

Abstract

LUCAS, Lucas Ferreira; MAGALHÃES, Cláudio Freitas de (advisor). **From graduation to profession:** the graphic design practice between academic and professional environments. Rio de Janeiro, 2021. 266p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

The design field was historically shaped by epistemological and cultural gaps that separated academic education and professional practice. To investigate the transition between graduation and career in design, the research main objective was to understand how design practice compares in both environments through the perspectives of graduated professionals. From literature research, the concept of project in the field of design, its paradigms in higher education, its relations with professional practice and the social issues that permeate them were discussed. In addition, in-depth semi structured interviews and an open question survey were applied to professionals designers with distinct profiles and experiences. It was possible to conclude from comparing the data analysis with literature that one of the biggest challenges for designers in training is the alignment between their personal profiles with the universities and companies profiles.

Keywords

graphic design, professional practice, career, higher education, work

Sumário

1. Introdução	11
1.1. Contexto	11
1.2. Percurso metodológico	16
2. Divisões históricas entre ensino e prática	20
2.1. De atividade técnica a disciplina científica	20
2.2. Design entre duas culturas	22
2.3. Paradigmas da prática de design	25
2.4. A transição entre a graduação e prática profissional	28
3. A ideia de projeto e a prática profissional no design	30
3.1. Design e projeto	30
3.2. Escopos tradicionais e atuais do design gráfico	34
3.3. Prática profissional no design gráfico	38
3.3.1. Profissional empregado ou autônomo	41
3.3.2. Cargos funcionais e atribuições	42
3.3.3. Perfil da indústria criativa e seus profissionais	45
3.3.4. Prática de projeto na vida profissional	49
3.4. Estigmas da arte e da criatividade	56
3.5. Metodologia projetual	59
3.5.1. As ferramentas na prática de projeto	62
3.6. Síntese	65
4. Relações entre o ensino de projeto e a prática profissional	66
4.1. Design como disciplina científica	66
4.2. Papel do ensino universitário	67
4.3. Paradigmas do ensino de design	70
4.4. Contribuição da graduação para a prática profissional no design gráfico	74

5. A perspectiva dos profissionais graduados	77
5.1. Metodologia	78
5.1.1. Roteiro inicial de perguntas da entrevista	78
5.1.2. Critérios de seleção dos entrevistados	80
5.1.3. Perfil dos entrevistados	81
5.1.4. Coleta de dados	82
5.1.5. Tratamento, análise e interpretação dos dados	83
5.2. Conclusões da análise	87
5.2.1. Projeto na prática profissional	88
5.2.2. Conceito de projeto	89
5.2.3. Processo e método	90
5.2.4. Contribuição da graduação para prática profissional	91
5.2.5. Competências profissionais	92
5.2.6. Currículo	93
5.2.7. Didática	94
5.2.8. Dificuldades da prática profissional	95
5.2.9. Estrutura dos cursos de graduação	96
5.2.10. Expectativas da prática profissional	97
5.2.11. Comunicação e divulgação	98
5.2.12. Mercado	98
5.2.13. Objetivos, propósito e resultado	99
5.2.14. Perspectiva do designer	99
5.2.15. Projeto na graduação	101
5.2.16. Propósito da graduação	102
5.2.17. Relação com o cliente/usuário	102
5.2.18. Transição da graduação para a prática profissional	104
5.2.19. Síntese	104
6. Ampliando as perspectivas	106
6.1. Metodologia	106
6.1.1. Formulação das perguntas	106
6.1.2. Modelo do questionário	108

6.1.3.	Amostragem e público-alvo iniciais	110
6.1.4.	Coleta de dados	111
6.1.5.	Tratamento, análise e interpretação	112
6.2.	Conclusões da análise	117
6.2.1.	Expectativas da graduação enquanto recém-formados	122
6.2.2.	Expectativas da graduação enquanto profissionais	122
6.2.3.	Expectativas profissionais no emprego	123
6.2.4.	Contribuição da graduação para o desenvolvimento profissional	124
6.2.5.	Contribuição da graduação para o emprego	125
6.2.6.	Compatibilidade entre perfil profissional e emprego	125
6.2.7.	Compatibilidade entre graduação e emprego	126
6.2.8.	Comparações entre designers gráficos e em outras atuações	127
7.	Conclusão	131
7.1.	Conciliando teoria e prática	131
7.2.	Entre a graduação e a profissão	135
7.3.	Especificidades do design gráfico	139
7.4.	Ressalvas e oportunidades futuras	140
7.5.	Encerramento	142
8.	Referências	145
9.	Apêndices	150
9.1.	Apêndice 1: Transcrição da entrevista com a Designer A	150
9.2.	Apêndice 2: Transcrição da entrevista com a Designer B	181
9.3.	Apêndice 3: Transcrição da entrevista com o Designer C	199
9.4.	Apêndice 4: Unidades de análise da entrevista divididas por categorias analíticas	223
9.5.	Apêndice 5: Unidades de análise do questionário divididas por categorias analíticas	258

1 Introdução

A presente dissertação descreve o desenvolvimento da pesquisa “Da Graduação à Profissão”, realizada entre os anos de 2019 e 2021, como parte do mestrado em Design na linha de pesquisa Tecnologia, Educação e Sociedade do Departamento de Artes e Design da PUC-Rio. A proposta desse trabalho surgiu do desejo de entender o processo individual e coletivo dos estudantes de Design em sua jornada de formação pessoal e profissional e os desafios enfrentados no decorrer desse caminho. Assim, neste estudo o olhar é voltado principalmente às questões pessoais que emergem a partir do exercício de projeto no dia a dia.

Neste primeiro capítulo introdutório está apresentado o contexto do problema a partir de uma breve recapitulação histórica sobre o campo e a prática do design, seguido da especificação do desenho da pesquisa, incluindo seus objetivos e o percurso metodológico percorrido para alcançá-los.

1.1 Contexto

O surgimento do design enquanto profissão é relativamente recente, decorrente da industrialização inglesa que transformou o mundo a partir do século XVIII e da instauração da divisão de tarefas na cadeia produtiva (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010). As atividades intelectuais e manuais se dividiram em uma busca por produtividade e eficiência seguindo premissas da administração científica (COSTA; MARQUES; FERREIRA, 2020). Nesse contexto, o designer surge como responsável pela parte intelectual do processo, focado na concepção técnica dos produtos industriais manufaturados. Essa foi a era da prática do design como representação em escala (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010).

Desde essa origem como atividade técnica, o exercício do Design se expandiu em função do crescimento dos bens de consumo ao decorrer do séc XX e escolas especializadas em seu ensino surgiram da necessidade de sistematizar

sua prática. (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010). Entre os anos 20 e 30, o Design se inseriu no meio acadêmico-universitário, e em uma segunda era passou a se valer de conhecimentos interdisciplinares, consolidando-se como uma profissão liberal (BUCHANAN, 1998; OXMAN, 2001). A partir dos anos 50, pesquisadores e praticantes do campo passaram a buscar por validação científica através da proposição de teorias nos moldes das ciências naturais, tradicionais e dominantes neste meio (DORST, 2016).

O ambiente universitário-acadêmico, por sua vez, trouxe em suas raízes a história da Ciência Moderna, cuja origem data do século XVII, com a Revolução Galileana. Ao fim de uma época em que o conhecimento se baseava no místico e no religioso, uma ruptura epistemológica deu origem ao método hipotético-dedutivo e à ciência nos moldes que se difundiu atualmente (JAPIASSU, 1978). No século seguinte, o iluminismo na Europa proporcionou uma série de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, de onde surgiu também o positivismo, pensamento caracterizado por uma forte confiança no avanço da humanidade através da ciência (LAVILLE; DIONNE, 1999). Dentro dessa perspectiva apenas o conhecimento empírico era considerado válido, descartando qualquer proposição que não fosse baseada em dados observáveis e mensuráveis (CHALMERS apud. NAJAR, 2019). Com o enfraquecimento desta corrente filosófica, novas formas de estudos foram propostas dando origem às ciências humanas, com um caráter primariamente focado em atributos qualitativos.

Desde então, esses moldes se contrapõe em um conflito epistemológico que se estende até os dias atuais (JAPIASSU, 1978). Essa dicotomia foi descrita e criticada por Charles Snow através da ideia de “duas culturas”, onde as ciências naturais e humanidades se tornaram pólos opostos do saber e do ensinar (SNOW, 2013). Os reflexos desta divisão podem ser observados no ambiente acadêmico desde as suas proposições epistemológicas, que definem o que é ou não considerado conhecimento válido, até suas estruturas institucionais e políticas governamentais, que definem quais cursos e escolas devem ser fundados, mantidos e financiados (BULLER, 2014).

Por entre essa rígida divisão, o termo “design” continua a ser debatido em

busca de definições. Dentre as razões para essa dificuldade podem ser citadas seu recente surgimento e a natureza da sua atuação. Tradicionalmente, a prática do design era vista como o processo de produção de artefatos, e por isso se definia de acordo com a caracterização do seu produto final. Entretanto, partindo dos produtos industriais e da comunicação visual, o escopo do Design se expandiu para os meios digitais através do avanço tecnológico e passou a englobar atualmente até mesmo sistemas, estratégias e soluções intangíveis para problemas complexos. Assim, para alguns, o cerne da atividade do design se encontra, na verdade, na prática do projeto (BONSIEPE, 2012). Isto é, no processo mental e intelectual que o designer traça para alcançar determinado objetivo. Essa perspectiva é relativamente recente e é reflexo da passagem da segunda para a terceira era do campo (como divide Buchanan), onde o design, após deixar de ser uma atividade estritamente técnica, ganha caráter crítico, passa questionar sua própria prática e agora se define como uma disciplina própria, caracterizado por um tipo de conhecimento singular (BUCHANAN, 1998).

É possível constatar que, durante um projeto, o designer se utiliza de técnicas e teorias das humanidades e das ciências sociais aplicadas (como história, antropologia ou psicologia) e das ciências exatas (como física, matemática, geometria ou informática...), mas que não se define unicamente por elas. Assim, defende-se que a atividade do design usa de uma inteligência própria, um pensamento que se difere dos outros tipo de conhecimento e de lógica, e portanto, não se enquadra em nenhuma das duas culturas definidas por Snow (ARCHER et al., 2005). Nesse sentido, é perceptível a dificuldade do Design enquanto disciplina de se enquadrar nos moldes científicos-acadêmicos e no ambiente universitário (BONSIEPE, 2011; DORST, 2013).

Na tentativa de definir e sistematizar a prática do design, pesquisadores se valeram de correntes filosóficas e epistemológicas para propor teorias sobre sua natureza e princípios. Dois paradigmas que podem ser vistos de forma mais clara são: o design como solução de problemas, com influência positivista e o design como prática reflexiva, com influência construtivista. Cada um desses modelos surgiu de contextos históricos próprios e deu origem a diferentes abordagens teóricas e práticas no campo (DORST; DIJKHUIS, 1995). A partir desses

paradigmas pode-se observar uma variedade de métodos, ferramentas e objetivos que atualmente compartilham espaços tanto na universidade quanto na prática profissional.

Por entre tantas mudanças históricas e conflitos epistemológicos, uma vertente do campo do design que reflete essa metamorfose é o gráfico. Com origem no surgimento da imprensa, o design gráfico se atrela intimamente às heranças e tradições das artes visuais, que se unem com a produção industrial, a propaganda e a comunicação de massa. Impactado profundamente pelas mudanças tecnológicas e a revolução da informação dos séculos XX e XXI o design gráfico continua a representar um impacto significativo na atividade comunicativa do mundo atual. Com a informatização e a globalização, o campo usou de atributos subjetivos e simbólicos como a gestalt e a semiótica para abraçar atuações estratégicas como o branding e a gestão de negócios e lidar com produtos cada vez mais intangíveis (HELLER; VIENNE, 2015). Portanto, o design gráfico se trata de um rico campo para observar a variedade de perspectivas técnicas e teóricas, uma vez que sua abrangência reflete intrinsecamente as mudanças históricas sofridas pelo campo.

Atualmente, com a incessante diversificação da atividade de design e as novas possibilidades trazidas pela constante pesquisa e experimentação no campo, se torna cada vez mais desafiadora a preparação dos futuros designers profissionais. As mudanças sociais e tecnológicas do século XXI ressignificaram o papel do designer (HELLER; VIENNE, 2015), acentuando ainda mais as diferenças entre a prática de projeto em design nos meios acadêmicos e profissionais, ao mesmo tempo em que o modelo industrial funcionalista ainda se mantém como referência no ensino do projeto em design nas universidades brasileiras (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010). O mercado de trabalho vem se transformando radicalmente acompanhado das crises mundiais, cada dia mais frequentes. Nesse contexto surge então a necessidade de investigar **as diferenças de projeto em design gráfico nos ambientes acadêmicos e profissionais.**

Para tal, o problema de pesquisa se enquadrou através da pergunta: **Como a prática do projeto de design gráfico nos ambientes profissionais se compara à prática de projeto de design gráfico experimentada durante a graduação?**

A partir da pergunta principal, se desdobram então as seguintes questões norteadoras:

1. Como se define o conceito de projeto em design, em especial no gráfico, e qual sua relação com a prática profissional?
2. Quais as relações entre o ensino de projeto na graduação e a prática profissional no design?
3. Quais são as vivências dos designers profissionais durante a transição entre graduação e carreira?
4. Como se relacionam, na perspectiva dos designer atuantes, seus perfis profissionais com os perfis das faculdades e organizações nas quais eles se inserem?

Essas questões apontam para uma oportunidade de pesquisa que se relaciona às esferas sociais, educacionais e profissionais. Isso se deve ao fato de que ainda hoje existe uma dificuldade em se definir o que é e o que faz um designer. Como reflexo, a própria regulamentação da profissão se tornou tema de debates inconciliáveis. Essa falta de definição se mostra visível tanto no mercado de trabalho, nas demandas e na relação entre atribuições e vagas, quanto no planejamento de carreira dos designers recém-formados. Indo mais além, essa incerteza se estende ainda aos estudantes recém ingressados na graduação e aos que desejam futuramente cursá-la.

Por consequência existem, de forma generalizada, expectativas muito diversas a respeito do que é ou pode ser uma carreira como designer. As diferenças entre ensino acadêmico da graduação e prática profissional dentro de empresas, escritórios e agências, então, se manifestam como quebras constantes de expectativas que, para serem superadas, demandam que esses novos profissionais possuam ferramentas e conhecimentos que nem sempre estão ao alcance nessa etapa da carreira.

Steven Heller (2005) estimou que até metade dos designers gráficos recém-formados nos Estados Unidos desistem da área depois de um ano de exercício, fenômeno decorrente de políticas de formação de cursos que não favorecem o desenvolvimento de competências necessárias para a prática efetiva da profissão no mercado e pelo excesso de profissionais formados anualmente no

país¹. É possível entender a estimativa alarmante como reflexo da situação peculiar da economia norte-americana no início do século, mas aponta para uma questão relevante sobre propósito e decorrência da formação dos designers.

Apesar de pesquisas em outros contextos e de autores mais recentes (BALL; POLLARD; STANLEY, 2010; WEINSTEIN, 2018) não possuem uma perspectiva tão pessimista em relação ao mercado de trabalho, a observação da tendência de empregos mais flexíveis, em empresas de menor porte e a exigência de maior proatividade, responsabilidade e competências multi/transdisciplinares dos designers é um consenso, ao mesmo tempo que grande parte dos profissionais não se sente contemplado no aprendizado de tais habilidades durante a graduação (BALL; POLLARD; STANLEY, 2010).

Portanto, um olhar para a prática de projeto em ambos os contextos pode tangibilizar a imagem e as expectativas profissionais acerca do perfil, das funções e das atribuições do designer. Além disso, o conhecimento sobre as possibilidades de atuação pode colaborar para alinhar as expectativas de carreira e trabalho futuros dos estudantes de cursos superiores de design. Em um contexto social e educacional, essa aproximação pode auxiliar na elaboração de estratégias de aproximação das instituições de ensino de design com as empresas e a sociedade civil. Por fim, o aprofundamento do conhecimento da relação entre o contexto de projeto, suas abordagens e seus impactos nos designers profissionais pode contribuir para pensar abordagens de ensino e prática mais versáteis e assim proporcionar maior autonomia aos designers profissionais graduados.

Em suma, é necessário entender o processo de transição entre graduação e o início da carreira profissional para assim melhor preparar o designer recém-formado e auxiliar no planejamento de novas estratégias de mão-dupla de aproximação entre ambos os contextos.

1.2 Percurso metodológico

O escopo de pesquisa trata do tema em três níveis diferentes. De forma mais

¹ Apesar de não existirem dados semelhantes a respeito do cenário brasileiro, mas houve um significativo crescimento na quantidade de escolas especializadas em Design nos últimos 20 anos.

ampla, o que se discute é são as relações entre o ambiente de projeto na graduação e o ambiente de projeto profissional, e o consequente eventual distanciamento entre estas práticas por suas origens e características. Esse escopo define o assunto geral e a problemática no qual o problema de pesquisa se insere. Em um segundo nível, de forma mais tangível e objetiva, o que se analisa é a prática de projeto cotidiana dentro das universidades e das organizações na perspectiva de profissionais formados. Esse escopo define o objeto principal da pesquisa e será o meio pelo qual serão analisadas as questões mais amplas. Por fim, em um nível mais específico e subjetivo, a pesquisa trata das vivências dos designers profissionais e suas perspectivas a respeito do seu trabalho e trajetória.

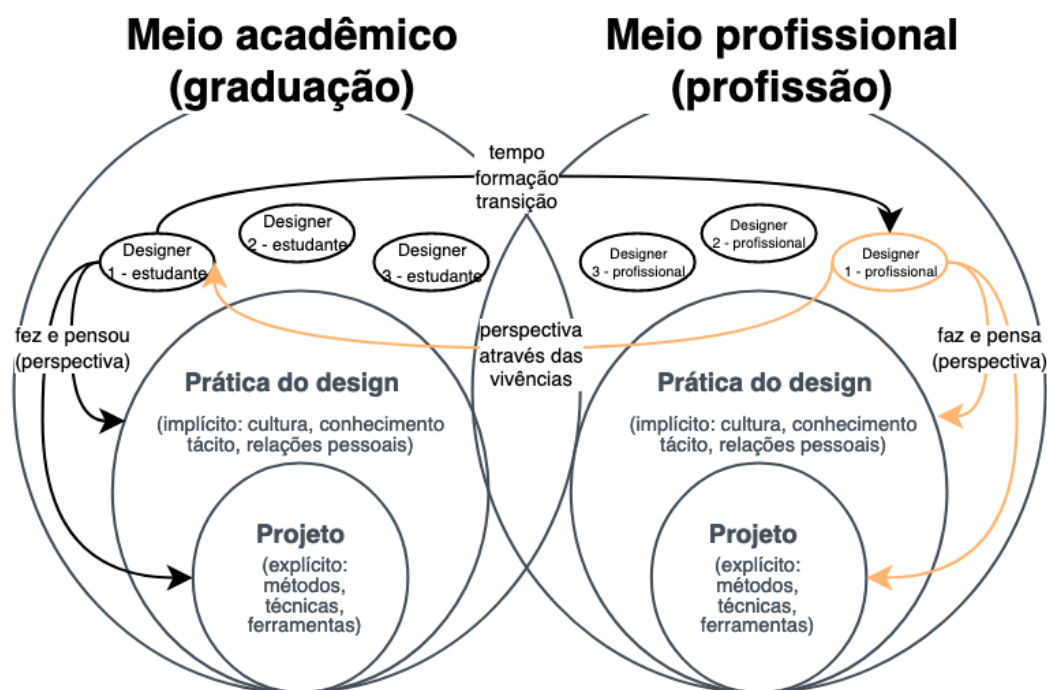


Figura 1. Esquema ilustrativo das relações entre os meios acadêmicos, profissionais e os designers.

Portanto, o objetivo geral da pesquisa é entender a prática do projeto de design gráfico nos ambientes profissionais em comparação à prática de projeto de design gráfico experimentada durante a graduação. Os objetivos secundários da pesquisa são:

- O1. Entender como se caracteriza a ideia de projeto em design gráfico e como se dá sua prática profissional;
- O2. Entender os paradigmas ensino de projeto em design na academia e sua

relação com a prática profissional;

- O3. Levantar relatos de designers profissionais sobre a experiência na transição entre a graduação e a carreira
- O4. Analisar como os designers profissionais enxergam as relações entre seus perfis pessoais com os perfis das faculdades e empresas nas quais eles se inserem.

Para tal, a metodologia de pesquisa consiste em: 1. uma revisão bibliográfica a respeito do contexto do problema de pesquisa, do estado da arte, da discussão das principais questões e dos conceitos e modelos teóricos que possibilitem sua análise. 2. uma série de entrevistas semi-estruturadas com designers profissionais atuantes a respeito da sua experiência acadêmica e profissional, com objetivo de levantar os seus processos de projeto e abordagens metodológicas, além das opiniões a respeito da prática do design em ambos os ambientes, seguidas por transcrição e análise de conteúdo; 3. um questionário de perguntas abertas com designers profissionais atuantes a respeito de seus perfis profissionais e sua comparação com os perfis das faculdades e empresas nas quais eles se inseriram, seguido de tabulação e análise de conteúdo; 4. cruzamento dos dados levantados com o levantamento bibliográfico.

Assim, esta dissertação se divide da seguinte forma: No primeiro capítulo encontra-se a introdução com uma breve descrição do contexto onde se insere o problema de pesquisa além das informações a respeito do desenho e da estrutura geral da pesquisa, tais quais tema e problema, questões norteadoras, objetivos gerais e secundários e justificativa. No segundo capítulo está contido um desenvolvimento mais aprofundado da problematização, onde é traçado um breve histórico e desenvolvimento do problema de pesquisa.

No terceiro e quarto capítulos está desenvolvida a fundamentação teórica, ou seja, estão descritos os conceitos fundamentais utilizados na pesquisa como a definição de projeto na área do design, a definição de profissão e trabalho profissional. Também estão descritos os paradigmas do design na área da educação e sua relação com a prática profissional.

O quinto capítulo consiste na primeira parte da pesquisa de campo, definida

pela entrevista de designers atuantes acerca da sua formação e experiência profissional, seguida da análise dos relatos colhidos. O sexto capítulo traz a segunda parte da pesquisa de campo através de um questionário de perguntas abertas com designers atuantes de todo o Brasil com o objetivo de correlacionar seus perfis profissionais com os perfis das faculdades e empresas nas quais eles se inserem.

Por fim, no sétimo capítulo estão as conclusões a partir do cruzamento das pesquisas de campo com a bibliografia e também as ressalvas a respeito dos resultados e oportunidade para pesquisas futuras.

A partir do sétimo capítulo estão inclusos os elementos pós textuais da dissertação, tais como as referências bibliográficas e os apêndices.

2

Divisões históricas entre ensino e prática

Para entender com maior profundidade a questão da pesquisa e a problemática que a cerca é preciso inicialmente analisar quais são os principais conflitos encontrados na disciplina do design nos ambientes acadêmicos e profissionais e como eles se desenvolveram historicamente. A partir desse objetivo, este capítulo se propõe portanto a observar essa separação através da bibliografia.

2.1 De atividade técnica a disciplina científica

O período histórico entre os séculos XIX e XX foi o momento em que se surgiu e se consolidou a prática profissional do design na Europa e nos Estados Unidos. As mudanças ocorridas nos sistemas de produção e a busca pela eficiência na indústria levaram à separação entre as atividades intelectuais e manuais, pautadas nos modelos fordista e taylorista e nos princípios científicos da administração. Nestes modelos, as atividades artesanais que anteriormente contemplavam todo o processo de produção foram substituídas por atividades fragmentadas e especializadas (COSTA; MARQUES; FERREIRA, 2020). A atividade de design surge neste contexto, cuja atividade se pautava na definição estética e técnica dos produtos industriais para sua produção em larga escala.

Especificamente no ano de 1919 foi fundada a Bauhaus, escola pioneira no ensino de design e a principal responsável pela sua inserção no meio acadêmico, dando origem aos primeiros princípios pedagógicos e teóricos do campo (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010). Ainda que estivesse à frente do seu tempo, a própria Bauhaus não esteve livre das dicotomias epistemológicas e práticas que rodeavam o campo do design e a sociedade como um todo. Dividida entre arte e standardização, ateliê e indústria, esses conflitos também impactaram fortemente sua trajetória histórica, como aponta Moura:

Ao mesmo tempo em que [a Bauhaus] era estruturada em oficinas artísticas e artesanais de cunho experimental almejava a standardização. Era uma escola, mas desejava ser uma empresa de sucesso. Suas oficinas, ao longo do tempo, assumem o papel de escritório de projetos, diluindo-se entre o ensino e a industrialização, entre um pensar, conceber e projetar que foram subjugados ao produzir racionalmente (MOURA, 2020, p. 87).

Acima destas dicotomias internas relacionadas ao projeto pedagógico e à gestão e do seu curto período de existência, a Bauhaus se tornou e ainda segue como referência no Brasil e no mundo no ensino de Design, sendo claramente notada a sua influência em diversos modelos de ensino e escolas que a sucederam (MOURA, 2020).

Na década seguinte, apesar dos impactos da crise de 1929, entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial se estabelece um cenário econômico mundial otimista marcado pela expansão dos bens de consumo e da produção industrial. Assim, após a inserção do Design no meio acadêmico liderada pela Bauhaus nos anos anteriores, surge um esforço pela formalização da sua prática, com a fundação de diversas novas escolas especializadas no seu ensino. Buscava-se nessa época uma legitimação acadêmica e científica através da sistematização e racionalização das práticas no campo (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010).

A tendência de aproximação entre design e ciência é apresentada por Buchanan (1998) na virada do milênio. Segundo ele, após atravessar esta primeira era onde o design se resumia a uma atividade técnica, a profissão se consolidou como uma prática liberal, munida por conhecimentos mais abrangentes e pelo pensamento crítico. Atualmente, entrando em uma terceira era, o design se estabelece como uma disciplina própria do conhecimento, onde a pesquisa e o ensino ganham papel fundamental, não mais apenas de sistematizar a prática, mas de antecipar e olhar de forma mais abrangente e crítica todo o cenário que cerca a sua atividade. Nessa era, o ensino e a prática de design se equivalem em uma parceria mútua:

Na terceira era do design – a era que está emergindo entre nós hoje – educação e prática são parceiras. Elas são parceiras por uma razão muito importante, refletir o papel apropriado da educação em descobrir e disseminar novos conhecimentos como parte do campo do design. (...)

Nossa pesquisa tende a propor questões sobre o que o design será em cinco ou dez anos. Conforme esse trabalho avança, começamos a influenciar na prática em si.

[Tradução do autor] (BUCHANAN, 1998, p. 65)

2.2 Design entre duas culturas

A partir das mudanças sociais, culturais e tecnologias trazidas pelo iluminismo na Europa do século XVIII e o início da Revolução Industrial do século XIX, o positivismo de Comte surgiu junto com uma esperança no desenvolvimento humano através da ciência, que se instaurou no imaginário popular. Neste século onde a ciência triunfou, praticamente todos os domínios da atividade humana foram profundamente transformados, desde a agricultura e a manufatura às comunicações e a urbanização. O conhecimento científico se definiu nesta época como preciso, verdadeiro, real e útil; a racionalidade tomou norte moral e ético (LAVILLE; DIONNE, 1999).

O positivismo busca o conhecimento positivo e confiável, que deve advir de uma prática científica pautada pelo empirismo, objetividade e neutralidade em relação ao pesquisador. Apenas fenômenos observáveis e mensuráveis são considerados válidos na construção do conhecimento. O positivismo negou a validade de qualquer especulação filosófica e racional que não estivesse apoiada por dados observáveis e mensuráveis da pesquisa científica empírica. (CHALMERS, 1993 apud. NAJAR, 2019, p. 150)

Neste contexto foi onde se deu o início dos estudos que consolidam, na segunda metade do XIX junto ao enfraquecimento do positivismo, as ciências humanas. Como consequência, parte integrante das práticas e tradições que abriram espaço para o desenvolvimento de seus conhecimentos foi herdado das ciências naturais e das exatas, resultando em um conflito epistemológico no qual humanidade e ciência se contrapõem continuamente.

A polarização entre o caráter humano-subjetivo, inerente ao conhecimento baseado em dados qualitativos, e o caráter exato-objetivo, definido pela perspectiva positivista como o mais verdadeiro e legítimo é uma questão que Japiassu considera como parte inseparável da história da ciência.

E pode-se facilmente verificar que ao longo de sua história, a ciência sempre hesitou entre um modelo matemático e um modelo biológico. O caráter inconciliável desses dois modelos (os números ou a vida, o mecanismo ou o finalismo, a quantidade ou a qualidade), sempre culminando em conflitos epistemológicos, constitui uma das características fundamentais da história das ciências. Tais conflitos foram desenvolvidos e magnificados indevidamente por um dualismo fundamentalmente irreconciliável, por uma espécie de contradição

não-superada, mas que se encontra na base do desenvolvimento das ciências. (JAPIASSU, 1978, p. 13)

Em meados do século seguinte, através de palestras e de seu livro *The Two Cultures and the Scientific Revolution* (2013), Charles Snow fez uma crítica à educação nos Estados Unidos que, segundo ele, priorizava as humanidades em relação à educação científica. Snow ressaltava a dificuldade de comunicação, distância ou mesmo hostilidade entre "duas culturas" da sociedade moderna - as ciências naturais e as humanidades, que viviam em dois mundos diferentes e que falariam duas línguas diferentes. O autor associava ciência e tecnologia como as condições básicas para a democracia e a modernização - um padrão ocidental de civilização, e alertava para a necessidade de integração das duas culturas para enfrentar os novos desafios de uma era científica que estaria por vir.

Essa problematização é construída mais de cem anos depois da divisão destas duas culturas no século XIX, que trouxe também uma divisão de tarefas na qual ética, estética, história e cultura se tornaram um domínio de estudos, enquanto outro grupo se dedicava à compreensão e ao controle das leis da natureza (VAN DIJCK, 2003). Sob as condições de seu tempo, Snow considerava a ciência da natureza uma cultura própria e independente.

Em 1959, Snow concluiu que muitas pessoas foram privadas da educação básica em ciência e observou também como poucos não-cientistas estavam diretamente expostos aos produtos da ciência e tecnologia. Artes e ciências, segundo ele, eram domínios estritamente separados.

Mesmo com o avanço do ensino formal no campo ao longo de todo o século XX, até os dias atuais persistem conflitos relacionados à inserção do Design no meio acadêmico-científico, decorrentes da sua essência prática, humana e qualitativa. Para Bonsiepe, a resistência se dá porque projeto de design e ciência se valem de critérios essencialmente diferentes.

O ensino do projeto nunca atingiu padrões igualáveis aos do ensino de ciências. Esse fato explica a dificuldade de incorporar a formação da competência projetual nas estruturas acadêmicas, onde as tradições e critérios de excelência científica diferem fundamentalmente das tradições e critérios de excelência das disciplinas projetuais. [...] Enquanto as ciências enxergam o mundo sob a perspectiva da cognição, as disciplinas de design o enxergam sob a perspectiva do projeto. (BONSIEPE, 2011, p. 19)

Convergindo com esta perspectiva, Dorst (2013) desenvolve uma comparação ao examinar e contrastar os métodos de abordagem predominantes nas disciplinas acadêmicas tradicionais com os utilizados pelo design. Os atuais métodos de pesquisa científica podem ser classificados principalmente pelo uso da lógica indutiva ou dedutiva. O objetivo de ambos os pensamentos é de gerar novos conhecimentos a partir de um pressuposto geral ou de inferências pontuais, permitindo generalizações verdadeiras ou, no mínimo, possivelmente verdadeiras.

Para Dorst, o design e as disciplinas projetuais, por outro lado, partem de uma abordagem abdutiva, que tem por objetivo principal a produção de artefatos, sejam eles objetos materiais ou serviços e sistemas. Nesta abordagem se parte do conhecimento prévio das relações entre os fenômenos ou elementos em jogo e das características da solução desejada, cabendo ao projetista o desenvolvimento do artefato ou solução que atenda a estes critérios. O autor define ainda uma forma de abdução específica do design, aplicada a problemas onde se desconhece completamente as relações entre os elementos, onde cabe ao projetista definir todos os critérios necessários em paralelo para alcançar a solução desejada.

A lógica por trás do pensamento abduutivo assume uma diversidade de possibilidades para a solução de uma determinada questão, mas busca pela que melhor se adequa ao contexto apresentado dentro das suas limitações práticas. Portanto esta lógica não busca a verdade, ou o conhecimento em si, mas a melhor resposta que pode ser alcançada no momento.

Ainda sobre a atividade do design, Archer (2005), ao encabeçar os movimentos de estudo do campo nos anos 70, já trazia a ideia de que, diferente da divisão observada por Snow, nem as humanidades nem as ciências eram capazes de abrange-la completamente, uma vez que o Design se vale de um tipo diferente de inteligência e trata, em sua essência, da cultura material. Essa essência teria sido negligenciada historicamente por ambas as áreas do ensino, e portanto o design poderia representar uma área própria, que deveria se desenvolver no futuro.

Percebe-se assim a existência histórica de um conflito epistemológico entre o projeto em design e a tradição da Ciência Moderna, o que poderia ajudar a explicar a sua dificuldade de integração no ambiente acadêmico. A dicotomia

entre ciências exatas e humanas provoca um entrincheiramento entre estas grandes áreas. Como consequência, o potencial que as práticas de design poderiam trazer para esse ambiente não é bem aproveitado e o ensino através destes meios se torna mais dificultoso, como reforça Dorst:

Da perspectiva das outras disciplinas acadêmicas, o design ainda tende a ser visto como "diferente" (e isso nem sempre é dito em um sentido positivo). Há muitos desentendimentos sobre a natureza do design e é comum que haja apenas uma imagem muito vaga do que o design pode trazer para seu novo contexto acadêmico. Como resultado, as práticas de design não são bem integradas na academia. [Tradução do autor] (DORST, 2013, p. 3)

2.3 Paradigmas da prática de design

Em meio aos desdobramentos históricos e epistemológicos pelos quais o meio científico atravessou, a integração da atividade e do estudo do design se tornou uma realidade nas universidades, que por sua vez impactou a formação e a própria prática profissional. Essa relação entre ensino e prática profissional continua a ser amplamente debatida. Em sua análise sobre o ambiente que lhe era familiar, Herbert Simon descreveu:

[...] O design, assim interpretado, é o cerne de toda a formação profissional; é a marca principal que distingue as profissões das ciências. As escolas de engenharia, bem como as escolas de arquitetura, negócios, educação, direito e medicina, estão todas preocupadas com o processo de design. [...] As escolas de engenharia gradualmente se tornaram escolas de física e matemática; escolas médicas tornaram-se escolas de ciências biológicas; escolas de negócios tornaram-se escolas de matemática finita. [...] As universidades mais fortes foram afetadas mais profundamente do que as mais fracas, e os programas de pós-graduação mais do que os de graduação. [...] Esse fenômeno universal deve ter uma causa básica. Tinha uma [causa] muito óbvia. À medida que as escolas profissionais, incluindo as escolas independentes de engenharia, eram cada vez mais absorvidas pela cultura geral da universidade, ansiavam por respeitabilidade acadêmica. [Tradução do autor] (SIMON, 1996, p. 111–112)

Apesar da análise crítica sobre este ambiente, Simon ressaltou a necessidade de tornar a teoria do design explícita e precisa para inserir os computadores no processo, e pois esta, segundo ele, seria a "*chave para estabelecer sua capacidade de aceitação acadêmica e sua adequação para uma universidade*" (SIMON, 1996, p. 114). Os computadores seriam a alternativa para resolver o que Simon chamou de "racionalidade limitada", ou seja, um processo decisório que acontece quando os indivíduos ou equipes tomam decisões a partir das possibilidades e

restrições para lidar com o problema, para defini-lo e analisá-lo. Nesse cenário, as tomadas de decisão se pautam em uma solução satisfatória ao invés de uma ideal.

A partir desses princípios, Herbert Simon cunhou uma definição de grande influência para teóricos e pesquisadores do design e de diversas áreas, ansiosos por estabelecer um status científico para o design. Para o autor, Design seria "conceber cursos de ação que visem transformar situações existentes em situações preferidas" (SIMON, 1996, p. 111). As contribuições de Simon o tornaram pioneiro no campo da inteligência artificial e uma importante referência para a Ciência da Computação e da Informática, e ainda mesmo para áreas que também se valem de abordagens qualitativas, como o design de produtos e design gráfico.

No artigo *Comparing paradigms for describing design activity* (1995), Dorst e Dijkhuis traçaram um paralelo entre duas perspectivas que cercam a prática do design e seus conhecimentos teóricos.

Na concepção das primeiras propostas para teorizar e analisar a prática do Design, a tradição positivista se mostrou uma forte influência. Sendo assim, o primeiro paradigma que é possível observar sobre o que é e para que serve a prática de design é a ideia da "solução de problemas". Partindo de uma perspectiva racional, rigorosa e objetiva, a questão a ser explorada é fixa e as soluções se limitam pelo escopo do observável. Neste paradigma é perceptível o esforço para encaixar o design dentro de modelos das ciências exatas e naturais. Esta tentativa pode ser explicada pela necessidade de validação do campo como uma disciplina "acadêmica" e "científica" e, segundo os autores, influenciou grande parte do conhecimento sobre Design atual (DORST; DIJKHUIS, 1995).

O modelo positivista é contraposto pelo conceito de prática reflexiva de Schön (1983), que descreveu a atividade de design como sendo construída a partir da realidade do próprio designer enquanto age. Ou seja, a partir de uma epistemologia construtivista, o design estaria mais relacionado às ciências humanas e às artes, sendo neste paradigma mais importante a reflexão e a aplicação do conhecimento em diferentes contextos, já que as questões seriam, em tese, únicas e portanto não generalizáveis.

Estes paradigmas não são excludentes e nem exclusivos de determinada época, mas sim complementares tais quais as abordagens quantitativas e

qualitativas, como explicam Minayo e Sanches (1993). As ideias e epistemologias que os originaram também influenciaram novas teorias do Design que possibilitam a discussão e análise da sua prática por diversas lentes.

Mesmo ao considerar que não há no campo do Design uma teoria consolidada e unificada, assim como é visível em outras disciplinas acadêmicas, é possível citar cronologicamente autores que influenciaram e contribuíram para o entendimento da prática e dos fundamentos do campo. Le Masson (2013) e Dorst (2016) citam a importância da obra de Herbert Simon, *As Ciências do Artificial* (1981) para o início da construção da noção de "solução de problemas" e a base do citado paradigma positivista presente amplamente no estudo científico do campo. Nesta época grande parte da pesquisa desenvolvida tinha como foco o desenvolvimento um corpo unificado e rigoroso de conhecimento que seria a base para as disciplinas práticas, aplicadas e projetuais (CROSS, 1984 apud. LE MASSON; DORST; SUBRAHMANIAN, 2013).

Le Masson cita ainda outros autores que trouxeram contribuições para o desenvolvimento de teorias do design nos moldes de Simon tais como Yoshikawa (1981), Suh (1990), Braha e Reich (2003), Shai e Reich (2004), Hatchuel e Weil (2009), nos quais o paradigma positivista pode ser percebido pelos esforços em formalizar relações e da utilização de moldes matemáticos.

É notável a contribuição da perspectiva do design como resolução de problemas como uma base estrutural para o desenvolvimento de metodologias de projeto como conhecidas e ensinadas atualmente (DORST; DIJKHUIS, 1995). Ainda assim, atualmente existem críticas a este paradigma pelo surgimento da necessidade de uma base teórica orientada para o futuro e para as mudanças do campo e da sociedade (DORST, 2013). Rittel e Webber (1973) também apontam que muitos problemas tem características complexas e incertas (do termo original "*wicked problems*"). Assim, também se estabelece um ramo do design humanista que traz um contraponto ao lidar com dados qualitativos. Segundo os autores, desta maneira, ao abordar o processo não como uma ciência exata à procura da solução de problemas fixos, mas sim através de convergências entre pessoas e seus papéis intervenientes em um projeto, torna-se possível seguir "cursos de ação" e chegar a "situações preferíveis".

Frayling (1993), a partir de Herbert Read, desenvolve a noção de que é possível relacionar pesquisa com arte e design de três formas distintas: pesquisa em design, pesquisa para design e pesquisa através do design. A "pesquisa em design" (*research into design*) se define pelas atividades de pesquisa que tem por objetivo estudar e compreender as atividades, história e características do campo. "Pesquisa para o design" (*research for design*) se define pelo desenvolvimento de ferramentas, recursos e métodos a serem utilizados para auxiliar a prática do design. Também podem ser considerados nessa categoria as atividades de pesquisa realizadas durante um projeto de design, como entrevistas, revisão de literatura, análise, etc (STAPPERS; GIACCARDI, 2018). Por fim, a "pesquisa através do design" (*research through design*) se define pela geração de conhecimento ao desenvolver a prática do design e a partir de seus resultados processuais.

As teorias do design apresentadas por Le Masson poderiam ser classificadas, portanto, como pesquisa “em design” e “para o” design. Se tratam das formas tradicionais de relação entre design e pesquisa através do estudo direto da disciplina. Entretanto, também é crescente a tendência de, a partir de uma nova perspectiva, unir design e pesquisa, entendendo suas particularidades e características individuais. Essa perspectiva tem como potencial a eliminação dos antigos conflitos epistemológicos, uma vez que olha para os universos da prática e da teoria como complementares e não como opostos ou antagônicos.

2.4 A transição entre a graduação e prática profissional

Tendo em vista as dicotomias internas na história do design é tentador cair no antagonismo da "teoria versus prática" como faces separadas, individuais e autônomas de um mesmo campo do saber. As raízes positivistas da ciência moderna, como descreve Japiassu (JAPIASSU, 1978) advindas do método hipotético-dedutivo e as consequentes divisões epistemológicas entre ciências humanas e exatas e métodos qualitativos e quantitativos nos levam rapidamente a separar dois planos intrinsecamente conectados e complementares. Mas, como há muito defendem os etnógrafos, "a teoria e a prática, por definição, são inseparáveis" (PEIRANO, 2008, p. 3). A teoria se trata, portanto, de um esforço

mental de racionalizar e criar generalizações sobre os fenômenos presenciados no cotidiano. Assim, "por definição, a realidade sempre superará a teoria" (URIARTE, 2012, p. 11).

Ao trazer esta reflexão para o campo do design é possível traçar um paralelo entre ensino acadêmico e prática profissional. Já é discutido por autores como Bonsiepe e Dorst a desconexão entre pesquisa e a atuação profissional dos designers. A partir da retomada de anteriores tentativas de uma aproximação de design e ciência – e inclusive de uma construção de uma monolítica Ciência do Design – Dorst (2016) já criticava como contraproducente a pretensão de unificar as teorias em um campo tão diverso e mutante. Isso porque a teoria pensada através de uma lógica científica exclusivamente analítica não contempla o surgimento acelerado de novas formas e critérios de projeto. Portanto, uma ciência do design deveria ser focada no futuro e partir de um novo paradigma, que olhasse adiante e pensasse de antemão o papel do design dentro desta sociedade.

Assim, na presente dissertação também se assume uma postura mais exploratória: ao contrário de se propor a igualar ou unificar o ensino acadêmico à prática profissional, este estudo considera que tratam-se de conjunturas distintas, mas igualmente importantes e complementares na atividade do design, cada qual com suas origens, características, objetivos e diversidade de culturas.

Assim, se apresenta aos futuros designers graduados um momento de conflito: a transição do ambiente acadêmico para o ambiente profissional. O objetivo principal dos capítulos a seguir, portanto, é levantar as principais características destes ambientes para compreender como cada contexto influencia na prática e na percepção do processo de design e como os profissionais formados do campo vivenciam essa passagem.

3

A ideia de projeto e a prática profissional no design

O termo design se popularizou amplamente nas últimas décadas com o crescimento da profissão e do seu ensino. Por outro lado, principalmente para os não-designers, ainda persiste uma confusão generalizada sobre o significado do termo, os jargões empregados no meio, a diversidade de habilitações e ainda sobre a contribuição efetiva que o campo traz à sociedade. A tradição histórica também é responsável pela associação do design ao meio artístico e seus paradigmas culturais, o que contribui ainda mais para essa dificuldade de entendimento.

Por isso, o presente capítulo tem como principal objetivo definir os conceitos necessários para o aprofundamento desta pesquisa, além de discutir as questões que rodeiam o imaginário popular a respeito do designer e da sua profissão. Os aspectos desenvolvidos a seguir tratam, assim, das relações observáveis entre o designer e os ambientes acadêmicos e profissionais. Dentre eles estão: as discussões a respeito dos conceitos fundamentais de design, projeto e sua relação com o campo da arte; o escopo e desenvolvimento histórico da prática do Design Gráfico, bem como suas relações de trabalho e características do mercado e da indústria; e as características da metodologia e das ferramentas de design e suas influências histórico-culturais.

3.1 Design e projeto

É natural que uma palavra originada do inglês tenha certo atrito no Brasil, em primeiro lugar, pela barreira linguística. Não à toa, o seu uso já foi motivo de longos debates desde o momento em que a profissão se instaurou no país. Tendo sido antecedido pelo nome “desenho industrial”, hoje o termo *design* é, mesmo com suas controvérsias, de adoção unânime. Ainda assim, o debate a respeito do que é ou não papel do designer, qual o escopo da sua atuação, e quais são seus

preceitos fundamentais ainda permanece em aberto, uma vez que se trata de um campo em constante mutação. Esse é, talvez, o maior motivo da falta de consenso: em seu relativamente curto período de existência, o campo do design já sofreu grandes transformações e as definições das décadas anteriores já foram reconsideradas e reavaliadas diversas vezes.

No Brasil, a utilização de *design* é mais recente, onde passou a significar não apenas a prática de projeto, mas se associou à ideia de valor estético e até mesmo da ideia de *desenho*, como sugere a tradução original do nome da profissão. Já no seu idioma original, a palavra descreve diretamente a ação de projetar e é usada de forma muito mais ampla. Neste contexto *design* pode referir-se ao resultado do projeto ou o artefato em si (como em “the author of many famous *designs*”); ao processo (como em “our goal was *to design* a new brand”), ou até ao campo de conhecimento e à profissão (“*Design* courses”).

Löbach (2001) discorre sobre como além dos significados literais da palavra, autores e empresas contribuíram para o surgimento e popularização de definições distintas e conflitantes, causando mais problemas na sua compreensão.

"Pela expansão do termo design e dos diferentes pontos de vista dos autores fica o leitor confrontado com múltiplos conceitos. Em geral, esta profusão ocasiona mais confusão do que clareza pois os diferentes conceitos muitas vezes se contradizem" (LÖBACH, 2001. p 11)

Segundo o autor, essa confusão se instaurou também por práticas da própria indústria, da publicidade e do comércio. Estes meios de comunicação, no entanto, tratam apenas de forma superficial a abrangência da prática e da profissão e acabam restringindo seu conhecimento para pessoas leigas.

"A concessão de prêmios ao bom design se torna conhecida publicamente através de jornais, televisão ou revistas. As feiras especializadas onde, entre outros, estão expostos os sucessos das empresas no campo do design, estão abertas ao grande público. Desta forma o leigo se confronta com o conceito de design e supõe do que se trata sem entender suas complexas inter-relações. Como carece normalmente de um interesse especial por estas questões, a sua percepção do design e de sua problemática são apenas superficiais. Ele decora seu entorno pessoal de modo intuitivo com os respectivos produtos ou se deixa guiar pelo 'bom design' tal como preconizam as revistas de decoração divulgadas por determinados grupos de interesses." (LÖBACH, 2001. p 11)

De forma mais crítica e enfática, Bonsiepe (2011) concorda com esta posição ao mencionar design como um termo “desvirtuado”, que se afastou do seu

significado original e da sua essência ligada ao projeto e à solução de problemas e passou a ser usado como diferencial estético e comercial. Indo além, ele defende que politicamente o design se tornou uma forma de atuação do Centro sobre a Periferia² (IIDA, BONSIPE, 2011. p. 8), ou seja, uma ferramenta de dominação social.

“Observando a história social do significado do conceito <design>, notamos, por um lado sua popularização, ou seja, uma expansão semântica horizontal e, ao mesmo tempo, um estreitamento, isto é, uma redução semântica vertical. [...] Como resultado, <design>, na opinião pública, se identifica com envoltórios: a carcaça de um computador; o corpo de uma lapiseira; a armação de um par de óculos.” (BONSIPE, 2011, p. 17-18)

É possível ainda abordar o conceito de *design* em um sentido mais estrito e formal, em contraste à uma visão mais ampla. Segundo a definição legislativa do Conselho Nacional de Educação:

"O desenhista industrial é o profissional que participa do projetos de produtos industriais, atuando nas fases de definição de necessidades, de concepção e desenvolvimento de projetos, objetivando a adequação destes às necessidades do usuário e às possibilidades de produção" (CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO - CNE, 1987, p. 4)

Nesta definição, também citada por Villas-Boas (2003) para uma conceituação mais sucinta, é importante observar duas características: a primeira delas é a sua inserção em um contexto histórico específico, e a segunda é a sua ligação com a ideia de projeto.

Em primeiro lugar, lembrar o contexto histórico é importante porque, dentre essas confusões que surgem com o termo, uma delas é o uso de *design* como um adjetivo que traz juízo de valor, como apontado anteriormente, em propagandas e peças publicitárias através da ideia de luxo, sofisticação e riqueza. A definição de Villas-Boas foi trazida aqui, portanto, por sua forte definição de design como consequência histórica. Ou seja, para o autor, a categorização de uma prática ou um trabalho como sendo design ou não deve se basear em mérito, mas se trata apenas de uma condição. Projeto, assim, não se trata de uma prática inerente ao homem e que sempre existiu, mas como uma vontade que se manifesta culturalmente, reflexo das relações históricas e sociais.

² Bonsiepe faz uso dos termos Centro e Periferia “como um conceito político, tal como é usado nas ciências sociais críticas na América Latina. Alude a relações de dependência perpetuadas” (BONSIPE, 2011. p. 13)

Esse contexto histórico, como discutido no primeiro capítulo, se refere à industrialização na Europa, marcada pela primeira Revolução Industrial e também pelo surgimento dos meios de comunicação em massa (BUCHANAN, 1998). Atualmente, está claro para os pesquisadores e profissionais do campo que essa relação entre design e indústria não se mantém tão estreita quanto já foi anteriormente, mas ainda é preciso lembrá-la como sendo determinante para o surgimento e consolidação do design na forma que conhecemos atualmente.

Em segundo lugar, a íntima ligação entre design e projeto é relevante porque, mesmo em meio a divergências a respeito do termo, a atuação sistêmica do projetista, ainda que tácita ou implícita no processo, é aceita por grande parte dos profissionais e pesquisadores. De forma geral, é possível dizer que o projeto, mesmo que não exclusivo do campo do design, é a peça central da sua atuação. Segundo Linden, Lacerda e Aguiar, “projeto” em design está relacionado, principalmente ao atendimento de requisitos múltiplos:

A atividade projetual, em qualquer dos campos do Design, implica no atendimento simultâneo de requisitos de diferentes naturezas, que de algum modo afetarão aspectos como o desempenho, a interação com futuros usuários, o meio-ambiente ou a sociedade. A ideia de atendimento simultâneo de fatores ou de requisitos projetuais, não é nova, está presente na obra de autores como Tomás Maldonado e Joaquim Redig. Essa visão deveria conduzir a uma abordagem sistêmica que considerasse o modo como os requisitos projetuais, sejam ergonômicos ou tecnológicos, por exemplo, se relacionam e se afetam.” (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010, p. 2)

Assim, resumindo, pode-se dizer que projetar significa planejar com antecedência e de forma sistêmica a concepção e execução de uma determinada solução para atender uma série de necessidades ou requisitos. Essa noção de projeto não se restringe exclusivamente à produção de artefatos nem de produtos tangíveis, tendo em vista que, em um sentido mais amplo, projeto pode significar simplesmente planejamento ou organização. Considerando o contexto industrial de onde o design se origina enquanto profissão e a conseqüente a separação na produção entre as atividades intelectuais e manuais, o projeto pode ser considerado a relação entre ambas as atividades, segundo Argan:

“(…) O projeto é já uma imagem feita visando uma execução técnica. A partir desta conotação fundamental, pode-se dizer que o desenho, o projeto, é a relação direta entre uma atividade puramente intelectual e uma atividade manual.” (ARGAN, 1993, p. 1)

Considerando as mudanças trazidas pela informatização, seria possível ainda atualizar essa definição e considerar projeto uma relação entre conceituação e configuração. De forma mais ampla, a prática de projeto se estende à áreas como a arquitetura e a engenharia e se relaciona com a sociedade em níveis políticos e culturais, como reforça Naviero et al.:

A ideia de projeto é relativamente recente, nasceu ao longo da Idade Moderna, antes das revoluções industriais, e se tornou uma característica desse período, não só no sentido restrito de projeto de artefatos, moradias ou cidades, mas também na concepção de que todas as dimensões da vida podem ser projetadas. Em Arquitetura, Design e Engenharia, o projeto apresenta características particulares que não são apenas técnicas, mas refletem e têm impacto em aspectos sociais e políticos (NAVEIRO, 2001; NAVEIRO; OLIVEIRA, 2001; MEDEIROS, 2004 apud. LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010, p. 2).

Partindo então dessa definição principal de *design* como uma consequência histórica e uma atividade projetual é possível entender o ponto central de onde se originou o campo que hoje abrange uma enorme diversidade de habilitações. A antiga definição *desenho industrial* se referia principalmente às práticas de desenho de produto e programação visual. Com a popularização da prática e da sua maior presença nas universidades do país, o termo *design* passou a ser adotado também como forma oficial pelo Ministério da Educação (MEC), e hoje engloba atuações tais quais moda, serviços, projetos digitais, interfaces, experiência de usuário, marcas, entre muitas outras. A natureza interdisciplinar e a intersecção da prática projetual com outros campos do conhecimento possibilitam novas práticas e dão origem a cada vez mais formas de se fazer design.

3.2 Escopos tradicionais e atuais do design gráfico

Dentre os desdobramentos da área, o design gráfico é uma das tradicionais atuações no design. Por sua longa tradição, também é uma das mais populares especializações presentes nas universidades, e seus profissionais estão presentes em um enorme rol de empresas e cargos operacionais. Essa é uma prática que está diretamente ligada à comunicação e à arte, dada a sua natureza visual e sua relação com a estética. Para Villas-Boas:

"Design gráfico se refere à área de conhecimento e à prática profissional específicas relativas ao ordenamento estético-formal de elementos textuais e não-textuais que compõem peças gráficas destinada à reprodução como objetivo

expressamente comunicacional." (VILLAS-BOAS, 2003, p. 7)

Ao analisar de forma mais restritiva, segundo ele, o termo mais adequado para a habilitação seria comunicação visual ou programação visual, como é visto na descrição de diversos cursos de graduação brasileiros, enquanto o uso termo design gráfico descreveria especificamente a aplicação da programação visual em meios gráficos para a produção de impressos tais como livros, papelaria institucional, cartazes, entre outros. O fluxograma a seguir ilustra a hierarquia desses termos:

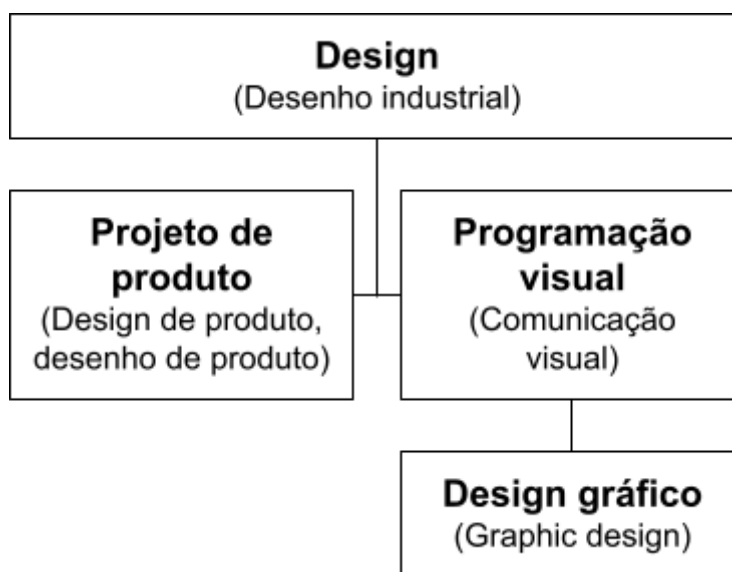


Figura 2. Fluxograma ilustrativo da relação entre os termos design, programação visual e design gráfico segundo Villas-Boas.
(Adaptado de VILLAS-BOAS, 2003, p. 44)

Ainda que a adoção do termo *gráfico* remeta à origem no meio impresso, atualmente o termo design gráfico é empregado de forma mais abrangente, como sinônimo de design visual e que engloba além do design impresso também o design digital. Steven Heller enfatiza que mesmo com o impacto da transformação digital no design gráfico a sua essência ainda se mantém a mesma:

Design gráfico [...] se trata de conceituar, conceber, imaginar, construir, produzir, gerir e alcançar uma peça de comunicação visual funcional e esteticamente determinada. Sendo antes primariamente no papel, hoje o design gráfico emprega telas de todos os tipos. Mas a definição fundamental de design gráfico como uma forma de organizar, formatar e dar função à palavras e imagens se mantém constante. [Tradução do autor] (HELLER; VIENNE, 2015, p. 15)

Portanto, considerando a adoção popular do termo e a sua essência relacionada ao projeto de comunicação visual através de imagens e palavras, nesta

pesquisa também se define *design gráfico* como sinônimo de *design visual* ou *programação visual*, incluindo tanto as suas aplicações impressas quanto digitais. A justificativa para o uso desse conceito se dá no fato de que a definição mais restrita de Villas-Boas data de quase duas décadas atrás. Nesse período, como percebe Heller, o digital e o impresso convergiram em uma prática integrada onde os profissionais raramente se restringem a um ou outro escopo e os próprios produtos deste trabalho se tornaram de natureza multimídia.

Essa abrangência traz consigo pontos positivos e negativos. Se, por um lado, é possível considerar essa uma definição mais atual, já que o escopo do design gráfico vem se ampliando consideravelmente com o desenvolvimento de novas tecnologias e meios, por outro ele acaba por englobar competências que nem sempre estão presentes ou são ensinadas na habilitação tradicional de programação visual.

Como exemplo, nessa definição é possível incluir o design de interfaces digitais para *web* e dispositivos móveis (*UI* ou *user interface design*). Se trata, afinal, da organização de imagens e textos em meio digital, análogo ao design editorial no meio impresso, ainda que Villas-Boas provavelmente o classificaria, da mesma forma que os projetos de sistemas de sinalização, como sendo da alçada do design informacional e não gráfico, pela sua estreita relação com a ergonomia e a arquitetura da informação. Por outro lado, não se pode incluir o design de experiência (*user experience design*), apesar da sua relação direta com o *UI design*, uma vez que o objeto central de seus projetos não é visual, e sim interacional. Da mesma forma, esta definição não inclui a atividade de *branding*, já que trata primariamente das estratégias e gestão das marcas, mas sim o design de logotipos e identidades visuais, e assim por diante. O diagrama a seguir ilustra essa abrangência do design gráfico:

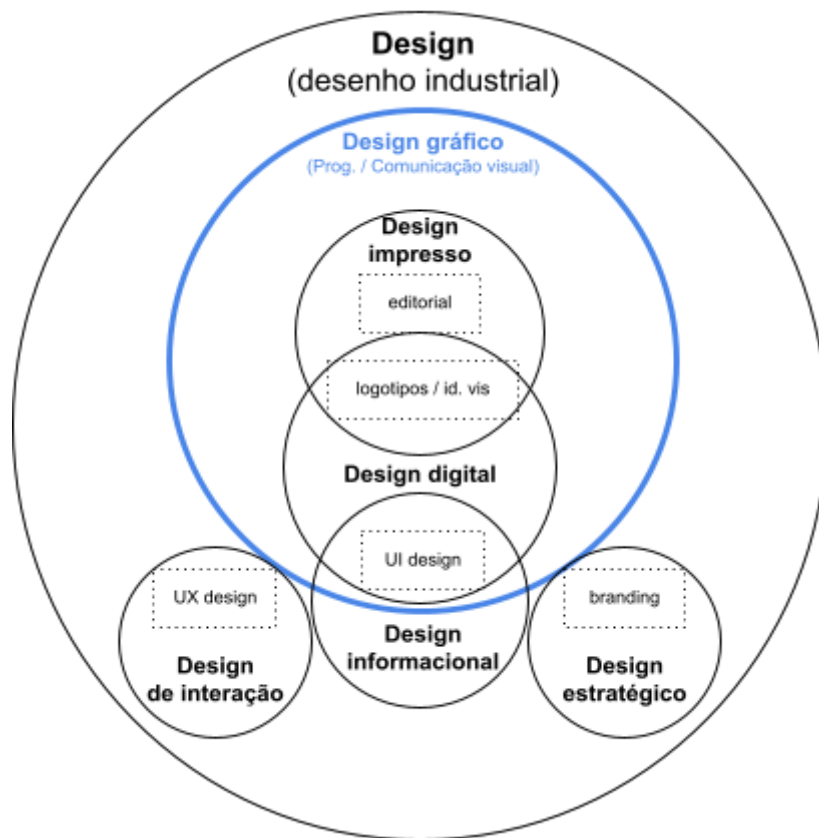


Figura 3. Diagrama de Venn ilustrativo do conceito de design gráfico

É claro que, por exemplo, a prática de branding não é exclusividade da área do design, assim como UI e UX não são atuações separadas e estanques. No diagrama anterior (Figura 3) optou-se por incluir apenas as atuações citadas como exemplo para ilustrar a relação entre elas. Como também é possível perceber, a dificuldade de se conceituar *design* escorre sobre suas habilitações e sub-áreas de atuação. Isso se dá ao fato de que essas áreas se entrelaçam e cada vez mais se torna inviável restringi-las em categorias estanques. A classificação, portanto, é apenas didática e não é, de forma alguma, absoluta.

Da mesma forma, uma ressalva importante a respeito do escopo desta pesquisa está na delimitação entre o campo do design como um todo e na atuação específica do design gráfico, visto que tem se tornando cada vez mais difícil separar o design gráfico das outras áreas de atuação. Isso porque, como colocado anteriormente nessa seção, o ponto onde se desenham as linhas que dividem cada área de atuação não é um consenso. Para alguns autores, determinadas práticas e artefatos são da alçada do design gráfico, enquanto para outros os mesmos objetos

de análise sequer podem ser classificados como design. Ao mesmo tempo, muitos aspectos que a princípio só seriam válidos para uma atuação podem ser compartilhados e vivenciados por outra, uma vez que a experiência profissional nem sempre se distingue tão claramente de acordo com a habilitação. Uma mesma empresa pode empregar designers para trabalhar, por exemplo, com o desenvolvimento de marcas, interfaces e impressos, por exemplo. Um designer pode ter afinidade e atuar em mais de uma área simultaneamente ou ao longo da sua carreira. Assim, na presente pesquisa o foco da análise transita entre o campo do design como um todo e as especificidades do design gráfico, especificamente na prática de projeto.

A habilitação do Design Gráfico, no sentido mais restrito, é uma das mais tradicionais e muitas das questões que já passaram pela sua história também influenciam as práticas dela derivadas. Com as novas atuações mudam os métodos, objetivos, abordagens e em certa medida até as culturas de trabalho, mas muitas das questões epistemológicas e vivências práticas continuam a ser compartilhadas.

3.3 Prática profissional no design gráfico

Para discutir sobre a prática profissional do design, antes de tudo é necessário estabelecer o que, neste contexto, é considerado como profissão. Segundo o Tesouro de Arte e Arquitetura do Getty Institute, “profissões” se definem como:

Ocupações ou outras atividades recorrentes que requerem um nível de conhecimento especializado e realização em algum assunto, campo, ciência ou disciplina, especialmente em atividades que envolvem extensa formação e uma qualificação formal. Para trabalhos recorrentes ou meios de subsistência (*livelihoods*) que não necessariamente envolvem o mesmo alto nível de expertise, use “ocupações” (occupations). [Tradução do autor] (PROFESSIONS..., 2004)

Já a definição de “profissional”, segundo a mesma fonte é:

Pessoas engajadas em uma determinada carreira, estudo, ou ciência por lucro ou subsistência, ao contrário de amadores; também referente a pessoas pertencentes às profissões tradicionais ou qualquer ocupação que requeira extensa formação. [Tradução do autor] (PROFESSIONALS..., 2004)

Por outro lado, o conceito de “ocupação” se diferencia por não

necessariamente se tratar de uma atividade remunerada ou que necessita de formação especializada:

Atividades, negócios e profissões que pessoas buscam como subsistência ou como sua atividade principal, seja paga ou não. [Tradução do autor] (OCCUPATIONS..., 2004)

A partir desses conceitos pode-se caracterizar a atividade de design como uma prática profissional, considerando que esta requer o estudo e o treinamento específico da área. Mas, assim como no próprio conceito de design, é importante separar a ideia de profissional de um juízo de valor. É possível associar “profissional” com um trabalho tecnicamente refinado ou bem aceito por outros profissionais e seus clientes. Entretanto, essa definição pode ser bastante subjetiva e, por esse ângulo, um trabalho ou um designer poderia ser considerado profissional por uns e não por outros, dependendo do critério de avaliação adotado.

Também é importante notar que, apesar do ensino superior ter se instaurado no país como o meio de formação para profissionais das mais diversas áreas, para ser um profissional de design não é necessário completar um curso de graduação, ao ponto que em diversos países a sua atividade é considerada de nível técnico, como aponta Villas-Boas (2003). Essa diferença entre design como atividade técnica ou profissão liberal remete ao desenvolvimento do próprio campo, como descreve Buchanan:

Devemos lembrar o padrão de desenvolvimento do design no século vinte. O design surgiu como uma atividade técnica. Após um período de tempo, profissões começaram a emergir, com tradições de prática e o reconhecimento consciente de um tipo específico de pensamento e trabalho que distinguiu nossa profissão das outras. A prática profissional se diversificou de várias formas em um processo que se estende até o presente. [Tradução do autor] (BUCHANAN, 1998, p. 64)

Esse livre exercício do design pode ser explicado ao analisar as principais maneiras como um profissional se legitima na sociedade: a partir do reconhecimento social e a partir do reconhecimento institucional ou jurídico.

No primeiro caso, o reconhecimento social descreve como alguém é percebido como profissional no meio. O design, nesse sentido, teve seu reconhecimento profissional historicamente desvinculado da formação superior na área, uma vez que os cursos de graduação específicos em design, no Brasil, são

relativamente recentes. Por esse motivo, os primeiros designers brasileiros foram originados de áreas afins, como a arquitetura, as artes e a engenharia. Mesmo atualmente, é bastante comum profissionais formados em campos como a publicidade atuarem na área do design e sendo reconhecidos social e tecnicamente por seu trabalho (VILLAS-BOAS, 2003).

Além disso, com a popularização da informática e da internet, comunidades online de designers se formaram e passaram a compartilhar seus conhecimentos e experiências em um contexto informal, de onde surgem cada dia mais profissionais autodidatas que conseguem se estabelecer no mercado e desenvolver suas carreiras sem ligações com o ensino acadêmico. Villas-Boas ressalta que essa situação agrava a confusão a respeito da imagem do designer profissional na sociedade:

Fora dos limites da academia, designer é um termo livremente aplicado a quem se legitima como tal a partir da sua prática profissional. E como quem se legitima em grande parte procede de áreas afins mas não exatamente da área acadêmica do design, o que ocorre é que o termo designer acaba por revelar-se vazio, porque preponderantemente estes profissionais são socialmente reconhecimentos por suas áreas de origem, e não pela sua atuação profissional em design. Ou seja: o reconhecimento por parte da academia e das associações profissionais, como apontado por Edna Lúcia Cunha Lima, se revela inócuo enquanto estatuto social. Talvez isso contribua de modo decisivo, no caso brasileiro, para a confusão de nomenclaturas em design [...]. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 40)

No segundo caso, o reconhecimento institucional ou jurídico é garantido através de uma legislação específica que regulamenta a profissão e um Conselho próprio que fiscaliza a sua prática, como é visto em áreas como a medicina, a psicologia e as engenharias. No campo do design, até o presente momento, mesmo após longos debates e trâmites legislativos, não se aprovou a proposta de lei que prevê a regulamentação da profissão. Isso significa que, na prática, a legitimação do designer enquanto profissional não acontece formalmente. A relevância ou os reais benefícios dessa regulamentação ainda não são um consenso entre os profissionais.

Para a presente pesquisa, portanto, são considerados como “designers profissionais” aqueles que trabalham na área como forma de subsistência, enquanto trabalhos “profissionais” de design são aqueles desenvolvidos neste contexto, contratados ou solicitados por clientes que podem ser pessoas físicas ou

jurídicas (empresas) de quaisquer portes ou por chefes, gestores, supervisores ou instâncias hierarquicamente superiores as quais o profissional responde quando atua no contexto de uma organização.

3.3.1 Profissional empregado ou autônomo

Como já desenvolvido anteriormente, é comum que o designer profissional atue em uma grande diversidade de áreas, organizações e cargos. Como profissional liberal, o designer também pode trabalhar de forma autônoma ou como *freelancer* e vender seu próprio trabalho para clientes. Neste caso, além do conhecimento teórico e prático da área, também é necessário que o autônomo desenvolva competências de administração, gestão de projetos, finanças, vendas, marketing e diversas outras áreas que se apresentam no dia-a-dia da administração de uma empresa. Por essa enorme variação de competências, possíveis perfis de clientes e desafios envolvidos com o trabalho autônomo do designer, o escopo da presente pesquisa se restringe ao primeiro cenário, onde o profissional atua inserido em uma organização tradicional como empregado. Entende-se que neste cenário existem uma série de características constantes relacionadas ao formato das organização e a gestão do trabalho dos designers que permitem uma comparação mais próxima do cenário de diferentes profissionais que, com a diversidade de características do autônomo, não seria possível.

Ainda assim, é preciso reforçar que nos últimos anos, principalmente devido às crises econômicas que o país enfrenta, o emprego tradicional tem entrado em declínio. Com o surgimento e popularização de trabalhos remotos, empresas no modelo de *startups* e serviços através de aplicativos móveis, a precarização do trabalho se intensificou e os direitos e garantias dos trabalhadores que antes eram dados como certos para os profissionais empregados atualmente estão se tornando mais raros. Existem diversas questões a serem debatidas a respeito do cenário atual do trabalho, principalmente em países subdesenvolvidos, mas a questão mais relevante a ser tratada no contexto da pesquisa é que com a Reforma Trabalhista, sancionada em 2017 pelo então presidente Michel Temer, se legitimaram práticas como o trabalho intermitente e parcial. Isso significa, em suma, que a tradicional

jornada de oito horas por dia e as relações de trabalho envolvidas já não são homogêneas e, mesmo atuando como empregado, a realidade dos designers pode ser bastante diversa dependendo das condições definidas e das organizações envolvidas.

Somado a isso, mesmo não sendo previsto na reforma, se tornou prática comum a substituição de trabalhadores celetistas pela contratação de trabalhadores como Pessoas Jurídicas. Se realizada de forma legítima, a contratação de Pessoa Jurídica se aproxima da realidade do designer que atua como profissional liberal, uma vez que trata da relação entre duas empresas autônomas e não se estabelece uma relação de subordinação, como acontece no vínculo empregatício em regime celetista. Infelizmente, em muitos casos esse modelo de trabalho dá como forma de exigir do contratado deveres e responsabilidades semelhantes às de um empregado, mas sem os direitos previstos pela CLT, prática conhecida como *pejotização*. Assim, mesmo entendendo as implicações negativas desse modelo de trabalho é preciso considerar que ele tem se tornado cada vez mais comum. Portanto, para esta pesquisa, designers que prestam serviço como Pessoa Jurídica mas que estabelecem relações de subordinação semelhantes aos empregados celetistas também serão considerados da mesma forma, uma vez que estão submetidos às mesmas relações de trabalho e portanto, têm experiências profissionais semelhantes.

3.3.2 Cargos funcionais e atribuições

Inseridos em organizações, os designers gráficos podem exercer uma série de funções a depender do seu tempo de experiência e do ramo da empresa e da sua organização e gestão internas. Algumas empresas atuam especificamente no design ou áreas afins tais quais a publicidade e arquitetura, oferecendo como serviço principal o desenvolvimento de projetos aos seus clientes. Outras, atuam nos mais diversos ramos como moda, varejo, telecomunicações e indústrias. Nesse caso, um departamento interno recebe e atende às demandas internas da própria empresa. Como observam Heller e Vienne, “*empresas diferentes se organizam de formas diferentes de acordo com seu foco e objetivo*”. Assim, em

cada uma delas, de acordo com suas necessidades, pode ou não existir um departamento específico que se encarrega do design. Empresas maiores podem dividir design editorial do design promocional, enquanto empresas pequenas podem englobar todas as demandas em um único departamento (HELLER; VIENNE, 2015, p. 10).

Nesse contexto, é comum que os designers profissionais ocupem uma série de cargos funcionais com nomes que podem variar bastante de organização para organização, sendo possível até o mesmo cargo descrever atribuições diferentes em empresas diferentes. Segundo Heller e Vienne:

Cargos [do original: *job titles*] [são] os títulos dados a determinados trabalhos e tarefas por entre o campo do design e variam de acordo com a hierarquia específica da empresa, instituição ou firma. Por exemplo: um diretor de arte de uma empresa específica pode ser o diretor de design de outra; um designer sênior em uma pode ter responsabilidades diferentes de um sênior de outra. [Tradução do autor] (HELLER; VIENNE, 2015, p. 16)

Para categorizar os cargos funcionais ocupados pelos designers profissionais, os autores os distinguem em três principais categorias, de acordo com o escopo e responsabilidade das suas tarefas: nível de entrada (*entry level*), nível de assistente (*support level*), nível criativo ou de design (*creative or design level*) e nível gerencial (*managerial level*).

O primeiro estágio, o nível de entrada, engloba atuações mais simples e que geralmente são ocupadas por designers iniciantes ou recém formados como designer assistente (*assistant designer*) e designer júnior (*junior designer*). Nesta categoria também se inclui o estagiário (*intern*), como uma posição temporária e prévia ao início da carreira propriamente dito.

A seguir no segundo estágio, o nível de suporte, a responsabilidade dos cargos envolve trabalhar com os designers seniores em tarefas que envolvem tanto projeto quanto produção e nessa categoria estão inclusos postos como designer júnior (*junior designer*), designer assistente (*assistant designer*), diretor de arte assistente (*assistant art director*), associado (*associate art director*) ou vice (*deputy art director*) e produtor gráfico (*production artist*).

No terceiro estágio, o nível criativo ou de design, se adquire a responsabilidade de lidar diretamente com os clientes, com atribuições diferentes de acordo com a empresa ou instituição. Estão inclusos nessa categoria cargos

como designer pleno ou sênior, diretor de arte pleno ou sênior.

Por fim, no último estágio, o nível gerencial, as responsabilidades podem ou não envolver trabalhar diretamente com design, além de supervisionar designers dos outros níveis. Estão inclusos os cargos como diretor de criação (*creative director*), diretor de design (*design director*), diretor de arte (*corporate art director*), gestor de design (*design manager*), ou estrategista de marca (*brand strategist*).

Heller e Vienne citam ainda que, no caso dos *freelancers*, por não estarem inseridos em uma organização, eles se apresentam normalmente através das suas habilitações e não por cargos específicos (HELLER; VIENNE, 2015, p. 14). Essa diferenciação é importante porque dentro de empresas o processo de design é dividido e setorizado e cabe a cada empregado executar uma tarefa específica, enquanto como autônomo o designer trabalha sozinho e exerce todas as funções necessárias para o negócio por conta própria ou, em alguns casos, com um assistente contratado.

Com a disseminação dos designers pelas empresas e postos de trabalho e o crescimento contínuo das áreas de atuação do campo, têm surgido também novos cargos correspondentes a outras atribuições que esses profissionais podem vir a ter. Assim, da mesma forma que acontece com o termo *design* em si, alguns cargos por ele ocupados comumente são trocados ou confundidos com as habilitações enquanto outros títulos são arbitrariamente criados para autopromoção, contribuindo ainda mais para o desentendimento a respeito de sua prática, como aponta Villas-Boas:

O arsenal de termos criados para identificar o designer gráfico inclui também alguns outros, muitas vezes criados aleatoriamente por profissionais como recurso de autopromoção, numa tentativa de singularização de sua posição no mercado: planejador visual, comunicador gráfico, artista gráfico, arquiteto gráfico, projetista gráfico - além, lógico, do pitoresco graphic designer. Se todos estes termos, de alguma forma, acabam guardando algum sentido, há ainda mais algumas expressões referentes a cargos funcionais que acabam sendo confundidos com a especialização em si. E assim o designer gráfico também acaba sendo chamado de arte-finalista, diagramador, layoutista, diretor de arte e editor de arte - numa clara confusão entre profissão e cargo funcional. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 45–46)

Portanto é importante reforçar a diferença entre o profissional, sua habilitação e os cargos que podem ser ocupados por ele. Um mesmo designer

pode desenvolver habilidades e conhecimentos associados a diferentes habilitações, como gráfico, produto ou moda, enquanto pode, em diferentes momentos da carreira ocupar diversos cargos em diferentes empresas como designer júnior ou diretor de arte. Os cargos que um designer pode exercer estão diretamente relacionados à sua experiência profissional, ao desenvolvimento das suas habilidades e conhecimentos e à sua habilitação.

Enquanto para profissionais que optam por trabalhar dentro de organizações o caminho para desenvolvimento da carreira é, geralmente, a busca por cargos de maior responsabilidade e remuneração; para os que optam por trabalhar como autônomos as opções de crescimento podem ser as mais diversas como, por exemplo, abrir um negócio próprio, prospectar clientes de maior impacto social ou remuneração, desenvolver um trabalho tecnicamente mais apurado ou eficiente, entre outras.

Cada [atuação do design] tem seu próprio foco e objetivo. Na maioria dos casos as ferramentas são similares mas as metodologias não. Muitos designers gráficos executam uma ampla variedade de tarefas, alternando os meios conforme a demanda dos clientes e trabalhos. Um designer nem sempre tem condições de se especializar porque o volume de trabalho em uma especialização pode não valer a pena ou porque a competição pode ser muito intensa. Entretanto, é prudente ao decorrer da carreira aprender sobre e praticar todas as disciplinas que lhe despertem o interesse e a afeição, assim como aquelas que têm crescido em áreas com empregabilidade. Ainda que não seja necessário ser expert em tudo, é útil ser fluente na maior variedade de formas possível, pelo menos enquanto você procura pela sua atuação favorita. [Tradução do autor] (HELLER; VIENNE, 2015, p. 96)

3.3.3 Perfil da indústria criativa e seus profissionais

As mudanças tecnológicas das primeiras décadas do século XXI trouxeram profundos impactos na realidade do trabalho e das carreiras. Muito se discute a respeito das novas características e comportamentos trazidos pelos jovens que ingressam no universo do trabalho e sobre as diferenças em relação às gerações que os precederam. Assim como no universo acadêmico, é de se esperar que os profissionais das áreas de Artes e Design demonstrem traços bastante individuais por sua íntima relação com estas rápidas transformações sociais. Entretanto, tal como na ideia de *arte como dom*, muitas destas características talvez pudessem ser vistas como senso comum e, uma vez que a economia criativa demonstrou

uma grande expansão nesse período, se tornou importante uma análise mais aprofundada destes perfis.

Atualmente o maior estudo a investigar questões do trabalho e carreira na economia criativa foi realizado por Ball, Pollard e Stanley (2010b), na University of the Arts London e publicado pela Creative Graduates Creative Futures Higher Education Partnership em conjunto com o Institute for Employment Studies. Trata-se de uma extensa pesquisa quantitativa, conduzida entre 2008 e 2010 com o objetivo de traçar padrões no início na carreira de mais de 3.500 estudantes de Artes, Design e áreas correlatas. Os estudantes analisados, formados entre 2002 e 2004, se originam de 26 instituições de Ensino Superior do Reino Unido, abrangendo o período de até 6 anos após a graduação.

Antes de descrever este estudo é importante trazer algumas ressalvas a respeito da validade das suas interpretações no cenário atual nacional, no ano de 2019. Em 2014 o Brasil passou a viver uma intensa crise econômica e política, gerando até então uma recessão com grandes impactos nos índices de desemprego e significativa redução nos investimentos em educação básica e superior pública (CASTRO, 2017; IBGE, 2019; MAZIEIRO, 2019). Este contexto deve ser levado em conta para qualquer consideração a respeito de estatísticas sobre ensino universitário, empregabilidade e trabalho no geral. Portanto, mesmo se tratando de uma pesquisa quantitativa, os principais pontos a serem observados se encontram na descrição dos perfis profissionais. Ainda que não se possa traçar correspondência direta com os profissionais brasileiros, suas contribuições serão úteis como um ponto de partida na análise das características gerais da área profissional do Design.

Outra ressalva necessária se encontra na possível defasagem dos dados, considerando o prazo de uma década desde sua publicação. Nesse sentido, é possível traçar tendências a partir de estudo realizado anteriormente, *Destinations and Reflections* (HARVEY; BLACKWELL, 1999), que analisou o início de carreira de mais de 1.800 estudantes formados no Reino Unido na virada do século. Neste período, Ball relata mudanças condizentes com o crescimento dos setores criativos, entre elas o aumento de trabalhos de meio período, o surgimento de *startups* e trabalhos autônomos e temporários e uma tendência da troca de

empregos em médias por microempresas. Em relação aos perfis dos profissionais as características se mantiveram ao longo do tempo: ambos os estudos demonstraram adaptabilidade dos formados para cargos mais abrangentes e predominância de uma abordagem multi tarefa que combina trabalho e desenvolvimento pessoal. De forma geral, os formandos continuam contribuindo de forma substancial para a economia criativa (BALL; POLLARD; STANLEY, 2010b, p. 3).

Em se tratando das conclusões obtidas pelo estudo de Ball, é possível comentar os principais pontos em quatro aspectos: 1) formas de trabalho e remuneração; 2) competências e perfis profissionais; 3) satisfação; e 4) perspectivas de carreira.

No primeiro aspecto, uma característica bastante presente nos recém-formados é o trabalho múltiplo, onde os profissionais unem empregos formais com demandas externas como *freelancing*, estudos e desenvolvimento pessoal e profissional. Como suporte para conciliar esta variedade de atuações também é comum a procura por trabalhos de meio período. (BALL, 2010. p. 1) A prática no meio é vista como fluida, colaborativa e não-hierárquica. (p. 11) Trabalhos e estágios não remunerados também se mostraram muito comuns entre os entrevistados pelo propósito de buscar por empregos e de desenvolver habilidades práticas. Segundo os autores, essa prática traz à tona a questão da desvalorização dos profissionais por possivelmente causar a redução de seu poder aquisitivo (p. 6). Coincidindo com essa possibilidade, também foi relatado que a remuneração média dos recém-formados tende a ser mais baixa em cargos criativos do que em outras áreas (p. 4).

O segundo aspecto demonstra que as principais habilidades práticas necessárias para prática profissional ligadas a criatividade e inovação foram desenvolvidas na graduação. Entretanto, competências pessoais como autoconfiança, autogestão - consideradas por eles as mais importantes para suas carreiras - além de habilidades de TI, *networking* e contato com clientes, não foram desenvolvidas o suficiente (p. 9). Apesar de valorizarem a formação acadêmica, eles relatam terem sentido falta de conexão com o mundo profissional na faculdade, considerando que parte significativa dos respondentes diz não sentir

que o curso os preparou bem para o trabalho (p. 3, 9). No perfil destes profissionais está a prática criativa como aspecto central, o que contribui para lidar com as complexidades e desafios do trabalho e, portanto, muito ligados à satisfação e ao equilíbrio pessoal e profissional. Por estarem relacionados às mudanças do setor criativo, a tolerância à incerteza e habilidade de se adaptar e aprender fazem com que se adequem bem ao trabalho contemporâneo (p. 2).

O terceiro aspecto indica que a satisfação no trabalho para os recém-formados está ligada diretamente com a possibilidade de ter empregos e trabalhos relacionados a sua área de expertise ou de formação, onde possam ser criativos na prática (p. 3, 7). Autonomia, potencial para oportunidades futuras e remuneração também foram fatores destacados nas respostas (p. 1, 7). Ball descreve essa característica como sendo reflexo de mudanças estruturais no trabalho e no ensino.

Há mais complexidade na interação entre formados, indústria criativa e ensino superior do que a equação simples de oferta e demanda. Modelos antigos de trabalho, objetivos educacionais, *skill agendas* e de emprego de recém-formados estão limitando e impedindo de lidar com a nova realidade, no qual a prática criativa proporciona o contexto para estudos acadêmicos, experiência de trabalho, empregabilidade, desenvolvimento profissional, inovação, empreendimentos e carreiras produtivas. Nessa nova realidade, satisfação no trabalho está focada em medidas como realização pessoal e oportunidades para criatividade e novos aprendizados. (BALL et al, 2010, p. 11)

Por fim, no último aspecto as respostas indicam que os recém-formados em sua maioria não consideram a carreira acadêmica como uma possibilidade, tendo em vista que uma pequena minoria dos respondentes se titulóu como mestre (13%) ou doutor (1%) (p. 8). Este pode ser um indicador de que a graduação, para o estudante de design e artes, é vista principalmente como um espaço para aprender a exercer a profissão. Inclusive, uma parte expressiva dos profissionais relatou ter procurado por suporte ou aconselhamento profissional e de carreira (p. 11).

Assim, é possível perceber diversas características nos profissionais recém-formados de Artes e Design que, de fato, podem ser ligadas à prática e ao pensamento criativo característico do campo. Essas características, como adaptabilidade e tolerância, se mostram de forma geral como pontos positivos e diferenciais destes profissionais. Entretanto, também são visíveis desde o primeiro

estudo, em 1999, questões problemáticas que se intensificam no mundo do trabalho contemporâneo, como a precarização através de práticas de trabalho não assegurado, inconsistente ou não remunerado e também a já mencionada desvalorização. Além disso, um ponto bastante visível foi o sentimento de despreparo para o trabalho e a falta do desenvolvimento de competências pessoais após a graduação. De forma geral, a pesquisa de Ball confirma as questões levantadas referentes às dificuldades de integração entre academia e prática profissional. Se mostra necessário então um olhar crítico a respeito da relação destas características com possíveis conflitos ou problemas presentes na transição entre graduação e carreira.

3.3.4 Prática de projeto na vida profissional

Após a análise das possibilidades de atuação do designer é importante observar como se dá de fato, no cotidiano do profissional, a prática de projeto. Retomando os capítulos anteriores, entende-se que os ambientes acadêmicos e profissionais são de naturezas distintas e que, por sua vez, influenciam a realidade na qual o projetista se insere e a forma como ele trabalha. O principal ponto de foco dessa pesquisa está, portanto, em como os designers percebem essa prática e como ela os afeta.

Assim, partindo da bibliografia é possível levantar algumas características marcantes nas quais a prática de projeto no meio profissional se diferencia, de forma geral, do modelo proposto nas aulas da graduação dos cursos de design, que serão desenvolvidas a seguir: contexto, não-linearidade, implementação, relação com cliente, e autonomia e autoria.

O primeiro aspecto, contexto, se refere às relações que o design tem com o espaço físico e social no qual é desenvolvido e para o qual é projetado. Quando se analisa um contexto de projeto no ambiente acadêmico para a definição de uma proposta de trabalho (*briefing*), comumente se trata de um cenário fictício e definido a priori pelo professor como ponto de partida para estabelecer os critérios para o design. Essa abordagem faz sentido dentro de uma proposta de ensino que simula a prática profissional, onde o projeto é um exercício pedagógico. Assim,

alguns aspectos do contexto de projeto podem ser desenvolvidos, tais como o público-alvo (geralmente também fictício), os requisitos e as restrições. Essa relação é desenvolvida com maior profundidade no Capítulo 4.

Já na prática profissional os clientes, o público-alvo e os *stakeholders* possuem características individuais que variam desde a sua comunicação (que inclui, por exemplo, a linguagem verbal, visual e seus significados) até a demografia e fatores sociais específicos. Além disso, também existe o contexto interno da organização, que pode incluir características como cultura, visão e objetivos da empresa, as atribuições do profissional dentro do projeto como um todo, além das já mencionadas limitações e restrições do processo de desenvolvimento e da implementação. Levar em consideração esse contexto, para Villas-Boas, é determinante para o profissional de design gráfico:

Um cartaz profissional de design gráfico leva em conta componentes próprios de um dado contexto comunicacional, e justamente a consideração desse contexto é que caracteriza o cartaz como profissional [...]. Amador significa - além de em certeza medida ineficiente - estar fora do aparato técnico-conceitual de uma dada área profissional. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 31–32)

Uma das competências do designer profissional, portanto, passa a ser entender esses contextos internos e externos no qual o projeto se insere ao passo em que adquire a responsabilidade de se reportar a eles. Caso contrário, corre-se o risco de não alcançar um resultado de projeto efetivo ao público-alvo ou não obter a aprovação técnica dos seus gestores ou supervisores no processo de desenvolvimento de alternativas. Essa competência se desenvolve, além do estudo formal e teórico, a partir da prática e da experiência profissional e não é intuitiva, como apontam Heller e Vienne:

Os designers gráficos usam todos a mesma linguagem (e usam os mesmos jargões) mas o design gráfico não é um trabalho intuitivo. [...] Ele não pode ser feito sem conhecimento da tarefa, gênero ou meio em questão. [Tradução do autor] (HELLER; VIENNE, 2015, p. 15)

O segundo aspecto, não-linearidade, se trata do tempo em que acontecem as etapas de um projeto. É comum nos cursos de graduação, a partir de um determinado método de projeto, se estabelecer diferentes etapas como pesquisa, análise, síntese e geração. Essas etapas, por sua vez, são ensinadas e praticadas uma a uma como forma de treinar os alunos na prática projetual. A linearidade

desse processo permite a análise e a avaliação independente de cada uma das etapas e diminui a complexidade inerente ao projeto, de forma semelhante a divisão que propõe o método cartesiano, como descrito por Munari (1981). Já ao lidar com clientes na prática profissional, o designer passa a se relacionar com supervisores, colegas de trabalho e outros departamentos que não necessariamente são compostos por designers que têm conhecimento ou aplicam métodos de projetos como os aprendidos na graduação. Isso significa, na prática, que o fluxo de trabalho é determinado por terceiros e, principalmente em cargos de entrada ou de assistentes, não está sob controle do designer. Em decorrência, a divisão das demandas do projeto é feita entre diferentes profissionais de forma que elas acontecem simultaneamente e se sobrepõem durante todo o processo. Da mesma forma, não é raro a mudança de decisões ou propostas anteriores que necessitam de ser revisadas devido a novos fatores que se incluem no projeto após a definição inicial do seu escopo.

Somado a isso, como observa Flávio Cauduro, a medida em que o designer desenvolve suas experiências profissionais, o processo de projetar também passa a ser mais fluido e menos regrado, tornando etapas que antes eram bem definidas em processos aparentemente intuitivos ou conjuntos à outras etapas:

Ele observa [Flávio Cauduro, 1996] que, comparando a prática diária do design com os clássicos modelos de atividade projetual oferecidos pela bibliografia que está na base dos cursos de design, "sentimentos e verificamos que (...) são demasiado ordenados e lineares". E conclui: a experiência profissional mostra que as etapas de projeção estanques propugnadas pelos modelos clássicos acabam sendo processadas e imaginadas "quase que simultaneamente, intermitente, subconsciente e desordenadamente" (VILLAS-BOAS, 2003, p. 19)

No terceiro aspecto, implementação, se consideram questões referentes a passagem do trabalho intelectual do projeto ao trabalho manual da produção, como ocorre em produtos físicos e digitais. Tradicionalmente o papel do designer requer o desenvolvimento de um modelo que determina um produto a ser produzido em escala industrial. Essa separação entre projeto e produção é uma característica marcante da sociedade industrial e é análoga a separação entre mão e cabeça, fenômeno criticado por Richard Sennett, em *O Artífice*: "*A civilização ocidental caracteriza-se por uma arraigada dificuldade de estabelecer ligações entre a cabeça e a mão, de reconhecer e estimular o impulso da perícia*

artesanal". (SENNETT, 2009, p. 8)

Atualmente, mesmo com a diversificação da atividade do design, a produção ainda é parte crucial do desenvolvimento de produtos e serviços, ainda que não necessariamente envolvidos com a indústria. No design gráfico impresso, por exemplo, a etapa de produção gráfica é a responsável pela materialização do produto final, enquanto no design gráfico digital aplicado no desenvolvimento de aplicativos, por exemplo, as etapas de desenvolvimento e programação são as responsáveis pela implementação da usabilidade do software. Em ambos os exemplos, o designer depende de outros profissionais para interpretar o modelo desenvolvido e traduzi-lo em um produto final de acordo com as especificações estabelecidas. Heller e Vienne ressaltam o valor das oficinas nas universidades ao propiciar a experiência de implementar soluções projetadas:

Como se pode projetar sem conhecer os meios de produção? Para um designer, estar desvinculado do produto final, qualquer que seja ele, é como ser um médico que nunca lidou com um corpo humano. Confira os laboratórios e workshops que oferecem conhecimento em produção. [Tradução do autor] (HELLER; VIENNE, 2015, p. 303)

Portanto, no contexto profissional o conhecimento dos meios de produção de determinada área e o contato direto com os outros profissionais envolvidos no processo passa a ser crucial para que a solução projetada seja efetiva na prática. Villas-Boas reforça essa importância em um exemplo do processo de impressão offset através da quantidade de fases envolvidas no processo:

Nessa situação modelar [produção de um cartaz pelo processo offset], entre a solução inicial pensada pelo designer gráfico e a concretização do cartaz, passa-se por pelo menos cinco fases nas quais interferências que podem escapar ao controle do designer talvez acabem se tornando determinantes do resultado: o exame do(s) cliente(s), o processo de impressão, a etapa de acabamento e a própria distribuição. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 56)

O quarto aspecto, a relação com os clientes, se trata da dinâmica de interação entre o designer enquanto profissional oferecendo um serviço e um interlocutor enquanto cliente contratando esse serviço para atender uma demanda ou necessidade. No cenário da graduação, a figura do cliente é personificada através do professor, que define geralmente uma proposta de trabalho e avalia seus resultados ao final do processo. Já na prática profissional, o cliente pode ser diretamente o contratante do serviço, uma pessoa física ou representante de uma

pessoa jurídica (aqui considerado como “cliente final”), ou então o supervisor do designer empregado (aqui considerado como “gestor”).

A depender da hierarquia da organização, existem casos em que o contato entre designer e cliente final não existe diretamente e cabe a um setor específico realizar o atendimento e repassar as informações que este avalia como necessárias para o primeiro. Nesse caso, a relação passa a ser estabelecida unicamente com o gestor, que por sua vez orienta o andamento do projeto, avalia seus resultados e reporta o andamento ou a finalização ao cliente final.

Uma das questões mais delicadas dessa relação está na tensão gerada através da necessidade de tomar decisões a respeito do andamento do projeto. Também a depender da estrutura e organização da empresa, o cliente final tem maior ou menor espaço para orientar e opinar a respeito do projeto, enquanto o designer também tem maior ou menor autonomia de acordo com seu cargo e experiência profissional. Esse equilíbrio entre autonomia e poder de decisão de ambos os lados é crucial para o andamento do projeto, uma vez que ambos precisam estar de acordo para prosseguir com etapas interdependentes. Villas-Boas discorre sobre esse conflito:

Não se trata exatamente de uma regra geral, mas nada há de mais irritante para boa parte dos designers do que os palpites e exigências que o cliente costuma fazer diante do layout de um projeto que o primeiro elaborou e o segundo encomendou. A relação entre o designer e o cliente guarda sempre uma tensão potencial, pois entre os dois há um dado objeto cuja autoria tem, necessariamente, de ser compartilhada. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 51)

Se, por um lado, o designer desenvolveu o conhecimento teórico e prático e tem as ferramentas necessárias para abordar a necessidade de projeto da forma mais eficiente, por outro o cliente, de forma geral, desenvolveu o *know-how* do negócio em questão através da experiência prática de gerenciá-lo ou de fazer parte de um quadro de funcionários essencial para que ele funcione. A dificuldade de comunicação e acordo entre ambas as partes pode resultar em gargalos no decorrer do projeto e em retrabalhos, gerando prejuízos em prazos ou até mesmo financeiros. Como forma de resolução desses atritos, a autoria do projeto precisa ser, portanto, compartilhada.

Essa tensão gerada em torno do poder de decisão no projeto perpassa, assim, o quinto aspecto: autonomia e autoria. Para discutir ambos os conceitos é preciso,

primeiramente, considerar que essas são questões herdadas dos campos da sociologia e das artes e que ressoam historicamente no design. Sennett define autonomia como o oposto de autoridade, sendo um “*trabalho autossuficiente realizado sem a interferência de outros*” (SENNETT, 2009, p. 68). Para o autor, quando se analisa as relações em um espaço de trabalho físico e social compartilhado através do conceito de oficina, como eram por exemplo as oficinas medievais e como são atualmente em certa medida os espaços de trabalho desde laboratórios científicos a empresas de grande porte, a relação entre autonomia e autoridade é uma peça central: “*A história social das oficinas dá ênfase à maneira como as instituições se organizam para encarar a autoridade*” (SENNETT, 2009, p. 69). Sennett descreve que, de forma genérica, a autoridade se define quando:

“[...] o mestre estabelece as condições do trabalho que é feito pelos outros sob sua direção. Nisto, o ateliê do artista renascentista se diferenciava pouco da oficina medieval ou do moderno laboratório científico” (SENNETT, 2009, p. 84)

No contexto da prática profissional do designer inserido em uma organização, o gestor e o cliente final possuem, em diferentes medidas, o controle da autoridade sobre o trabalho realizado nesse espaço. Já o designer passa a se legitimar como autoridade a partir da técnica, à medida em que desenvolve suas habilidades, ocupa cargos de maior responsabilidade e por consequência se vale de uma maior autonomia. Nesse ambiente, como explica Sennett, também se dá uma valiosa troca entre os profissionais, pois aqueles com maior experiência direcionam os novatos. Ou seja, é através da vivência no ambiente profissional que se consolida a própria prática:

Por isto é que não devemos abrir mão da oficina como espaço social. No passado como no presente, as oficinas estabelecem um movimento de coesão entre as pessoas através dos rituais do trabalho, seja um cafezinho tomado no corredor ou uma parada urbana; através do ensino e orientação, seja na formalizada paternidade de substituição da época medieval ou no aconselhamento informal no local de trabalho; através da troca direta de informações. (SENNETT, 2009, p. 88)

Villas-Boas, por sua vez, traz um olhar a partir de Marx para descrever a relação do designer com o seu próprio trabalho, que para ele é alienado. De forma simplificada, o conceito de alienação no trabalho trata da desconexão entre o trabalhador e o fruto do seu trabalho, como explica Quintaneiro:

Segundo ele [Marx], o fato econômico é “o estranhamento entre o trabalhador e sua produção” e seu resultado é o “trabalho alienado, cindido” que se

torna independente do produtor, hostil a ele, estranho, poderoso e que, ademais, pertence a outro homem que o subjuga - o que caracteriza uma relação social. (QUINTANEIRO, 2003, p. 49)

Em suma, o operário não se reconhece no produto que criou, em condições que escapam a seu arbítrio e às vezes até à sua compreensão, nem vê no trabalho qualquer finalidade que não seja a de garantir sua sobrevivência (QUINTANEIRO, 2003, p. 51)

Assim, Villas-Boas relaciona a ideia marxista de alienação intrínseca ao sistema de produção capitalista diretamente com o acirramento da tensão entre designer e cliente no ambiente profissional das organizações:

Dependendo do grau de comprometimento do designer gráfico com as relações sociais de produção próprias do capitalismo (ou seja, dependendo do grau de alienação dele para com o produto do seu trabalho) em combinação com o grau de interferência do cliente, esta tensão latente tende a ser atenuada ou, ao contrário, chegam às raias do rompimento do pacto do trabalho.

Assim, se o designer trabalha para uma determinada agência cujos clientes são grandes empresas cujas estratégias de identidade e promoção são determinadas por departamentos de marketing, o grau de alienação é, por definição, bem maior. (...) A convivência entre o designer e as diversas instâncias hierárquicas pelas quais o projeto terá que passar para ser aprovado possui um menor grau de tensão e o conflito essencial que daí decorre é automaticamente sublimado, sem grandes problemas no que concerne ao andamento do trabalho em si.

Mas, se ao contrário, se o trabalho guarda um menor grau de alienação, a relação entre designer e cliente é marcada por uma tensão cuja potencialidade tem de ser administrada continuamente, em prol do bom andamento do processo da consecução do produto final. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 51)

Sendo assim, é possível traçar uma relação entre autonomia, a partir de Sennett, e alienação, a partir de Marx, como abordado por Villas-Boas: Se para o primeiro a busca do artífice por autonomia, em contraste à autoridade, é a disputa que define as oficinas enquanto lugares sociais, para o segundo o ambiente profissional já é marcado pela alienação inerente ao modelo capitalista, que por definição retira dos trabalhadores a autonomia e garante esse aparente equilíbrio. Em ambos os pontos, é possível concluir que a busca do designer por autonomia é, de uma forma ou de outra, uma origem de conflitos no ambiente profissional.

Ao comparar arte e design, Forty defende que por sua origem industrial, o trabalho do designer intrinsecamente carece de autonomia, pelo menos nas relações de dependência características à produção de bens manufaturados:

A distinção crucial [entre design e arte] é que, nas condições atuais, os objetos de arte são em geral concebidos e feitos por (ou sob a direção de) uma pessoa, o artista, enquanto isso não é verdade para os bens manufaturados. A concepção e a fabricação de sua obra permitem aos artistas considerável

autonomia, o que levou à crença comum de que uma das principais funções da arte é dar livre expressão à criatividade e à imaginação. Seja correta ou não essa visão da arte, o fato é que ela certamente não é verdade para o design. (FORTY; SOARES, 2007, p. 9)

Em contraste ao caráter individual, e por consequência de autoria única, do artista, Villas-Boas ressalta que no design a autoria pode ser considerada na verdade apenas como “autoria última” porque, como observado anteriormente, o processo de projetar engloba uma série de autores envolvidos em cada uma de suas etapas dando ao trabalho portanto um caráter coletivo.

A autoria em design, em geral, se reveste de um teor coletivo que inclui tanto o designer propriamente dito quanto o cliente que encomendou o projeto, a eventual intermediação de agentes entre um e o outro [...], os integrantes do processo de produção [...], a conformação do público-alvo segundo a concepção do designer, do cliente e dos agentes intermediadores e, finalmente, a própria inserção simbólica do produto junto ao público alvo. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 55)

3.3.5 Estigmas da arte e da criatividade

Para além da autoria, a criatividade é uma das ideias mais amplas que permeiam o design e a arte, sendo comumente associada à figura do profissional e trazendo consigo uma série de estigmas em relação ao trabalho criativo como um todo. A comparação e associação do design com a arte é inevitável, uma vez que o design surgiu historicamente a partir da arte e do artesanato. Ainda assim, ambos possuem aspectos e contextos que os diferenciam essencialmente. Não por acaso, o design se tornou uma disciplina autônoma com seus próprios fundamentos teóricos e tradições práticas, além de ter desenvolvido uma atuação profissional característica. Villas-Boas ressalta essa diferenciação:

[o design gráfico] só se configura como prática profissional e disciplina específicas a partir do momento em que deixa a esfera da arte. Assim, sua relação com a arte é umbilical e, portanto, sempre recorrente. Mas justamente por isso, design gráfico não é arte. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 69)

Como apontado anteriormente, o contexto do surgimento da profissão do design é a industrialização, e essa origem não é uma coincidência. Isso porque foi através da divisão do trabalho que a arte se separa da produção e dá origem ao papel do desenhista industrial. Villas-Boas aponta que é precisamente nesse momento que os campos da arte e do design se separaram:

A diferenciação entre esfera artística e esfera produtiva, entretanto, não é um

‘dado natural’, mas datado. É uma construção da modernidade, e tem origem na mecanização trazida pela primeira Revolução Industrial, no século 18. É aí que a esfera artística e a esfera produtiva tornam-se campos distintos - e pode-se substituir o binômio esfera artística / esfera produtiva, por arte / produção, arte / técnica, arte pura / arte aplicada, etc. (VILLAS-BOAS, 2003, p. 60)

Para Sennett, a divisão acontece não apenas na modernidade, mas em vários pontos no decorrer da história ocidental e está para além da arte e da produção, se estendendo a um nível epistemológico que divide teoria e prática em linhas ideológicas distintas.

A história traçou linhas ideológicas divisórias entre a prática e a teoria, a técnica e a expressão, o artífice e o artista, o produtor e o usuário; a sociedade moderna sofre dessa herança histórica. (SENNETT, 2009, p. 22)

Em diferentes momentos da história ocidental, a atividade prática foi menosprezada, divorciada de ocupações supostamente mais elevadas. A habilidade técnica foi desvinculada da imaginação, a realidade tangível, posta em dúvida pela religião, o orgulho pelo próprio trabalho, tratado como um luxo. (SENNETT, 2009, p. 13)

Esse afastamento pode ser visto ainda na ideia de descolamento do artista do mundo material e do trabalho criativo dos trabalhos ditos “mundanos”, um paradigma que dominou fortemente a tradição histórica artística e que em certa medida se estende até a contemporaneidade.

Este é o paradigma artístico que se consolida no século 19. A tradição acadêmica³ [...] tomou para si uma concepção romântica da arte como universo privilegiado e autônomo diante das relações sociais e de produção da sociedade industrial (VILLAS-BOAS, 2003, p. 62)

Como crítica a esse descolamento, Janet Wolff defende a necessidade de explicitar a ligação entre a arte e o contexto social e cultural onde se exerce sua atividade. Para tal, a autora reforça a relação de todas as atividades humanas com seus contextos sociais:

"Toda ação, inclusive a ação criativa ou inovadora, surge na conjunção complexa de numerosas determinantes e condições estruturais. Qualquer conceito de 'criatividade' que o negue é metafísico e não pode ser sustentado."
(WOLFF, 1982, p. 23)

Decorrente do desvinculamento da atividade artística do seu contexto histórico e social surge também a ideia de “criar” como sendo um dom. Dom este

³ Neste trecho, Villas-Boas usa a expressão “tradição acadêmica” no “*sentido dado ao termo na crítica da arte*” (p. 62), diferentemente da ideia de academia usada no restante desta pesquisa, que está associada ao meio científico e ao ensino formal superior.

que transcende as estruturas sociais e se destaca do trabalho braçal, manual, operacional. Por essa estreita relação com a arte, essa imagem de criatividade como dom também se estende ao design ao ponto de se estabelecer assim a imagem do *designer* como *criativo*, dotado de uma habilidade inata.

Endereçando essa questão, a autora discute amplamente como essa noção surge e dedica parte de seu livro *A Produção Social da Arte* à sua investigação e refutação. Segundo ela, não há diferenças entre a criação artística e qualquer outra criação prática.

"[Este livro] argumenta contra a noção romântica e mística da arte como criação do 'gênio', que transcende a existência, a sociedade e a época, e defende o ponto de vista que ela é antes a construção completa de vários fatores reais, históricos." (WOLFF, 1982, p. 13)

Dentro deste imaginário sobre a figura do artista também se inclui, além da ideia de dom, a falta do desejo de integração social ou a superioridade em relação às necessidades individuais, sendo acima de tudo um transgressor da realidade dita "comum":

"O inadmissível é um terceiro ponto de vista segundo o qual faz parte da natureza da arte que os seus praticantes não sejam mortais comuns; que necessariamente trabalhem sozinhos, desligados da vida e da interação social e, com frequência, em oposição aos valores e práticas sociais. O artista/autor/compositor como pária social, passando fome numa mansarda, persiste como uma ideia comum de um tipo social, e assim uma forma particular de uma figura histórica é transformada em definição universal" (WOLFF, 1982, p. 24)

Logo a partir do primeiro capítulo a autora traça a origem desta imagem do artista solitário como uma noção romântica do século XIX, decorrente também do individualismo característico do capitalismo industrial e da separação do artista de classes sociais bem definidas, marcada pelo fim do sistema de patrocínio onde os trabalhos eram encomendados por protetores aristocráticos (WOLFF, 1982, p. 25).

Wolff reforça como apesar dessa “definição universal” não ser completamente infundada, ela se trata na verdade de um retrato de uma época e local específico e que por ser generalizada ignora diversas outras realidades que não se incluem nesse contexto. Dentre essas outras realidades, estariam incluídos também os artistas gráficos que trabalham para a indústria e por extensão grande parte dos designers profissionais.

"Se essa concepção está certa quando fala do declínio das encomendas seguras e do protetor digno de confiança, ignora novas formas de patrocínio e de emprego para

os artistas, muitos dos quais estão, na verdade, integrados como artistas, em vários ramos da produção e da organização capitalistas. Nas artes plásticas, essa nova situação incluiria os artistas gráficos que trabalham para a indústria, desenhistas, artistas de publicidade, artistas comunitários, etc." (WOLFF, 1982, p. 25)

Ou seja, ao contrário do que a associação entre design e arte unida ao paradigma do artista genial sugerem, a partir de Wolff pode-se dizer que o designer gráfico é um dos exemplos que contradizem essa percepção ao passo em que, diferentemente dos artistas, está diretamente ligado à produção e a organização capitalista e portanto intimamente ligado aos aspectos materiais e sociais da humanidade.

Ainda assim, esses estigmas ainda podem ser observados atualmente com clareza tanto nas diversas representações do artista e do designer profissional. Essas representações se mantêm vivas no imaginário popular e influenciam no contexto social e cultural no qual se inserem também futuros estudantes e profissionais do campo e devem ser levadas em consideração ao analisar ambos os contextos.

3.4 Metodologia projetual

No centro da atividade de design está a prática de projeto. Villas-Boas (2003) defende que, da mesma forma, a metodologia é a razão de ser do design e toda prática requer uma metodologia própria e intencional, ainda que não formalizada academicamente.

A racionalização característica na história da profissão deu origem a uma variedade de propostas de sistematização e teorias para explicar e ensinar a prática cotidiana. Assim, a metodologia projetual também marcou o desenvolvimento do campo através de discussões que refletem os diferentes períodos e movimentos culturais. Antes de aprofundar os aspectos específicos da metodologia no design é importante diferenciar método e metodologia, termos comumente usados como sinônimos. Segundo Santos:

O termo “metodologia” muito frequentemente é erroneamente utilizado como sinônimo de “método”. Metodologia é a ciência que estuda os métodos. [...] Sob o ponto de vista etimológico “metodologia” tem como origem os termos meta (ao longo de) e hodós (via, caminho, organização do pensamento). (SANTOS, 2018, p.

15)

Portanto, nesta seção serão abordadas questões referentes à história da metodologia de design, bem como os contextos que a influenciaram ao longo das décadas. É importante ressaltar que a metodologia científica se desenvolveu também nos outros campos do conhecimento durante todo o percurso da Ciência Moderna, cujo início foi marcado pela consolidação do método hipotético-dedutivo a partir do século XVII. Freitas et al. conceituam a metodologia de design a partir de Bomfim, um dos precursores no estudo dos métodos de design no Brasil, e de Munari da seguinte forma:

Para Bomfim (1995), metodologia é a ciência que se ocupa do estudo de métodos, técnicas ou ferramentas e de suas aplicações na definição, organização e solução de problemas teóricos e práticos, sendo a Metodologia de Design, a disciplina que se ocupa da aplicação de métodos a problemas específicos e concretos. O autor concorda com Munari (1981) e pondera que métodos e técnicas são instrumentos de ordenação e organização, e conseqüentemente, suporte lógico ao desenvolvimento de um projeto." (FREITAS; COUTINHO; WAECHTER, 2013)

Assim, os métodos de design se estruturam comumente como processos delimitados através de fases ou etapas específicas. Os primeiros esforços de racionalização do processo de Design através de estudos em metodologia se deram a partir da década de 50. A HfG Ulm foi uma das escolas especializadas em design que conquistou maior avanço nesse aspecto (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010, p. 4).

Segundo Moura (2020) o projeto pedagógico de Ulm primava pela qualidade técnica, formal e pela prática focada em projeto, com grande foco na relação entre a tecnologia e a produção industrial. Seus avanços nos estudos da metodologia do design tiveram origem na necessidade de permitir maior flexibilidade aos designers para lidar com as exigências tecnológicas e industriais. Um modelo pedagógico, então, foi constituído entre 1956 e 1958 através da estreita relação entre design, ciência e tecnologia e primando pelo funcionalismo, definido pela autora como “*a resolução de problemas de forma prática, lógica e eficiente levando em consideração a cultura local*” (MOURA, 2020, p. 95). A influência de Ulm ainda está fortemente presente no design de produtos contemporâneo através da internalização do mercado característica do final do século XX (LAWSON; DORST, 2009, p. 221).

A partir da década de 60 a metodologia de design ganha maior destaque em Ulm e no mundo, com o aumento da percepção da complexidade dos produtos industriais (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010; MOURA, 2020). Ainda assim, até os anos 70, a influência dominante na metodologia de design era o pensamento cartesiano que propunha dividir um problema complexo em quantas partes quanto forem necessárias, de modo que as soluções parciais se somam em uma solução geral. Essa lógica deu origem a diversos métodos tradicionais em design e é adotada por autores até a atualidade (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010, p. 2).

Designers como Munari (1981), Löbach (2001) e Baxter (2011) desenvolveram métodos de projeto em design que ainda hoje influenciam o ensino nas universidades. Sendo assim, diversas grades curriculares em cursos superiores de design no Brasil adotaram e mantiveram o ensino pautado em metodologias de projeto na tentativa da consolidação de uma "*cultura de projeto*", como define Argan (1993). Nesse pensamento é perceptível a influência da tradição da Escola de Ulm importada através da fundação da Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro a partir dos anos 60, a primeira a oferecer curso superior de design no país.

Linden et al (2010) citam historicamente as obras mais influentes no estudo de metodologia em design: nos anos 50, *Designing for People* (Henry Dreyfuss, 1955) consistiu na formalização de Dreyfuss da sua prática entre os primeiros grandes nomes do design americano e que contribuiu para uma cultura de projeto de produtos orientada ao mercado. A partir dos anos 60, o livro *Estrutura das Revoluções Científicas* (Thomas Kuhn, 1962) representou uma mudança de paradigma através da crítica aos modelos existentes, juntamente com a *Conference on Design Methods* (1962), que acontece impulsionada pelo movimento de racionalização do processo de design. Nessa época diversos modelos para métodos de projeto surgiram, como o modelo de Bruce Archer (1963) que traz uma das primeiras descrições do processo projetual, juntamente com o modelo de Morris Asimow, que já considerava o ciclo de vida do produto e os modelos de French e de Pahl e Beitz, que surgem nos ambientes empresarial e acadêmico e visavam reduzir a incerteza no desenvolvimento de novos produtos.

Entre os anos 70 e 80, como resultado da Conference on Design Methods, Jones publica o livro *Design Methods* (John Jones, 1970) com fundamentos teóricos e práticos para a prática de projeto, e *Essays in Design* (John Jones, 1984) como influência do novo paradigma trazido por Kuhn, Popper e Feyerabend, contendo fortes críticas aos modelos reducionistas na metodologia de design. No Brasil, o primeiro livro sobre metodologia é publicada por Bomfim et al., *Fundamentos de uma Metodologia para Desenvolvimento de Produtos* (Gustavo Amarante Bomfim, Lia Mônica Rossi e Klaus-Dieter Nagel, 1977), seguido na década seguinte por *Metodologia Experimental* (1984) de Gui Bonsiepe, através de iniciativas do CNPq.

Além disso, as obras *As Ciências do Artificial* (Herbert Simon, 1968) e *The Reflective Practitioner* (Donald Schön, 1983) tiveram grande influência epistemológica no campo e serviram de base para mudanças de paradigma nos métodos e abordagens no design, consolidando os paradigmas da solução de problemas e da prática reflexiva, respectivamente, como descreve Dorst (1995).

Atualmente, dois modelos de grande relevância citados por Linden são o *Double Diamond* (Design Council, 2007) e o *Design Thinking* (Tim Brown e IDEO, 2008), que se valem da premissa de não-linearidade. O conceito de não linearidade foi trazido pelo modelo de L. J. March (1984) através do pensamento abduutivo baseado em C. S. Pierce e representou uma nova abordagem em comparação aos métodos tradicionais, onde a linearidade era dominante e a retomada de etapas anteriores era comumente percebida como uma forma de resolver erros no processo. Cross (2008 apud. LINDEN, 2010) compartilha dessa abordagem ao descrever uma possibilidade flexível de seleção de métodos para desenvolvimento de produtos, baseado, além de outros fatores, no estilo cognitivo do designer.

3.4.1 As ferramentas na prática de projeto

Para a realização de estudos que possibilitem o entendimento de como se dá efetivamente a prática do design, pesquisadores trouxeram o foco de suas investigações para as ferramentas utilizadas pelos praticantes. Stolterman e outros

(2009) realizaram uma pesquisa exploratória e informal em pequena escala através de entrevistas com estudantes de design de interação a nível de mestrado e doutorado com e sem prática profissional. O objetivo foi trazer alguns *insights* e definir um ponto de partida a respeito do uso de ferramentas no design. Os autores trazem uma definição bastante abrangente de ferramentas de design (*designerly tools*), que se liga diretamente às atividades práticas:

Nós definimos *designerly tools* como métodos, ferramentas, técnicas e abordagens que auxiliam a atividade de design de forma que sejam apreciadas por designers de interação praticantes [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 1)

Em uma revisão de estudos anteriores, Stolterman cita que outros autores já trouxeram conclusões a respeito da percepção de designers praticantes sobre métodos formais e técnicas baseadas em pesquisa acadêmica. Dentre elas, houveram críticas a respeito da utilidade e da adequação desses métodos.

Abordagens baseadas em pesquisa foram criticadas por serem muito complexas, muito teóricas, demandarem muito tempo para usar e requererem muito conhecimento ou aprendizado do praticante [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 2)

Como consequência dessa inadequação, também foi relatado que as ferramentas *formais* acabam por raramente serem usadas, dando espaço para técnicas com as quais os designers já estão acostumados e sabem usar com maior familiaridade. É importante observar que mesmo teorias são vistas como ferramentas, o que significa que elas, assim como os métodos, são avaliadas de acordo com a sua utilidade prática no contexto profissional.

“Interpretamos seus resultados [Clemmensen, 2005] como indicação de que teorias são vistas em muitos casos como “ferramentas” por designers. [...] Bailey, Konstan e Carlis (2001) perceberam que muitas ferramentas de design multimídia caem em desuso. Outro achado interessante que se relaciona com nosso trabalho, no sentido de que ele confirma a suposição de que modelos e metodologias formais de design raramente são usados no processo de design.” [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 3)

Os critérios “familiaridade” e “adequação aos objetivos” apareceram de forma recorrente durante as análises e parecem guiar de forma mais frequente a escolha cotidiana dos praticantes, mesmo em detrimento de critérios que formalmente seriam definidos prioritários como eficiência ou finalidade original da ferramenta.

“Os autores [Newman e Landay, 2000] defendem baseados em seus estudos que

todos os designers estudados, especialmente os mais experientes, tendem a ser fortemente envolvidos com as ferramentas que utilizam. Eles admitiram utilizar suas ferramentas preferidas para tarefas que talvez pudessem ser realizadas de forma mais fácil com outra ferramenta. O ganho potencial em usar um novo programa não superou a inconveniência de precisar aprendê-lo. [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 2)

Nesse ponto a perspectiva dos praticantes se difere essencialmente dos pesquisadores, uma vez que o segundo grupo, de forma geral, tem por princípio o estudo e aprofundamento da teoria com propósito de geração de conhecimento. Também é interessante perceber que até mesmo o uso da metodologia de pesquisa ganha um novo propósito ao ser introduzida a um novo contexto, onde passa a ser ressignificada na prática.

A metodologia de pesquisa é em muitos casos, apesar de nem sempre, uma forma de estabelecer um entendimento de um fenômeno através da explicação da sua constituição. Entretanto, no design, o propósito geral é o oposto, se trata de unir coisas em algo novo—uma composição com qualidades novas e emergentes. [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 5)

Assim, é possível entender que as ferramentas usadas pelos designers – ou seja, tudo que intermedia a prática para alcançar os objetivos do projeto, incluindo a teoria e os métodos – se mostram bastante diferentes na forma como são desenvolvidos e usados de fato. Esta poderia ser uma indicação de que as teorias e os métodos acadêmicos na verdade não contemplam totalmente as realidades dos designers na prática. Essa diferença entre uso esperado e uso real contrasta também os critérios utilizados em ambos os ambientes e seus propósitos. Stolterman reforça essa conclusão ao citar o aspecto da *ressonância da racionalidade*.

“Uma observação feita foi que o contexto do qual a ferramenta se origina influencia as suas características. Isso significa que se uma ferramenta é desenvolvida num ambiente de pesquisa parece que a ferramenta de forma geral reflete aspectos da metodologia de pesquisa e seu foco na sofisticação teórica e o rigor metodológico, e se desenvolvidas na prática refletem as práticas existentes e seu foco na utilidade e relevância. Isso não é estranho nem novo, mas nos mostra a necessidade do que chamamos de *ressonância da racionalidade* (Stolterman, 1984). Ressonância da realidade aponta para a ideia de que ferramentas de design úteis precisam refletir uma racionalidade que está em ressonância com o que os designers vivenciam como a racionalidade implícita em suas práticas” [Tradução do autor] (STOLTERMAN et al. 2008. p. 12)

Assim, essa reflexão sobre ferramentas, técnicas e métodos indica, por um lado, que os ambientes acadêmicos e profissionais se tratam de contextos

fundamentalmente diferentes e que podem afetar diretamente a forma como os designers aprendem e praticam as atividades de projeto; e por outro, que a mera transposição de conclusões e propostas práticas de um contexto para o outro incorre no risco de incompatibilidade ou ressignificação.

3.5 Síntese

Neste capítulo foram apresentados diversos conceitos e características do campo do design e da prática do design gráfico. Levantou-se, a princípio, as confusões e os constantes debates a respeito dos termos design, projeto e a sua relação com o campo da arte. Esses debates contribuem para entender os desentendimentos comuns a respeito do ensino e da prática do design nos ambientes acadêmicos e profissionais e revelam uma série de fatores que podem explicar as divergências entre ambos os contextos.

Foram abordados também os estudos anteriores a respeito do universo profissional, do mercado de trabalho e das características dos seus profissionais e suas práticas cotidianas com o objetivo de melhor analisar a experiência e as dificuldades vividas nesse ambiente. Por fim, levantou-se brevemente as influências histórico-culturais na metodologia de design e as iniciativas anteriores do estudo das ferramentas e técnicas usadas e projetadas para os designers atuantes, que tornou possível observar as especificidades da prática de projeto nos diferentes contextos.

4

Relações entre o ensino de projeto e a prática profissional

Assim como a prática profissional se insere em um contexto de características singulares, o design nos ambientes acadêmicos carrega sua própria história e tradições que permeiam o ensino nesse meio. O campo se desenvolveu e transformou desde sua consolidação, dando origem a variadas abordagens, teorias e sistematizações com o objetivo de aprofundar e difundir o conhecimento acerca da natureza do design e das suas práticas. Assim, o presente capítulo descreve através da bibliografia as principais características e paradigmas do ensino formal de projeto em design em nível superior no Brasil e no mundo.

4.1 Design como disciplina científica

Como posto anteriormente, a prática profissional no campo não requer uma formação de nível superior nem mesmo ensino formal propriamente dito. Ainda assim, atualmente o meio mais tradicional e estruturado de se aprender design é através das faculdades e universidades, em cursos de graduação e pós graduação.

Heller e Vienne recomendam ao designers que almejam se profissionalizar ou adentrar o campo que, apesar de ser possível aprender por conta própria e do aprendizado a partir trabalho ser uma alternativa viável, para não se limitar apenas ao uso mecânico de softwares, cursos de ensino superior são fortemente recomendados pois, segundo os autores, os aprendizados teóricos e práticos fundamentais são melhor desenvolvidos em sala de aula (HELLER; VIENNE, 2015, p. 300).

Essa visão do ensino universitário como o centro para formação profissional e voltado ao mercado não é nova. Historicamente, as primeiras escolas formais especializadas em design, tanto no Brasil como no mundo, surgiram através de um esforço sistematizado para formação de profissionais para atender a indústria em expansão a partir do crescimento populacional do século XIX (MOURA, 2020;

NIEMEYER, 2007). Da mesma forma, no século seguinte o desenvolvimento dos métodos projetuais foi impulsionado pela Guerra Fria e pelo interesse em áreas do conhecimento emergentes. Assim, o desenvolvimento científico do campo se orientou nesse período pela busca da legitimação da profissão e do reconhecimento acadêmico do design através da racionalização de seus processos (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010, p. 4).

Desde então, o design passou por grandes mudanças até se consolidar como uma disciplina independente. Na virada do milênio, Buchanan caracteriza um campo como “*um corpo de métodos e processos e uma comunidade de indivíduos que busca entender os princípios operacionais que moldam o campo*”. O autor pontua em seu discurso no congresso latino americano da Icoграда (*International Council of Graphic Design Associations*) a tendência, hoje já consolidada, da expansão do design como um campo de estudo científico independente a partir da colaboração de indivíduos motivados a entender a natureza do design e impactar a prática a partir da teoria (BUCHANAN, 1998, p. 64).

Archer (2005) e Cross (2006) defendem que o pensamento, a cognição e a prática de design se desenvolveram com características próprias que as distinguem, inclusive, dos demais campos da ciência. Como reflexo, o ensino de design, em especial das universidades, atualmente abrange aspectos mais amplos do que a prática profissional. Assim, o desenvolvimento da pesquisa em design o alavancou de uma atividade técnica industrial a um campo autônomo de conhecimento que hoje compõe a cultura humana ao ponto em que será cada vez mais provável a presença de estudantes em cursos superior de design que não almejam se inserir na prática profissional, mas que veem no design uma preparação para diversas outras carreiras (BUCHANAN, 1998, p. 65–66).

4.2 Papel do ensino universitário

A premissa de que o principal objetivo do ensino em design é a preparação para a prática profissional se estabeleceu entre profissionais e educadores, ainda como tradição da época industrial em que o design se definia como uma atividade técnica. Essa noção, segundo Buchanan, deve ser questionada uma vez que coloca

a educação em um patamar inferior à prática (BUCHANAN, 1998, p. 64). Uma visão semelhante também é percebida por Lawson e Dorst a partir da análise de cartas redigidas por empregadores de designers formados contendo críticas a respeito da qualificação de seus empregados. Eles observam que os empregadores esperam que os designers graduados tenham a expertise necessária para garantir a competência profissional, mas que devido a uma série de razões isso não é possível (LAWSON; DORST, 2009, p. 214).

Segundo os autores, os quatro principais motivos são a vastidão do campo do design, a profundidade da expertise, a ideia de universidade como espaço preparatório para a prática e o tempo. Primeiramente é posto que por conta da diversidade de especializações possíveis, seria inviável abranger atuações o suficiente para satisfazer todos os empregadores. Em segundo lugar, existem níveis de expertise muito além do que a graduação pode aprofundar. O terceiro ponto é que existem diversos aspectos da prática profissional como fatores comerciais, legais e técnicos que não poderiam ser facilmente simulados no ambiente acadêmico. Por fim, o último motivo é a rapidez das mudanças do mundo atual, o ensino de práticas como o uso de softwares pode rapidamente ficar defasado até que o estudante conclua o curso. (LAWSON; DORST, 2009, p. 214).

Sendo assim, ficaria então ao ensino técnico ou profissionalizante o papel de exclusivamente ensinar habilidades técnicas para exercer o design como um ofício e preparar o estudante para se inserir no mercado de trabalho. Ainda assim, Buchanan adverte que como as escolas técnicas têm como premissa principal o mercado, os ensinamentos dessa modalidade de formação também ficam condicionados a ele. Cabe atualmente então ao ensino universitário de design um papel mais complexo, incluindo além das habilidades técnicas fundamentais outros aspectos mais amplos que permitem formar um profissional liberal (BUCHANAN, 1998, p. 64).

A conclusão então, para Lawson e Dorst, é que em relação à formação profissional o ensino universitário deve oferecer aos estudantes na verdade uma fundação sólida de conhecimentos na qual estes possam se apoiar para desenvolver suas próprias habilidades e aprendizados no decorrer de suas carreiras, já que o condicionamento dos recém formados às demandas de

habilidades práticas comerciais os impediriam de se desenvolverem para além de convenções passageiras (LAWSON; DORST, 2009, p. 216).

Esse conflito a respeito do papel principal do ensino nas universidades não é exclusivo do campo do design e também pode ser observado em um nível mais amplo. A polarização entre áreas do conhecimento científico tem colocado recentemente em debate a função do ensino superior. Nesse contexto, Buller (2014) alerta para as consequências da polarização das áreas do conhecimento para o ensino superior e a liberdade de cátedra (no termo original: *academic freedom*) nas universidades. Partindo da dicotomia entre ciências e humanidades observada no século XX por C. P. Snow (2012), Buller traz a analogia de "*duas culturas*" para a visão do papel da educação superior nas universidades. Assim, revela duas perspectivas progressivamente polarizadas: a dos educadores, que veem de forma geral o ensino universitário como base para a formação integral do ser humano e para permitir aos estudantes "*contribuir para as maiores necessidades da sociedade*"; e a dos legisladores, governantes e gestores, nos quais domina a visão da formação universitária exclusivamente como treinamento profissional e investimento financeiro.

O alcance epistemológico da dicotomia se revela quando a segunda perspectiva, além de restringir o ensino acadêmico à garantia de empregabilidade, também restringe a importância do ensino às disciplinas as quais produzem pesquisas que poderiam, na visão dos gestores, alcançar esse objetivo: apenas as incluídas no plano STEM⁴ (ciências, tecnologia, engenharia e matemática). As consequências dessa visão a nível político se dão, por exemplo, através da redução de recursos financeiros por parte dos gestores e o foco prioritário, ou até exclusivo, em áreas cuja contribuição é vista como melhor investimento econômico. Buller exemplifica este impacto nos Estados Unidos pela fala do ex-governador da Flórida Rick Scott em 2011:

"Não precisamos de mais muitos antropólogos no Estado. É uma ótima carreira caso as pessoas quiserem seguir, mas não precisamos dela aqui. Eu quero gastar

⁴ Apesar da sigla STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) há algum tempo já ter passado por mudanças conceituais e adquirir frequentemente a forma de STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics) para incluir o campo da Arte como forma de valorização das humanidades, a nova perspectiva ainda não se mostra tão difundido quanto a original.

nossos dólares dando às pessoas formação em ciência, tecnologia, engenharia e matemática. É nisto que nossas crianças precisam focar todo o tempo e atenção delas, nesse tipo de formação, para que quando eles se formarem consigam um emprego." [Tradução do autor] (SCOTT, 2011, apud BULLER, 2014)

Mesmo oito anos depois, no Brasil também é visível postura comparável por parte do Governo Federal quando anunciou no mês de abril de 2019 cortes nos investimentos para as áreas de Filosofia e Sociologia nas universidades públicas com argumentos semelhantes.

Estas medidas governamentais nacionais e internacionais revelam, para além das questões filosóficas, problemas profundos de integração da comunidade científica com a sociedade, em especial a percepção da validade dos conhecimentos das ciências humanas e sociais. Estas questões escoam pelas áreas dos conhecimentos, incluindo o campo do Design, definido pela CAPES como ciências sociais aplicadas, na qual se desenvolve a presente pesquisa.

4.3 Paradigmas do ensino de design

A relação entre o ensino formal e a prática profissional se estende para além da formação de designers para a carreira e o mercado de trabalho. No design, especificamente, a história das instituições e escolas especializadas está intimamente relacionada aos valores, práticas e cultura do meio profissional.

Rafael Cardoso ressalta a importância dessa conexão:

O ensino tem exercido, ao longo do século 20, um papel fundamental na estruturação do design como campo profissional, principalmente em termos da transmissão de uma série de valores formais e ideológicos que transpassam as diversas manifestações do Modernismo internacional. (DENIS, 2000, p. 168 apud MOURA, 2020)

Essa influência também se dá no sentido oposto, visto que o modelo de educação tradicional em design se baseia principalmente na simulação da prática profissional, onde a avaliação do aprendizado é medido através do produto final do projeto desenvolvido. É possível definir o ensino superior em design como o meio que permite a transição do iniciante completo ao designer iniciado ao final da graduação (OXMAN, 2001, p. 269). Essa é uma definição importante porque reforça a perspectiva de Lawson e Dorst, que descrevem a graduação como um ponto de partida através da construção de um alicerce sólido de conhecimentos e

práticas.

O ensino de design é relativamente recente dentro das universidades, sendo que a maior parte das suas atuações teve origem a partir de ofícios artesanais e práticos, onde os profissionais aprendiam através do próprio trabalho. (LAWSON; DORST, 2009, p. 220). Historicamente, uma das origens mais influentes dos seus princípios e abordagens é o modernismo, datado das primeiras décadas do século XX e responsável na época por mudanças radicais de paradigmas educacionais e culturais (OXMAN, 2001, p. 271). Atualmente, ao mesmo tempo em que é possível perceber o modernismo perdendo sua centralidade e dando espaço a novas propostas e abordagens, as tradicionais instituições e sistemas de ensino ainda demonstram pressupostos e princípios modernistas em suas práticas (LAWSON; DORST, 2009, p. 222).

Assim, a partir de Oxman (2001) é possível descrever três paradigmas diferentes que se desenvolveram através da história do ensino em design e que se tornaram característicos nos cursos de graduação por todo o mundo: o estúdio, os exercícios formais e o design como forma de pensar.

O primeiro e possivelmente mais influente paradigma do ensino no design é o ateliê, o espaço físico onde se desenvolvem os projetos, somado às suas dinâmicas sociais e culturais. Também conhecido como estúdio, o termo descreve um meio destinado ao ensino de projeto que se baseia na prática supervisionada e tem o seu foco na solução de problemas (OXMAN, 2001, p. 271). É importante observar que, neste contexto, o ateliê se define como o estúdio onde se desenvolvem os projetos e não como uma oficina técnica.

Lawson e Dorst (2009) e Oxman (2001) citam a influência da escola francesa École des Beaux Arts e a integração do design com as belas artes e a arquitetura como responsáveis pela consolidação do modelo de ensino através do ateliê. Entre as principais características desse modelo, segundo Oxman, estão a definição de problemas como ponto de partida do processo, a simulação da prática profissional, o processo de design a partir de etapas bem definidas e o desenvolvimento gráfico conceitual das alternativas. Lawson e Dorst citam também características como o espaço compartilhado, o aprendizado através do fazer, horários irrestritos, e a integração.

Futuramente, a partir da influência pedagógica da Bauhaus, o tradicional modelo de mestre e aprendiz presente na École des Beaux Arts deu lugar a um ambiente de caráter mais coletivo onde os alunos aprendem em conjunto, consolidando o modelo de estúdio da forma que conhecemos atualmente (LAWSON; DORST, 2009, p. 220). O modelo do ateliê se popularizou imensamente e se tornou o meio educacional predominante em diversos campos projetuais como a arquitetura, o design de produtos e o design gráfico (OXMAN, 2001, p. 271).

Analisando o ateliê através da perspectiva do artífice trazida por Sennett (2009) se destaca a sua importância enquanto lugar social e as relações entre os estudantes e professores que se desenvolvem nesse ambiente, como apontam Lawson e Dorst:

O estúdio de design não é apenas um espaço físico, mas também um espaço social e cultural. Na verdade, são exatamente esses fatores sociais e culturais que estão entre as suas características mais importantes e preciosas (LAWSON; DORST, 2009, p. 224)

Oxman analisa ainda o paradigma do estúdio através das teorias pedagógicas de Dewey e Piaget. O aprendizado através da prática, na formulação de Dewey, descreve que as habilidades e conhecimentos podem ser adquiridos e aprimorados através do fazer e da realização de trabalhos reais que se relacionam com as competências almejadas. Piaget contribuiu com a educação através da resolução de problemas por meio de diferentes estágios de compreensão que surgem como resultado da interação e ação sobre problemas concretos. (OXMAN, 2001, p. 271).

Ainda que esteja presente quase unanimemente no ensino do design, Schön aponta que o modelo educacional do estúdio se estende por diversas variações de abordagens e diferenciações que estão diretamente ligados a eficácia do seu ensino (SCHÖN, 1995 apud. OXMAN, 2001, p. 272).

Para além do modelo do ateliê, desenvolveu-se uma segunda abordagem para o ensino de design, que consiste no aprendizado através de exercícios baseados em formas e materiais. Esse paradigma teve sua consolidação na pedagogia dos cursos introdutórios da Bauhaus e posteriormente nas Altas Oficinas Técnicas e Artísticas do Estado Soviético (*Wchutemas*), que se baseavam

em conjuntos de exercícios cujo objetivo era desenvolver os princípios das formas bidimensionais e tridimensionais⁵ como fundamento para a prática de design (MOURA, 2020; OXMAN, 2001).

Esses exercícios possuíam também uma abordagem estruturada e envolviam a exploração de conceitos abstratos e as características da forma, além de serem principalmente visuais, com o objetivo de desenvolver o letramento visual dos designers. Assim, esse modelo adota uma abordagem educacional mais explícita ao afastar-se da simulação da prática e dar maior prioridade aos fundamentos teóricos e ao entendimento dos conceitos formais que compõem os objetos de design (OXMAN, 2001, p. 272).

A abordagem focada em exercícios configuracionais deu origem a um novo foco na educação em design a partir do conhecimento através da exploração dos princípios gerais do design, em contraste ao ateliê que se voltava principalmente para o processo de design. Desde o século XX ambos os modelos se integraram gradativamente em uma abordagem combinada (OXMAN, 2001, p. 272).

Oxman (2001) defende que, apesar das mudanças teóricas e do importante foco no conteúdo formal e visual, o modelo de educação atual continua voltado para o objeto de design ao invés da abordagem explícita do conhecimento a ser desenvolvido no processo de ensino e aprendizagem. Para a autora, mesmo com a integração do modelo baseado em exercícios que contribuiu para inserir os conceitos configuracionais dos elementos fundamentais do design na educação, ainda se espera que o aprendizado cognitivo do processo de projeto se desenvolva implicitamente a partir da experiência. O modelo do ateliê, apesar do seu progresso, não desenvolveu um método efetivo de avaliação que permita mensurar o desenvolvimento do processo de aprendizado por parte dos estudantes.

Lawson e Dorst (2009) também compartilham essa crítica ao modelo de estúdio acadêmico, argumentando que ele se tornou o substituto da aprendizagem do mundo real, enquanto o ensino explícito das competências centrais da atividade de design é deixado de lado.

Atualmente, o ateliê de design se caracteriza pelas falhas do ensino orientado ao

⁵ Tratam-se de elementos básicos usados para a composição bidimensional e tridimensional tais como ponto, linha, plano, textura e cor e sua organização através de princípios como escala, contraste, ritmo e equilíbrio (LUPTON; PHILLIPS, 2015)

produto, pela visão do design criativo como uma caixa preta e pela distância pedagógica do tutor [Tradução do autor] (OXMAN, 2001, p. 272).

Como resposta, Oxman (2001) descreve um novo paradigma, da educação através do design como uma forma de pensar, raciocinar e elaborar estratégias (*designerly thinking*). Essa abordagem tem por princípio como os designers pensam e abordam diversos problemas do campo, no seu raciocínio, na exploração de representações visuais e no emprego de múltiplas formas de inteligência para desenvolver estratégias projetuais. Esse paradigma se diferencia radicalmente dos anteriores por se basear no campo da ciência cognitiva e suas teorias como forma de definir objetivos pedagógicos focados no conhecimento e no aprendizado em si, e não no processo ou no objeto de design.

4.4 Contribuição da graduação para a prática profissional no design gráfico

Um dos pontos cruciais de atenção desta pesquisa está no processo de transição vivido pelos estudantes ao final da faculdade. Esse processo trata-se de uma adaptação sensível por envolver uma grande mudança de contextos e práticas. Nesse sentido, torna-se importante observar quais aspectos da graduação mais contribuem para a prática profissional dos recém formados.

Ainda assim, para além da divisão dicotômica entre ambientes profissionais e acadêmicos entende-se que a realidade experimentada pelos designers é integrada, ao passo em que ambos os contextos interagem entre si continuamente e não apenas durante essa transição. Experiências como a extensão acadêmica, o estágio ou a própria prática profissional simultânea ao curso são alguns exemplos que ilustram essa relação. Portanto, a seguir são levantadas características que auxiliam a conexão e a passagem entre ambos os ambientes considerando que estas não são exclusivas e nem sempre se apresentam como os únicos pontos de contato.

A primeira contribuição, e possivelmente a mais significativa, está em proporcionar a construção de uma fundação teórica e prática no design. Considerando que o meio acadêmico possui uma organização sólida de pesquisa e

docência, é neste espaço onde acontecem os debates com maior rigor científico e onde ficam registrados os avanços teóricos mais atuais. Assim, a universidade permite através de sua estrutura física e acadêmica um ensino mais estruturado. Além disso, o nível de exigência dos professores e alunos pode contribuir para aumentar o nível técnico das práticas de projeto.

Convergindo com Lawson e Dorst, Heller e Vienne reforçam que, apesar da educação formal por si só não ser capaz de tornar o estudante mais talentoso, ela provê uma forte fundação na qual se pode desenvolver a prática profissional (HELLER; VIENNE, 2015, p. 301).

Outra contribuição de grande importância está no corpo docente das faculdades e universidades. Cursos de graduação podem proporcionar contato direto com professores com vasto conhecimento ou ainda mesmo experiência de atuação profissional. Tanto professores de dedicação exclusiva quanto adjuntos que dividem seu tempo com a prática profissional são de grande valor. Eles são, portanto, o coração dos programas e podem fazer grande diferença nos estudantes. (HELLER; VIENNE, 2015, p. 304). A influência pode ser desde a motivação e ensino em sala de aula até a orientação ou tutela de projetos práticos nas oficinas e nos trabalhos de conclusão.

Em relação à prática projetual propriamente dita, uma das experiências mais significativas para os estudantes de graduação está no estágio. As faculdades permitem aos estudantes se inserirem em situações reais de trabalho enquanto monitoram seu desempenho, proporcionando experiência profissional e eventualmente abrindo oportunidades de empregos em cargos efetivos. (HELLER; VIENNE, 2015, p. 304). Em uma pesquisa realizada com designers gráficos recém formados ao longo de dois anos para entender o início de suas carreiras, Weinstein concluiu que a participação em programas de estágio durante a graduação foi um fator estatisticamente significativo na empregabilidade dos entrevistados. A pesquisa reforça que recém-formados que não ocuparam vagas de estágio durante a faculdade precisaram procurá-las após a graduação antes de conseguir um emprego efetivado na área (WEINSTEIN, 2018, p. 12).

Por último, um aspecto que nem sempre está presente nos cursos de graduação mas que se mostra de grande importância para a prática profissional

são os conhecimentos sobre empreendedorismo. Heller e Vienne apontam que a maior parte dos cursos de design mantém seu foco em desenvolver as habilidades que permitem aos estudantes desenvolverem portfólios sólidos para garantirem oportunidades de emprego e estágio e geralmente não incentivam os estudantes a iniciarem negócios próprios logo ao finalizarem a graduação. Ainda assim, os programas que incluem ensino sobre negócios, mesmo que em nível básico, são de bastante utilidade para o desenvolvimento da carreira dos recém formados (HELLER; VIENNE, 2015, p. 303).

Além dos pontos citados, os autores ainda citam a importância de outros aspectos nos programas de graduação como o desenho do currículo e o ensino prático em produção nas oficinas (HELLER; VIENNE, 2015, p. 303).

5

A perspectiva dos profissionais graduados

A partir do levantamento bibliográfico foi possível perceber que a transição entre a graduação e a profissão se trata de um tema bastante amplo e com uma enorme variedade de desdobramentos possíveis. Também é notável o fato de que a maior parte dos autores utilizados para estudar esse problema de pesquisa não são brasileiros e nem analisam o contexto nacional, apesar da riqueza das discussões propostas por eles. Assim, tornou-se necessária uma segunda etapa onde as questões levantadas pudessem ser validadas em um contexto regional. Portanto o presente capítulo descreve a fase da pesquisa de campo, cujo intuito era a aproximação com os designers profissionais para ouvir suas opiniões e vivências durante essa transição.

Os objetivos principais desta etapa foram: entender quais são os maiores fatores que influenciam os profissionais durante essa passagem e quais são as principais diferenças e semelhanças experimentadas na prática de projeto nos diferentes ambientes, levantar os problemas e dificuldades mais comuns entre os designers profissionais na adaptação ao meio profissional, definir as principais contribuições e lacunas da graduação na formação profissional dos designers e, finalmente, confirmar as questões trazidas da pesquisa bibliográfica e do referencial teórico. Como consequência, a abordagem qualitativa foi escolhida e o estudo teve caráter exploratório.

Os relatos colhidos foram de grande importância para perceber a complexidade do problema de pesquisa, além da variedade de fatores que podem influenciar a trajetória de cada indivíduo. A seguir estão descritos com maiores detalhes os processos e descobertas dessa etapa.

5.1 Metodologia

Pela natureza qualitativa e exploratória do estudo, a técnica de entrevista com abordagem semi-estruturada foi empregada, como descrita por Gray (2011), Perdigão et. al (2012), e Lakatos e Marconi (2003). A partir das questões e conceitos levantados na bibliografia se definiu uma série de perguntas iniciais, que foram sendo adaptadas conforme as entrevistas aconteciam. Os entrevistados foram deixados livres para se expressar e aprofundar cada resposta o quanto considerassem necessário. Novas perguntas foram adicionadas de acordo com as respostas dos entrevistados, levando em consideração a experiência individual de cada um deles com os temas. As questões que obtiveram respostas com maior profundidade indicaram maior familiaridade ou experiência do entrevistado com o tema em questão e correspondem, portanto, a um maior tempo de fala na entrevista. As perguntas do roteiro inicial tratavam dos seguintes assuntos e conceitos:

- conceito de projeto em design
- ensino de projeto na graduação
- projeto na prática profissional e na graduação
- metodologia de projeto / processo de trabalho
- contribuição da graduação na prática profissional
- expectativas profissionais
- transição entre graduação e prática profissional

5.1.1 Roteiro inicial de perguntas da entrevista

A lista inicial de perguntas foi redigida com o intuito de explorar uma grande variedade de conceitos relacionados ao tema central de pesquisa, mas de forma que a entrevista não excedesse uma hora e meia (1h30) de duração, considerando o posterior trabalho de transcrição e análise necessário.

As perguntas foram divididas em duas seções: a primeira teve como foco o perfil profissional e os dados demográficos dos entrevistados, como forma de estabelecer critérios de comparação com os demais; e a segunda teve como foco as experiências profissionais, acadêmicas e a opinião dos entrevistados a respeito

delas. As respostas dadas à primeira seção foram utilizadas para traçar o perfil geral dos entrevistados enquanto as respostas dadas à segunda seção definiram o objeto principal de análise da pesquisa. Está descrito a seguir o retiro inicial das perguntas:

Parte 1: Informações sobre o perfil profissional

1. Idade, sexo e cidade/estado onde mora atualmente
2. Curso, universidade e ano de formação
3. Cargo e empresa onde trabalha atualmente
4. Tempo de prática profissional - considerar quantos anos efetivamente foram trabalhados
5. Você se especializou em alguma área após a graduação? Se sim, através de cursos de especialização ou da prática profissional?
6. Você recorre a bibliografias para se atualizar profissionalmente?

Parte 2: Perguntas sobre os temas principais da pesquisa

1. O que você entende por projeto em design?
2. Durante a sua graduação, como foi o ensino de projeto? Você teve uma disciplina específica de projeto? Se sim, como era o processo da aula?
3. Você chamaria de “projeto” o seu processo de trabalho atual? Por que?
4. Como você descreve o seu processo de trabalho? Você usa algum método de projeto formal? Se sim, qual? Qual o envolvimento do cliente?
5. Você utiliza conhecimentos e habilidades ensinados na graduação nos projetos de design? Se sim, quais?
6. Você sente falta de algum conhecimento ou habilidade na prática de projeto que não tenha sido ensinado na graduação?
7. Quais são as diferenças e semelhanças que você percebe na prática de projeto de design, da forma como era realizada na graduação para a forma que é realizada no seu trabalho atualmente?
8. A formação na graduação contribuiu para a sua atuação profissional em projetos de design? Se sim, destaque aspectos dos mais importantes para

os menos importantes

9. Quais eram as suas expectativas profissionais durante a graduação? A sua atuação enquanto designer atualmente atende essas expectativas?
10. Como foi a sua transição da graduação para a prática profissional?

5.1.2 Critérios de seleção dos entrevistados

A amostragem do estudo foi não probabilística por conveniência e relevância. Ou seja, a prioridade era por profissionais facilmente contactáveis, com disponibilidade de tempo para a entrevista e que obedecessem aos critérios pré estabelecidos. A seleção dos entrevistados se baseou na adequação às seguintes características:

- Ensino superior completo, em curso de graduação de Design na modalidade bacharelado presencial. Estão inclusos no escopo a formação nas áreas de design gráfico, programação visual, comunicação visual, design de produto (e variantes como embalagens e superfícies), UX/UI ou design generalista; e
- Trabalhar atualmente ocupando cargo de designer ou correlato, como assalariado na modalidade CLT ou com contrato de trabalho como pessoa jurídica (PJ) em empresa que presta serviços de design ou empresa com setor de design e/ou comunicação. Estão inclusos cargos relacionados a área de design gráfico como (mas não somente) diretor de arte, arte finalista, diagramador e cargos de gerência em design; ou
- Ser fundador ou sócio de empresa que oferece serviços de design gráfico e correlatos com 2 (dois) ou mais sócios. Não estão inclusos nessa categoria microempreendedores individuais (MEI) ou designers autônomos que trabalhem individualmente.
- Prioridade de designers com maior tempo de experiência na área e/ou com cargos gerenciais ou com atribuição de supervisão e avaliação de estagiários ou outros designers.

5.1.3 Perfil dos entrevistados

A partir desses critérios de seleção, três profissionais foram escolhidos, contactados e concordaram em se voluntariar para a pesquisa. O perfil de cada um deles, traçado a partir da primeira seção de perguntas, se encontra descrito a seguir. Como forma de manter o anonimato dos entrevistados, seus nomes foram ocultados e substituídos por letras para melhor identificação.

A primeira profissional, identificada como **Designer A**, do sexo feminino, tem 31 anos e é designer de serviços residente em São Paulo - SP. No momento da entrevista estava empregada como gestora de inovação em uma grande empresa de consultoria em inovação e design presente em cinco países, também na cidade de São Paulo. Possui 13 (treze) anos de experiência profissional, tendo se formado em 2007 em Design generalista pela FAU/USP, além de ter cursado dois anos de graduação em Design com foco em Comunicação Visual na EBA/UFRJ no Rio de Janeiro. Já trabalhou e estagiou anteriormente nas áreas de marketing, design gráfico, design de serviços e participou de um projeto de extensão em design social. Se especializou em design de serviços através de leitura por conta própria e da prática profissional dentro da empresa atual e em escritório próprio. Costumava recorrer a cursos online, blogs, e vídeos didáticos como forma de desenvolver seus conhecimentos e após iniciar no curso de mestrado passou a se apoiar mais especificamente em bibliografia formal e artigos acadêmicos.

A segunda profissional, identificada como **Designer B**, do sexo feminino, tem 36 anos e é designer têxtil residente no Rio de Janeiro - RJ. No momento da entrevista estava empregada como designer de superfície em uma empresa de design de móveis, também no Rio de Janeiro. Possui 4 (quatro) anos de experiência e se formou em 2016 em Design de Superfície no Senai Cetiqt. Já trabalhou e estagiou anteriormente com design de produtos e fez trabalhos freelance de design gráfico. Se especializou através da graduação em padronagem mas está focando sua atuação através de pesquisa em design têxtil na pós-graduação. Aprofundou seus conhecimentos através de referências visuais e leituras na internet e de cursos livres de costura e de Grasshopper 3D para aplicação em design generativo. A partir da pós-graduação passou a recorrer a

bibliografia e artigos acadêmicos.

O terceiro profissional, identificado como **Designer C**, do sexo masculino, tem 24 anos, e é UX designer residente em Volta Redonda - RJ. No momento da entrevista estava empregado como UX designer júnior em um dos maiores bancos do país, na cidade de São Paulo. Possui 2 (dois) anos de experiência, tendo se formado em 2018 em Design generalista na UniFOA. Já trabalhou e estagiou anteriormente em agências de design e publicidade. Iniciou um curso de pós-graduação *lato sensu* em Design de experiência do usuário (UX) que foi descontinuado por considerar o conteúdo muito introdutório se comparado com o que aprendeu na prática profissional, modo como se especializou de fato na área. Tem o hábito de aprofundar seus conhecimentos através de bibliografia e adquire e consome livros sobre design e temas correlatos com frequência. Além disso, consome conteúdo online, participa de eventos acadêmicos e profissionais da área e conversa com outros profissionais e colegas de trabalho como forma de trocar experiências e conhecimentos.

5.1.4 Coleta de dados

A coleta dos dados se deu através de entrevistas remotas com os voluntários, realizadas através de dois softwares de videoconferência: Google Meet para a primeira, e Zoom para as duas seguintes. As entrevistas aconteceram nos dias 28 e 29 de setembro de 2020 com duração entre 1h00 e 1h30 cada. O formato foi escolhido devido às limitações de encontros presenciais em razão do cumprimento das medidas de isolamento social necessárias para lidar com a pandemia de COVID-19 em andamento no ano da pesquisa. A troca do software foi feita em razão da possibilidade de gravar o áudio de cada participante independentemente no Zoom, o que facilitou a etapa de tratamento dos dados. Ambos os participantes, pesquisador e entrevistado, mantiveram as suas câmeras ligadas para aproximar ao máximo o formato a um encontro presencial e manter a personalidade da conversa.

As videoconferências foram gravadas e armazenadas em arquivos digitais com a autorização dos voluntários. Os entrevistados foram informados de que

poderiam pedir que qualquer trecho de suas falas fosse desconsiderado nas etapas de transcrição e análise dos dados caso não se sentissem confortáveis com sua divulgação.

As perguntas foram feitas na ordem do roteiro previamente planejado e, considerando o formato semi-estruturado, algumas questões foram unidas enquanto outras surgiram espontaneamente durante a conversa. As entrevistas fluíram sem problemas em relação à qualidade das respostas e ao tempo disponível de cada convidado.

Dentre as limitações percebidas, a qualidade do áudio da videoconferência em determinados momentos, apesar de não com frequência, impediu o entendimento de parte da fala dos entrevistados. A qualidade da conexão dos entrevistados é um aspecto que não foi considerado a priori e que impactou o resultado final do processo. Em futuras oportunidades, se sugere como forma de contornar o problema pedir para que o entrevistado repita sua resposta ou a parte comprometida da fala sempre que se perceber interferência. Fatores externos também comprometeram, em alguns momentos, a qualidade do áudio, como: barulhos do ambiente de ambos os locutores (barulho de carros e carros de som na rua), interrupção de familiares, qualidade do microfone e equipamento utilizado. Concluiu-se que é necessário uma maior atenção aos aspectos técnicos nas entrevistas em formato online.

5.1.5 Tratamento, análise e interpretação dos dados

Após a coleta dos dados e obtenção dos arquivos digitais com as gravações, o áudio dos vídeos foi transcrito. As transcrições na íntegra estão disponíveis nos apêndices 1 a 3 deste documento para consulta. Com o auxílio do software de áudio multipistas REAPER foi possível manipular a velocidade de reprodução, navegar pelas gravações e controlar as faixas de áudio de cada locutor individualmente. Apesar da qualidade e profundidade das respostas, o formato de entrevista adotado se mostrou bastante trabalhoso durante a etapa de tratamento dos dados. Inicialmente o tempo necessário para a transcrição foi de aproximadamente 2h00 para cada 15 minutos de áudio. No final do processo,

depois de otimizar as ferramentas e a técnica de transcrição, o tempo médio caiu para 1h15 a cada 15 minutos de transcrição. O tempo total para transcrever as três entrevistas foi de aproximadamente 26h00, totalizando uma média de 6h40 para transcrição de cada entrevista. A quantidade de texto gerada após a transcrição também se mostrou bastante extensa, totalizando 70 páginas no total e uma média de 23 páginas por entrevista, o que dificultou a análise de todo o material.

Dada a extensão do material gerado, optou-se por manter a amostragem de entrevistados reduzida a apenas três profissionais, ao contrário do que foi planejado inicialmente, visto que o tempo necessário para a interpretação de todos os dados tornaria-se uma grande limitação em maior escala.

Para a realização da análise das entrevistas, devido a natureza qualitativa dos dados e dos objetivos exploratórios desta etapa de pesquisa, se definiu como método de procedimento a análise de conteúdo, segundo Laville e Dionne (1999) e Bardin (2008), executada a partir das seguintes etapas: a) definição do critério de divisão das unidades de análise; b) recorte dos conteúdos; c) definição das categorias analíticas; d) categorização das unidades de análise; e) análise e interpretação; f) conclusão.

No primeiro momento, o critério utilizado para recorte das unidades de análise foi a divisão semântica, ou seja, divisões que mantivessem um sentido completo dentro da própria unidade. Por isso, nos trechos em que foram utilizados pronomes relativos optou-se por adicionar uma referência ao sujeito da oração entre colchetes.

Dado a natureza oral das informações, o tamanho de cada trecho variou significativamente. Algumas unidades foram compostas por uma ou duas frases, quando formadas por afirmações simples, enquanto outras foram compostas por vários parágrafos, quando formadas por histórias ou exemplos dados pelos entrevistados. Nas unidades de análise, expressões orais e gaguejos transcritos literalmente na fase anterior foram elipsados para leitura mais rápida dos trechos e simplificação do conteúdo.

Utilizou-se de um modelo de categorização misto: As categorias foram definidas a priori, através de um levantamento geral dos temas das perguntas feitas na entrevista, que depois foram sendo alteradas: novas categorias surgiram

durante o recorte dos conteúdos e outras foram unidas ou alteradas. A divisão final contou com quatro temas gerais: designer, projeto, graduação e prática profissional. Dos temas gerais e seus cruzamentos, foram definidas 18 categorias analíticas independentes e mutuamente excludentes, contendo um total de 360 fragmentos extraídos das 70 páginas de transcrição. As categorias analíticas e sua inserção dentro dos temas gerais está ilustrada abaixo na Figura 5. Cada trecho foi identificado com um código composto por uma letra e um número. A letra corresponde ao entrevistado autor da resposta (A, B ou C) e o número corresponde a ordem em que o trecho aparece na entrevista. Como exemplo, A1 corresponde ao primeiro trecho de resposta da Designer A, enquanto A2 corresponde ao trecho imediatamente seguinte. Todos os trechos foram registrados e classificados em uma base de dados através do software Airtable. As categorias analíticas finais e a quantidade de trechos contidos em cada uma delas está descrita na tabela a seguir.

Categoria analítica	Descrição	Unidades contidas
Conceito de projeto e/ou design	Trechos que discutiram sobre o que é ou o que não é projeto e/ou design foram incluídos nessa categoria, além de questões sobre o que faz parte do campo e da atuação e como se define a prática.	11
Processos e métodos de projeto	Unidades analíticas que abrangem as fases ou etapas dos processos, reflexões sobre métodos, e abordagens de projeto.	19
Objetivos, propósito e resultados de projeto	Produto final, objetivos e valores sobre para que serve o projeto	8
Comunicação e divulgação de projeto	Comunicação dos designers com outras pessoas fora do meio sobre seu trabalho	4
Projeto na graduação	Trechos que descrevem de qualquer forma o projeto nas aulas da universidade e seu ensino	28
Propósito da graduação	Trechos que abordam o caráter filosófico e crítico do propósito de se estudar design na universidade	3
Currículo da graduação	Trechos que falam de disciplinas, ementas, habilitações	14
Didática na graduação	Trechos que falam sobre ensino, qualificação e perfil dos professores	11
Estrutura dos cursos de	Trechos que falam sobre o espaço físico das	6

graduação	universidades, ferramentas e oportunidades oferecidas	
Transição da graduação para prática profissional	Trechos que falam sobre estágio e sobre as mudanças de ocupação/atuação.	26
Contribuição da graduação para a prática profissional	Trechos que discorrem sobre importância ou valorização do aprendizado e das experiências através da prática.	19
Expectativas da prática profissional	Trechos que falam sobre vontades, esperanças e visões futuras dos designers	25
Dificuldades da prática profissional	Trechos que falam sobre desafios, descontentamentos e angústias	12
Projeto na prática profissional	Unidades de análise que contém trechos sobre a experiência de projetar ou a falta dela após o início da vida profissional	80
Perspectiva do designer	Trechos opinativos e/ou autorreferentes, envolve a mentalidade e a mudança de perspectivas	50
Relação com o cliente/usuário na prática profissional	Interação do designer com as pessoas que estão envolvidas no projeto	27
Mercado	Questões sobre demandas de clientes, tendências, oportunidades e empregabilidade	6
Competências profissionais	Trata do uso de conhecimentos e habilidades na atuação, inclusive para além do currículo (soft skills)	11

Tabela 1. Categorias analíticas e suas respectivas de unidades de análise

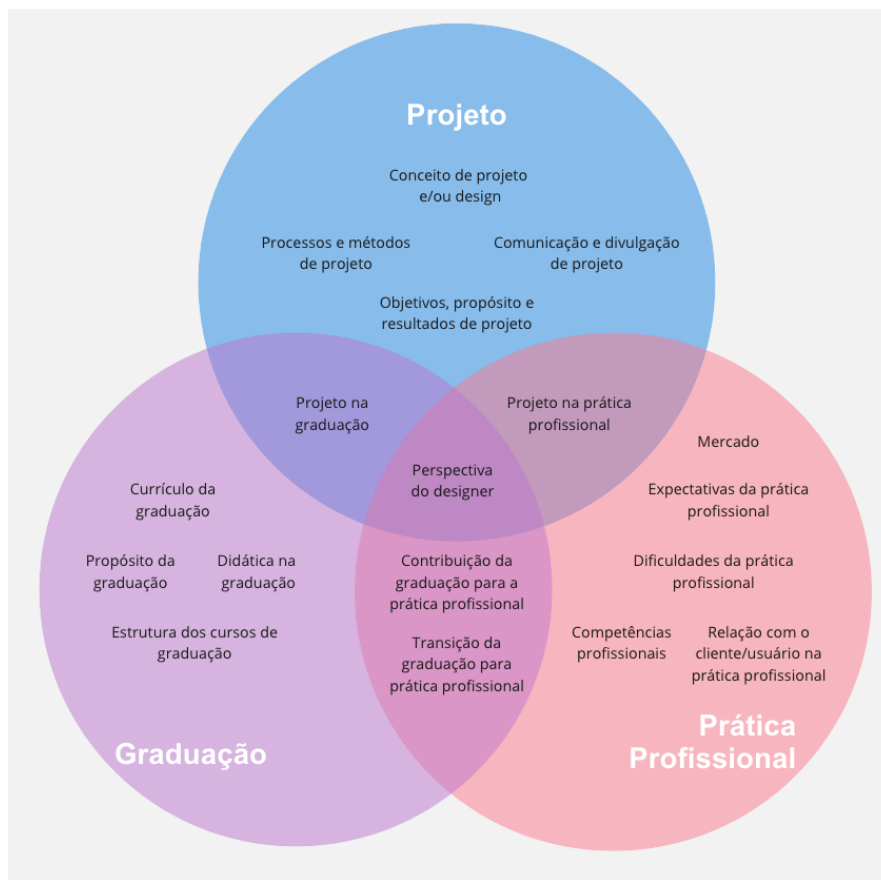


Figura 4. Diagrama de Venn ilustrando os temas gerais e suas interseções com as respectivas categorias analíticas.

Os fragmentos das entrevistas recortados em unidades de análise e suas respectivas categorias finais estão disponíveis no Apêndice 4 deste documento para consulta.

As conclusões foram alcançadas através da construção iterativa da explicação (LAVILLE e DIONNE, 1998) realizada simultaneamente aos recortes e categorizações, onde através da leitura e agrupamento das frases de sentido convergente surgiram conclusões gerais e de maior representatividade para cada tópico. Apesar da amostragem reduzida, as entrevistas contribuíram com um rico panorama do problema estudado por trazerem aspectos diversos e profundos.

5.2 Conclusões da análise

As conclusões decorrentes das categorias analíticas e suas unidades constituintes estão descritas nesta seção. Como forma de validar cada uma das

interpretações estão citados entre parênteses as unidades correspondentes às afirmações que levaram à elas. A partir dessa lógica, conclusões com um maior número e variedade de trechos citados são mais abrangentes e representam melhor a perspectiva dos três entrevistados, enquanto conclusões com um menor número de trechos citados indicam afirmações mais particulares a um ou outro profissional.

Apesar das categorias serem mutuamente exclusivas, também é possível perceber que existem conclusões que poderiam se enquadrar em mais de uma categoria, uma vez que seu contexto pode ser mais amplo do que as categorias ou ela pode estar ligada a mais de um conceito importante. Nesse caso, as conclusões foram enquadradas na categoria com o maior número de citações.

5.2.1 Projeto na prática profissional

Através dos relatos nessa categoria foi possível perceber que o maior fator de destaque nas diferenças entre o projeto na graduação para o projeto na prática profissional foi a imprevisibilidade (B4, B16, A172). Os três entrevistados relataram que sentem falta de uma experiência de projeto na faculdade mais próxima do “real” (B13), apesar de entenderem as limitações dos cursos em que se formaram (A97, A154).

A não-linearidade (A13) do projeto, diferente do que normalmente se apresenta nos métodos de projeto das universidades, também é um fator de grande diferença entre o projeto nos ambientes. Por essa característica se percebe que, na prática, as etapas se entrelaçam, se repetem ou nem mesmo se mostram presentes de forma clara no processo.

Uma grande surpresa para os designers durante a transição entre os ambientes foi a experiência de autonomia, que em determinados momentos era escassa devido a ocupação de cargos mais operacionais, e em outros era absoluta e gerava insegurança. A presença dessa autonomia, para os entrevistados, está fortemente atrelada aos cargos e cresce conforme experiência profissional: designers juniores têm menores responsabilidades e autonomia do que designers plenos. Técnicos têm menos autonomia e responsabilidades do que gestores. Os

cargos técnicos e de estágio, da mesma forma, estão mais ligados às atuações técnicas do design, enquanto os cargos de gerência e coordenação estão mais ligados às atuações estratégicas do design (A85, A24, C13, C14, C15). Por outro lado, designers com atuações mais abrangentes e menos específicas podem proporcionar maior consistência ao processo de projetar e facilitar a implementação (A20, A21, C16).

Outra conclusão importante é que a prática e o amadurecimento profissional se desenvolvem, por mais óbvio que pareça, durante a própria prática profissional (B34, B68, B59). Na visão dos entrevistados a universidade não tem a capacidade de reproduzir todas as características do meio profissional e entendem que esse não é necessariamente seu papel (B33, A97, A154).

5.2.2 Conceito de projeto

De forma geral, ainda se percebe dificuldades em conceituar projeto e design (A1). A visão do que é projeto em relação ao método tem grande variação (A7, A2, A12, A16, A53) de acordo com o perfil e vertente de atuação de cada designer. É unânime entre os entrevistados a ideia de design como um processo racional (C7) de planejamento e solução de problemas (B1, B3, C1, B5, B6) mas, a partir das entrevistas, os designers de serviço (A3, A5, A51) e UX (C1, C3, C4, C10) parecem ter seu conceito intimamente atrelado às etapas do método e usam mais de métodos específicos e sistematizados, enquanto os designers gráficos tradicionais, influenciados pelas Belas Artes e os designers têxteis (B24, B43, B17) parecem seguir por uma abordagem mais experimental, intuitiva e não estruturada.

A visão do design atrelado à indústria (B25), herdada do desenho industrial, ainda se mostra bastante presente no ensino e no mercado, principalmente na vertente do design de produtos (B46). Por outro lado, o design social, apesar de não se mostrar uma possibilidade de abordagem tão evidente no início da trajetória acadêmica (A117, A118), é responsável por uma visão de design mais ampla e menos técnica e mercadológica do campo (A119). Essa abordagem pode ser responsável por abraçar perfis menos tradicionais da profissão (A32) e está

relacionada a um perfil universitário igualmente mais crítico e social (A120).

Para designers de produto com uma atuação mais experimental no design os conceitos de design e arte se entrelaçam e se complementam (B24). Produtos podem ser peças únicas, com produção artesanal, enquanto a arte pode tomar forma de produto. Nessa perspectiva o projeto pode se desenvolver a partir dos materiais e a pesquisa através de experimentação, ao contrário da abordagem mais tradicional onde o projeto se desenvolve através de um briefing específico.

5.2.3 Processo e método

A respeito do processo, foi possível perceber que uma abordagem menos estruturada do projeto, que valoriza a experimentação, se mostra como uma forma de desenvolver o pensamento projetual dos designers, uma vez que possibilita perceber soluções menos convencionais que talvez não fossem alcançadas apenas seguindo os métodos a risca (A112, A109, B56). Em combinação com o uso de um método estruturado, a prática experimental pode se mostrar um diferencial na formação e na prática projetual do designer (A108, A110).

O uso de abordagens mais estruturadas para projetar é vista de forma positiva por proporcionar um embasamento racional e sistemático para a tomada de decisões através de pesquisa e teste (C17, C23), ao contrário do processo experimental, que é visto como mais espontâneo e arbitrário em determinadas situações (A40, A15). Por outro lado, os entrevistados relataram que a adoção de um método muito rígido também pode se mostrar um problema, levando em consideração os diferentes tipos de perfis de clientes e a estrutura das empresas nos quais atuam os designers (A4).

A partir de uma perspectiva mais ampla, é visível a existência de uma grande variedade de métodos aplicados na prática profissional que são diretamente influenciados por métodos teóricos tradicionais do design. Nesse contexto, surgem continuamente novos métodos que são vistos pelos designers como apenas uma nova roupagem ou uma revisão de abordagens e métodos já consolidados no meio acadêmico. (C11, A41, A42)

Da mesma forma, as abordagens tradicionais teóricas do design também são

constantemente influenciadas por métodos de outras áreas do conhecimento. Como exemplo, a prática de projeto adotar o formato de um ciclo contínuo, como sugerem alguns métodos de UX, onde o resultado de um projeto realimenta o próximo (C24). Essa abordagem é diretamente influenciada pelos métodos ágeis de desenvolvimento de softwares baseados em *sprints*.

Uma forte crítica levantada pelos entrevistados é sobre como a implementação do projeto é uma etapa que parece ser comumente desconsiderada no ensino, durante as aulas de projeto (B40, B59, B61, C56) e na prática, dentro de empresas que oferecem serviço de consultoria (A18, A23, A22) e que, não por coincidência, se mostrou como uma lacuna na formação dos designers. A graduação, por simular um cenário ideal de projeto, não lida com limitações da indústria (B57) ou do projeto como recursos financeiros, restrições de prazo, relacionamento com clientes, contato com fornecedores, disponibilidade de materiais ou processos de produção. Assim, lidar com essas limitações também pode ser visto como parte integral do processo de projetar (A19). Aprender essa relação entre projeto e implementação na prática foi um passo importante na carreira dos entrevistados que só se deu através da experiência profissional.

5.2.4 Contribuição da graduação para prática profissional

Um ponto de grande destaque é a contribuição das atividades extra-curriculares da graduação para a formação. A extensão universitária e os eventos estudantis também foram decisivos, até mais do que o próprio currículo e aprendizado dentro da sala de aula em alguns casos, para o amadurecimento dos entrevistados, porque os proporcionou contato com possibilidades de atuação, além de fortalecer o senso de responsabilidade (A31).

Para além do currículo, a graduação foi responsável por permitir aos estudantes entrar em contato com novas perspectivas, pessoas e experiências que contribuíram fortemente para a formação dos designers (C84, B66). Fora da sala de aula também foi mencionada a grande importância do estágio como espaço para vivências práticas e preparação profissional (C71, B67, A79).

De forma geral a contribuição mais notável da graduação, para os

entrevistados, foi a capacidade de projetar: organizar, planejar e executar, independente da vertente ou especificação da atuação profissional. (A113)

As disciplinas técnicas do gráfico e do produto, tais como comunicação visual, composição, cores, tipografia (A91, B29, C72) também se mostraram fortes alicerces para o exercício da prática profissional dos entrevistados. Além disso, a prática com de experimentação e manuseio de materiais como madeira e metal nas oficinas (A111, B31) também foi apontado como uma grande contribuição para habilidade de prototipação e para o próprio pensamento projetual (B47). Os conhecimentos teóricos como história, teoria do design e semiótica também são considerados importantes para formação do designer (C41, C43, B45) por permitir um maior embasamento nas decisões de projeto e argumentação na sua defesa.

Além disso, as habilidades de escrita e o pensamento crítico (A114, A115), que foram desenvolvidas pelos entrevistados no ambiente universitário, se mostraram como uma grande contribuição para a atuação profissional de forma geral.

5.2.5 Competências profissionais

A atuação dos designers não raramente esbarra em competências profissionais que não estão formalmente incluídas no próprio campo e no ensino superior. Entre elas, a capacidade de liderar ou gerenciar, vender, se comunicar com outros públicos, e trabalhar em equipe. Além disso, para os designers que aspiram empreender, o conhecimento de negócios e administração, mesmo que introdutório, também se mostrou uma lacuna. Diferentes atuações e perfis de práticas profissionais demandam diferentes habilidades (C48, A90), ao passo em que diferentes universidades e cursos trabalham competências diferentes (A89) Além disso, as competências dentro de diferentes vertentes vão se transformando com o tempo. O gráfico, por exemplo, passou de um modo geral a abranger maiores conhecimentos com a introdução do design digital (C45). Dentre os relatos dados pelos entrevistados, a Designer A descreveu que para ter seu próprio escritório "deixou de ser designer" para ser gestora (A43, A44, A45, A45b, A46,

A48, A50) e vendedora (A137) e trouxe um grande desafio porque lhe faltou conhecimento em administração e negócios (A94, A98). Da mesma forma, para organizar um evento, Designer C relatou que percebeu que não estava contribuindo para equipe pela falta de um senso de responsabilidade no trabalho em equipe (C69, C70).

A própria experiência profissional permite perceber novas lacunas e conhecimentos necessários para a atuação e desenvolvimento dos designers que antes não eram percebidos ou valorizados, inclusive no período da faculdade (A86, C42). Isso se demonstra nos relatos de designers que descrevem um sentimento de arrependimento por não terem aproveitado ou absorvido mais do espaço da universidade ou de aulas específicas (B41, B36, C72).

5.2.6 Currículo

Em relação ao currículo nos cursos de graduação, a preferência por ensino de projeto mais especializado (com maior foco em uma habilitação ou atuação específica) ou mais generalista não é um consenso entre os entrevistados, e a afinidade com essa estrutura curricular varia de acordo com o perfil do designer e do curso (C46, C47, C73, B30, B58).

Já as disciplinas que compõem os cursos estão diretamente relacionadas à instituição, suas influências, sua história e a presença ou não de uma habilitação especializada (A27, A30, B46), segundo os entrevistados:

- A Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) da UERJ tem como origem o conceito de design de produto atrelado a indústria, portanto, seu currículo abrange o ensino através da oficina, materiais e projeto (B46);
- A Escola de Belas Artes (EBA) da UFRJ, na especialização de Comunicação Visual está fortemente ligada a tradição das Belas Artes, portanto, seu currículo abrange a experimentação artística e os projetos de design gráfico são desenvolvidos principalmente através de referências e da prática progressiva (B27);
- A Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU), departamento que engloba o curso de design da USP tem grande influência da arquitetura e

portanto as disciplinas são circunscritas pelo método de projeto, além do viés crítico e social (A27, A114, A115);

- O Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA) tem grande influência da demanda do mercado industrial de Volta Redonda e do modelo pedagógico propagado pela ESDI e, portanto, tem grande foco na ensino de projeto através do método, mas contempla uma maior gama de vertentes de atuação por se tratar de um curso generalista (C46, C73);
- O Senai Cetiqt é focado em design de superfícies com uma abordagem ampla de ensino, logo, o seu currículo é focado em experimentação em superfícies de diversas naturezas e suas aplicações.

Apesar da natureza interdisciplinar do campo, os currículos mencionados pelos entrevistados não contemplavam disciplinas de áreas que, segundo eles, foram necessárias na prática profissional, como a administração. Ainda assim, alguns dos cursos incluem a disciplina de **gestão em design** (A96, A99).

A carga horária na graduação se mostrou como um grande fator limitante na formação dos designers. Quanto maior a disponibilidade de tempo dos alunos e a extensão dos cursos, mais aprofundadas a grade e o ensino podem ser (A93). Nesse sentido, designers que têm a oportunidade de cursar graduações em período integral ou mais de uma graduação tendem a se sentirem mais preparados profissionalmente.

5.2.7 Didática

No ensino da graduação vivido pelos profissionais entrevistados, os professores foram influenciados diretamente pelas suas experiências práticas prévias com projeto, que se refletem nas suas abordagens de ensino e no conteúdo das aulas (A124, A126). Esse fato talvez possa ser explicado pela falta de uma base comum teórica ou metodológica de ensino no design, o que torna o ensino muito mais baseado em conhecimento tácito e/ou métodos específicos (A10, A35). Da mesma forma que se percebe no currículo dos cursos, a abordagem de ensino dos professores também é influenciada pela instituição na qual estão inseridos e pela grade em si (A30).

Para os entrevistados, enquanto estudantes as disciplinas com abordagens mais experimentais ou menos estruturadas por vezes acabaram sendo vistas como isoladas da prática pela dificuldade de relacioná-las com a prática de projeto ou situações do mundo real (B42). Nesse sentido, também se ressalta um relato comum entre os entrevistados sobre a falta de projetos mais contextualizados, que se propusessem a replicar não só o lado técnico do design mas também as restrições práticas da fase de implementação, características da prática profissional (A156, C57, C61).

Em relação aos impactos dos modelos de ensino, o cenário controlado de projeto na graduação pode estar relacionado a uma desconexão com o cliente e, por extensão, a formação de uma imagem negativa para o estudante do cliente como um "inimigo" ou um empecilho para a realização do projeto ideal (A158, A158b, A159, A160).

Outro problema de integração entre a universidade e a prática profissional, segundo os designers, é a falta de experiência profissional dos professores universitários. Isso se deve ao fato de professores em diversas universidades terem deixado de executar projetos para se dedicarem exclusivamente à docência. Essa falta de experiência dificulta a identificação das questões mais atuais e pertinentes à prática profissional e a assimilação das teorias e disciplinas abordadas no curso. (A125). Um dos entrevistados ressaltou a importância dessa relação entre a docência e a prática profissional (A123, A127, A124).

Por fim, também foi relatado que o aprendizado da prática do projeto em design, mesmo quando ensinada no curso de graduação, também é vista como parte de um processo de interesse e desenvolvimento individual de habilidades através do esforço e da própria prática (C76).

5.2.8 Dificuldades da prática profissional

Dentre as dificuldades da vida profissional relatadas pelos entrevistados, as principais questões levantadas estão ligadas à gestão dentro das empresas, às competências para empreender e ao desenvolvimento profissional.

Em cargos de gerência de projetos, por exemplo, é possível perceber que o

designer precisa dispor de tempo extra para dar suporte e atendimento aos clientes, o que se mostra uma limitação no desenvolvimento pessoal e profissional pela restrição de horários para estudo e cursos fora do trabalho (A47).

Outro ponto levantado pelos profissionais é sobre como o ritmo e a forma de gestão do trabalho nas empresas influenciam nas possibilidades de abordagem dos projetos. Determinadas demandas não permitem a aplicação de um método de projeto à risca ou em sua totalidade por conta da limitação de prazos ou recursos como equipe, estrutura física, orçamento, entre outros fatores (C19, C32, A169). Dentro dessa limitação, em determinados momentos o objetivo do trabalho não exige ou não se beneficia de um projeto com o rigor completo do método (C12, C33), enquanto em outros o resultado final pode ser prejudicado pela sua falta (C52). Em agências de design e publicidade de forma geral, o ritmo de trabalho é relatado como muito intenso e bastante desgastante para os designers (A116b, A129), enquanto os projetos são realizados de forma não estruturada.

Em relação a possibilidade de empreender, apesar de muitos designers abrirem seu próprio negócio, a formação de uma empresa composta apenas por sócios designers foi descrita como uma grande dificuldade pela falta de experiência em **vender os projetos** (A100, A104), o que reforça essa lacuna na formação dos estudantes.

5.2.9 Estrutura dos cursos de graduação

A estrutura física de oficinas permite aos estudantes o contato prático com a linguagem dos materiais e os processos de produção. Essa estrutura foi relatada como sendo muito importante para a aplicação dos conhecimentos teóricos e a preparação profissional (B35, B36).

Uma limitação comum aos cursos de graduação é que as oficinas são espaços que requerem alto investimento financeiro que nem sempre está disponível para as universidades, em especial de menor porte, como as faculdades particulares mais novas, ou que possuem problemas de estrutura, financiamento e manutenção, como parte das universidades federais e estaduais brasileiras (B38, B37, B44).

A carência de determinadas estruturas ou oportunidades na universidade, por outro lado, também se mostrou uma oportunidade à proatividade dos estudantes na busca por novas experiências fora das salas de aula (C67).

5.2.10 Expectativas da prática profissional

Dentre as expectativas vividas pelos designers, o reconhecimento profissional e o alinhamento entre os propósitos dos designers e das empresas se mostrou importante para a satisfação profissional e pessoal dos entrevistados (A148). No trabalho no modelo de agências especificamente, existe uma ideia difundida de sucesso profissional que está relacionada ao reconhecimento internacional e à conquista de prêmios (A116, A121).

Na vivência de um dos entrevistados, a expectativa de ser professor e dar aula se relacionou a experiência de trabalhar com design social através de uma iniciativa de extensão na universidade e de um histórico pessoal de trabalhar com iniciativas sociais (A122). Empreender através de um negócio próprio também se mostrou como uma forma de testar formas de trabalhar e modelar uma atuação profissional própria. (A139, A141)

O objetivo mais comum é conseguir entre os entrevistados atuar diretamente com a área de formação e interesse dos designers (B62). O aprofundamento do conhecimento prático e a oportunidade de desenvolvimento profissional também são fatores importantes para a busca por novos trabalhos e atuações (B68, B70). Além disso, a remuneração do trabalho e o aspecto financeiro são fatores que influenciam diretamente na procura por determinadas atuações, empregos e carreiras (C85).

Por outro lado, empecilhos e dificuldades externas a carreira como problemas pessoais, familiares e financeiros também podem influenciar as expectativas e as possibilidades de atuação. (B67).

A própria experiência profissional, de forma geral, se mostrou essencial para definição do perfil profissional dos designers pois permite aprender na prática quais são as atuações compatíveis ou incompatíveis com cada um deles. (A128). Além disso, existe uma consciência de processo de amadurecimento que

surge, inclusive, de experiências negativas ou diferentes das esperadas, necessárias para alcançar um objetivo de carreira a longo prazo. (A150, A151, A152, A153, B63, B64, B65, B68, A147, C94, A132) Assim, o propósito, os interesses e os valores pessoais estão relacionados diretamente às expectativas profissionais e as áreas de atuação (A131, A143, C79, C80, C83).

5.2.11 Comunicação e divulgação

Uma questão abordada nas entrevistas foi a dificuldade dos designers de comunicação: divulgar, explicar e apresentar seu trabalho para outros públicos (colegas de trabalho, profissionais de outras áreas, não-designers) (A9, A105, B66, C54) e, quando inserida como fase do projeto na graduação, trouxe um diferencial na formação e se mostrou muito útil na prática profissional (A8, A11). Isso pode estar relacionado também à dificuldade de se definir o que é design, e por extensão, da dificuldade dos designers de falar do próprio trabalho de forma acessível (A1).

5.2.12 Mercado

Um dos fatores que estariam ligados a dificuldade de inserção e atuação no mercado seria a imaturidade do próprio mercado e do campo, tanto no têxtil (B58) e serviços (A62), mesmo nas capitais como Rio de Janeiro e São Paulo, quanto no UX design, no interior do Rio de Janeiro (C89). Isso pode se explicar por se tratarem de vertentes relativamente recentes da área. Assim, é possível supor que os profissionais recém-formados à procura de atuações mais tradicionais como gráfico e produto não vivenciem a mesma dificuldade.

Em áreas como o marketing, o trabalho profissional do design envolve projetar artefatos intangíveis como conceitos e posicionamentos, que por vezes acabam se sobressaindo em relação aos próprios produtos tangíveis. (A80, B2)

Já no design de produtos, as tendências e demandas do mercado influenciam a forma como a indústria e os processos de fabricação funcionam. Nesse sentido, produtos com abordagem mais artística, experimental ou artesanal sofrem com um maior custo de produção e menor aceitação pelo público geral. O

desenvolvimento tecnológico de um país pode facilitar a quebra dessa condição. (B52). Da mesma forma, o projeto, desde a estética até os materiais, são influenciados pela aceitação e demanda do público/dos clientes (B22, B27).

A cultura de design dentro das empresas está relacionada à tradição e a história delas, além do tempo de existência dos seus departamentos, atuações dentro do campo, modelo de negócios, ramo de atuação e envolvimento com pesquisa. (C100) Assim é possível que demandas ou oportunidades de mercado que por vezes não são evidentes se mostram frutíferas em determinadas regiões ou atuações. A experimentação, mesmo nos negócios, permite aprender e perceber essas oportunidades na prática ao observar a resposta do público ou da demanda (A135).

5.2.13 Objetivos, propósito e resultado

Apesar de todos os três profissionais citarem em suas falas a definição do design como solução de problemas, ambos reforçam que o campo do design pode ter uma abrangência maior em suas atuações e propósitos (A6).

Na perspectiva de um dos entrevistados, o projeto de design, de forma mais ampla, estaria ligado à propósito e comunicação (C2). Nesta prática do design vista como comunicação, é comum que determinados projetos e situações de trabalho perpassem dilemas éticos e sociais que exigem senso crítico e responsabilidade dos designers. Nesses contextos, os entrevistados se viram na situação de contrariar demandas ou briefings recebidos porque estes iam de encontro aos seus valores pessoais ou à ética de trabalho aprendida na sua formação (A134, A146, C55).

5.2.14 Perspectiva do designer

As possibilidades de atuação nem sempre são apresentadas claramente no decorrer da graduação. Em determinados cenários, as possibilidades dentro do campo do design que mais se relacionam ao perfil do designer só são descobertas através de atividades extracurriculares como eventos ou projetos de extensão. Para entrar em contato com essas atividades se mostra necessária a proatividade do

estudante, uma vez que essas possibilidades não estão visíveis dentro do currículo formal (A30b). Da mesma forma, na prática profissional, investir em um negócio próprio se mostrou como uma possibilidade para os designers graças a capacitação de planejamento através do pensamento projetual (A95).

A auto responsabilização pelo projeto e seus objetivos somada a ocupação de cargos com maior poder de decisão dá uma maior autonomia do designer em relação às demandas do cliente. Isso permite, segundo os entrevistados, uma prática mais focada em alcançar os objetivos definidos (A59, A73). Por outro lado, contraria a ideia do "cliente como inimigo", a parceria entre cliente e designer pode permitir alcançar os objetivos do projeto de forma mais eficiente, uma vez que ambos os lados acrescentam perspectivas complementares e unem seus recursos por um bem comum (A73). A ética e o propósito no trabalho estariam ligados, para um dos entrevistados, à essa auto responsabilização e às possibilidades de atuação dentro do cargo ocupado (A144).

A auto imagem do profissional como um "bom designer" ou "mau designer" é influenciada pelo perfil pessoal dos designers em comparação à formação e ao espaço de atuação (A92, B39, B69, A140). Da mesma forma, o sentimento de falta de conhecimentos específicos da graduação está relacionado, além da área de atuação e perfil da universidade, à formação anterior ao ensino superior e ao perfil individual. (A102, A103, A106, C49, C68, C74, C77, C81, C87, B63, B64, B65)

A dificuldade de comunicação do designer com outras pessoas sobre o seu trabalho, tanto para o trabalho em equipe quanto para a venda e abordagem comercial também está relacionada ao perfil individual e à personalidade. (A101, A162)

A identificação com a abordagem mais experimental e manual do design também está relacionada aos interesses e experiências individuais dos designers, além da disponibilidade do desenvolvimento dessas habilidades através de oficinas na graduação (A111, B62). Um dos entrevistados percebe o racional do designer como uma habilidade inata, apesar de perceber seu desenvolvimento de habilidades de projeto durante a graduação (C78).

5.2.15 Projeto na graduação

A experiência de projeto na graduação pode variar amplamente de acordo com a faculdade, o curso e suas características e perfil. A influência de outras disciplinas e áreas do conhecimento na história e formação dos cursos pode influenciar a maneira como o design e o projeto é abordado na graduação, incluindo a presença de métodos específicos ou o contato com práticas experimentais/artísticas (A25, A26, A29, B51).

Com uma abordagem pautada em métodos, a tendência é o projeto iniciar por um momento de entendimento e problematização, onde cabe ao aluno descobrir quais são as necessidades latentes do cliente ou usuário, sendo ele fictício ou real (A33, C5, C6, C8, C9, C21, C22). Ainda assim, mesmo nessa abordagem, por vezes o briefing ou objetivo final do projeto é definido a priori, principalmente nos semestres iniciais do curso, enquanto os alunos estão aprendendo os conceitos fundamentais de projeto (B60).

Com uma abordagem pautada em experimentação e arte, o projeto parte frequentemente de uma solução ou conceito definidos à priori pelos professores, cabendo aos alunos propor variações ou formas diferentes de executá-la. (A34, B7, B8, B11). O modelo experimental de projeto também se vale geralmente de uma técnica, um material ou referências pré-definidas (B11, B12) e é desenvolvido através da prática (B36b). Esse modelo pode ser usado como forma de gerar inovação e também é visto em concursos de projeto de produto ou em laboratórios de pesquisa de empresas e universidades. (B10, B55, B17). Métodos mais recentes, como os ágeis, também compartilham das características da abordagem experimental do projeto (A14).

Em relação a prática de projeto, os entrevistados percebem que o ensino através de métodos lineares e com etapas bem delimitadas se trata principalmente de uma forma didática para introduzir os alunos ao pensamento projetual (A36b), mas que difere fortemente da experiência de projeto na prática profissional. Isso porque uma característica marcante no ambiente da universidade é que o projeto está sob controle absoluto dos alunos (A155), uma vez que todos os envolvidos têm perspectivas similares. Essa proximidade gera um consenso entre os

estudantes e com isso as decisões de projeto tendem a ser unânimes (A163, A167).

Por outro lado, mesmo sem o uso de um método explícito, as disciplinas da graduação podem ensinar a prática projetual de forma tácita e implícita (A36, A37).

5.2.16 Propósito da graduação

Um dos papéis da graduação, na visão de um dos entrevistados, seria proporcionar um espaço para o estudante experimentar, tanto com materiais quanto com a forma de projetar. (B32)

5.2.17 Relação com o cliente/usuário

Através das características de clientes descritos pelos entrevistados é possível sintetizar três perfis distintos:

No primeiro perfil, o cliente tem um problema ou desafio que precisa ser resolvido. Ele confia nas capacidades e conhecimentos do designer ou da equipe e aceita as etapas ou processos de desenvolvimento do projeto propostas sem ou com poucas contestações. A equipe ou o designer trabalham e se encontram regularmente com o cliente para informá-lo e pedir sua participação e opinião em determinadas etapas para reprogramar o projeto conforme as necessidades aparecem (A54, A61, A72, C53).

Já no segundo perfil, o cliente tem uma equipe interna de pesquisa ou desenvolvimento específico da sua área e por isso conhece os métodos ou processos com os quais gostaria de trabalhar e sugere à equipe ou ao cliente. Ambos trabalham em conjunto para alcançar o objetivo proposto (A57).

Por último, no terceiro perfil, o cliente não tem uma equipe interna e não conhece com profundidade os processos ou métodos mais adequados, mas quer orientar e decidir quais serão as etapas do projeto. Nesse caso acontece um conflito onde a opinião de um dos lados prevalece e é seguida no decorrer do projeto (A58, A60, C51, C53).

Quando um desafio e uma solução já são propostos pelo cliente a priori, durante o processo existe a possibilidade de se perceber que a solução mais adequada é outra. Nessa situação, é necessário um acordo para renegociação ou redefinição dos entregáveis (A69).

Também é possível perceber características do briefing relacionadas ao porte da empresa ou do cliente solicitante. Quando os clientes são empresas de grande porte as demandas tendem a vir com maior detalhamento e objetividade. (A63, A64, A68), já quando para os clientes são empresas de menor porte, existe uma maior dificuldade de entender qual o trabalho que está sendo oferecido, principalmente em relação ao design de serviços. (A67)

Existem clientes que se interessam por estar inteirados do processo completo, opinando e sugerindo em todas as etapas (A70). Nesse cenário a entrega é apenas uma formalização do que já foi discutido anteriormente (A76), compartilhando parte dos riscos das decisões (gestão compartilhada, como é descrita na MJV). O designer nesse modelo tem um papel mais próximo de um facilitador. (A75). Esse contato mais próximo com cliente em determinados momentos se mostra uma dificuldade para os designers porque diminui o controle e a liberdade que eles podem ter sobre o projeto, porque requer lidar com conflitos e diferenças de opiniões (A170). Por outro lado, também foram descritos clientes que só querem conhecer os resultados após a sua conclusão e não se interessam ou não tem disponibilidade para participar ativamente do projeto (C17).

No UX design especificamente, o usuário ou cliente é o centro do processo e a sua percepção e necessidades são o ponto de partida para desenvolver um novo projeto (C26). Nesse cenário ele é inserido dentro do processo como um agente externo. As suas opiniões e percepções são recolhidas através de técnicas de pesquisa e coleta de dados (C29, C35). Clientes com perfis específicos são consultados dependendo das necessidades e objetivos do projeto (C37, C36). O designer também age como um mediador durante esse contato (C38).

Do outro lado, existem cenários onde a empresa ou os responsáveis pelo projeto, ao optarem por uma abordagem mais artística, experimental e intuitiva, não estudam ou analisam as necessidades e opiniões dos clientes e usuários e se focam principalmente em referências estéticas e visuais, independente dos

objetivos do projeto (A87, A88).

5.2.18 Transição da graduação para a prática profissional

Os primeiros trabalhos dos designers, principalmente como estagiários, geralmente envolvem a aplicação de habilidades técnicas do design gráfico ou de produto para demandas pontuais e de baixo risco. Em determinadas ocupações, também pode envolver um trabalho mais simplificado de conceituação e pesquisa de referências (A79, A157).

Há uma percepção sobre diferentes etapas de desenvolvimento do designer profissional que se refletem em diferentes perspectivas e mentalidades percebidas. Essas perspectivas envolvem a percepção do próprio trabalho e capacidades em relação ao cliente e aos colegas de trabalho (C39, C40, A164). A autonomia e as responsabilidades crescem de acordo com o cargo e o nível de desenvolvimento pessoal e profissional dos designers. Com maior autonomia também se percebe um menor controle e previsibilidade sobre as etapas e processos do projeto, uma vez que ele passa a envolver um maior número de pessoas (*stakeholders*). (C59, C62, C64, A164, A165, A168)

Existe um entendimento entre os entrevistados de que a transição entre os ambientes da universidade e da prática profissional não se limita ao momento do estágio ou do primeiro emprego. Na verdade, ele se estende por toda a trajetória de prática e desenvolvimento profissional e trata-se de um processo contínuo. O designer, portanto, não “chega pronto” ao iniciar a sua carreira, mas sim começa a se desenvolver a partir dela, com as experiências, os erros e as dificuldades (B33, C64, C75). O caminho da carreira do designer e suas possibilidades de atuação vão se revelando à medida que ele vive as experiências profissionais, desenvolve suas habilidades e forma sua opinião acerca do seu perfil e do perfil dos ambientes profissionais que frequentou. (A133, C82, C88, C89, C92)

5.2.19 Síntese

A partir das categorias analíticas, as unidades contidas em cada uma delas e as conclusões da análise das entrevistas, a tabela abaixo resume os principais

aspectos observados em cada uma delas.

Projeto na prática profissional	Imprevisibilidade	Estrutura dos cursos	Estrutura física e oficinas
	Não linearidade		Incentivo à proatividade
	Autonomia	Expectativas da prática profissional	Propósito
	Aprendizado através da prática		Atuação na área de formação
Conceito de projeto	Processo	Comunicação e divulgação	Perfil e valores pessoais
	Solução de problemas		Aspectos financeiros
	Experimentação		Fase de divulgação no método
Processo e método	Abordagem artística	Mercado	Comunicação com outros públicos
	Abordagem metodológica		Maturidade do mercado
	Interdisciplinaridade	Cultura de design nas empresas	
	Implementação e restrições	Tendências da indústria	
Contribuição da graduação para a prática profissional	Atividades extra-curriculares	Objetivos, propósito e resultado	Comunicação
	Pensamento projetual		Ética de trabalho
	Pensamento crítico		Senso crítico
	Prática de oficina	Perspectiva do designer	Autonomia e proatividade
	Identificação do perfil profissional		
Competências profissionais	Liderar, vender, comunicar	Projeto na graduação	Vivências pessoais e profissionais
	Trabalho em equipe		Métodos lineares
	Negócios e administração		Controle do projeto
	Lacunas a partir da experiência		Baseado em métodos
Currículo	Generalista / Especializado	Propósito da grad.	Baseado em experimentação
	Influências hist. e pedagógicas		Espaço de experimentação
	Carga horária		
Didática	Exp. profissional dos docentes	Relação com o cliente	Perfil do cliente e colaboração
	Disciplinas teóricas e práticas		Porte das empresas
	Projeto como simulação da prática		
Dificuldades da prática profissional	Gestão do trabalho	Transição da graduação para a prática profissional	Estágio
	Empreendedorismo		Etapas de desenvolvimento do designer
	Desenvolvimento profissional		Processo contínuo

Tabela 2. Aspectos principais observados em cada categoria analítica

6

Ampliando as perspectivas

A partir da entrevista surgiram uma série de fatores que descrevem as percepções dos designers a respeito de suas vidas acadêmicas e profissionais. Parte desses fatores, no entanto, são bastante específicos às experiências dos entrevistados, devido à quantidade de aspectos pessoais que os influenciam. Portanto, em um segundo momento observou-se a necessidade de ampliar a amostragem da pesquisa de campo para alcançar conclusões mais generalizáveis e validar os fatores observados. A partir dessa necessidade, o presente capítulo descreve a segunda parte da pesquisa de campo, que consiste na aplicação de um questionário.

6.1 Metodologia

O objetivo dessa etapa de pesquisa foi de detalhar as descobertas das entrevistas. Para tal, o questionário padronizado foi escolhido por possibilitar a comparação das conclusões particulares dos entrevistados às perspectivas de uma amostragem maior. A partir da análise de uma maior gama de contextos e experiências, foi possível definir melhor os desafios vividos pelos designers no início da vida profissional. Assim, a presente etapa permitiu o levantamento de novos fatores não considerados anteriormente devido às semelhanças dos entrevistados em relação às suas localizações geográficas.

6.1.1 Formulação das perguntas

Considerando a diversidade de fatores sociais e características pessoais presentes nos estudantes e profissionais, optou-se por manter a natureza qualitativa da abordagem anterior. Assim, adotou-se o uso de perguntas abertas para construção do questionário. O modelo padronizado foi definido pela

necessidade de um maior alcance de participantes e por facilitar a posterior tabulação e análise dos dados.

A formulação das questões tomou como ponto de partida a entrevista. As perguntas demográficas realizadas anteriormente foram repetidas e adicionou-se um novo grupo de perguntas discursivas associadas aos aspectos observados.

Partindo das três categorias elencadas (designer, empresas e graduação), cada combinação possível entre elas deu origem a perguntas específicas. Assim, cada pergunta teve por objetivo analisar as relações entre duas categorias de perfis:

As relações entre o perfil do designer e o perfil da graduação deram origem às questões 1, 2 e 4, com ênfase nas expectativas do designer em relação à experiência universitária e na sua contribuição para a formação profissional.

Já as relações entre o perfil do designer e o perfil das empresas deram origem às questões 3 e 6, com ênfase nas expectativas do designer em relação à experiência profissional e na compatibilidade das suas características individuais com o emprego atual.

Por fim, as relações entre o perfil da graduação e o perfil das empresas deram origem às questões 5 e 7, com ênfase na contribuição do ensino superior especificamente para o cargo ocupado e a compatibilidade dos ensinamentos com a prática profissional atual.

Essa relação entre perfis através das perguntas está ilustrada abaixo na Figura 6.



Figura 5. Diagrama ilustrativo da relação entre os perfis nas perguntas do questionário

6.1.2 Modelo do questionário

A seguir está reproduzida uma versão estática do questionário utilizado para a pesquisa. A versão aplicada na coleta teve o formato digital, mas utilizou a mesma estrutura de perguntas e possibilidades de respostas.

Questões demográficas

0. Termo de consentimento livre e esclarecido / Anuência de dados

Antes de prosseguir com a pesquisa é necessário que você leia atentamente e concorde com os termos descritos para garantir a transparência do processo e os seus direitos enquanto respondente voluntário.

(Termo de consentimento anexado)

() Concordo () Não concordo

1. Qual é a sua idade?

[] Entre 18 e 24 [] Entre 25 e 34 [] Entre 35 e 44
 [] Entre 45 e 54 [] Entre 55 e 64 [] 65 ou mais

2. Qual foi o curso de graduação no qual você se formou?

Caso haja, preencha também com a especialização ou habilitação, ex. "Design gráfico", "Design de moda"

3. Em qual faculdade ou universidade você se formou?

Caso haja, especifique a faculdade/departamento, por ex. "Escola de Belas Artes da UFRJ" ou "Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP"

4. Em qual ano você se formou?

5. Após a graduação, você fez mais algum curso de atualização, especialização, ou pós-graduação (mestrado ou doutorado)?

Se sim, qual e onde?

6. Há quantos anos você trabalha profissionalmente com design?

Profissionalmente, para esta pergunta, se define como qualquer trabalho remunerado. Por favor, considere apenas o tempo em que você trabalhou na área. Caso você também tenha trabalhado em outra área após a sua graduação, não inclua esse tempo na sua resposta.

_____ anos

7. Até hoje, quais foram os seus principais empregos como designer e por quanto tempo você esteve em cada uma deles?

8. Qual o seu cargo atual?

Questões principais**1. Logo após se formar, você sentiu que o seu curso de graduação atendeu às suas expectativas enquanto estudante?**

Explique brevemente sua resposta.

2. E atualmente, você sente que o seu curso de graduação atendeu às suas expectativas enquanto profissional?

Explique brevemente sua resposta.

3. O seu emprego atual atende às suas expectativas profissionais?

Explique brevemente sua resposta.

4. A sua graduação contribuiu para o seu desenvolvimento profissional?

Explique brevemente sua resposta.

5. A sua graduação contribuiu para a prática profissional no seu emprego atual?

Explique brevemente sua resposta.

6. Você acha que o seu perfil profissional é compatível com o seu emprego atual?

Explique brevemente sua resposta.

7. Você acha que a sua formação no curso de graduação é compatível com o seu emprego atual?

Explique brevemente sua resposta.

8. Gostaria de receber o resultado da pesquisa por e-mail?

Se sim, preencha o seu e-mail abaixo que te enviaremos logo que os resultados ficarem prontos. Caso contrário, deixe em branco.

6.1.3 Amostragem e público-alvo iniciais

De forma semelhante à etapa anterior, o público alvo englobou designers formados e atuantes na área. Entende-se que a prática profissional abrange atuações que se estendem além desse recorte, porém a decisão inicial de analisar apenas os profissionais empregados se deu à necessidade de comparar experiências mais semelhantes. Dada a natureza pública da divulgação do questionário, a amostragem do estudo foi probabilística e aleatória. Entretanto, essa amostragem também foi influenciada pela divulgação orgânica entre os designers atuantes próximos ao pesquisador. O critério inicial de seleção dos respondentes foi o alinhamento às seguintes características:

- Ter ensino superior completo, com formação em curso de graduação de Design na modalidade bacharelado;
- Trabalhar atualmente ocupando cargo de designer ou correlato, como assalariado na modalidade CLT ou com contrato de trabalho como pessoa jurídica (PJ) em empresa que presta serviços de design ou empresa com setor de design e/ou comunicação.

Entretanto, é importante esclarecer que no decorrer da etapa de coleta de dados, esses critérios foram alterados por razões que serão desenvolvidas na seção 6.1.5 “Tratamento, análise e interpretação”.

6.1.4 Coleta de dados

O questionário foi desenvolvido em formato digital interativo com o uso do aplicativo *web* Tripetto (ilustrado na Figura 7) e compartilhado para os possíveis respondentes através de um endereço eletrônico (*link*) fornecido pela plataforma. A escolha da ferramenta se deu por se tratar de software gratuito, que oferece o recurso de definir múltiplos caminhos condicionais para o avanço do questionário, personalização do visual da apresentação, registro automático das respostas em uma base de dados digital exportável e compatibilidade completa com dispositivos móveis como smartphones e tablets.

Qual é a sua idade? *

Entre 18 e 24 Entre 25 e 34 Entre 35 a 44 Entre 45 a 54 Entre 55 a 64 65 ou mais

↑ Voltar

Qual foi o curso de graduação no qual você se formou? *

Caso haja, preencha também com a especialização ou habilitação, ex. *Design gráfico*, *Design de moda*.

↓ Próximo

3 de 11 respondido

Powered by Tripetto

Figura 6. Captura de tela do questionário interativo criado com o aplicativo Tripetto.

A estratégia de divulgação foi usar espaços virtuais públicos tais como comunidades, fóruns e redes sociais. Especificamente, o *link* foi enviado em postagens em grupos de design no Facebook e em uma lista de transmissão do mensageiro WhatsApp, que incluiu designers conhecidos pelo pesquisador. Durante a divulgação foi anexado um texto explicativo que incluía uma curta apresentação da pesquisa e as características ideais dos respondentes como forma de incentivar a participação e de filtrar de resultados não relevantes. Também estava anexado às publicações uma peça gráfica (Figura 8) que sintetizou o convite e serviu como forma de transmitir a mensagem de forma mais rápida e efetiva e alcançar um maior número de respondentes. O período total em que o questionário esteve aberto à respostas foi entre os dias 25 de janeiro a 6 de março de 2021, totalizando aproximadamente 6 semanas de coleta de dados.



Figura 7. Peça gráfica usada para a divulgação do questionário da internet

6.1.5 Tratamento, análise e interpretação

Após o final do período de aplicação do questionário, os dados coletados foram exportados através de um arquivo digital no formato CSV e importados para uma planilha online na plataforma Google Drive.

A primeira etapa de tratamento consistiu na formatação da planilha para

melhor organização das informações. Cada respondente recebeu um identificador para controle dos dados definido por dois números no formato “#-#”. O primeiro número indica o respondente e o segundo a questão (por exemplo: 3-6 indica a resposta à questão 6 do terceiro respondente). A página original com os dados brutos foi duplicada para em seguida realizar a filtragem das respostas.

Através de uma primeira leitura dos dados foi possível perceber que entre os respondentes estavam profissionais que não atendiam aos critérios iniciais descritos na seção 6.1.3, o que revelou que a primeira seção do questionário para filtragem de público alvo não foi completamente eficiente. Assim, as respostas de profissionais que não se enquadram nos critérios pré estabelecidos passaram por uma avaliação mais detalhada. Com uma leitura individual e mais detalhista destas respostas, foi possível perceber que parte delas, ainda que não cumprissem os critérios iniciais, poderiam trazer contribuições para a pesquisa. No recorte inicial do público-alvo estavam incluídos apenas profissionais que trabalham atualmente como empregados, com o objetivo de diminuir a variação dos fatores entre eles. Entretanto, parte dos respondentes relatou possuir experiências anteriores em empregos assalariados a despeito de trabalhar atualmente como freelancers ou administrando um negócio próprio. A possibilidade de comparar essas experiências permitiu a esses profissionais trazer respostas mais elaboradas e amplas para o questionário. Sendo assim, os critérios de filtragem das respostas foram alterados e passaram a ser os seguintes:

- Ter ensino superior completo, com formação em curso de graduação de Design na modalidade bacharelado;
- Ter trabalhado ocupando cargo de designer ou correlato, como assalariado na modalidade CLT ou com contrato de trabalho como pessoa jurídica (PJ) em empresa que presta serviços de design ou empresa com setor de design e/ou comunicação;
- Estar atualmente trabalhando na área.

A partir dos novos critérios, as respostas filtradas foram aquelas cujos respondentes não terminaram a graduação, se formaram em cursos que não eram de design ou nunca tiveram experiência como designers empregados.

Em seguida, os dados da nova planilha passaram por uma unificação, uma

vez que os campos de resposta eram abertos e por consequência as respostas não obedeceram a padrões de formatação ou gramática. Nessa etapa, o formato do nome das universidades e das habilitações foi padronizado para permitir a geração de gráficos. Uma rápida pesquisa sobre as universidades e cursos também foi realizada para adicionar maiores informações demográficas, incluindo cidades, estados e regiões onde se localizavam cada um deles. Por fim, uma tabela auxiliar foi gerada com o nome, estado, região e quantidade de respondentes por universidade, que por sua vez deu origem a parte dos gráficos referentes à demografia dos profissionais. Também foram gerados gráficos referentes à idade, habilitações e anos de atuação profissional para descrever o perfil da amostragem.

A etapa seguinte consistiu na análise de conteúdo das respostas discursivas seguindo o mesmo modelo usado na análise da entrevista, segundo Laville e Dionne (1999) e Bardin (2008), consistente de etapas semelhantes: definição do critério de divisão das unidades de análise, recorte, definição das categorias analíticas, categorização das unidades, interpretação e conclusão.

Como fonte da análise foram usadas exclusivamente as respostas das questões discursivas, descritas na parte “Questões principais” do modelo de questionário acima. O questionário recebeu o total de 34 respostas. Após a filtragem, o conteúdo final foi composto por 31 respostas para 7 perguntas abertas, totalizando 217 respostas discursivas. As respostas foram inseridas em uma base de dados do aplicativo Air Table. Em uma etapa preliminar de organização, as respostas foram agrupadas como afirmativas, negativas, parciais ou ausentes. A quantidade de respostas em cada categoria e sua porcentagem correspondente está na tabela a seguir.

Pergunta	Sim	%	Parcial	%	Não	%	S. R.	%
1	9	28%	11	34%	11	34%	0	0%
2	13	41%	5	16%	13	41%	0	0%
3	20	63%	5	16%	6	19%	0	0%
4	27	84%	4	13%	0	0%	0	0%
5	23	72%	5	16%	3	9%	0	0%
6	20	63%	5	16%	5	16%	1	3%
7	19	59%	5	16%	6	19%	1	3%

Tabela 3. Respostas do questionário categorizadas.

Após a organização do conteúdo, foi estabelecido como critério para divisão dos fragmentos novamente a divisão semântica. Dessa forma, todos os fragmentos deveriam fazer sentido individualmente e tratar apenas de um assunto ou aspecto específico. Assim, algumas respostas não foram divididas enquanto outras foram divididas em até quatro fragmentos, de acordo com a sua extensão e variedades de assuntos. Desta categorização totalizaram 258 unidades de análise.

Assim como adotado na análise anterior, a categorização dos fragmentos foi realizada de forma mista, porém em ordem inversa: os fragmentos deram origem às categorias enquanto eram analisados e em um segundo momento essas categorias foram revisadas e comparadas àquelas usadas para análise da entrevista na etapa anterior da pesquisa. O critério de exclusividade mútua foi mantido.

Em comparação à organização anterior, novas categorias surgiram e outras não foram utilizadas nesta análise: enquanto as categorias relacionadas à graduação mudaram pouco, as relacionadas à prática profissional tiveram mudanças significativas, crescendo em número e se tornando mais específicas. As categorias finais, seus critérios e a quantidade de unidades em cada uma delas estão descritos na Tabela 4.

Categoria analítica	Descrição	Unidades contidas
Conceito de design e/ou projeto	Trechos sobre o que é ou o que não é projeto e/ou design. O que está incluso, como se define, o que abrange	2
Competências e desenvolvimento profissional	Trata do uso de conhecimentos e habilidades pessoais e profissionais e do desenvolvimento profissional como um todo.	18
Atividades extracurriculares	Trechos que citam atividades universitárias para além da sala de aula	8
Projeto na graduação	Trechos que descrevem de qualquer forma o projeto nas aulas da universidade e seu ensino	11
Perspectiva do designer	Trechos opinativos e/ou autorreferentes, envolve a mentalidade e a mudança de perspectivas	22
Processos e métodos de design	Fases, etapas, metodologias, abordagens para projetar	13
Currículo da graduação	Trechos que falam de disciplinas, ementas, habilitações	19

Autonomia e empreendedorismo	Trata das questões relacionadas à liberdade de atuação e da experiência com negócios.	9
Mercado / Mercado de trabalho	Questões sobre demandas de clientes, tendências, oportunidades e empregabilidade	10
Projeto na prática profissional	Trechos sobre a experiência de projetar (ou a falta dela) após o início da vida profissional	18
Transição da graduação para prática profissional	Trechos que falam sobre as mudanças de ocupação/atuação ou primeiras experiências profissionais.	4
Networking e contato interpessoal	Trechos que abordam as experiências com outros estudantes e profissionais.	9
Didática e professores na graduação	Trechos que falam sobre ensino, qualificação e perfil dos professores	2
Propósito	Trechos que tratam da motivação pessoal ou profissional e do propósito do trabalho ou do estudo.	1
Especializações e áreas de atuação	Trata das especificidades e da mudança das diferentes áreas de atuações e habilitações do design	12
Remuneração e questões financeiras	Trata das questões financeiras da profissão tais como remuneração, lucro e precificação	7
Gestão do trabalho	Trata das questões interpessoais no ambiente organizacional hierárquico	1
Percepção social do design	Trata de como os não-designers (como gestores, colegas de trabalho, parentes e amigos) percebem a prática e a profissão do design	3
Cargos, responsabilidade, autoridade e demandas profissionais	Trata das especificidades dos cargos nas organizações, suas demandas e responsabilidades	6
Cultura organizacional	Trata das crenças, valores e práticas das empresas em relação ao trabalho e ao campo do design	1

Tabela 4. Novas categorias analíticas e suas respectivas de unidades de análise

Como é possível perceber na tabela, existem menos unidades classificadas do que o enumerado inicialmente. Isso se deve ao fato de que as respostas que não foram desenvolvidas e se limitaram apenas a “Sim”, “Não” ou semelhantes não foram classificadas dentro de categorias. Portanto, contabilizou-se um total de 82 respostas que não foram desenvolvidas, resultando em 176 unidades analíticas categorizadas. Também foi possível reparar que as respostas foram sendo menos desenvolvidas ao longo do questionário de forma que as unidades catalogadas

foram diminuindo a cada pergunta. A primeira pergunta conteve 35 unidades, a segunda 34, a terceira 30, a quarta 26, a quinta 21, a sexta 17 e a última 13. As respostas convertidas em unidades de análise e suas respectivas categorias finais estão disponíveis no Apêndice 5 deste documento para consulta.

As conclusões novamente foram alcançadas através da construção iterativa da explicação (LAVILLE e DIONNE, 1998) onde o agrupamento das unidades analíticas em categorias permitiu a observação de pontos convergentes nas respostas. Para cada resposta, as categorias com maior número de unidades representaram maior convergência e deram origem a conclusões mais generalizáveis para a amostragem.

6.2 Conclusões da análise

Nesta seção estão descritas as conclusões decorrentes da análise do questionário. É importante ressaltar que estas conclusões foram alcançadas através do cruzamento dos relatos dos designers e descrevem, portanto, a perspectiva da amostragem consultada. Nesse sentido, conclusões que referenciam um maior número de fragmentos tendem a ser mais generalizáveis, mas ainda assim é importante perceber que se tratam de visões pessoais e estão relacionadas a experiências individuais. Portanto, a descrição da amostragem é importante na consideração dos resultados desta pesquisa.

O questionário recebeu respostas de todas as regiões do Brasil, com exceção do Centro-Oeste. A maioria das respostas vieram de profissionais que se formaram na região Sudeste (74%), especificamente no Rio de Janeiro e em São Paulo, seguidas pela região Sul (13%) com todos os seus estados inclusos. Em terceiro lugar em número de respostas está a região Nordeste (10%), especificamente os estados da Paraíba e Sergipe e por último a região Norte (3%), com uma única resposta de um profissional do estado do Amazonas, como ilustram os gráficos a seguir.

Respostas por região

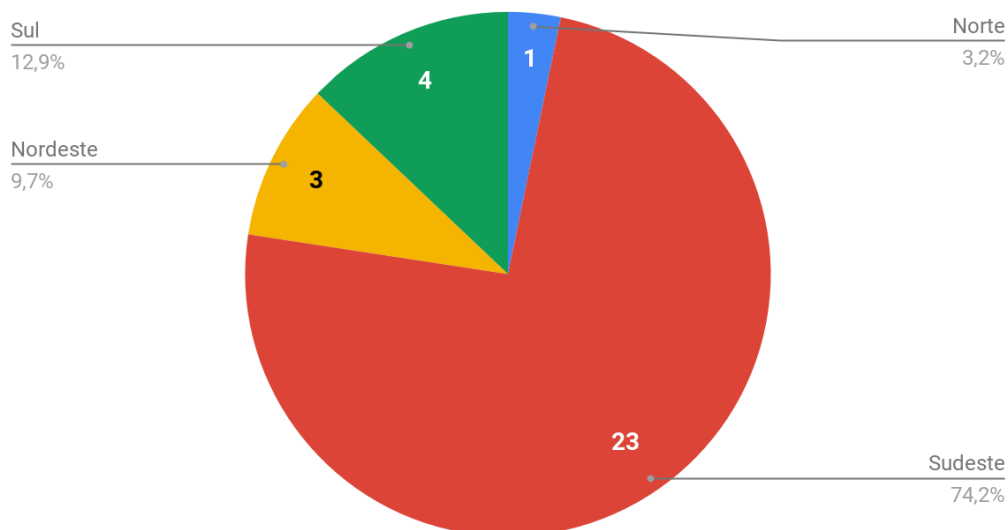


Gráfico 1. Respostas do questionário por região geográfica da universidade

Respostas por estado

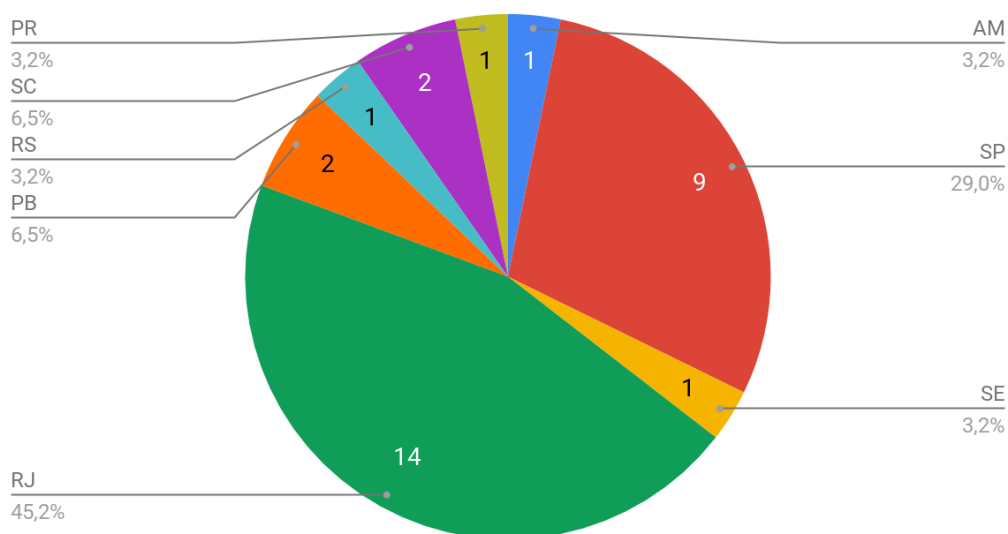


Gráfico 2. Respostas do questionário por estado da universidade

Nesse sentido, a diversidade geográfica das respostas se mostrou uma vantagem no uso do questionário online. A possibilidade de levantar as perspectivas de designers atuantes em quase todas as regiões do país permitiu ampliar o escopo do estudo consideravelmente e trazer questões que não necessariamente se aplicariam na região sudeste, considerando os fatores socioeconômicos e culturais específicos de cada parte do Brasil.

Em relação à faixa etária, os dados brutos contemplavam todas as opções

disponíveis, entretanto, após a filtragem das respostas o espectro de idade dos respondentes se situou entre 18 a 44 anos. A faixa etária mais presente foi entre 25 e 34 anos, contemplando 78% das respostas. É possível assumir que o intervalo entre 18 e 24 seja menos comum pelo tempo de duração dos cursos de graduação e a idade média de seus ingressantes. Por outro lado, como mostra adiante o gráfico de tempo de experiência, a minoria dos respondentes é recém formada. Pode-se inferir, portanto, que grande parte dos profissionais que responderam ao questionário tiveram experiências profissionais antes da conclusão da graduação. O gráfico a seguir ilustra a divisão das respostas por idade dos respondentes:

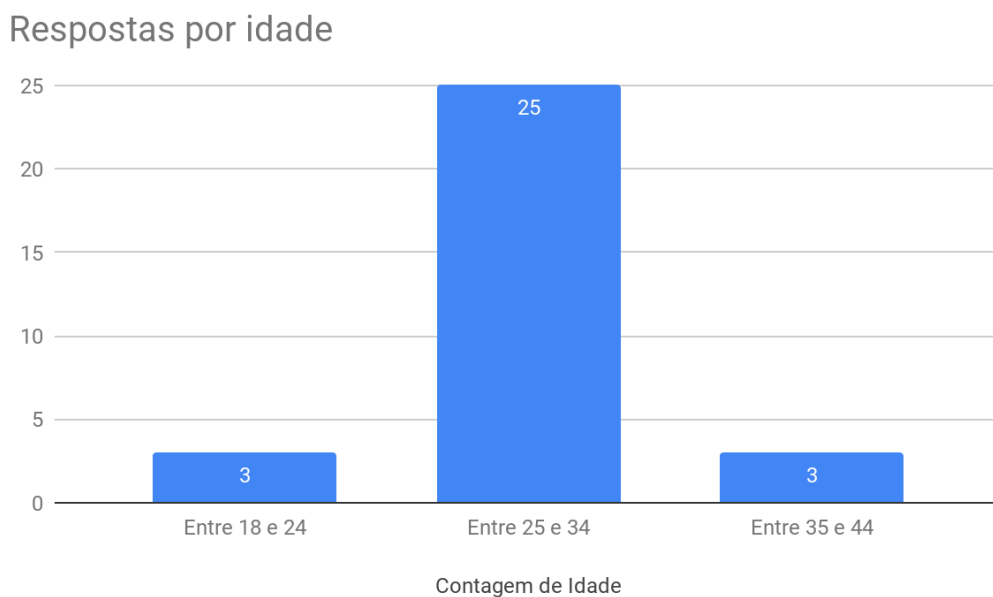


Gráfico 3. Respostas do questionário por idade dos respondentes

Respostas por habilitação

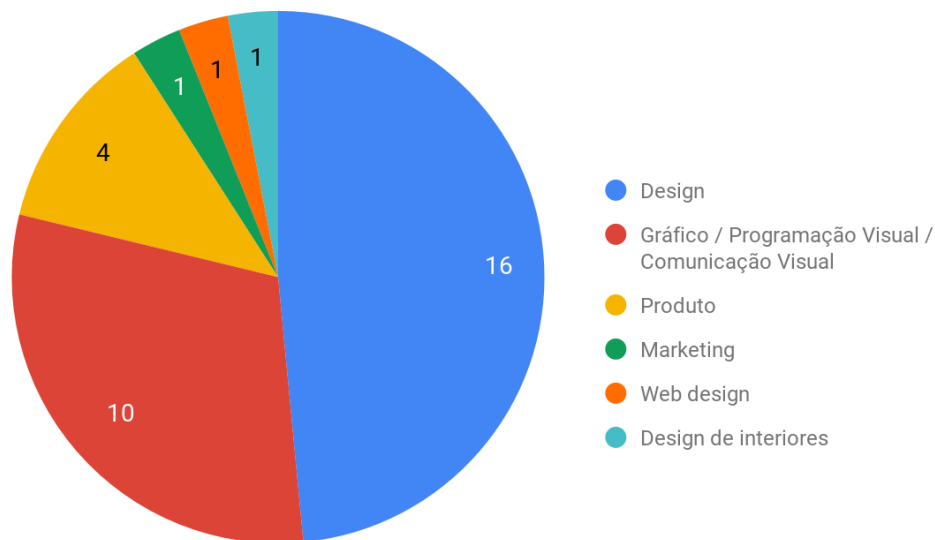


Gráfico 4. Respostas do questionário por habilitação dos respondentes

Por fim, em relação ao tempo de atuação os intervalos mais presentes são entre 4 e 6 anos e entre 6 e 8 anos (22% cada), seguidos pelo intervalos entre 2 a 4 anos e 10 a 12 anos (16% cada). Assim, percebe-se que, mesmo em amostragens diversas, o questionário alcançou desde designers recém formados até profissionais com 20 anos ou mais de experiência. Essa amplitude permite contrapor percepções em diferentes momentos de carreira e vivências profissionais em busca de pontos em comum.

Tempo de atuação

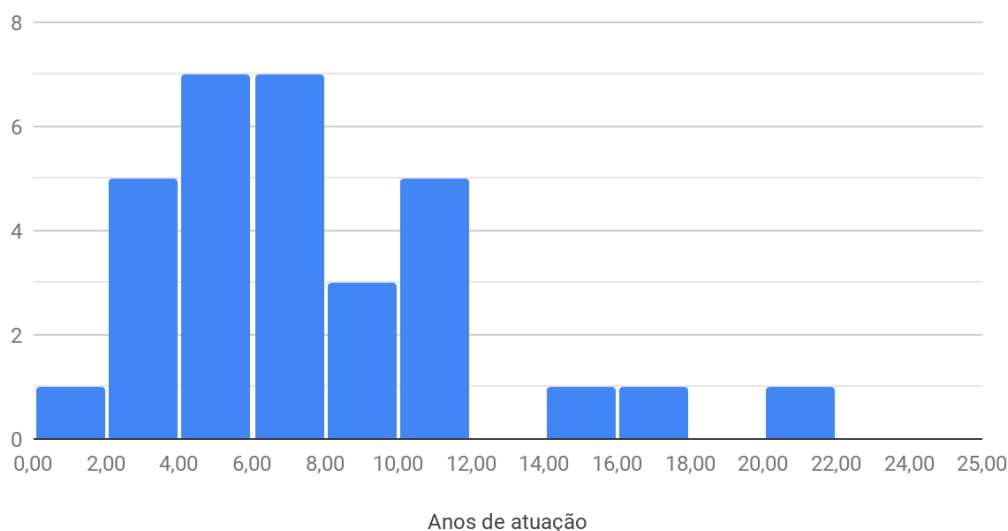


Gráfico 5. Respostas do questionário por tempo de atuação profissional

6.2.1 Expectativas da graduação enquanto recém-formados

Na primeira questão, 28% dos designers profissionais (9) afirmaram que, enquanto recém formados, a graduação atendeu às suas expectativas de estudantes, enquanto para 34% (11) apenas parcialmente e para 34% (11) não.

Dentre os que responderam afirmativamente, um ponto em comum é a forma como o curso de graduação contribuiu para a perspectiva dos designers: segundo eles, a faculdade gerou autoconhecimento (12-1b), aguçou a curiosidade (3-1), desenvolveu pensamento crítico em relação à atividade profissional (7-1b) e incentivou a procura por ferramentas necessárias (29-1) para se tornar designer. Outro aspecto citado foi a prática de projeto na graduação, que proporcionou um espaço de experimentação (12-1) e prática nas oficinas (3-1b).

Os respondentes cujas expectativas foram parcialmente atendidas citaram como um dos aspectos responsáveis foi o currículo da graduação que, por vezes tornou necessário buscar determinados conteúdos fora das aulas por não incluir abordagens mais recentes (21-1, 18-1, 8-1), ou não foi considerado aprofundado ou bem aproveitado (16-1, 25-1). Nesse aspecto também foi citado a falta de conteúdos teóricos em graduações com maior foco na prática (23-1). Do contrário, também houveram designers que relataram insatisfação a respeito da prática de projeto na graduação onde o lado técnico é deixado de lado em detrimento ao conhecimento teórico (19-1, 30-1). Aspectos relacionados ao mercado, empreendedorismo e autonomia também foram citados: segundo os designers, conhecimentos sobre como precificar os trabalhos (4-1), gestão e administração básica, como funciona e como lidar com o mercado de trabalho (5-1, 21-1) poderiam ter sido mais abordados.

Por fim, os profissionais que relataram não terem suas expectativas atendidas pelo curso de graduação citaram fatores como a diferença entre a prática no mundo acadêmico e na realidade profissional (17-1, 13-1) e também a falta de preparação para o mercado de trabalho (22-1).

6.2.2 Expectativas da graduação enquanto profissionais

Quando questionados se, atualmente, a graduação atende às expectativas profissionais, 41% dos respondentes (13) disse que sim, enquanto para 16% (5) apenas parcialmente e para outros 41% (13) não.

Os pontos comuns entre os profissionais que responderam positivamente foram a mudança nas suas perspectivas enquanto designers (14-2) pelo desenvolvimento de senso crítico (16-2b) e a visão para além do uso de softwares (1-2), a formação de competências e de uma base para o desenvolvimento profissional (1-2, 5-2, 7-2, 13-2, 8-2) e a segurança para ingressar no mercado de trabalho (22-2, 16-2c). Em menor quantidade, foi citada também a importância do estágio (25-2).

Da mesma forma, dos designers que responderam "parcialmente" um citou o estágio como sendo mais relevante para a prática profissional do que as experiências acadêmicas propriamente ditas (23-2b). Outros, em maior quantidade, relataram que a graduação não atendeu completamente às expectativas profissionais porque se trata de uma construção constante (21-2) e que foi necessário crescer profissionalmente antes de conseguir aplicar os conhecimentos adquiridos na graduação (17-2). Também foram citados a falta de formação humana (4-2) e a ausência de projetos reais e como lidar com os imprevistos da prática (23-2).

Por fim, os profissionais que acreditam não ter suas expectativas profissionais atendidas pela graduação tem como pontos em comum a falta de conhecimentos sobre como atuar, construir suas carreiras e lidar com o mercado (3-2, 6-2b), a falta de preparação para a prática profissional devido às diferenças entre processos de trabalho e culturas dos ambientes (12-2, 6-2, 3-2c, 19-2, 26-2b), e falta de determinados conhecimentos no currículo devido a especialização desejada pelo designer (20-2, 26-2).

Certamente faltou compreender práticas de mercado, entender o que poderia ser uma carreira no design, onde eu poderia atuar, evoluir e fazer melhores escolhas profissionais. As orientações dos professores eram muito abstratas, genéricas. [...] Além disso, a maior dor foi a disparidade entre o projetar acadêmico e o projetar na vida real. Em todos os lugares onde trabalhei, NENHUM permitia respeitar o tempo ou as etapas de projeto, todos queriam tudo pra ontem, então pesquisas, testes ou outras investigações

eram inexistentes no desenvolver do trabalho. Isso foi me deixando muito desgostosa da profissão. [...] Em certo ponto eu quis desistir e fazer algo que as pessoas dessem valor. Me dei conta que ficar fazendo arte para jogar papel no lixo era inútil, não mudava nada na vida de ninguém, ao contrário, gerava mais lixo ainda. Quando se está trabalhando ali, no modo tradicional (das 9h as 18h), a gente parece ficar meio anestesiado. Ganha-se o salário, paga-se contas. O trampo fica num canto esquecido. Custou a desenvolver musculatura pra conseguir sair desse esquema, fazer algo que fosse legal pra mim e estar autônoma. Neste caso a faculdade também falhou muito ao não mostrar formas alternativas ou mais empreendedoras de se viver de design. Mas de toda forma, acredito que o design em si me preparou pra me virar na vida. Então foi o que fiz desde sempre. Não tinha ideia, mas ia me virando pra aprender e descobrir novos caminhos. (3-2)

6.2.3 Expectativas profissionais no emprego

A respeito do emprego atual, os designers foram questionados se ele atende atualmente às expectativas profissionais. A maioria (63%, 20) respondeu que sim, enquanto 16% (5) respondeu que parcialmente e 19% (6) que não.

Entre pontos comuns aos que responderam afirmativamente estavam a remuneração (22-3, 30-3, 21-3), a possibilidade de aplicar os aprendizados da graduação na prática cotidiana (8-3, 11-3), a possibilidade de se inserir em uma atuação nova (27-3, 19-3) e o crescimento profissional (17-3, 33-3). Também foram citados em menor quantidade a autonomia e o propósito do trabalho (4-3, 22-3b).

Os respondentes cujas expectativas são parcialmente atendidas citaram como pontos positivos a remuneração (2-3) e o processo de design do trabalho (16-3) e como pontos negativos a dificuldade de entendimento dos colegas de trabalho a respeito do design (25-3) e a divergência de valores pessoais com a empresa (16-3b).

As respostas negativas enfatizaram o excesso de responsabilidades para o cargo ocupado, a falta de entendimento a respeito do trabalho de design e a dificuldade de se posicionar como autoridade (23-3, 23-3d, 23-3e), a baixa remuneração (14-3, 23-3b), o (difícil) crescimento profissional (18-3, 20-3b) e a ocupação de cargos que não correspondem à área de formação ou a especialização desejada (1-3, 6-3). Também foram citados problemas com a cultura organizacional da empresa (23-3c), e a falta de valorização regional do design

(20-3).

Eu atualmente detesto [o meu emprego]. Atuo como Jr. com responsabilidade de pleno/senior. Acho muito difícil [sic] me posicionar dentro da empresa ganhando pouco com 3t [sic] de trabalho nas costas. A empresa meio que perdeu a cultura de design e o tempo todo eu tenho que explicar a importância [sic] de ter mais designers na equipe. Sempre esperam que eu saiba e faça de tudo. É muito complicado explicar que nem tudo é a minha área de estudo/atuação sem parecer incapaz ou insuficiente. Eu não tenho nenhuma liderança técnica acima de mim desde o cargo de estagiária e é mt [sic] difícil se posicionar enquanto autoridade. (23-3)

6.2.4 Contribuição da graduação para o desenvolvimento profissional

Sobre se a graduação contribuiu para o desenvolvimento profissional dos designers, 84% (27) afirmaram que sim, enquanto 13% (4) responderam que parcialmente. Não houveram respostas negativas.

Os profissionais que responderam afirmativamente citaram como contribuições o networking e contato interpessoal (6-4, 17-4, 9-4b, 22-4b) formação de uma base técnica e de uma perspectiva ampla para a prática profissional (13-4, 9-4, 2-4, 28-4, 17-4c, 3-4)

Já os que responderam "parcialmente" criticaram o fato do networking ter sido mais relevante do que o ensino acadêmico em si (24-4, 33-4). Além disso, também foram citadas a falta de conteúdos sobre as tendências do design (11-4). Como ponto positivo recorrentemente foi citado o desenvolvimento do pensamento projetual (11-4b), inclusive para aspectos além da vida profissional:

O design me preparou pra me virar na vida. Eu faço muitas coisas com o olhar de projeto e isso facilita muitíssimo as coisas pra mim. Eu sempre sou saudosa desse período pois foi sempre muita diversão estudar aquelas coisas. (3-4)

Uma crítica levantada foi a respeito do corpo docente dos cursos e falta de experiência profissional dos professores, que levou um dos designers a querer seguir carreira acadêmica e ensinar em paralelo à sua prática profissional:

Alguns poucos professores sim ajudaram [no desenvolvimento profissional], e os eventos para networkings, e os colegas de turma tinham muito mais a ensinar e ajudar e acrescentar do que a maioria dos professores. Desejo um dia ser professor universitário para fazer a diferenças [sic] e ajudar os colegas professores a se preparem e buscarem experiência para poderem

ensinar algo aos alunos. (33-4)

Outro ponto de destaque foi o relato de um dos profissionais que, em razão do seu primeiro curso de graduação se voltar principalmente aos aspectos técnicos da prática, foi necessário cursar um segundo para completar a formação humana.

Sim, sem o conhecimento técnico [da primeira graduação] não seria capaz de produzir com celeridade. A falta de formação humana foi preenchida por outra graduação, em uma instituição federal (4-4)

6.2.5 Contribuição da graduação para o emprego

Já quando questionados se a graduação contribuiu para o emprego atual, 72% (23) responderam que sim, enquanto 16% (5) responderam que parcialmente e apenas 9% (3) disseram que não.

Nas respostas afirmativas a perspectiva do design através do pensamento projetual e o incentivo para procurar conhecimento por conta própria (14-5, 29-5, 1-5), o conteúdo das disciplinas, (16-5, 22-5), os métodos projetuais e científicas (16-5, 22-5d) e a sua aplicação na prática profissional (2-5, 5-5) foram citados com maior frequência. Além disso, também foram mencionadas as experiências de estágio como fundamentais para inserção no meio profissional (25-5), o incentivo ao empreendedorismo (24-5), oportunidades de crescimento dentro das organizações (21-5), a reflexão sobre os conceitos de design (22-5b), o contato interpessoal, o desenvolvimento de habilidades de argumentação (22-5c) e a facilitação da transição entre os ambientes através de uma base teórica sólida (16-5b).

Os profissionais que responderam "parcialmente" pontuam que o conteúdo da graduação foi pouco relevante em comparação com as atividades extra curriculares como os eventos e as vivências no geral (20-5, 33-5). Houve também uma crítica a utilidade prática apenas de técnicas específicas (19-5).

Os respondentes que negaram a contribuição da graduação para o emprego não desenvolveram suas respostas.

6.2.6 Compatibilidade entre perfil profissional e emprego

Os designers também foram questionados se o seus perfis profissionais eram

compatíveis com os seus empregos atuais. 63% (20) responderam que sim, enquanto 16% (5) que parcialmente e outros 16% (5) que não. Uma pessoa não respondeu a pergunta.

Entre os profissionais cujas respostas foram afirmativas, os principais pontos citados foram a adequação ao cargo e suas demandas e responsabilidades (17-6, 25-6, 22-6), a aplicação das habilidades sociais e pessoais que foram desenvolvidas na graduação e fora dela (16-6, 18-6), o desenvolvimento profissional e a abrangência da prática (3-6, 4-6), e a implementação prática dos processos aprendidos (19-6, 11-6). Também foram citados com menor frequência a possibilidade de explorar diversas áreas na prática profissional (5-5), e a capacitação para possibilitar ofertas de emprego (33-6).

Já os que responderam que a compatibilidade foi parcial relataram que as suas áreas de atuação ou os cargos não eram totalmente compatíveis com a habilitação ou a graduação cursados (9-5) fazendo com que fosse necessário buscar outras fontes de aprendizado para suprir essa lacuna. Além disso, a remuneração abaixo do esperado (14-6) também foi mencionada.

Da mesma forma, o principal ponto em comum entre os profissionais que relataram que não havia compatibilidade entre perfil profissional e emprego está na área de atuação: segundo eles, trabalhar em uma especialização diferente da área desejada ou de formação gerou frustração, prejudicou a qualidade do trabalho (23-6) e foi origem do desejo de migrar para outra área (27-6, 6-6).

6.2.7 Compatibilidade entre graduação e emprego

Por fim, os profissionais foram questionados se a graduação que eles cursaram era compatível com o emprego em que eles estavam. Dentre as respostas, 59% (19) afirmaram que sim, enquanto 16% (5) que parcialmente e 19% (6) que não. Uma pessoa não respondeu a pergunta.

Entre os que responderam afirmativamente, os pontos foram variados. A capacitação para empreender, inovar e aplicar os conhecimentos na prática profissional (2-7, 22-7, 25-7) foram características importantes para os designers conseguirem oportunidades de emprego e crescimento nas empresas. A

abordagem generalista dos cursos citados também contribuiu para uma atuação ampla (16-7, 33-7), tanto em diferentes campos quanto em áreas cuja prática é caracterizada pela interdisciplinaridade. Por fim, relatou-se que a formação acadêmica foi valorizada pelos clientes e gestores (24-7, 22-7) e permitiu o desenvolvimento de novas perspectivas pessoais aos designers (17-7).

A divergência da atuação profissional com a formação e o perfil do designer foi citada entre os que afirmam que a compatibilidade é parcial (3-7). Este grupo relata que a graduação não supriu completamente os requisitos do emprego, em especial o conhecimento técnico (18-7). Ainda assim, um dos respondentes reconheceu a contribuição do processo de design aprendido na faculdade para melhor comunicação com os clientes (1-7).

O grupo que relatou a incompatibilidade total entre graduação e emprego tem como principal ponto em comum o currículo do curso. Para eles, foi necessário buscar constantemente por conhecimentos fora da academia (19-7), uma vez que o curso no qual eles se formaram não contemplava exatamente a área de atuação desejada (14-7) ou não incluiu competências necessárias (19-7). Para um dos respondentes, especificamente, a pesquisa foi deixada de lado no ensino por se tratar de uma instituição particular, o que tornou necessário procurar por outra graduação em uma universidade federal (4-7).

6.2.8 Comparações entre designers gráficos e em outras atuações

O público-alvo do questionário não se restringiu especificamente aos designers gráficos. Isso porque, como pontuado anteriormente, nem sempre é possível definir com clareza a linha que separa as diferentes atuações profissionais, considerando que muitos cursos de graduação adotam abordagens generalistas e que é comum que os designers profissionais, no decorrer de suas carreiras, transitem por entre diferentes atuações.

Portanto, optou-se por realizar inicialmente uma análise a partir da amostragem completa do questionário, incluindo todas as áreas de atuação e habilitação para entender as características gerais dos profissionais nos ambientes profissionais e acadêmicos. Em um segundo momento, como forma de analisar as características específicas do design gráfico, foi realizada uma separação da

amostragem de designers gráficos e outras atuações. Para tal, foram definidos como designers gráficos aqueles que se formaram em cursos de graduação com habilitação específica em programação visual; ou que ocupam atualmente ou já ocuparam cargos relacionados ao design gráfico, tais como diagramador, ilustrador, arte finalista ou diretor de arte. Da mesma forma, foram definidos como designers de outras atuações todos aqueles que não cumpriam esses mesmos critérios.

Dessa forma, o grupo dos designers gráficos conteve 22 respondentes, equivalente a 70% das respostas do questionário, enquanto o grupo dos designers de outras atuações conteve 9 respondentes, correspondente aos 30% restantes. A princípio já se percebe uma diferença na quantidade de respondentes em cada grupo, que se dá possivelmente pelo design gráfico se tratar de uma das atuações mais tradicionais. Assim, é possível assumir que a maior parte dos designers já tenha tido, em algum nível, contato com essa atuação.

A partir desta divisão foi possível, em seguida, separar as respostas novamente entre positivas, negativas e parciais, agora específicas para cada grupo. O Gráfico 6 a seguir ilustra essa comparação entre respostas de acordo com as atuações profissionais.

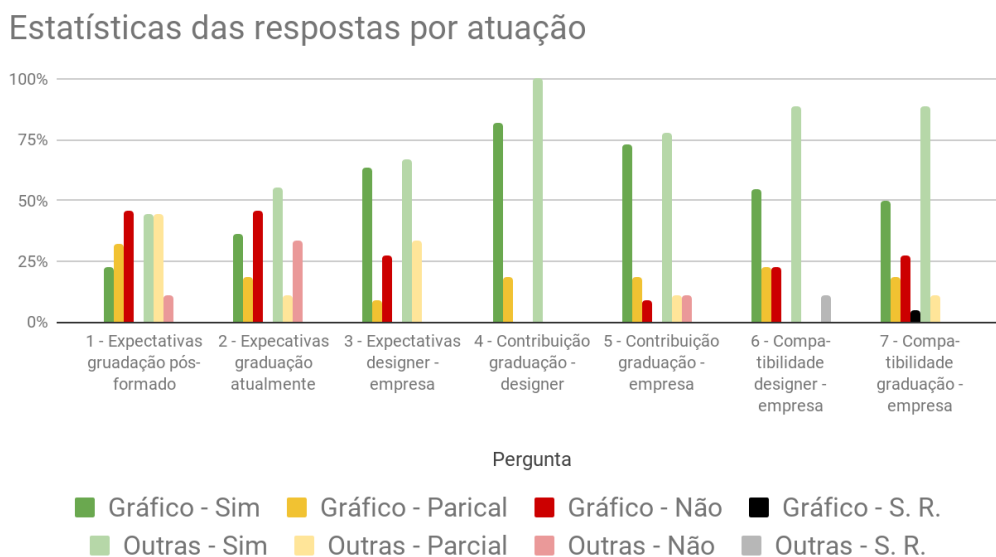


Gráfico 6. Comparação entre as respostas dos designers gráficos e dos designers de outras atuações

A partir das estatísticas de cada resposta, é possível perceber que, de maneira geral, os designers gráficos parecem não ter suas expectativas da graduação atendidas da mesma forma que os designers em outras atuações. Da mesma forma, mas em uma menor proporção, os designers de outras atuações parecem perceber maiores contribuições na graduação, tanto para a prática profissional como um todo quanto para o emprego atual. Além disso, eles também demonstram uma compatibilidade maior entre o emprego atual e seus perfis profissionais e cursos de graduação.

Ambos os grupos convergem ao pontuar como fator positivo a mudança de perspectiva que a graduação proporcionou, permitindo aos profissionais desenvolver o autoconhecimento, pensamento crítico e projetual e proatividade para pesquisar e aprender por conta própria. Além disso, ambos destacam o desenvolvimento de competências profissionais, considerando que a universidade deu uma boa base para construção das suas carreiras a partir de conhecimento técnico e teórico. Em menor grau, os grupos também coincidem em opiniões a respeito da capacidade de desenvolvimento de projetos na prática profissional e aplicação dos conhecimentos adquiridos.

Por outro lado, em comparação com designers gráficos, os designers de outras atuações citaram com maior frequência a importância das atividades extracurriculares durante a graduação tais como eventos, estágios, monitoria e iniciação científica. Os designers gráficos, por sua vez, destacaram com maior frequência a preparação e possibilidade de atuação em áreas diversas ou em áreas relacionadas às suas formações especificamente. Além disso, eles também citaram mais vezes a importância do aprendizado e aplicação de métodos e processos de design, além da oportunidade de networking e do contato interpessoal.

Dentre os fatores que levaram os profissionais a terem suas expectativas e compatibilidades parcialmente atendidas, ambos os grupos coincidem ao pontuar que o currículo dos seus cursos de graduação poderia ter aprofundado questões teóricas, principalmente em relação à novas tendências e métodos mais recentes, o que os levou a precisar procurar por esses conteúdos por conta própria. Os designers gráficos, em específico, citaram com maior frequência fatores ligados à prática de projeto na graduação, como poucas horas de aulas práticas, a presença

de projetos fictícios, e a dificuldade de lidar com imprevistos.

Como fatores responsáveis pelos profissionais responderem negativamente às expectativas e compatibilidades, os dois grupos convergem na crítica aos currículos de seus cursos que, segundo eles, por vezes não proporcionou conhecimentos direcionados para as áreas de atuação desejadas, seja porque o curso era focado em uma área diferente da desejada ou porque não aprofundava em aspectos específicos esperados. Os designers gráficos, especificamente, citaram com maior frequência a incompatibilidade da graduação com a prática profissional atual, principalmente pela divergência entre áreas de atuação. Eles também relataram em maior número a diferença entre a prática na graduação e a prática profissional, o sentimento de falta de preparo profissional e desconhecimento da realidade do mercado de trabalho e carreira.

Uma ressalva importante é que, uma vez que os grupos possuem quantidades significativamente diferentes de respondentes é necessário fazer uma comparação cuidadosa, entendendo que se trata de uma visão geral e não uma relação direta. Novamente, essa comparação descreve a amostragem específica do questionário e não necessariamente é extrapolável para amostragens maiores

7 Conclusão

Com o levantamento bibliográfico foi possível traçar um panorama amplo sobre as origens e características da relação entre ensino e profissão no campo do Design. Já a partir das pesquisas de campo surgiram entendimentos valiosos a respeito das experiências particulares dos designers profissionais e suas perspectivas. Finalmente, no capítulo que se segue estão abordadas as conclusões gerais sobre a pesquisa realizada, suas contribuições para o entendimento do problema assim como as futuras oportunidades de aprofundamento que se desdobram a partir do seu encerramento.

1.1 Conciliando teoria e prática

Muitos dos aspectos levantados através da pesquisa bibliográfica foram também relatados pelos designers profissionais através das pesquisas de campo. Ainda que os autores selecionados em sua maioria não retratem o cenário brasileiro e que as diferenças sociais, econômicas e políticas do Brasil em relação às referências externas sejam inegáveis, muitos dos pontos se mostraram ser semelhantes em ambos os contextos nacionais e internacionais. Esse fato possivelmente se deve às tradições epistemológicas do campo, herdadas diretamente dos contextos norte americano e europeu. Assim, através dessas referências a presente seção discute as relações entre os dados colhidos e o levantamento teórico.

Em relação ao ensino de design, os modelos modernistas herdados das escolas europeias ainda estão fortemente presentes nas universidades, como apontam Oxman (2001) e Lawson e Dorst (2009). Entretanto, esse modelo entra em conflito com novas abordagens que vêm se disseminando nas últimas décadas.

É possível perceber através do questionário que a tradição modernista também está implícita na imagem da atividade do designer e nas expectativas dos

estudantes. Assim, quando em um determinado momento essa expectativa não se cumpre, surge um estranhamento. Esse estranhamento pode ser percebido através do relato dos estudantes ao se depararem com uma abordagem acadêmica que enfatiza explicitamente os fundamentos teóricos e conceituais do design, como visto no segundo paradigma educacional descrito por Oxman (2001), em detrimento da tradicional abordagem tácita representada pela prática de oficina ou mais contemporaneamente pelo uso de softwares. A atividade de design, portanto, ainda é vista no senso comum como técnica e criativa, ao ponto que o seu tratamento como atividade acadêmica, pautado em tradições científicas, gera uma quebra de expectativas nos estudantes recém ingressados na graduação, como fica claro através da pesquisa de campo.

Por outro lado, o ensino universitário de design ainda se baseia fortemente no modelo de simulação da prática profissional (LAWSON; DORST, 2009; OXMAN, 2001), o que reforça que os ambientes acadêmicos e profissionais são semelhantes, quando eles são fundamentalmente diferentes. Essa situação se agrava à medida que este modelo é empregado por professores sem experiência na prática profissional, como relatado nas entrevistas, no questionário e na literatura por Bonsiepe (2011) e Villas-Boas (2003). Somado a isso, esse modelo desconsidera as imprevisibilidades, a não linearidade e o processo de implementação presentes na prática profissional. Não por acaso, esses fatores foram relatados como motivo de surpresa e insegurança para os designers no início da vida profissional.

Já existem novos modelos que propõem o ensino de design focado na cognição e no pensamento projetual (CROSS, 2006; OXMAN, 2001) e que tem o potencial de renovar essa tradição e desenvolver competências mais duradouras para os estudantes e além de novos métodos de projeto que preveem a implementação e não linearidade (LINDEN; LACERDA; AGUIAR, 2010). É possível que no futuro esses modelos amadureçam e se tornem parte central do ensino universitário de design e contribuam para a diminuição destes conflitos. Da mesma forma, é necessário administrar as expectativas dos estudantes em relação à faculdade como uma preparação para a prática profissional, através da difusão dos propósitos mais amplos do ensino universitário (BULLER, 2014; LAWSON;

DORST, 2009). Parte dos profissionais relataram que esperavam que as novas tendências do campo design estivessem presentes no curso de graduação, mas não seria possível integrar todas essas tendências ao currículo porque elas ficariam rapidamente defasadas (LAWSON; DORST, 2009). Essa é, portanto, uma demanda de mercado e que precisaria ser aprendida através de outros meios, como cursos livres ou de especializações.

Diversos conflitos presentes no ensino universitário podem ser relacionados à separação entre mão e cabeça descrita por Sennett (2009). As respostas do questionário revelaram que, ao mesmo tempo em que em determinados cursos as atividades intelectuais são consideradas prioritárias e as atividades manuais são deixadas de lado, em outros a prática técnica é a única a ser realmente aplicada enquanto a teoria se torna superficial. É necessário, portanto, restaurar o equilíbrio e a integração entre mão e cabeça. Essa visão do artífice proposta por Sennett traz uma forma de desenvolver a mente e a perícia profissional através da prática manual, que está intimamente relacionada à prática de oficina e à experimentação, citada pelos respondentes do questionário como um fator que atende às expectativas dos estudantes.

Através do relato dos profissionais no questionário é perceptível que as contribuições do ensino universitário no campo do design são as mais valiosas para a formação deles: os aspectos humanos, as capacidades de argumentação e comunicação, as relações interpessoais e as atividades extra curriculares (estágio, extensão, eventos), o pensamento crítico e projetual, o desenvolvimento de novas perspectivas e de autonomia para procurar por conhecimento e ferramentas necessárias. Todos esses aspectos, segundo os profissionais e a literatura, são determinantes para a formação de uma base sólida para o desenvolvimento profissional e pessoal dos estudantes (BALL; POLLARD; STANLEY, 2010b; BUCHANAN, 1998; LAWSON; DORST, 2009).

Nesta formação humana também é necessário se considerar a ética do design, considerando o papel dos profissionais como comunicadores e produtores. O questionário trouxe o preocupante relato de um profissional empregado que atende a um cargo cujas atribuições vão contra seus valores pessoais. Mesmo em vista dessa situação, o papel social e o impacto político do trabalho do designer

não foram relatados na pesquisa de campo como presentes na graduação. O artista teve e tem um papel político importante (VILLAS-BOAS, 2003) e no campo do design a responsabilidade não é diferente. Archer (2005) defende que os profissionais do campo têm potencial para lidar com os problemas globais das próximas gerações e para tal é necessário o desenvolvimento de uma consciência a respeito da cultura material (*design awareness*).

Ao mesmo tempo, a universidade ainda coloca o designer como não pertencente ao "mundano" ao passo que não considera as necessidades materiais dos futuros designers, da mesma forma que descreve Wolff (1982) com o paradigma artístico. A partir do momento em que o designer se torna um profissional e passa a viver do seu trabalho ele necessita desenvolver habilidades que o permitam alcançar esse objetivo. Atualmente essas competências e habilidades são vistas como um adicional nos cursos (HELLER; VIENNE, 2015) e foram descritas na literatura (BALL; POLLARD; STANLEY, 2010b) e pelos designers no questionário e na entrevista como insuficientes durante a graduação. Entretanto, com a precarização do trabalho essas habilidades têm se tornado cada vez mais fundamentais para os profissionais: como lidar com finanças e dinheiro, como precificar, como comunicar, como vender, como administrar os projetos e os clientes e como liderar. A remuneração é uma questão de grande importância para os profissionais e necessária para que os designers possam viver do seu próprio trabalho, mas é deixada de lado na universidade. Atualmente, falar em dinheiro ainda é um tabu para carreiras criativas e não por acaso é um dos motivos de maior insatisfação relatada pelos profissionais no questionário. Ao mesmo tempo, também é necessário considerar a crescente diversificação da prática profissional (BUCHANAN, 1998) e portanto a importância de orientar os estudantes das variadas possibilidades de atuação, ainda que o curso não se aprofunde nelas.

Conclui-se assim que a formatura no final da graduação não é o fim, mas sim o primeiro passo para o desenvolvimento de uma carreira. A pesquisa de campo demonstrou que o domínio que estes designers percebem sobre sua profissão a partir da graduação, assim como a sua capacidade de transformar esse aprendizado em resultados produtivos e a iniciativa em direção à autonomia se constroem juntamente com a vida profissional. Os conhecimentos, habilidades e

atitudes se aprimoram, portanto, através da própria prática, como percebem os designers entrevistados e como citam Lawson e Dorst (2009). Apesar dessa percepção ser visível para alguns profissionais que responderam o questionário, também é o motivo para quebra de expectativas para outros e necessita ser endereçada.

No lado profissional, o embate entre autonomia e autoridade descrito por Sennett (2009) e a sua relação com a alienação do trabalho descrita por Villas-Boas (2003) foi observada tanto nas entrevistas quanto no questionário. As responsabilidades do cargo, a dificuldade de se colocar como autoridade e o desafio de criar, incentivar e cultivar uma cultura de projeto em um ambiente não familiar foi relatado como motivo de quebra de expectativas profissionais e de grande frustração para os designers. As entrevistas demonstram que existe constantemente um embate entre a atuação do designer, a autoridade dos gestores e a participação dos clientes que permeia toda a relação de trabalho dos profissionais e que comumente se tornam problemas na carreira.

Finalmente, a transição entre os ambientes pode ser facilitada por um componente chave do ensino universitário: o estágio. Diversos relatos no questionário e na entrevista reforçam a importância dessa etapa. Como já apontam estudos (WEINSTEIN, 2018) o estágio tem importância significativa na inserção no mercado de trabalho. Trata-se, assim, de uma imersão no ambiente profissional durante a graduação e permite que o estudante conheça o cotidiano dos profissionais, faça contatos interpessoais (networking) e equilibre suas expectativas. A partir desta percepção seria possível então aprofundar essa conexão entre ambos os ambientes através do incentivo ao estágio e do desenvolvimento de iniciativas semelhantes.

7.1 Entre a graduação e a profissão

Os relatos dos entrevistados confirmam a presença de grandes diferenças entre as experiências dos designers dentro da universidade e no dia-a-dia da profissão, desde as dificuldades e os aprendizados até os relacionamentos interpessoais e a própria prática de projeto. O caminho entre um e outro se mostra

cheio de particularidades que variam amplamente entre os indivíduos, mas que ainda assim se encontram em diversos pontos.

A respeito do ensino de projeto na graduação, foram relatados pelos entrevistados principalmente duas abordagens: A primeira abordagem, chamada aqui de abordagem artística-experimental da prática de projeto, é menos estruturada e mais tácita, influenciada pelo ensino de arte e pelas disciplinas das Belas Artes. Nesse modelo, o artefato, conceito ou solução tradicionalmente são pré-estabelecidos, ainda que não restritos ou limitados, e cabe ao designer propor formas novas de alcançá-lo através da experimentação. Essa abordagem pode ser relacionada à teoria da prática reflexiva, descrita por Donald Schön (1983) e foi relatada pela Designer A, durante sua primeira graduação e pela Designer B.

A segunda abordagem, chamada aqui de abordagem metodológica da prática de projeto, é mais estruturada e mais explícita em suas etapas, influenciada pelo ensino de arquitetura e engenharia. Nesse modelo, utiliza-se normalmente de métodos específicos com etapas bem definidas e lineares e cabe ao designer pesquisar para entender o contexto do problema e solucioná-lo. Essa abordagem pode ser relacionada ao design como solução de problemas como descrita por Herbert Simon (1981) e foi relatada pelo Designer C e pela Designer A ao cursar sua segunda graduação.

Assim, uma hipótese levantada através dos relatos dos entrevistados é que existem diferentes perfis de faculdades e cursos de graduação de design, diferentes perfis de empresas e diferentes perfis de designers. Um dos desafios mais notáveis no processo de formação e consolidação de uma carreira profissional para os designers é a capacidade de alinhar esses três elementos. Isso significa que conhecer e vivenciar diferentes ambientes acadêmicos, como participar de projetos de extensão e atividades extra curriculares; e diferentes ambientes profissionais, como experimentar com vertentes do design, em empresas e localizações diversos, também faz parte do processo de construção do perfil profissional do designer e é de grande importância durante a transição entre a graduação e a profissão.

Os perfis de faculdade ou curso de graduação podem incluir fatores como: história da instituição e influências pedagógicas, estrutura física e ferramental,

desenho do currículo, presença de habilitação específica, quadro de professores, didática e carga horária do curso; visão e propósito.

Entre os exemplos dados pelos entrevistados da influência dos perfis dos cursos nos estudantes estão:

- Na primeira graduação que cursou, a Designer A foi afetada pela precarização estrutural mas prestigiada pelos professores atuantes no mercado (A126).
- Por outro lado, esse mesmo curso tem forte influência das Belas Artes e como consequência uma abordagem do design mais artística, que fazia com que a Designer A, que queria trabalhar com design social em um método bem definido se sentisse deslocada (A26, A27); Anos depois, ao ingressar em outro curso de graduação com forte influência da arquitetura e portanto uma abordagem mais projetual do design, se sentiu realizada e se redescobriu na área (A28, A92).
- A Designer B sentiu muita falta de oficinas para experimentar, também um exemplo de precarização estrutural, na prática o trabalho com tecidos e percebe a falta desse conhecimento na vida profissional (B14, B37);
- O Designer C teve a iniciativa de buscar participar de atividades extra curriculares por cursar a graduação em meio período (C66, 67, 68).

Os perfis de designer podem incluir fatores como: idade, cidade e estado onde mora, interesses pessoais, fatores socioeconômicos como renda e acesso a consumo, compromissos e responsabilidades pessoais ou profissionais. Esse perfil, assim como os fatos ligados a eles, é fluido e tende a se transformar no decorrer da vida profissional.

Entre os exemplos dados pelos entrevistados dos seus perfis são:

- A Designer B, quando começou a graduação aos 19 anos, absorveu menos os conhecimentos que lhe foram apresentados do que quando fez o segundo curso, depois aos 24 e com uma nova perspectiva devido ao amadurecimento pessoal (B63).
- A Designer B se identifica com a prática de experimentação (B66), mas sentiu falta do embasamento metodológico de projeto e não se sente uma designer de fato (B39) por não ter tido oportunidade de trabalhar na sua

área de formação (B69) e nem sente que projeta na sua prática diária porque trabalha com uma abordagem artística (B15).

Os perfis de empresa podem incluir fatores como: porte e estrutura (A63, B54), localização geográfica (C90, C91), forma de gestão (B17, A166, C63, C65), autonomia do trabalhador (B62), demandas e responsabilidade do cargo (A84, C59), serviços prestados (A139, A82, C55) perfil dos clientes (A57, C51, C53), métodos ou processos de trabalho (A52, C33, A84, A85).

Além disso, é possível assumir que quando existe uma compatibilidade de perfis prévia entre o designer e o curso de graduação, o ensino molda a visão do aluno. Nessa situação, a prática de projeto do estudante passa a ser feita através dessa "lente", que abrange suas influências culturais, pedagógicas e filosóficas. É ainda possível traçar um paralelo da influência do curso de graduação na perspectiva da prática de design dos estudantes com a influência da teoria e do quadro de referência na perspectiva da prática de pesquisa dos cientistas, da forma como pontuam Laville e Dionne (1999) ao descreverem “as cores do saber”.

Tendo em vista o desafio de conciliar os três perfis, é possível perceber algumas dificuldades e suas consequências. Por exemplo, um estudante que tem um perfil muito desviante do perfil da faculdade onde cursa a graduação pode se sentir um "mau designer" (A38, 39, B53). Da mesma forma, um designer formado na faculdade com determinado perfil que passa a trabalhar em uma empresa com perfil muito distinto pode se sentir desqualificado ou subutilizado (A85, A136, A148).

Essa desconexão de perfis pode acontecer justamente pelas diversas possibilidades de abordagens dentro do campo do design, tanto de ensinar quanto de praticar. Considerando que ainda existe uma dificuldade de se definir a prática do design dentro do campo e que essa dificuldade se estende a sociedade como um todo, é de se esperar que os estudantes recém ingressados na graduação desconheçam essa variedade de perfis de ensino e de prática e se insiram em espaços com os quais não se identificam, ainda que se interessem verdadeiramente pela área do Design. Por fim, encontra-se a seguir um infográfico que ilustra essas relações entre perfis observadas na pesquisa e as oportunidades futuras descritas

na seção 7.3.

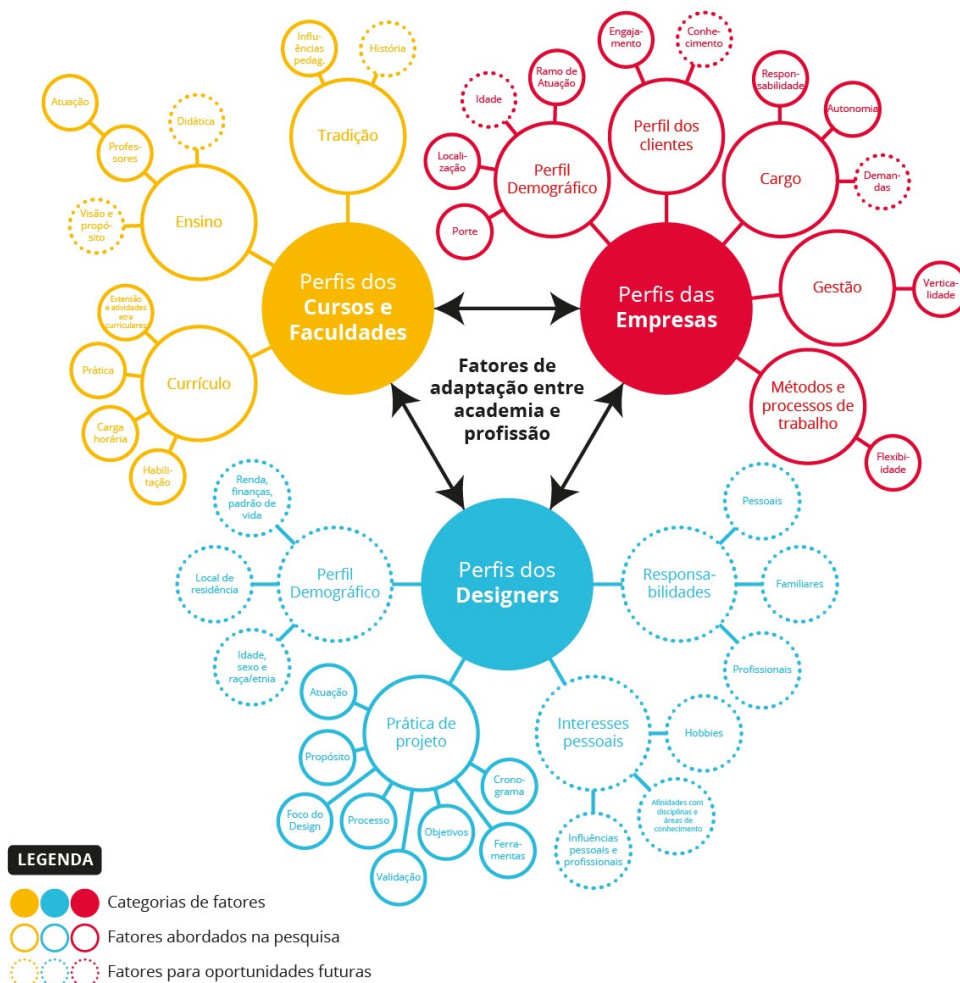


Figura 8. Síntese visual da conclusão relacionando os perfis dos cursos e faculdades, os perfis das empresas e os perfis dos designers

7.2 Especificidades do design gráfico

A partir do questionário é possível supor que, no design gráfico, a prática no meio profissional e acadêmico se diferem com maior intensidade do que nas demais áreas de atuação, tais como UX, moda e design estratégico. Uma das explicações possíveis para essa diferença entre atuações está no fato de que em áreas mais recentes do design, como o UX, por exemplo, os métodos de prática e ensino tem incorporado novas ferramentas e teorias com uma maior velocidade, o que faz com que a busca por pesquisa e desenvolvimento seja mais presente e

convirja em mais pontos com o meio acadêmico. Outras hipóteses estariam associadas às características da tecnologia digital, e ao desenvolvimento compartilhado por outras disciplinas como a Informática. No design gráfico, por sua vez, muitas das antigas tradições de prática e ensino que se desenvolveram nos primórdios da profissão e as culturas organizacionais que se estabeleceram no mercado ainda se mantêm, tendendo a um menor ritmo de incorporação de novas práticas.

Nesse sentido também pode se perceber que a abordagem generalista no ensino atende melhor aos designers que optam por atuações menos tradicionais, uma vez que o ensino nesse formato abre uma ampla gama de possibilidades e tende a colocar como ponto principal o pensamento projetual em detrimento de ferramentas ou técnicas específicas. Os designers gráficos relatam, em convergência com essa perspectiva, que percebem em maior grau as diferenças entre mercado e academia e que não se sentem familiarizados com as técnicas e ferramentas exigidas pelas empresas. Assim, também é possível concluir que, se por um lado a tradição no design gráfico é responsável por uma prática profissional mais consolidada e difundida, por outro ele também pode ser responsável por uma maior resistência a mudanças em seus paradigmas, tanto de ensino quanto de prática, o que em certa medida intensifica a distância entre ambos os ambientes.

7.3 Ressalvas e oportunidades futuras

Após descrever as conclusões é importante esclarecer que existem ressalvas a serem feitas sobre os resultados da pesquisa. Primeiramente, por não se valerem de uma abordagem predominantemente quantitativa, tanto a entrevista quanto o questionário utilizaram de amostragens relativamente pequenas. Logo, as conclusões aqui apresentadas não são necessariamente generalizáveis para todas as universidades e empresas. Elas dizem respeito às experiências dos designers consultados, seus contextos e vivências.

Em segundo lugar, por se tratarem de entrevistados com perfis distintos, suas divergências podem estar relacionadas a uma diversidade de fatores pessoais

não abordados neste estudo. Entretanto, mesmo considerando essas diferenças de perfil, ao analisar os relatos foi possível perceber que emergiram vivências e dificuldades semelhantes entre eles em vários aspectos. Essas conclusões são as de maior ênfase e a maior contribuição desta análise.

Finalmente, é preciso ter em mente a limitação de tempo e recursos inerentes a uma pesquisa de mestrado. Uma futura investigação sobre o tema que se valha de maior extensão e abrangência poderá trazer resultados mais aprofundados. Sob essa perspectiva, também é válido citar alguns dos desdobramentos possíveis que surgem como novas oportunidades de pesquisa.

De forma complementar à abordagem adotada, uma ótica quantitativa, que se valha de uma amostragem ampla e técnicas estatísticas de análise poderia corroborar as hipóteses e descobertas apresentadas possam ter maior validade externa, ou seja, resultados mais generalizáveis. Outra possibilidade estaria na proposta de entender a influência de cada um dos fatores descritos nos perfis de designers, empresas e cursos de graduação a fim de entender quais deles predominam sobre os outros. Sobre esses fatores também é possível abordar e comparar fatores pedagógicos dos cursos e aspectos pessoais e subjetivos dos designers, que nessa pesquisa não foram aprofundados tais como responsabilidades e interesses pessoais.

Além disso, é necessário reconhecer a predominância de relatos de profissionais da região sudeste, em especial as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, capitais de maior concentração de renda e desenvolvimento econômico do país. Por isso, seria de enorme benefício a reprodução do formato dessa pesquisa com enfoque em designers de outros recortes geográficos, em especial as regiões Centro-oeste, Norte e Nordeste do país, cujas amostragens foram menores.

Relembrando a variedade de atuações possíveis no campo do design, outra oportunidade está na análise dos perfis de profissionais pautada especificamente na comparação das atuações. Cada habilitação é diretamente moldada pela sua história, métodos, mercado e mais uma diversidade de características que certamente impactam nas experiências dos seus profissionais.

Não se pode ainda deixar de lado a enorme necessidade de se considerar futuramente aspectos socioeconômicos tais como classe social, raça, gênero e suas

influências nas vivências pessoais, acadêmicas e profissionais dos estudantes. Não seria exagero supor que esses, em especial, sejam os fatores que mais restringem as oportunidades e perspectivas dos designers, tendo em vista as desigualdades sociais que infelizmente ainda se perpetuam na sociedade brasileira.

Por fim, também se percebe a necessidade de abordar a influência atual e futura dos impactos sociais, econômicos e psicológicos da pandemia de COVID-19 nas perspectivas dos futuros designers, além das questões cada vez mais presentes sobre as mudanças nas relações de trabalho e no conceito de emprego.

7.4 Encerramento

O principal pressuposto adotado nesta pesquisa é de que a graduação e a profissão se dão em contextos essencialmente distintos, mas essas diferenças características entre eles não se configuram em um problema. Tratam-se de ambientes com culturas, histórias, influências e atores diferentes e não poderiam, portanto, se equivaler independente de qualquer iniciativa para tal. Os ambientes em si, apesar de trazerem questões próprias que necessitam ser debatidas, também não são um problema em si. Apesar do escopo desta pesquisa estar no ensino da graduação, essa etapa marca apenas o começo de um processo de crescimento pessoal e profissional que os designers levam durante toda a vida, que também não se limita apenas ao emprego.

A principal questão retratada nessa pesquisa, como já pontuaram Lawson e Dorst (2009), são as expectativas criadas e não atendidas. Existem expectativas implícitas e explícitas nos estudantes-profissionais, nos docentes, e nos empresários e gestores em relação ao ensino e à prática do design. A conclusão aponta que trata-se, portanto, de um problema de comunicação acima de tudo.

Existe uma ampla comunicação de designers para designers, de profissionais para profissionais e de acadêmicos para acadêmicos. Ainda assim, foi possível perceber nos relatos enormes dificuldades de comunicação entre designers e não-designers e entre acadêmicos e profissionais. Mesmo com um acelerado crescimento do campo, do ensino e da pesquisa, continua-se a debater o

conceito de design, o escopo da sua atividade e o valor do seu trabalho. Nesse sentido, não se pode esperar que as instituições de ensino, as empresas ou a sociedade mudem espontaneamente e passem a entender e valorizar o design, considerando que existem ainda influências do macro ambiente econômico, cultural e social brasileiro não tratados nesta pesquisa, reconhecidamente pouco estimulantes à inovação. Por outro lado, é possível e desejável que os próprios designers, na medida em que se tornem também estudantes, professores, empresários, empregados e cidadãos difundam o que se pode esperar do seu trabalho e quais são as suas contribuições para a sociedade.

Em suma, todos os designers precisam se tornar em certo nível professores. Praticar a didática, a empatia, a escuta para se comunicar com a maior eficiência possível. Assim, será possível que cada vez mais o design seja visto, entendido e valorizado. Uma comunicação eficiente permitirá que os estudantes saibam o que os espera em um curso de graduação e que os graduandos saibam o que esperar do ambiente profissional, assim como será possível que a sociedade como um todo conheça mais as características e potencialidades do Design.

Portanto, a maior contribuição dessa pesquisa é dar voz às pessoas que vivenciam estes ambientes e apresentar sistematicamente algumas variáveis intervenientes na relação entre os ambientes de formação acadêmica e os ambientes de atuação profissional do designer. As iniciativas acadêmicas e científicas de desenvolver métodos ou entender contextos profissionais muitas vezes se mostram ineficientes por partir de uma análise externa. Essa relação é relatada por Stollterman (2009) ao discutir as ferramentas de design e a aplicação dos métodos de design na prática profissional. Como consequência, os métodos e as ferramentas são ressignificados, modificados ou simplesmente abandonados porque não refletem a realidade para a qual eles foram projetados. Assim, através da visão dos próprios profissionais foi possível entender com maior propriedade as maiores questões que surgem nessa transição tão sensível e impactante.

A conclusão final é que não existem caminhos absolutamente certos ou errados quando se fala em vida profissional e acadêmica, mas sim aqueles que melhor se adequam à vivência de cada indivíduo. Que essa pesquisa possa, portanto, levantar discussões sobre o ensino e a prática do design e contribuir para

os futuros e atuais designers encontrarem seus próprios caminhos e assim se tornarem profissionais realizados com seu próprio trabalho, cientes das possibilidades que o campo do design pode oferecer e do que eles, por sua vez, podem oferecer ao mundo.

8

Referências

- ARCHER, B. et al. **A framework for design and design education: a reader containing key papers from the 1970s and 80s**. Wellesbourne: DATA, 2005.
- ARGAN, G. C. A história na metodologia do projeto. **Revista Caramelo**, v. 6, p. 156–170, 1993.
- BALL, L.; POLLARD, E.; STANLEY, N. **Creative Graduates Creative Futures: A Major Longitudinal Study Undertaken between 2008 and 2010 of the Career Patterns of Graduates in Art, Design, Crafts, and Media Subjects Qualifying in 2002, 2003 and 2004 from 26 UK Higher Education Institutions**. Brighton, United Kingdom: Creative Graduates Creative Futures Higher Education Partnership and the Institute for Employment Studies, jan. 2010b. Disponível em: <<https://www.employment-studies.co.uk/sites/default/files/471sum.pdf>>. Acesso em: 20 maio. 2019.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2008.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: E. Blucher, 2011.
- BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- BONSIEPE, G. **Design como prática do projeto**. São Paulo: Blucher, 2012.
- BRAHA, D.; REICH, Y. Topological structures for modeling engineering design processes. **Research in Engineering Design**, v. 14, p. 185–199, 1 nov. 2003.
- BUCHANAN, R. Education and Professional Practice in Design. **Design Issues**, v. 14, n. 2, p. 63, 1998.
- BULLER, J. L. The Two Cultures of Higher Education in the Twenty-First Century and Their Impact on Academic Freedom. **Journal of Academic Freedom**, v. 5, p. 8, 2014.
- CASTRO, J. R. Quanto a população brasileira já perdeu com a crise econômica. **Nexo Jornal**, 17 out. 2017.
- CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO - CNE. Parecer CFE/CCC n.62/1987: Proposta de Currículo Mínimo para o Curso de Desenho Industrial. . 1987.
- COSTA, S. D. M.; MARQUES, E. DE M. I.; FERREIRA, A. C. C. Entre os Sentidos do Trabalho, Prazer e Sofrimento: Um Estudo Baseado na Perspectiva de

Jovens Trabalhadores-Estudantes. **Revista Gestão Organizacional**, v. 13, n. 1, p. 64–85, 2020.

CROSS, N. **Designerly ways of knowing**. London: Springer, 2006.

DORST, K. Academic Design. In: Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven, 2013.

DORST, K. **Design practice and design research: finally together?** Proceedings of DRS2016. **Anais...** In: DESIGN RESEARCH SOCIETY 50TH ANNIVERSARY CONFERENCE. Brighton, United Kingdom: Design Research Society, 27 jun. 2016

DORST, K.; DIJKHUIS, J. Comparing paradigms for describing design activity. **Design Studies**, Analysing Design Activity. v. 16, n. 2, p. 261–274, 1 abr. 1995.

FORTY, A.; SOARES, P. M. **Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

FRAYLING, C. Research in art and design. **Royal College of Art Research Papers**, v. 1, n. 1, 1993.

FREITAS, R. F. DE; COUTINHO, S. G.; WAECHTER, H. DA N. Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes olhares. **Estudos em Design**, v. 21, n. 1, 2013.

GRAY, D. E. **Pesquisa no Mundo Real**. Tradução: Roberto Cataldo Costa. 2ª ed. Porto Alegre: Penso, 2011.

HARVEY, L.; BLACKWELL, A. **Destinations and Reflections Executive Summary: Careers of British Art, Craft and Design Graduates**. Birmingham: University of Central England Centre for Research into Quality, 1999.

HATCHUEL, A.; WEIL, B. CK Design Theory: An Advanced Formulation. **Research in Engineering Design - RES ENG DESIGN**, v. 19, p. 181–192, 1 jan. 2009.

HELLER, S. **Too Many Grads or Too Few Competencies? The Design School Dilemma** **American Institute of Graphic Arts (AIGA) Voice**, 8 out. 2005.

Disponível em:

<<https://www.aiga.org/too-many-grads-or-too-few-competencies-the-design-school-dilemma>>. Acesso em: 16 maio. 2019

HELLER, S.; VIENNE, V. **Becoming a graphic and digital designer: a guide to careers in design**. 5. ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD)**. Disponível em: <<https://br.adfn.com/indicadores/pnad>>. Acesso em: 6 dez. 2019.

JAPIASSU, H. Nascimento da Ciência Moderna. In: **Nascimento e morte das ciências humanas**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1978. p. 19–59.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. DE A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte; Porto Alegre (RS): Ed. da UFMG: ARTMED, 1999.

LAWSON, B.; DORST, K. **Design expertise**. Oxford, UK; Burlington, MA: Architectural Press, 2009.

LE MASSON, P.; DORST, K.; SUBRAHMANIAN, E. Design theory: history, state of the art and advancements. **Research in Engineering Design**, v. 24, n. 2, p. 97–103, abr. 2013.

LINDEN, J. C. DE S. VAN DER; LACERDA, A. P. DE; AGUIAR, J. P. O. DE. **A Evolução dos Métodos Projetuais**. Anais do 9º P&D Design. **Anais...** In: 9º P&D DESIGN - CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. São Paulo: AEND - Associação de Ensino de Design do Brasil, 2010

LÖBACH, B. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Blücher, 2001.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer C. **Graphic design: the new basics**. Second edition, revised and expanded. New York : Baltimore: Princeton Architectural Press ; Maryland Institute College of Art, 2015.

MAZIEIRO, G. Em 4 anos, Brasil reduz investimento em educação em 56%; cortes continuam. **UOL**, 2 maio 2019.

MINAYO, M. C. DE S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, v. 9, n. 3, p. 237–248, set. 1993.

MOURA, M. Histórias do Ensino de Design. **DAT Journal**, v. 5, n. 2, p. 76–102, 18 jun. 2020.

MUNARI, B.; VASCONCELOS, J. M. DE. **Das coisas nascem coisas**. Lisboa: Edições 70, 1981.

NAJAR, R. Perspectivas epistemológicas e design: uma abordagem pós-estruturalista. **Estudos em Design**, v. 27, n. 1, p. 149–160, 2019.

NIEMEYER, L. **Design no Brasil: origens e instalação**. 4a. ed ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

OCCUPATIONS. Art and Architecture Thesaurus - AAT. Los Angeles: Paul Getty Trust, 2004. Disponível em: <<http://vocab.getty.edu/page/aat/300263369>>. Acesso em: 15 fev. 2021

OXMAN, R. The Mind in Design: A Conceptual Framework for Cognition in Design Education. In: EASTMAN, C. M.; MCCracken, W. M.; NEWSTETTER, W. C. (Eds.). **Design Knowing and Learning: Cognition in**

Design Education. Oxford: Elsevier Science, 2001. p. 269–295.

PERDIGÃO, D. M.; HERLINGER, M.; WHITE, O. M. (EDS.). **Teoria e prática da pesquisa aplicada.** [s.l: s.n.].

PROFESSIONALS. Art and Architecture Thesaurus - AAT. Los Angeles: Paul Getty Trust, 2004. Disponível em: <<http://vocab.getty.edu/page/aat/300025907>>. Acesso em: 15 fev. 2021

PROFESSIONS. Art and Architecture Thesaurus - AAT. Los Angeles: Paul Getty Trust, 2004. Disponível em: <<http://vocab.getty.edu/page/aat/300393201>>. Acesso em: 15 fev. 2021

QUINTANEIRO, T. **Um toque de clássicos - Marx, Durkheim e Weber.** [s.l.] Editora UFMG, 2003.

RITTEL, H. W. J.; WEBBER, M. M. Dilemmas in a general theory of planning. **Policy Sciences**, v. 4, n. 2, p. 155–169, 1 jun. 1973.

SANTOS, A. DOS. **Seleção do Método de Pesquisa: guia para pós-graduandos em design e áreas afins.** Curitiba - PR: Insight, 2018.

SCHÖN, D. A. **The reflective practitioner: how professionals think in action.** [s.l.] Basic Books, 1983.

SENNETT, R. **O artífice.** Rio de Janeiro: Record, 2009.

SHAI, O.; REICH, Y. Infused Design: I. Theory. **Research in Engineering Design**, v. 15, p. 93–107, 1 set. 2004.

SIMON, H. **As Ciências do Artificial.** Tradução: Luís Moniz Pereira. Coimbra: Almedina, 1981.

SIMON, H. A. **The Sciences of the Artificial.** 3. ed. Cambridge: MIT Press, 1996.

SNOW, C. P. **The two cultures and the scientific revolution.** Mansfield Centre, Conn.: Martino, 2013.

STAPPERS, P.; GIACCARDI, E. Research through Design. In: INTERACTION DESIGN FOUNDATION (Ed.). **The Encyclopedia of Human-Computer Interaction.** [s.l: s.n.]. p. 84.

STOLTERMAN, E. et al. **Designerly Tools.** Undisciplined! Design Research Society Conference 2008. **Anais...** In: UNDISCIPLINED! DESIGN RESEARCH SOCIETY CONFERENCE 2008. Sheffield, UK: Sheffield Hallam University, 19 ago. 2009. Disponível em: <<http://shura.shu.ac.uk/491/>>. Acesso em: 16 maio. 2019

SUH, N. P. **The principles of design.** New York: Oxford University Press, 1990.

URIARTE, U. M. O que é fazer etnografia para os antropólogos. **Ponto Urbe**, n.

11, 1 dez. 2012.

VAN DIJCK, J. After the “Two Cultures”: Toward a “(Multi)cultural” Practice of Science Communication. **Science Communication - SCI COMMUN**, v. 25, p. 177–190, 1 dez. 2003.

VILLAS-BOAS, A. **O que é (e o que nunca foi) design grafico**. 5. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

WEINSTEIN, K. From College to Careers: Tracking the First Two Years for Graphic Design Graduates. **The International Journal of Visual Design**, v. 12, n. 1, p. 1–22, 2018.

WOLFF, J. **A Produção Social da Arte**. Tradução: Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

YOSHIKAWA, H. General Design Theory and a CAD System. In: SATA, T.; WARMAN, E. (Eds.). . **Man-machine communication in CAD/CAM: proceedings of the IFIP WG5.2-5.3 Working Conference held in Tokyo, 1980**. Amsterdam: North-Holland Pub. Co., 1981. p. 35–57.

9 Apêndices

9.1 Apêndice 1: Transcrição da entrevista com a Designer A

Feita pelo Google Meet, dia 28 de setembro de 2020, das 11h00 às 13h00

Lucas — Idade e cidade e estado onde mora atualmente?

Designer A — Eu tenho 31 e eu tô na São Paulo, capital, já faz 10 anos.

Lucas — Dez anos, beleza. E qual seu curso a universidade e o ano de formação?

Designer A — Eu fiz Comunicação Visual Design. Na verdade, vamos lá, eu entrei em programação Visual na UFRJ em 2007. Eu cursei três anos e meio e fiz a minha transferência. Eu cheguei a pegar a transição para o curso CVD, né, Comunicação Visual Design, que mudou né, de Design de Produto, de Design de Industrial/ Programação Visual pra Comunicação Visual Design e justamente nesse período de transição eu vim para São Paulo e aí eu transferir minha matrícula para USP e aí eu comecei na USP em 2011 e fiz mais quatro anos aqui porque a formação aqui é design gráfico e produto. Então no final das contas eu tive que cursar quase toda a graduação novamente, e aí eu me formei em 2015 no final.

Lucas — Eu achei que você tinha conseguido aproveitar mais coisa da UFRJ. Não né? Teve que começar quase tudo de novo.

Designer A — Eu aproveitei bastante coisa da UFRJ, só que como curso é gráfico e produto, então eu não tinha nada de produto praticamente, então eu teria que cursar meio curso aqui só que como as disciplinas da USP são anuais, então, tipo, se ela tem a disciplina no primeiro semestre eu só posso fazer ela novamente... (Lucas — no ano seguinte) ...exatamente. Então eu tive muita restrição de horário e aí eu acabei tendo que fazer 4 anos de novo aqui

4:45 / **Lucas** — E aí, qual é o seu cargo e a empresa onde você trabalha atualmente?

Designer A — Eu trabalho na MJV na unidade de São Paulo mesmo e eu sou Manager de Inovação. *Inovation manager* ou gerente de inovação, na verdade.

5:03 / **Lucas** — Gerente de inovação, caramba! E quando você diria que o seu tempo de prática profissional? Aí, o que eu quero é quantos anos efetivos, né. Por exemplo se você por algum motivo desde que você se formou foi fazer alguma outra coisa não relacionado ao design você não precisa contar esse tempo. Consegue me dizer por alto?

Designer A — Desde 2007. São 17 anos, não 13.

Lucas — Aí você já tá contando o período que você ainda não tava formada, né? Você já tava trabalhando antes de se formar então.

Designer A — Se eu contar tempo de estágio, você acha que vale tempo de estágio?

Lucas — Vale, vale sim.

Designer A — Tá, na verdade eu pensando bem eu entrei na faculdade em 2007 e eu comecei a estagiar em 2008. Então na verdade são 12 anos.

Lucas — Aí você tá contando... Você estagiou quanto tempo antes de de trabalhar como... enfim, como profissional de fato? Quer dizer não sei se dá para considerar estagiário “não profissional”. Mas enfim, quanto tempo foi de estágio e quanto tempo foi de efetivada?

Designer A — Vamos lá: quando eu tive a mudança para São Paulo eu... eu era estagiária, aí eu fui CLT, aí eu fui estagiária de novo e aí eu fui CLT. Porque durante o período que eu me mudei para São Paulo eu fiquei um tempo fora da faculdade, fiquei seis meses até conseguir o processo para entrar na USP, então eu estagiei de 2008 ininterruptamente até final de 2010 e aí depois eu comecei a trabalhar CLT no começo de 2011, em abril de 2011 e fui até agosto de 2011 como CLT. Eu era assistente de design júnior, bem Júnior, né. E aí eu voltei a estagiar em 2011, no fim do ano e aí eu estagiei durante um ano até o finalzinho de 2012, e aí depois eu abri o meu próprio escritório.

Lucas — Ok. Você se especializou em alguma área depois da graduação? Isso inclui tanto cursos de especialização, pós—graduação, quanto de fato na prática profissional. Não só especialização formal. Eu sei que você trabalha com design de serviços, né? Então se quiser comentar um pouco disso também...

Designer A — Tá legal, acho que talvez eu até te responda outras perguntas mas eu vou contar um pouquinho da história porque eu acho que vai ficar mais claro e você interpreta o que que você considera como uma especialização, né. Eu não fiz nenhum curso não fiz nenhuma pós—graduação, nem mesmo curso livres nem nada muito formal assim. Mas muito mais leitura online, sei lá, alguns conteúdos

no YouTube principalmente conteúdos da IDEO. E eu trabalhava bastante com design gráfico mesmo.

Quando eu abri o meu escritório, quando eu comecei a fazer freela em 2013 e quando virou escritório era bastante focado em design gráfico. Minha vida inteira foi design gráfico apesar de ter feito produto na USP eu nunca tive o menor dom, o menor interesse pela área de produto. Porém quando eu tava com meu escritório junto com alguns amigos da faculdade a gente percebia que principalmente... Porque a gente trabalhava com terceiro setor né? A gente trabalha bastante com ONG iniciativas de impacto social. ...a gente percebeu que o design gráfico não ia resolver o problema deles, que na verdade o problema deles eram problemas de projeto muito anterior a tudo aquilo que a gente tava fazendo. Então às vezes a gente chegava lá e "Ah, eu tenho aqui 10% de um edital que a gente passou e 10% do valor a gente vai botar para fazer o site" sendo que às vezes, assim, era muito pouco dinheiro e mesmo assim, "Puts a gente vai comunicar o que? A gente vai fazer um site com o que? Se projeto tá todo..." Então a gente começou...

E aí concomitantemente na faculdade a gente estava aprendendo bastante sobre Design Thinking com alguns professores e aí a gente começou a ver que o design é mais do que isso, né. E aí acho que a gente começou a pesquisar conteúdos da IDEO, da própria MJV né, eu lembro que eu usei o livrinho da MJV muitos anos atrás com a intenção de usar o projeto de uma maneira.... o design de uma maneira muito mais estratégica. E aí foi quando a gente começou a oferecer esse tipo de serviço

Então eu acredito que posso dizer que me especializei nisso na prática, né? Como você tá propondo, porque no final das contas a gente quis mudar o rumo da nossa prestação de serviço. E aí, sem querer, assim, eu nem tinha, nem fazia ideia de que isso era coisa de design de serviço: repensar os projetos, de como os projetos iriam funcionar, como que as ONGS iam atender as pessoas, enfim, e a gente começou a tentar vender muito mais isso e a gente começou a aprender a fazer isso também.

E aí foi quando eu comecei a me envolver mais com esse tipo de projeto de design que foi que eu consegui a vaga na... me fez conseguir a vaga na MJV alguns anos depois.

Lucas — Legal! Então venha muito mais da necessidade e da convivência aquele tipo de projeto, né? De fato de um curso ou qualquer coisa mais formal nesse sentido, né.

Designer A — Sim. Até porque na época nem se falava em design de serviços (Lucas — Sim, é, o que eu imaginei) Lá em 2013 a gente não fazia ideia do que era e pra gente era design. Assim, então o que a gente tava falando era "Não

tô deixando de fazer design gráfico, mas eu vou fazer Design num âmbito um pouco mais amplo, né? Eu quero ajudar a ONG e se organizar por exemplo. Então (Lucas — Legal...) tinha um pouco disso, depois de muito tempo eu fui entender que era design serviço, sabe?

10:46 / **Lucas** — A outra pergunta que eu ia fazer já tá... Você já um pouco que respondeu, mas se quiser falar sobre... era perguntar se você recorre a bibliografia para se especializar profissionalmente? É um hábito que você tem?

Designer A — Deixa eu pensar, porque existe Camila profissional e Camila mestranda, né. Então o mestrado por si, o interesse pela academia, me trouxe de volta para os livros, mas eu sinto que eu recorri a muito mais a conteúdos como curso online ou conteúdo de YouTube, ou blogs ou coisas assim do que propriamente bibliografia sabe?

Agora quando... a medida que eu comecei a me interessar pela academia de novo, né, na verdade nunca deixei, acho que eu sempre tive interesse de dar aula, e aí para mim o mestrado e doutorado é um caminho que tá dado, né, então. Mas eu reservei um período né pra, "Puts, não dá para eu sair da faculdade e sair fazendo mestrado direto, preciso de um tempo para me estabelecer" Então eu acabei deixando academia de lado e foi um período que eu tava mais distante dos livros.

Mas agora uma vez que eu tô envolvida com academia, e eu também tenho encontrado materiais de altíssima qualidade, ainda que eu não tivesse fazendo mestrado certamente minha recorrência aos livros vai ser mais comum a partir de agora por quê a gente acaba vendo que quando a gente olha nos blogs, no YouTube, coisas assim é muito mais do mesmo com novos nomes. Então eu fico muito mais tranquila quando eu vejo uma bibliografia, quando a gente tem um grande embasamento, ainda que seja às vezes coisas parecidas com um novo nome eles se justificam né eles sabe porque que aquele novo nome, qual que é a vantagem de se falar assim, de se comunicar assim. Muitas vezes tem uma explicação.

Enfim, então acaba que a gente percebe que a bibliografia, né, a escrita acadêmica muitas vezes, seja artigo seja livro, acaba sendo a fonte desses desses grandes canais, né, online, enfim, esses blogs, tudo mais, que acabam pegando coisas que vem da academia, trocando de roupa e vendendo como uma coisa completamente nova que muitas vezes não é né, enfim. Então fico mais tranquila com esse movimento hoje, sabe?

13:05 **Lucas** — Essa pergunta não tava aqui... tanto no planejamento, mas acho legal. Que que você acha sobre... você falou que voltou a ter contato com bibliografia mais formal agora, né, por causa do mestrado. Você sente então, já que agora você tá tendo esse contato maior, antes você tinha mais o contato um

blog e material menos acadêmico, digamos assim, você sente que essa bibliografia mais formal tá te ajudando profissionalmente?

Designer A — Muito, muitíssimo. Acho que eleva muito nível profissional do que a gente tá fazendo e eu tenho visto isso claro nas demandas que a MJV tem me dado. Então, a medida que eu entro numa reunião e aí eu discuto alguma coisa e eu falo "Não, mas isso não é pesquisa quantitativa isso é uma pesquisa quali, pesquisa quali não valida hipóteses" e você começa a discutir umas coisas assim, as pessoas ficam "Caramba, eu quero saber mais sobre isso". Então já tem eu acho que duas ou três agendas marcadas para eu fazer palestra na MJV para compartilhar um pouco do que eu tenho aprendido no mestrado por conta das pesquisas.

Então eu sinto muitíssimo disso não ser uma coisa mais comum, né, da academia tá um pouco mais distante, às vezes é um pouco mais difícil. Ninguém sabe acessar o SciElo, ninguém sabe acessar, ninguém as vezes tem acesso ao Web of Science, então as pessoas não sabem como achar os conteúdos e tudo mais então, acaba ficando refém de um monte de blog que às vezes acessa as coisas de uma maneira bem rasa, né.

Então tá sendo fantástico, porque tá dando para cruzar muita coisa, sabe, muita coisa que vem de pesquisas de anos. Assim, é legal ver como que as coisas acontecem no mercado e ter o outro lado também, tipo: "Caramba! Às vezes a academia tá muito distante do que tá acontecendo no mercado e tá falando aqui um negócio que, desculpa, não dá para aplicar no dia a dia, não dá para aplicar com o meu cliente", entendeu?

Então é bem bacana tá nesse meio do caminho, assim, entre os dois universos e tem sido muito rico para ambos os lados ao mesmo tempo. Acho que quando a gente tá numa aula e a gente começa a discutir realidade de mercado, até os professores ficam felizes e interessa e pedem para a gente falar mais porque às vezes a nossa experiência do mercado é uma coisa muito diferente do que a gente aprende na academia, né?

Lucas — É pelo que você falou a própria MJV sente essa falta, né? Porque eles estão te chamando para trazer um pouco mais isso lá para dentro, né. Mesmo assim, a gente — eu pelo menos — tinha essa perspectiva de que talvez nas empresas mais consolidadas, né, se tivesse uma cultura maior de procurar justamente por um embasamento mais acadêmico mas o acesso também não é tão fácil, né? Pelo que você tá me dizendo.

15:47 / **Camilla** — Cara, tem. E a MJV em particular, né... eu não sei, não tenho muita visão das outras... Lógico a IBM um ícone na área de consultoria, mas a MJV em particular, olhando para o mercado brasileiro principalmente, ela é muito

ligada conteúdo, né, tanto que tem os livros, muita gente busca a MJV, o nosso blog é riquíssimo tem muito conteúdo, então a instituição esse digamos é melhor para fora ela é uma MJV que procura muito conteúdo, que busca muito novas... novos conhecimentos, enfim, novos artigos, novas publicações. Porém, quando você olha pro dia de dia de trabalho é muito difícil, é muito difícil numa rotina você parar e ler um livro, você parar e fazer uma pesquisa, sabe, e montar alguma coisa, sabe? É difícil. A gente estimula muita coisa da palestra interna, muita gente troca né? A gente tem vários eventos internos para gente fazer essas trocas seja de conteúdo de pesquisar externa dos projetos, seja resultado dos próprios projetos da MJV, mas a verdade é que é muito difícil a gente separar tempo para isso, sabe? Então eu acho que tem uma coisa de... Lógico, né muita... E aí varia muito do perfil do colaborador, tem muito designer que é o designer curioso, que está sempre aprendendo, tá sempre trazendo coisa nova, e sei lá, eu conheço pessoas assim, na MJV que eu sei que eu vou trocar uma ideia com ela, eu vou saber o que que tá acontecendo de novo no mercado, sabe? E tem gente que vai absorvendo por osmose, assim, que tá passando ali pelos projetos e vai aprendendo com os projetos e tem gente que não se importa com nada, não liga e às vezes fica parado no mesmo lugar durante anos, sabe, é verdade. Então eu acho que tem um pouco disso, né, quando a gente tem alguém mais imerso no mundo acadêmico ou em outros universos também, a gente acabou demandando bastante dessas pessoas, né, pedindo para elas trazerem conteúdo, tudo mais, porque é isso, às vezes são coisas muito básicas e muito simples que afetam o nosso dia a dia e que a gente não sabe, que a gente nunca parou para pensar. Então essa coisa do próprio quanti—quali, por exemplo, foi muito engraçado porque a gente trabalha com pesquisa o tempo inteiro, né, parte natural do nosso trabalho e... e as pessoas ainda confundem, né? Para que que serve a quanti, para que que serve a quali, que que é uma hipótese, quando que eu vou validar minha hipótese, as pessoas usam esses... esses jargões, mas muitas vezes elas não sabem o que que é ainda, sabe, e às vezes vai pelo pelo hábito. Então, “a gente tem o hábito de chamar isso aqui de Persona” mas, desculpa, isso não é Persona, não tem um levantamento profundo para você poder dizer que isso é uma Persona, sabe? Então, às vezes, definição de nomenclatura, processos básicos, metodologia de pesquisa, metodologia de projetos, são coisas que são... em particular são bem falhas as vezes porque a gente acha que já sabe, né? Já entra, já sai fazendo então todo mundo já sabe fazer quando na verdade tem nuances muito características que a gente deixa passar, sabe?

19:00 / **Lucas** — Legal! Eu vou aproveitar até o seu gancho agora, quando você falou em metodologia de projeto, para começar. Essas perguntas que eu fiz no começo foi para entender mas o seu perfil profissional. E agora vão ser 10 perguntas... aí, por isso que eu te perguntei do tempo, né? A gente tem 10 perguntas e você pode aprofundar o quanto você quiser nelas, tá? E aí se você

achar que talvez o tempo esteja apertado a gente pode pular algumas... Tudo bem? Então eu vou aproveitar que você falou de metodologia para te perguntar então: **O que que você entende por projeto em design?**

Designer A — É tenso, né? Tem inúmeras formas de se apresentar o método de projeto em design. E eu tenho gostado bastante, vivido bastante, a coisa do, sei lá, o básico lá do que é pregado no Design Thinking, né, no que foi disseminado pela IDEO e que foi pautada em cima de inúmeros estudos, né, inúmeras pesquisas, mas acho que o fluxo mais simplificado, acho que ajuda também a gente a ter um pouco mais de liberdade, então a coisa, né, de você iniciar um projeto a partir de um desafio, né, a gente toca com a solução de problemas, por mais que o design seja mais do que isso, a gente parte de um momento de entendimento, né, de pesquisa, de imersão, depois a gente passa pela fase de análise, depois geração de ideias e depois a prototipagem e a validação, se aquilo ali realmente faz sentido, né, e tudo mais. Eu entendo isso pelo método design, eu acho que ele pode dividir em quatro, cinco, dez, fases diferentes mas acho que o coração é muito esse, assim. Tinha um professor meu que gostava bastante de no final ele sempre acrescentar a fase de comunicação. Que eu acho muito bacana e que se perde muito, né, ultimamente que a nossa habili... e é uma falha, sei lá, eterna do Design, né, que é: a gente é muito bom em criar coisas, e a gente é péssimo em vender e comunicar essas coisas. Então era muito bacana que o meu professor ele incluía essa fasezinha ali no final... que eu nem lembro agora de qual bibliografia, da onde que ele tirou isso e muitas vezes o professor tira da cabeça dele mesmo. Mas essa coisa da fase estar lá definida, da comunicação. Então beleza: depois de tudo que você fez, de tudo que você validou, como que você apresenta agora, né? Como que isso vai ser divulgado? Enfim, né, apresentado pros interessados e para outros públicos. Então, eu entendo isso como método do design. Acho que existem muitas variações e... e existem muitas possibilidades dentro disso daí, né? Eu acho que cada vez mais eu percebo que dependendo do projeto ou da equipe a coisa não exatamente flui talvez nessa ordem, cada vez mais eu tenho até curtido coisa da subversão, né. Acho que os métodos ágeis, *leans* e tal acabam valorizando muito essa coisa de: “Ah, beleza! Não pesquisa, pega o desafio, testa, depois você vai pesquisar”, sabe? Então, é bem interessante para algumas ocasiões. A gente tem que ter muito cuidado para não não meter os pés pelas mãos, de abrir mão da pesquisa, né, mas acho que são tentativas interessantes e válidas sim para gente também não ficar muito preso, né, numa uma receitinha de bolo quando na verdade nossos... os projetos que a gente faz são tão diversos, os clientes são tão diferentes, né? Então acho que é interessante a gente ter uma certa liberdade. Não sei se eu te respondi.

22:25 / **Lucas** — Não, acho que sim! Então dá para... posso concluir que você entende também o projeto de design como muito atrelado ao método, né? Pelo que você me falou.

Designer A — Sim.

Lucas — E... ah! Um ponto que eu queria comentar, assim... Super interessante essa... essa etapa a mais de comunicação, né? Eu já vi alguns projetos que ele tem, acho que até por influência do... das metodologias de desenvolvimento de software, a etapa de documentação também, que a gente tem que sempre essa... essa mania de querer documentar só quando é formal, né? A gente vai fazer um TCC, uma dissertação, tem que documentar porque obrigatório mas tanta coisa se perde também, né? Conforme vai projetando no dia a dia mas... (**Designer A** — Tem uma discussão...)

Designer A — Não, só complementando porque eu acho que isso é muito importante. Uma discussão que eu tinha com meu primeiro chefe na MJV, ele já não tá mais lá mas muito querido ele, “puta” referência para mim. É que o design é muito errado, quando a gente olha para o design e ele vai só até a prototipagem, sabe? O design deveria ser implementação também. Então a fase de implementação, seja o que quer que seja. Seja uma... um software, seja um serviço, um produto enfim. A gente até faz esse acompanhamento né, a gente... mas isso às vezes não tá descrito no método, né, então muitas vezes é só uma fase opcional: o cliente pode pagar ou não seu acompanhamento enquanto que você fez todo o projeto, toda uma pesquisa e, gente, é óbvio! Tava conversando com um rapaz essa semana, que ele é designer de produto, por uma entrevista, aí ele falou: “Ah, gente descobriu que a fase de criação não termina no *sketch*. Então na hora que eu pego o *sketch* (ele é designer de produto, né? Então a hora que eu pego o desenho por mais detalhado, técnico e perfeito que ele esteja, quando eu levo ele para modelagem 3D eu continuo criando ali, porque vai ter uma série de limitações, uma série de coisas que vão aparecer para mim ali que não apareciam no desenho”, então eu... Aí ele tava explicando o que ele tirou... ele parou de usar dois designers diferentes e o mesmo... começou usar o mesmo designer para finalizar o 3D né. E eu falei: “Cara, é muito isso a coisa da implementação, né! Porque a gente vai lá, faz a pesquisa, gera as ideias faz a prototipagem e na hora de implementar não é a gente! E na hora de implementar surgem inúmeras necessidades e limitações que não aparecem no protótipo também, né?”. Então isso nunca deveria ser opcional, né, e acho que as consultorias e talvez a minha... o calor de brigar por isso, porque eu trabalho em consultoria, e consultoria é isso, né? A gente entrega as ideias e vai tudo para gaveta e ninguém deixa a gente implementar e a gente não sabe como as coisas ficaram depois. E isso é horrível! Deveria ser proibido! Sabe? Deveria ser parte do processo: “Você tá me contratando, você vai me aguentar até o final!”, sabe? “Esse negócio vai ficar

pronto e eu vou te ajudar com isso”. Enfim, acho que isso é uma coisa muito interessante, né, e toda essa questão que gente discutia... discute também na sala de aula, né, que essa separação de quem pensa, de quem faz, né, tudo isso reflete muito na realidade dos projetos hoje.

Lucas — Legal, bem interessante. Tá. Aí o segundo ponto que eu queria te perguntar é o seguinte: Durante a sua graduação como é que foi o ensino de projeto? Se você quiser dividir a experiência que foi na UFRJ com a USP... e você teve uma disciplina específicas de projeto? Como é que ela era? Como é que era esse processos dentro da sala de aula?

26:00 / **Designer A** — Boa. Eu com certeza vou dividir as experiências, eu acho que é... (Lucas — Imagino que sejam bem diferentes, né) São. Coisas completamente diferentes. Partindo do princípio que o curso de Design ele vem das Belas Artes, então ele tem um espírito, e o curso de Design da USP vem da arquitetura, né. Nasceu... é um *spin-off* do curso de arquitetura, ele era algumas disciplinas e depois virou um curso só dele. Então ele... e aí como ele vem da arquitetura o projeto é uma coisa muito mais forte, muito mais arraigada.

Na UFRJ a gente tinha muita disciplina artística, né, porque a gente tava ali na EBA, enfim, a gente tinha muita aula de desenho, semiótica, enfim, muitas discussões e muita história, mas a gente tinha disciplinas de projeto. Lá eu não tive metodologia de projeto e não dá nem pra dizer que é uma coisa “Ah... não tinha metodologia de projeto, disciplina né, formal, mas a gente aprendia de maneira tácita nos projetos.”. Mais ou menos assim. Pra ser bem sincera eu acho que entrar no design da USP foi uma redescoberta maravilhosa do Design pra mim. Tudo passou a fazer muito mais sentido do que fazia na UFRJ.

Na UFRJ a minha... tinha os projetos mas não tinha muito um caminho, sabe? Os professores deixavam a gente muito livre. Tinha no máximo assim aquela coisa de... Ah, e era design gráfico, né, principalmente. Então era muito: “Ah, vou ver outras referências, vou me inspirar e vou gerar minhas propostas gráficas”, sabe? Mas a gente não tinha quase nada de ergonomia visual, não tinha quase nada de... entender o usuário? Imagina. Isso aí é coisa que eu vim ouvir falar só em São Paulo. Então, alguns professores eles tinham uma forma mais estruturada de conduzir os projetos, mas nunca com essa... com esse rigor do método de projeto, né? Enfim eu lembro que isso era engraçado porque isso me mantinha muito longe também do aspecto social do design. Era como... como fosse outra coisa, assim.

E foi muito engraçado porque... era no terceiro semestre de faculdade, eu tive contato com um projeto de extensão que era levar oficinas de design para crianças na Ilha Grande. Então a gente fazia... que eles, as crianças da Ilha Grande, apesar de ser maravilhoso aquele lugar, as crianças não tem perspectiva: vão virar

artesão, pescador ou dona de casa, enfim, ou sei lá. Não tem muita perspectiva, né? Então a ideia de levar oficinas de design, de arte, de arquitetura para abrir os horizontes das crianças. E isso foi o que me apaixonou, assim, eu falei “Caramba, é isso que gosto, é isso que eu quero fazer, eu quero trabalhar com questões sociais”, sabe? Então pra mim era muito... muito separado, o que eu fazia na universidade e o que eu fazia no projeto de extensão, sabe?

E eu gostava do design demais, assim, e quando eu cheguei na USP que eu vi que as coisas se conversavam e na verdade o design tinha um papel social muito relevante e que o design por natureza, por partir da necessidade das pessoas, era por si, né, já necessariamente social, a coisa fez um clique assim, fez muito mais sentido pra mim, sabe? E aí foi quando eu comecei a ter contato com disciplinas de projeto e com uma disciplina que eu preciso agora lembrar... eu acho que no meu ano eu não tinha uma aula específica de metodologia de projeto. Porém, a gente tinha várias disciplinas de projeto e todas elas tinham um rigor assim com relação ao método. Então os professores já... não era uma coisa que era dada tipo: “Ah, vocês tem que fazer uma nova comunicação visual para um determinado evento”, é tipo: “Gente, nessa semana e na próxima a gente vai fazer uma pesquisa do que é o evento, o que eles usam de material, quem são as pessoas que frequentam o evento”. Então como o cronograma era, né... era dado então...

Na UFRJ era uma coisa muito mais solta, né, eles tinham... Ah, e tinha datas para entregar a partir dos gráficos e depois datas para finalizar aquilo, imprimir e entregar o *mock up*. Enquanto aqui na USP não, a gente tinha um cronograma um pouco mais detalhado que guiava a gente justamente pelo processo do Design.

Então, especificamente tem um professor, que é justamente esse que inclui a comunicação no final, que chama Cláudio Portugal, ele é um professor de método. Ele é um professor muito apegado ao método e muito detalhista e com muito rigor. Então quando eu cheguei na disciplina dele, que era o PP 3, né, Projeto de Produto 3, correspondente ao terceiro semestre de curso, ele “senta o pau”, assim, metodologia pura, entendeu? O projeto... é engraçado porque como nas outras disciplinas é o projeto e aí tem alguma metodologia que vai permeando, que é uma coisa muito tácita, assim, os professores vão falando, a gente vai fazendo, beleza e tal mas ninguém sabe tipo “Ah, eu tô nas fase da pesquisa, tô na fase da geração de ideias”. Quando a gente faz essa disciplina com ele tudo fica muito claro, aí todo mundo “Ah! Então é por isso que eu tenho que fazer tal coisa. Ah! Então eu tô nessa fase”, Enfim, e aí tinha toda essa coisa. Tanto que depois que o curso foi reestruturado em 2017, eles fizeram uma mudança de currículo: esse professor agora dá aula no primeiro semestre de metodologia de projeto.

Então ele mudou um pouco a coisa lá e faz muito mais sentido dessa maneira. Mas enfim, é isso e acho que não... é uma coisa... o projeto é uma coisa que permeia praticamente todas as disciplinas da FAU, assim, da USP, né? Eles... a

gente respira processo, projeto o tempo todo. Então às vezes eu tô numa disciplina, que nem de gestão, que é uma disciplina que tinha interesse de nos aproximar com a realidade do mercado de administração de empresa, tanto que era um professor da Poli que dava aula para gente, ele usava o livro da MJV, sabe, então enfim. É uma coisa que permeia todas as disciplinas mas atualmente existe uma disciplina de metodologia de projeto no começo do curso justamente para preparar os alunos enfim.

32:35 / **Lucas** — E aí foi quando... justamente por ter o método formal nesse terceiro período que você percebeu, né, por ter o... na verdade... o projeto mais didático, digamos assim, né? Fez a diferença legal.

32:45 / **Designer A** — Eu não lembro se eu já tinha lido Design... coisas do Design Thinking, da IDEO até lá. Talvez sim, mas enfim, acho que foi uma coisa de ir fazendo vários cliques, sabe? Então “Ah, nossa! Acho que não tinha visto Design Thinking ainda”. E aí, quando eu assisti aula dele eu falei... e eu adoro! Assim, eu adorei aquilo por que para mim é muito melhor o processo criativo dessa maneira, sabe? Antes eu tinha que catar um monte de referência e ficar lá tentando gerar a partir dos gráficos. Isso para mim era horrível! Eu odiava processo criativo! Eu nunca me achei uma pessoa criativa. E eu achava que eu era péssima naquilo, eu me achava péssima designer, e aí... mas eu gostava do Design mesmo assim. E aí quando ele trouxe isso eu falei “Putá, cara! Isso é legal!” Sabe? Isso... isso me ajuda para caramba, né... a passar pela... Eu não chego lá na ponta na hora de gerar a partir do gráfico... que seja gráfico, seja gráfico, produto, serviço. Eu não chego ali só com um monte de inspiração, eu chego ali com embasamento, eu sei porque que eu tô fazendo aquilo, da onde eu tô tirando essas ideias, o que que é legal pro meu usuário, enfim, a coisa toda fez muito mais sentido a partir desse momento. E aí depois conforme a gente foi ver o Design Thinking e aí foi engraçado, né, acho que isso é uma experiência que eu tenho feito na minha pesquisa também, algumas entrevistas, e é uma epifania que todos os designers da USP tem que é tipo: a gente aprende o que é projeto de design na USP, na faculdade, e aí a gente logo tem contato com a IDEO e com o Design Thinking e a gente fica: “*Tsc* Isso é projeto! Isso é design!”, É tipo assim: “Que que esses caras estão falando? Inventaram a pólvora! Isso aí é projeto! Isso existe desde os anos 70!”, sabe?

Então é muito engraçado porque é isso, assim, que acontece, né. Aí a gente vai vendo que são novas roupagens, novos modelos, novos formatos, tudo com a intenção de deixar a coisa mais didática, né? Lógico tem alguns autores que vem como se tivessem descobrindo a pólvora e vem autores que vem falando “Olha isso aqui é aquilo lá, que mais amadurecido. Agora adequado aos novos padrões da sociedade”. Enfim, então aí depende muito do autor, mas é muito engraçado como aluno da FAU costuma desdenhar essas coisas novas que surgem e falar:

“Isso é design! Isso é design, entendeu? Não tem... não tem que inventar outro nome, isso é design.”

(35:06—35:35 / *Lucas faz verificação técnica da gravação, parte não transcrita*)

35:35 / **Lucas** — E você chamaria de projeto o trabalho que... o... o seu processo de trabalho hoje? Você acha que o seu processo pode ser considerado projeto?

Designer A — Claro, com certeza.

(35:46—35:57 / *Designer A pausa para acender a luz, parte não transcrita*)

35:57 / **Designer A** — É... Vamos lá: sim, com certeza. Mesmo que hoje eu não esteja mais envolvida diretamente com projeto. Mas eu acabo fazendo projetos internos para MJV como gestora. É lógico que existe... é que meu, minha posição hoje na MJV é um pouco complexa por conta do mestrado, né, vou dividir um pouco diferente as minhas atividades, mas existe a Camila gestora de projetos, né, que eu acompanho os projetos do início ao fim, etc, e aí talvez... eu não sei. É que é... é projeto, porque a gente está desenvolvendo um projeto mas a minha atuação deixa de ser um pouco projeto para virar muito mais gestão.

Então eu faço acompanhamento, eu instruo pessoas, eu oriento pessoas, né, eu discuto com cliente, eu brigo por cronograma, enfim. Então o meu papel acabou não sendo o desenvolvimento do projeto, então eu me vejo muito mais comum suporte para equipe que faz projeto, né. É uma visão que eu gosto bastante de dividir por que as pessoas às vezes viram e falam: “Ah, nossa você é gerente! Quantas pessoas trabalham para você? Quantas pessoas estão abaixo de você?”. Eu falo: “Olha, *eu* trabalho para 70 pessoas”.

É isso que eu faço, sabe? Então eu não tenho ninguém trabalhando para mim, eu sou uma... um suporte de 70 pessoas que hoje estão desenvolvendo o projeto. Então... Lógico né? Existem outros gerentes como eu e a gente divide essas 70 pessoas, se não seria enlouquecedor, mas eventualmente eu acabo interagindo com pessoas... 70 pessoas que fazem hoje parte da Inovação em São Paulo. Então eu vejo... existe esse papel, né: existe a Camila gerente de projeto, coordenadora de projetos, né enfim. Eu acabo não fazendo exatamente projeto, apesar do objeto de trabalho ser um projeto justamente para os clientes, né. E existe a Camila que cuida de iniciativas internas dentro da MJV, que é boa parte do que eu faço hoje, principalmente por causa do mestrado, né, eu acabei saindo um pouco dessa posição de gestor, de gerente de projeto porque eu não consigo acompanhar a agenda do cliente. O cliente quer marcar às vezes reunião na hora da minha aula e eu não posso, então eu acabo prejudicando o time. Então eu tô menos nessa posição, apesar de continuar apoiando algumas pessoas, e eu tô mais na frente de iniciativas internas da MJV. E aí, isso é projeto.

Então, por exemplo, agora eu tô pesquisando sobre PDI, né, Programa de Desenvolvimento Individual de funcionários. Então processo... E acho que é muito porque eu sou designer, né, não é porque é assim que... não é assim que é demandado. Mas é porque a forma que eu sei fazer coisas, né? Então eu tô pesquisando referências, eu tô levantando quais são as dores das pessoas, que que as pessoas querem, que que elas esperam de um programa de desenvolvimento, o que tem sido feito no mercado, enfim, para gente gerar um pilotinho, rodar e dando certo a gente vai aprimorando, um pouco isso. E aí, eu tenho feito isso com várias frentes diferentes na MJV hoje.

39:08 / **Lucas** — É legal essa... essa observação que mesmo você... você falou que mesmo não trabalhando diretamente, né, com projeto, de executar, você trabalha porque você é quem cuida, né, do andamento dele, das pessoas envolvidas. Bem interessante. E aí queria aproveitar pra emendar então: Como você descreve esse seu processo de trabalho? Você tem algum... você falou que sempre foi muito influenciada pela própria metodologia do Design Thinking, da IDEO, mas nesse... como é que é o seu processo? Você usa alguma metodologia formal ou você já tem algum método próprio?

39:42 / **Designer A** — Tá. Na MJV a gente usa muito o Design Thinking, né, do jeito que ele é. Vinha as quatro etapas da IDEO, né, e tudo mais... nem sei se são quatro etapas da IDEO mais... Enfim, a gente trabalha com quatro etapas: a imersão, análise, ideação, prototipagem. E a gente usa nome Design Thinking, enfim, o Design Thinking é uma coisa muito forte na MJV, ele é a alma de tudo que a gente faz. Então qualquer coisa que a gente... exceto algumas demandas específicas de tecnologia, né, que aí é geralmente é o time de tecnologia, que vai atuar o pessoal do Ágil então eles têm, né, os métodos deles. Mas tudo que envolve inovação a gente trabalha com Design Thinking, é a alma do negócio. Mas é evidente que dependendo do projeto, dependendo do cliente, a gente vai se adaptando e a gente vai ajustando algumas coisas. Então eu acho que... eu diria que a base é o DT, né, da forma como é apresentado, porém às vezes o cliente chega e, sei lá, “Eu vou precisar de um *backlog* no final”. Então beleza, então a gente vai ter que incorporar algumas coisas do Ágil no processo. Tem cliente que apaixonado *jobs—to—be—done* e ele quer ter no final resultado como *jobs—to—be—done*. Então tudo bem, a gente vai rodar o DT, mas a gente vai ter um formato de entrega no final, né, e tem lá suas características e formas de gerar o material na *jobs—to—be—done*. Enfim, e aí a gente vai trabalhando algumas ferramentas de fora eventualmente. Seja porque o cliente pediu, seja porque a gente quer testar alguma coisa nova, enfim. Não necessariamente o design thinking prevê pesquisa quantitativa, enfim né, com estatística e tudo mais, a gente.. uma coisa que a gente tem tentado trazer para dentro, porque a gente vê

que faz muito sentido, até para nos conectar com Data Science, isso tem ajudado bastante, enfim, segmentação de base, essas coisas.

Então eu vejo mais dessa maneira e acho que é um pouco do que a gente realmente vive. assim, lá na MJV, o DT né, para inovação ele é a base o que a gente faz, mas a gente vai se adequando dependendo do cliente, dependendo das especificidades do projeto, enfim. Daí a gente vai usando ferramentas do próprio Design Thinking enquanto ferramentas do Ágil, ferramentas do *Lean Inception* ou coisas assim.

42:13 / **Lucas** — Legal. Quero aproveitar para perguntar também: Você falou sobre... às vezes o cliente traz uma necessidade que ele quer usar um determinado método. Como é que é essa relação do... agora você... geralmente você falou que está em posição de gestão, então você tem contato com cliente, né? Como é que é geralmente a demanda que ele traz em relação ao projeto e como é que vocês inserem ele nesse projeto, no sentido de: Ele sabe quais etapas vocês tão fazendo? É uma coisa mais interna? Vocês trazem ele para dentro dessas etapas?

42:40 / **Designer A** — Sobre a demanda que ele chega, é... Normalmente o cliente ele confia muito na gente e ele faz o que a gente falar que tem que fazer. Quando o cliente já chega com “Ah, eu quero trabalhar com *jobs—do—be—done*”, por exemplo, que aconteceu recentemente. Esse cliente sabe. Esse cliente tem uma equipe interna de inovação, de pesquisa, o que quer que seja e são pessoas que dominam e sabem que estão fazendo. Então dificilmente... (Lucas: Tá, desculpa te interromper: a MJV ela geralmente trabalha para outras empresas, né? É B2B, né?) Exato, é B2B. ...esse cliente ele tem uma área, ele sabe o que ele tá falando. Então dificilmente um cliente chega do além. Apesar de que acontece de chegar do além e fala assim: “Ah, eu quero fazer uma jornada” e às vezes não tem nada a ver com jornada que ele... “Ah, eu quero fazer Persona” e não faz sentido nenhum fazer Persona. Isso acontece. É muito raro, porque o cliente chega para gente ou ele não entende nada e ele deixou tudo 100% na nossa mão ou ele entende alguma coisa porque tem uma área interna e o que ele tá pedindo faz sentido. Mas acontece de cliente “Ai, vi o concorrente fazer tal coisa quero, fazer também”, quando isso acontece a gente senta e conversa e vamos ver se faz sentido. Então... e eu principalmente, assim né, acho que é uma característica da MJV como um todo, mas eu como tive meu próprio negócio eu discuto ali na vírgula com o cliente. De maneira alguma vou absorver alguma coisa que o cliente pediu porque o cliente pediu. Às vezes isso acontece: quando cliente quer muito alguma coisa que não faz sentido a gente tenta explicar de todas as maneiras possíveis que aquilo ali vai ser uma perda de tempo, uma perda de dinheiro. Ainda assim ele insiste? Tudo bem, a gente vai fazer o que ele pediu, mas a gente vai fazer o que a gente acredita também. E no final das contas 99,9% das vezes o cliente fala: “Ah não, vocês tinham razão, isso aqui ficou muito melhor, desculpa, não sei o quê e

coisa e tal”, quando o cliente assume, né. Mas novamente isso é muito raro. Os clientes normalmente deixam muito por nossa conta então o nosso processo: cliente ele vem com muitas vezes um desafio... e é uma coisa que é importante, né, que eu acho que muita gente não entende. Se tratando de design de serviço, as pessoas... a gente tem um mercado ainda muito imaturo com relação ao design de serviço, né, não sabe nem o que que é design direito, quanto mais de serviço. Mas a MJV só trabalha para grandes empresas, então o nosso nicho, as pessoas que vem demandar para a gente sabe o que é. Eles não chamam de design de serviço, às vezes eles chamam de projeto de inovação, eles chamam de projeto de Design Thinking, eles chamam, sei lá de inúmeros nomes, sim, mas eles sabem que a gente faz. Então ele... a demanda ela vem muito mais redondinha, sabe? Ou então eles sabem que eles têm um problema de processo, de cultura, de novos produtos ou novos negócios, eles sabem que eles podem trazer para gente a gente vai propor uma forma de lidar com aquilo.

Então acho que isso ajuda muito porque quando eu tive o meu escritório era um inferno tentar vender para as pessoas. Porque as pessoas não sabiam que era design e eu tava tentando explicar o que é design de serviço, que é uma coisa extremamente intangível e que o cliente não entende porque o design é um negócio que vem na ponta, né, então a MJV não passa por isso. A gente trabalha com grandes bancos, grandes seguradoras, que tem suas próprias áreas, né, então a coisa flui de uma maneira muito diferente.

Mas enfim, eles chegam para gente com um desafio, às vezes eles chegam para a gente com uma solução mas a gente fala: “Tudo bem, vamos fazer uma pesquisa e vamos ver se é isso mesmo”. As vezes é, às vezes não é. E como a gente trabalha muito próximo do cliente é muito fácil convencer ele quando o que ele pediu tava errado. Então às vezes o cliente ele... ele chega pedindo já uma solução, ele já chega falando: “Ah, eu quero um programa de inovação e de intra—empreendedorismo”. “Tá, vamos fazer uma pesquisa, né, nos nossos primeiros meses de projeto vão ser uma pesquisa e aí a gente vai ver se é esse mesmo problema”. E várias vezes a gente chega à conclusão de que não é um programa de intra—empreendedorismo, às vezes é, sei lá, uma nova forma de gerir as pessoas enfim. E aí a gente... o cliente ele sabe do início ao fim que a gente tá fazendo. A gente... quando ele chega com o desafio a gente faz uma proposta muitíssimo detalhada do que que a gente vai fazer, do que a gente, né, vai... cada uma das etapas e quando que a gente vai precisar dele, né, até porque as agendas estão muito difíceis e tal.

Quando o projeto começa de fato a gente já começa a rever essa proposta por que quando a gente desenhou a proposta eu tive, sei lá, duas, três reuniões de *briefing* e quando o projeto começa, e a gente começa a conversar com as pessoas, a coisa muda, né? Então a gente pega aquele desenho inicial e a gente vai refazendo ele

ao longo do projeto e tudo isso o tempo inteiro batendo com esse cliente, porque eu preciso desse cliente do meu lado. E a medida que a gente faz a pesquisa, quando a gente chega na fase da análise que precede ideação a gente tem necessariamente um *checkpoint* com esse cliente que é quando a gente vai falar: “Olha: a gente tinha esse desafio aqui, a gente pesquisou isso aqui, a gente viu que o desafio não é esse” ou então “é esse”, enfim. A gente divide com ele, sabe? A gente conta um pouco do que a gente descobriu e a gente reprograma o projeto. Então é quando nessa hora a gente fala “Olha não vai fazer sentido fazer *workshop*” ou então “Agora a gente vai ter que fazer, sei lá, uma outra dinâmica”. Enfim, a gente vai redesenhando isso com cliente ao longo do processo.

E aí é uma coisa muito minha né, Camila, também. Como eu vim do universo de impacto social, eu... eu visto muito camisa do cliente, eu quero muito cliente do meu lado porque eu sei que isso é muito bom. Então... Lógico que na MJV de maneira geral a gente trabalha dessa forma, mas eu preciso separar um pouco o que que é muito coisa minha, né, particular, dos meus valores. Então eu tô tempo inteiro dividindo com os clientes, né, o cliente nunca fica na... no escuro. Às vezes até positivo, às vezes é importante o cliente ficar mais afastado e quando isso é necessário eu blindo a equipe.

Mas na maior parte do tempo a gente tá dividindo porque o cliente... a gente gosta muito na MJV do que a gente chama de “gestão compartilhada do projeto”, sabe? Então a gente quer muito que a gente não seja o único responsável pelo projeto, até para gente se livrar de uma série de riscos. E porque assim, né, o especialista do assunto é o cliente. Então não faz sentido eu ficar aqui pagando de consultora porque a gente é o dono da verdade porque é designer, sabe, acho que não. É muito pelo contrário: eu tô aqui como um facilitador, eu preciso que você esteja comigo para a coisa fazer sentido. Então o cliente acompanha o processo do projeto, a gente vai redesenhando projeto junto com o cliente, enfim.

Aí no final a entrega acaba sendo uma coisa muito mais para formalizar algo que o cliente já viu ao longo de todo o processo, sabe, então apresentação final normalmente é uma coisa que a gente faz inclusive para superiores de quem nos contratou, né, a então pessoa que contratou vai acompanhando. E aí o final é mais assim: “Ah legal ficou bacana projeto, vamos agora levar para diretoria ver” por exemplo. Então é um pouco de como a gente faz lá

50:14 / **Lucas** — Legal. É interessante ver se envolvimento que vocês têm porque várias vezes a gente escuta dos designers, principalmente, um afastamento muito grande, né, da pessoa que tá contratando projeto. Então é interessante. E ai agora eu quero entrar no ponto... Na verdade tem uma pergunta que eu fiquei com vontade de fazer te mas eu estou um pouco com receio do tempo, que a gente tem mais meia hora só. Eu queria poder falar com você a tarde toda, né. se pudesse mas... Mas eu vou fazer o seguinte: eu vou colocar essa pergunta para a gente

passar porque eu quero perguntar algumas coisas mais relacionadas a tua graduação.

Mas eu queria só que você falasse um pouquinho sobre... Eu acho que é uma coisa muito rica que você pode trazer, uma reflexão que talvez você tenha, que como é que... Você chegou a comparar quando você falou que era um inferno vender para cliente quando você tinha no escritório, né. E você disse que você já chegou a trabalhar em escritório, a ter o seu escritório e depois foi para MJV, né. Em relação a essa prática de projeto que você teve você: falou que teve... aprendeu primeiro lá na UFRJ uma coisa muito mais solta, muito mais livre, depois você foi para para USP, né, de fato aprender um projeto mais formal, que tá mais próximo que você faz hoje, né. Mas comparando essa experiência que você teve nas duas universidades com o projeto que você faz na MJV, como é que você diria que foram as experiências de projeto nas suas outras experiências profissionais, tanto no escritório quanto quando você... quando você trabalhou no escritório para quando você tinha o seu próprio escritório. Como é que era essa essa experiência de projeto?

51:47 / **Designer A** — Tá. A minha experiência de projeto no meu escritório é muito próximo do que eu tenho na MJV, porque é o que eu acredito como design, e é a coisa... é o meu escritório e eu curto método, né, então tão óbvio que tudo que a gente fizer vai seguir o método. Então, tanto que eu acho que... eu saí do estágio e abri um escritório, né, então no final das contas eu não tinha tanta experiência de mercado pra quando eu quando eu entrei MJV, né, quando eu tava pleiteando a vaga na MJV. Mas como isso era muito que eu fazia no meu escritório, eu consegui facilmente o emprego na MJV e em menos de um ano eu virei gerente, né, então acho que isso diz muito de como a gente trabalhava no meu escritório, enfim. Porém acho que antes disso... Vamos lá: eu trabalhei... eu fui estagiária numa multinacional de perfumes e fragrâncias. Aromas e fragrâncias, na verdade. Que é uma empresa que... B2B né, que faz cheiro das coisas. Então tanto cheiro sabão em pó, de perfume como também hambúrguer, aromatizante de comida. É um universo maravilhoso a parte, viu? Foi muito bacana o período que eu trabalhei lá. Eu trabalhava no Marketing lá, então era completamente distante a minha experiência lá da experiência de projeto. Eu trabalhava... eu era estagiária, né, então eu fazia muita edição de imagem, eu montava *board* conceitual porque...

Explicando rapidinho, só para você entender como funciona: quando uma empresa faz cheiro ela não tem condição de vender só cheiro. Ninguém vende só cheiro. Cheiro é uma coisa que não vende. Você só não apresenta cinco cheiros diferentes e a pessoa: “Ah não! Esse aqui é muito melhor!”, não existe isso. Existe... por isso que o marketing dessas empresas são tão fortes, porque além do cheiro eu vou vender o conceito daquele cheiro. Então a gente tinha que fazer toda

uma criação visual e conceitual em cima de cada fragrância que a gente tava indo apresentar para o Boticário, por exemplo. Então quando eu chegava com cheiro, não era tipo “Esse cheiro aí é um cheiro floral, frutal com toque de cereja”. Não, a gente chegava e falava assim: “Esse é o cheiro da mulher independente que agora largou o marido e ela agora vai trabalhar e abrir seu próprio negócio”, entendeu? Então é assim que se trabalha com fragrância, e aí a gente tinha que construir essa história por trás, né. E foi muito engraçado porque eu gostava do trabalho. Era... era complicado porque eu nunca tinha tido experiência com projeto, né. Foi tudo antes de eu abrir minha empresa, então eu tava aprendendo ainda que que era projeto na universidade, na USP né, então eu trabalhava muito gráfico pelo gráfico, né. Essa coisa da beleza, do que tá na moda, do que tá em alta, ainda mais marketing de uma empresa de fragrância. *(Trecho não transcrito a pedido da entrevistada)*

Mas eu aprendi muitíssimo lá. Eu aprendi muito o poder de marketing, o poder de uma história bem contada, né, porque era isso que a gente vendia e inclusive a gente era reconhecido por ser o melhor... o nosso marketing tinha era melhor do que a parte de fragrância e é isso é uma guerra interna. Tinha... porque às vezes ia apresentar coisa pro Boticário e a gente com frequência recebia a resposta tipo “Olha, a proposta conceitual melhor foi de vocês mas o cheiro ganhou da concorrente”, e isso era uma “puta” discussão lá dentro, né, era super complicado enfim. Mas o marketing era realmente muito bom. Eram uns profissionais muito bons, então aprendi muito lá, mas [não?] era projeto.

Antes disso trabalhei numa empresa de... que fazia embalagem, principalmente né, design, design gráfico né, para embalagem. Produto também né, era um mix, assim. E também não tinha quase nada de projeto. Não sei se é porque eu era assistente, então eu não tinha uma responsabilidade muito grande com os projetos do início ao fim, né. Eu tava bem mais para retocar tabela nutricional. Eu tava ali mais pra retocar a faca que não tava fechando direito, enfim, mas era bem frustrante. Eu detestava o trabalho lá porque eu ficava trabalhando só tapinha, sabe, nas coisas e não tinham uma vivência de projeto. Também, novamente, eu trabalhei lá antes de entrar na USP, então eu não sentia falta do projeto e hoje eu vejo que a gente a gente não fazia pesquisa com usuários.

Às vezes a gente ia trocar uma embalagem e eu não ia conversar com as pessoas que compravam aquele produto. E, cara, com embalagem é um negócio que assim... O gráfico... eu entendo que a nossa relação com usuário é bem diferente do designer gráfico do que o designer de produto, né. Acho que as especificidades e necessidades dos usuários são muito mais importantes e impactantes quando a gente fala de um projeto de produto. Agora quando a gente fala de um design gráfico de embalagem, é usuário puro cara! É que esse cara quer, o quê esse cara gosta, o que esse cara compra. o que esse cara pega, enfim né. E a gente não tinha,

nunca teve. Eu não lembro, e aí eu não sei se era eu ou se era a empresa como um todo mas eu não lembro da gente fazer grupo focal, da gente fazer entrevista, nada disso, sabe. Apesar de ganhar muitos prêmios de melhor embalagem, etc, mas eu não lembro muito da gente ter essa vivência. Era muito mais pesquisa de referências e geração de partidas e ver aquilo que o cliente aprova, sabe? O cliente o comprador, não o cliente B2C.

57:30 / **Lucas** — Legal. É, eu estava imaginando que seria uma coisa... experiências bem diferentes mesmo, né. É legal essa comparação assim, da sua perspectiva, porque eu acho que a gente tem... a gente muita expectativa nessa história, né? E às vezes a gente acaba só olhando para um lado ou para o outro. Então é legal ver essa tua trajetória e poder comparar essas experiências. E aí queria aproveitar para... para perguntar... o que eu vou fazer agora na verdade a combinar duas perguntas porque eu acho que elas estão mais relacionadas e você pode desenvolver elas com calma também. Que é o seguinte: você usa as habilidades, conhecimentos, que você aprendeu na graduação nos seus projetos de design do dia a dia? E se você sente falta de algum algum conhecimento, habilidade, nessa prática que você não aprendeu na graduação ou que talvez você venha aprender depois na prática, mas que você sentiu falta em algum momento e pensou que poderia ter aprendido antes.

58:22 / **Designer A** — Uso sim, muitíssimo. Acho que tanto da UFRJ quanto da USP e acho que ambas tiveram focos muito diferentes e... e entre si, talvez eu valorize mais o que aprendi na USP, por que é projeto, né, e porque é o espírito da coisa toda e me ajudou a me organizar na vida. Mas eu tenho certeza que a UFRJ formou grande parte de quem eu sou hoje, pelo tanto de história, pelo tanto de semiótica, pelo tanto de outro... outras preocupações e sim que eu quero absorvi lá e isso me faz hoje uma designer de serviço muito melhor. Assim se eu fosse uma designer de serviço que estudou muito o método, etc e tal, e o pouco gráfico que a gente teve na USP, eu certamente estaria deixando a desejar em alguns aspectos.

Talvez não pro design de serviço. Pro design de serviço eu estaria atendendo bem, mas quando você é um designer de serviço que você entende de semiótica, que você sabe se comunicar visualmente, que você sabe contar uma história bem contada... quando você tem isso eu acho que você é um designer de serviço acima da média, sabe? E isso... não quero me gabar nem nada disso, mas acho que, né, minha trajetória prova isso, né: em um ano trabalhando de fato, finalmente no mercado como CLT eu virei gerente de projeto. Sabe isso diz alguma coisa e, lógico né, o me benefício muito de 8 anos de graduação também, né, não sou uma recém—formada normal, né? Uma pessoa que tem... faz oito anos de graduação não dá para discutir, querer que alguém com 4 anos de graduação tenha o mesmo conhecimento, desenvoltura né, óbvio. Mas eu acho que apesar de focos diferentes ambas contribuíram muito para as minhas atividades do dia a dia.

E aí você perguntou... o que que você perguntou? (Lucas: se você sente falta de alguma coisa que você poderia ter aprendido nesse tempo de graduação) Cara eu senti... eu não sei se pela minha experiência como empreendedora, mas eu sempre falo isso: assim, eu sinto muita falta de um conhecimento de mundo, assim sabe, de gestão, de administração, porque no final das contas muitos designers empreendem. A gente tem uma formação que nos capacita, né, a pensar, a gente olha para o mundo de outro jeito, né, a gente... a gente quer solucionar problemas o tempo inteiro, não tem nada melhor do que isso para um empreendedor, sabe? Então quando você combina o design com o brasileiro, que já nasce querendo empreender, você tem ali um potencial empreendedor muito grande, só que você não ensina nada de gestão para esse cara, você não ensina nada de conta, você não ensina nada de gestão de pessoas. Então, eu ousou dizer que foi isso que me fez deixar o meu trabalho meu... a minha... o meu escritório, sabe? Talvez eu estaria até hoje com meu escritório se eu tivesse entendido um pouquinho mais de administração. E eu também não sei se isso é responsabilidade da formação em design. Eu vejo, assim, que talvez seja uma falta até antes da graduação. Talvez seja uma coisa que nos falta no ensino médio, a gente não sabe fazer imposto de renda, a gente não sabe como é que funciona a previdência, a gente não sabe uma série de coisa que a gente deveria saber. Mas quando você abre a sua empresa você tem que saber essas coisas, sabe, você tem que saber direito porque senão vai fazer merda, você vai dever dinheiro, você vai falir sua empresa.

Então, eu senti muita falta, e aí talvez eu até espere isso da Universidade porque, né, esperar isso do nossos Ensino Fundamental e Médio é talvez querer muito nesse momento. Mas eu fiz uma disciplina de gestão por exemplo na... na USP, né. E era uma disciplina que perfeitamente caberia ter um outro nível de gestão porque ali ele ensina gestão do Design, né, ele ensina gestão do projeto. E isso... legal, isso é fundamental e é bacana e eu vejo que as Universidades tendem a ter mais. Mas assim, podia ter tido uma camada ali de negócio, sabe, de administração de empresa, o básico que fosse. Mas para gente... que quando a gente abre.. abriu o escritório e talvez tenha sido muito um erro meu também, eu abri com outros dois designers, né, nós três nos formamos na mesma universidade, e tivermos as mesmas disciplinas, então foi... foi... acho que o maior desafio para a gente era isso: assim, era... era saber gerenciar o negócio, vender projeto, coisa que também, assim, caiu nas minhas costas porque eu era a pessoa mais comunicativa e então no final das contas eu virei e o comercial do meu escritório, que era uma coisa que eu detestava fazer. Tipo, eu gostava de discutir desafio, gostava de fazer briefing, eu gostava de fazer proposta, mas ter que ir em evento vender... sabe? Ter que abordar pessoas, isso ser péssimo para mim.

Enfim, então eu acho que eu senti falta disso, assim, e eu vejo outras pessoas sentindo falta de uma coisa que eu não senti falta porque é muito natural meu, né. Eu sou uma pessoa muito comunicativa, eu tive essa experiência de ter que

vender, então eu tive que... o pouco tímida que eu era eu tive que abrir mão, porque durante cinco anos eu tive que vender para pagar minhas contas. Mas assim, é uma coisa que não é natural, né, é uma coisa que as pessoas não sabem fazer. Eu lembro que meus sócios eles tinham muita dificuldade em vender projeto quando a gente fazia troca às vezes. A gente tentou rodar algumas vezes, né, fazer rodízio de funções e eles não sabiam fazer. Eles não tinham a menor aptidão para abordar as pessoas, para falar, para apresentar, para tentar uma abordagem mais comercial, sabe?

Então talvez... e aí talvez voltando lá para aquela coisa da comunicação, né, do professor que botou a fase da comunicação lá... talvez isso poderia ser uma coisa mais explorada, sabe, porque é verdade, assim, a gente não sabe vender, a gente não sabe se apresentar. Designer tem problema muito sério com isso em geral, né, então são coisas que eu não sei... Isso em especial eu não senti falta mas porque para mim foi muito natural a forma como eu me desenvolvi, mas se eu fosse um pouco mais tímida, se eu tivesse me trocado simplesmente no que eu aprendi na universidade eu acho que teria tido muito mais dificuldade para me desenvolver, sabe?

01:04:49 / **Lucas** — É... não é uma coisa incomum de se escutar também, né. Eu acho que na verdade, dos colegas que eu conversei, era uma coisa também frequente, sobre essas... as *soft skills* principalmente, né. E aproveitando... você falou que principalmente a USP, né, teve esse impacto tão grande na sua formação, principalmente no design de serviço, e aí... Quais aspectos desse... você falou em semiótica, falou em algumas disciplinas... Você conseguiria destacar alguns aspectos mais importantes, tipo, fazer uma listinha rápida do que você acharia... do que você acha que foi mais importante pro menos importante nessa... nessa sua formação, que contribuem mais para você hoje?

1:05:29 / **Designer A** — Sim. Eu olhando para UFRJ, eu acho que disciplinas que valorizavam o nosso potencial criativo, então assim, “Tem que fazer um projeto aqui, mas antes de chegar nesse projeto, vamos experimentar algumas coisas”. Eu acho que o caráter de experimentação das disciplinas da UFRJ foram muito ricos para minha formação, porque às vezes eu tô travada em alguma coisa, eu consigo pensar em outras possibilidades, eu consigo: “Não pera”, dar um passo atrás. Enfim, eu acho que isso é muito legal e é uma coisa que... que a gente vai perdendo com o tempo, né? Eu acho que a experimentação e o método eles deveriam estar mais juntos. Eu acho que a gente acaba estando mais pra um lado ou mais para o outro né, então... No meu período na UFRJ meu, eu fazia uns negócios muito loucos lá e eu lembro... hoje eu vejo os projetos que eu fazia lá e falo “Cara, eu não sei nem da onde eu tirei a ideia para fazer isso”, sabe? Não sei nem como é que eu cheguei ali, mas foi experimentando, vendo coisas diferentes, né. E aí quando a gente... e aí como eu me identifico mais com o método, isso é

mais dado na USP, a gente acaba ficando muito preso aquilo ali também, né, então a gente... Sei lá, acho que é... para mim foi muito... muito interessante poder *linkar* esses dois universos, sabe?

Então, ter um *background* de experimentação que... que eu gosto de trabalhar com as mãos, eu gosto de fazer coisas manuais, eu gosto de pitar um pouco, mas eu vejo que hoje eu tô muito mais por conta do método e aí de vez em quando eu preciso parar e lembrar assim: “Não, pera. Tem outras coisas legais também que dá para se fazer para além da regrinha, ali da receitinha do método”, sabe? Então, acho que da UFRJ em especial foram a... os diferentes... que por mais que fosse um curso de design gráfico, eles valorizavam no início da faculdade, eles cruzavam um pouco as turmas. então o design gráfico fazia disciplinas de PP e o PP fazia disciplinas de PV, e isso é muito legal, sabe? Essa curiosidade, essa coisa de conhecer materiais e tudo mais, acho que contribui muito, acho que acaba sendo um diferencial na minha formação porque hoje muita gente nasce e cresce designer na frente do computador, né, e não tem muita coisa de pegar na madeira de saber o que aqui um acrílico ia ser melhor, enfim, esse tipo de coisa é bem interessante. Teve até uma discussão recentemente que afetava um projeto de serviço, mas que demandava conhecimento específico de materiais. Eu não consigo lembrar agora... Mas foi alguma coisa que eu falei “Não... isso aí, esse material dilata e acontece não sei o que, então não dá para a gente usar isso no sol” e a pessoa ficou tipo “Que? Como que você sabe disso?” “Ah não, eu já trabalhei com resina, e não sei o quê”.

E aí foi legal isso, sabe, acho que isso é muito... muito bacana, né, enriquece muito e eu olhando para... olhando para a experiência na USP, né, de longe, sem dúvida as disciplinas de método, assim, é fundamental. É quem... é o que formou o designer que eu sou hoje, sabe. Então as disciplinas de pesquisa, né, a disciplina de método, e aí não tive *uma* disciplina de métodos específicos, né, mas tipo disciplinas de projeto que valorizavam a questão do método e principalmente algumas disciplinas mais críticas, assim, a gente tem uma disciplina de crítica do Design. A gente tem uma disciplina de... Eu não lembro agora como é que era o nome da disciplina, mas a gente trabalhava ensaios, sabe, a gente aprende a escrever ensaio. Então a USP tem também essa camada muito crítica que permeia, assim como método, permeia várias disciplinas. Mas tem algumas disciplinas que são dedicadas, assim tipo, tinha... tem essa Crítica do Design, que sei que é esse nome... tinha essa de escrever ensaio, e tinha algumas outras que... Fundamentos Sociais do Design, e disciplina de História em geral com professor Braga, né. O Marcos Braga, ele é incrível aquele homem, e aí ele sempre traz uma carga crítica política, etc. também. Eu acho que isso foi uma coisa que, meu, é impagável, assim. Eu acho que a USP me deu isso e eu não fazia ideia.

Eu era muito...ah, o design gráfico padrão, que é levado pelo mercado, eu achava o máximo. Meu sonho era trabalhar em agência. Quando eu trabalhei em agência eu queria morrer, e aí... porque era era muito intenso, né e tal, E aí, sei lá, meu sonho era ganhar prêmio, eu não sei... nem lembro direito, eu queria muito ser reconhecida e tal. E aí quando eu comecei a aprender a fazer crítica, né, sobre o papel político do designer, o papel social do designer, eu falei “Caramba isso é muito legal, eu nem sabia que...”. Porque eu... eu sou evangélica, né, cristã e tal e eu sempre vivi na igreja desde pequenininha e eu tive muito contato com projetos sociais, e assistencialismo desde muito cedo e eu adorava aquilo. E eu achava que isso era uma coisa... era a Camila religiosa, sabe, era uma coisa que ia ter que ser a Camila que vai na igreja, ela faz isso. A Camila que é designer vende perfume. E aí quando eu percebi, principalmente acho que lá atrás, na UFRJ com projeto de extensão, mas principalmente na USP, com as disciplinas de professores, né, defendendo aquilo e mostrando a importância do Design na sociedade que eu falei “Caramba! Dá para fazer tudo num lugar só, sabe, dá para uma pessoa só! Que legal!”. Então acho que... Isso, assim, além do método, da coisa de organizar, e eu me entender como... que que é o design, a questão crítica e social, acho que foi uma coisa maravilhosa, que aí eu vi que não era uma coisa a parte, não era uma coisa que eu faria num projeto de extensão, num projeto voluntário, num projeto da igreja, era uma coisa que eu... que eu posso fazer no meu dia—a—dia, que é meu compromisso fazer no dia—a—dia, sabe, isso é muito bonito.

1:11:42 / **Lucas** — É, isso é muito bonito. Achei muito legal essa... essa reflexão, assim, sobre como... que a gente tem muito isso de segmentar, né? Esse sou eu profissional, esse sou eu pessoal, esses são os meus hobbies... e também ao mesmo tempo uma narrativa de falar de “fazer o que você gosta e não ter que trabalhar porque você tá amando seu trabalho”, mas a gente sabe que tem um equilíbrio ali, né. E é legal ver essa perspectiva, de perceber que você se encontrou enquanto designer, enquanto... enquanto pessoa no seu trabalho, né. Isso é muito bom mesmo. E você falou sobre... que antes você queria ganhar prêmio, queria trabalhar agência... já engatou até outra pergunta que eu queria fazer que era: Quais eram suas expectativas profissionais que você tinha na graduação? E se a sua atuação hoje ela atendeu essas expectativas.

1:12:30 / **Designer A** — Então, lá no começo era isso, né. Pessoal queria ganhar prêmio queria ser reconhecido, tal, e aí por um breve período, assim, primeiro semestre da faculdade eu me liguei nisso, porque eu era meio “Maria vai com as outras”. Então eu vi os meninos se matando para se inscreverem em prêmio, mandar projeto para o exterior e aí eu falava “Nossa, mas então é isso que tem que fazer para ser um design relevante, beleza”. Só que aí um pouco tempo depois eu conheci esse projeto de extensão, né. E aí eu comecei a dar aula para as crianças

na Ilha Grande e eu falei “Cara, eu quero ser professora. Eu não tenho opção, eu... é isso que eu quero fazer para minha vida então, ponto”.

No meu terceiro semestre de graduação eu sabia que eu queria ser professora. Mas eu sempre soube que eu queria ser professora e estar ativo no mercado, não queria ser só professora, né, porque eu tinha professores como o Gilberto Strunck, Irene Peixoto, Nair Macedo. Então esses caras eram incríveis professores, maravilhosos e nisso a UFRJ dá um banho na USP, porque todos eles são ativos no mercado, então mandam muito, eles são muito inteligentes e não que os professores da USP não sejam, pelo amor de Deus, eles são geniais. Mas eles não tem vivência. Esse meu professor de metodologia de projeto ele nunca trabalha no mercado. Então pensa nos gaps e nas falhas que tem uma disciplina dessa, que o cara vai me dar método sem nunca ter trabalhado com um cliente.

Assim, lógico que ele teve seus clientes ao longo da vida, mas ele não teve seu escritório, não trabalhou de fato, né, com design de uma maneira perene. Então é óbvio que tem muitas falhas ali, que a gente precisa fazer uma série de adaptações naquilo que ele tá falando. E aí na UFRJ não. Eu via... os meus professores eram maravilhosos, assim, era... eu falava assim “a UFRJ tem grade velha, não tem estrutura nenhuma, não tinha dinheiro, hoje está sucateada até o pescoço” assim, mas os professores... assim, caramba! Que valor, sabe? Eles eram o curso. E eu falava: “Eu quero ser assim, eu quero ser professora mas eu quero tá ativa no mercado”.

E aí por mercado... teve essa coisa, né, da agência e tudo mais. Eu achava, eu falava assim “Cara, eu preciso ir para uma agência, preciso trabalhar na agência, nem que seja para dizer que não é isso que eu quero”. E aí eu fui e depois de um ano eu falei: “Não é isso que eu quero”, apesar de eu amar agência que eu trabalhava porque a gente trabalhava para comunicação, para ONG, para fundações, etc. Foi o primeiro contato de fato com... que eu vi que dava para misturar as duas coisas, né, e tal, só que era muito puxado. Assim eu falava “Não dá não, posso ficar trabalhando dessa maneira”.

E aí eu nunca tive... depois disso assim, depois que passou um pouco aquela coisa, né, do “ser reconhecido”, do prêmio e etc, até porque eu não tinha muito saco pra isso e, novamente, eu odiava vender meus projetos. Então, quando você vai se inscrever para prêmio tem que saber vender teu peixe... eu dei uma desencanação assim e meio que “Beleza, eu quero ser professora, eu quero trabalhar no mercado” eu não tinha grandes aspirações, sabe? Acho que a minha grande aspiração era conseguir trabalhar com design para projetos de impacto. Isso eu acho que era coisa mais forte para mim. Era, independente de ganhar prêmio ou não, independente de trabalhar em uma grande empresa ou não, eu queria ter certeza de que aquilo que eu tava trabalhando ali ia gerar um impacto positivo na

vida de alguém, sabe, ia transformar a vida de alguém, ia ajudar alguém a sair, sei lá, de uma situação de necessidade, enfim, isso para mim sempre foi muito forte.

E aí quando eu vim para São Paulo não tinha muita escolha, né, então eu trabalhei nessa agência que fazia embalagem, depois disso apareceu esse emprego no marketing na perfumaria, que ele foi... eu falei assim “Cara, mesma coisa que agência, sabe, eu vou para dizer que eu não quero trabalhar com isso, eu vou me submeter... e foi incrível! Porque eu aprendi muito, e eu contribui muito porque essa coisa de também você ser “designer paz e amor”, “eu só quero fazer o bem social e tal” te deixa com uma visão um pouco ingênua do mundo, sabe, você... você não sabe os caminhos que você tem que fazer para conseguir de fato trabalhar com transformação social, sabe? Então foi bem legal ver o outro lado e ver quais contribuições muito maravilhosas o marketing tem mas também falei “Cara não é isso *mesmo* que eu quero fazer”, quando eu tava fazendo comunicação visual para convencer menininhas de 13 anos que elas tinham que ser sexys e... (Lucas — Nossa...) ...e mulheres para uma população... para uma comunidade na Colômbia que tem uma cultura extremamente tradicional eu falei “Gente! Não é isso que eu quero fazer, não.”, e aí eu saí de lá também.

E aí foi quando eu abri meu escritório, né, e aí comecei a fazer *freela* e um amigo meu falou “Meu, você deveria fazer isso aí, a coisa do impacto social”, e eu falei “Putá... será que dá?”. E aí eu comecei a deixar de fazer *freela* para empresas comuns, né, e comecei a buscar trabalhos pra ONGs, e fundações e etc.

E aí foi muito bom, assim, eu me senti muito realizada, era muito bacana. Mas era aquilo né, eu sentia que eu tava trabalhando muito na ponta e eu não tava trazendo todo o potencial do Design para aquilo. Então no final das contas, “Tudo bem, eu vou fazer uma identidade visual bacana para essa ONG aqui, mas cara, eles podiam pegar esse dinheiro e deixar a gente trabalhar no produto deles, sabe? Deixa a gente trabalhar na forma como eles estão se sustentando ou na forma como eles estão se comunicando de maneira geral, não só uma identidade, sabe?”. Então era muito bacana, mas eu sentia que tinha alguma coisa errada, sabe? Eu sentia que a gente tava deixando as coisas bonitinhas, quando na verdade a gente tinha potencial para muito mais. Então foi... e aí começou a juntar a coisa da gestão, né, e eu não tava conseguindo ser mais designer, né. Acho engraçado isso. Eu lembro a primeira aula do Stunck na UFRJ, cara, eu tinha 17 anos, ele... ele falou assim: “Gente. quem aqui quer ter o seu próprio escritório de design?” e eu lembro que a turma inteira levantou a mão menos eu e um amigo meu. E eu tava bem na frente assim, aí ele me olhou de um jeito... Por né, o Strunck é o rei do... do escritório. Quando ele me olhou ele falou assim: “Por que que você não quer?”. E eu tava no segundo semestre, se eu não me engano. Ele já me conhecia e ele gostava muito de mim. Ele falou assim: “Por que que *você* não quer ter o seu próprio escritório? Você é uma ótima designer!”, aí eu falei “É, eu não quero ter

meu escritório por que eu não quero deixar de ser designer”. E aí ele me olhando assim... aí ele... “É...”, aí eu falei você “Você, por exemplo, professor, quanto tempo você não faz um projeto de design do início ao fim?” e aí ele olhou assim e ele falou “Não, veja bem, né”. E aí ele foi super fofo, assim né, mas ele falou “Olha eu faço muitos projetos de design ainda, mas eu entendo seu ponto, eu sou muito mais gestor, né, administrador do que de fato designer. Meus... meus funcionários trabalham muito mais do que eu com design”. E eu falei “Pois é...”.

E aí, gente, é impressionante como 10 anos depois, sabe, eu tenho que viver para crer, né? Eu tenho que abrir o meu próprio escritório e falar “Não quero, porque eu quero fazer design”. E aí... eu já até me perdi já... Onde é que eu tava? Eu tava te respondendo... (Lucas: Sobre as expectativas.) Ah, sim! (Lucas: E aí agora, quais são as expectativas?)

Então, que que acontece... Com o meu escritório, eu acho que eu acabei modelando uma expectativa profissional de atuação. Assim, no sentido do que é o meu objeto de trabalho. Eu construí isso lá, sem querer eu construí essa coisa do design de serviço, que faz muito mais sentido pra mim, porque eu nunca me via muito no PP e também não me achava boa o suficiente no PV. Então no final das contas a construção do que é meu objeto de trabalho eu fiz com o meu escritório e hoje eu vejo “Cara, é com isso que eu quero trabalhar”, e com gestão também. Porque eu gosto de coordenar, eu gosto de tocar projetos e tudo mais. Só que o outro lado né, a questão social é uma coisa que ainda não consegui vincular. Então... que a MJV, né, no final das contas, eu trabalho para banco. Eu trabalho pra seguradoras, assim... Não são as melhores instituições que desejam o bem social, né, enfim. Não é o foco deles, né? Não é o coração, por mais que... Assim, eu acompanho o GIFE que é... esqueci agora o que significa mas é um conglomerado de grandes empresas, né, voltadas para impacto social. Então é uma coisa, é uma entidade preocupada com responsabilidade social empresarial, gosto muito deles. E eles tem discutido cada vez mais essa coisa, né, de tipo, as organizações elas tem feito muitas iniciativas sociais, né, os bancos, as seguradoras, as telecoms. Só que isso ainda não é parte do *core business deles*, né. E isso ainda tá muito distante do... do centro né, do que é o negócio. E isso faz com que a gente, né, veja que às vezes tomam atitudes e tem produtos, né, oferecidos que na verdade acabou mais prejudicando do que ajudando.

Enfim, uma longa discussão essa polêmica aí. Mas no final das contas, eu ainda sinto muita falta de trabalhar com impacto social, sabe? De ver que o coração do meu projeto, aquilo que eu tô desenhando, no final das contas quer mudar, vai mudar a vida de uma pessoa positivamente, sabe? Então, é lógico que eu deixei de ser paz e amor e tal e hoje eu vejo que é muito nossa responsabilidade trazer isso para dentro do nosso trabalho e que não importa o que eu estou fazendo eu consigo trazer ética, responsabilidade social, preocupação social e ambiental para

o meu trabalho. Mas é óbvio que dependendo do projeto em que você está você tem isso dentro de um escopo muito limitado, né. (Lucas — Um alcance limitado, né?) É, exatamente.

É, por exemplo, tem uma história que eu sempre conto, que eu gosto, pra ilustrar isso, né. Que eu tava trabalhando uma vez para um banco e eu tava fazendo uma interface gráfica né. Eu tava na verdade orientando o UX que ia fazer uma interface gráfica e eu tava determinando que informações deveriam vir na tela. E aí, o gerente do banco, ele costumava fazer uma gambiarra. Não vou entrar em detalhes, até para também não me entregar, mas o gerente do banco ele costumava fazer uma certa gambiarra para na hora de atender os clientes do banco, né, quem tem conta corrente e tal, para vender um determinado produto. E aí eu descobri isso e eu fiquei horrorizada, eu falei “Gente! Não acredito que ele faz isso”. Só que era uma falha do sistema, sabe, era uma coisa muito maior do que eu, muito maior do que o produto que eu tava fazendo. E aí o gerente descobriu essa brecha e ele usava isso para dar um “migué” lá. E aí eu virei para a *PO* (*product owner*) e eu falei assim “Olha, vamos fazer o seguinte: a gente coloca esse botão aqui, mas quando ele clicar nesse botão ele não vai para a tela que ele habitua ir, ele vai ter que voltar e preencher todo o cadastro, porque se ele vai fazer gambiarra que ele tenha pelo menos trabalho”. E aí, o que era uma coisa muito fácil, uma gambiarra muito fácil de se fazer, virou uma gambiarra “puta meu, dá o maior trampo”. Ele tinha que preencher o rolê todo de novo, sabe? E aí quando o apresentei isso para a PO, né, ela... a gente tava lá, apresentei a tela para equipe inteira, etc, não sei o quê, e ela falou assim “Mas espera, se ele clicar ai ele não vai ter que preencher tudo de novo?”, eu falei “Vai!” e ela ficou me olhando assim... eu falei “Ué, ele vai fazer a gambiarra dele, mas se ele tiver que fazer gambiarra ele que, né, ele que tenha trabalho pelo menos, né, não vou deixar fácil para ele fazer a gambiarra ali”. Então assim, cara, um negócio muito pequeno, dentro de um produto, dentro de um banco. Mas, cara, aquilo ali provavelmente vai afetar milhares de pessoas, sabe? Vai ter muito gerente que, se Deus quiser, vai desistir de fazer gambiarra porque... e prejudicar o cliente, não era simplesmente uma gambiarra de sistema, era uma gambiarra de sistema que prejudicava o cliente no final das contas... E aí cara, aquilo para mim foi uma vitória, sabe, porque que a PO na reunião... todo mundo se entreolhou assim tipo “Cara, vai aprovar isso assim mesmo?” e ela falou “Tá bom, eu concordo, eu acho também que ele tem que ter trabalho se for para ele fazer coisa errada”. E assim, nem sei o que isso virou no final das contas, se foi implementado desse jeito... Ela aprovou, os meninos começaram a desenhar, mas assim, isso foi muito bacana, sabe? Eu falei “Cara, que louco! No tempo que eu trabalhei para um banco, alguma coisa dá para a gente fazer”, sabe?

Então tem muito isso. Eu convivo muito melhor com isso hoje e eu vejo quanto isso permite que a gente alcance clientes, né, enfim aquela coisa de mudar o sistema de dentro, enfim. Mas foi também uma experiência que eu experimentei e

eu acho que eu não quero mais, sabe? Tô bem inclinada a voltar para trabalhar com impacto social, enfim, com fundações, porque... Ah, sei lá, você se sente como usando mais o seu potencial, sabe, não tem que ficar brigando, arrumando jeito de enganar o cara que tá enganando o cliente... Ai gente, não. Sabe? Prefiro trabalhar... sabe, escancarado que esse é o meu objetivo e que as pessoas entendam, né, e me apoiem nessa missão. Eu acho que isso faz muita falta, que era o que eu tinha quando eu tinha meu escritório, né, apesar das pessoas não entenderem muito bem a nossa atuação. Mas a gente conseguia vestir a camisa e levar o projeto do jeito que a gente acredita, sabe, então acho que isso me faz muita falta.

1:26:53 / **Lucas** — Legal... Nossa, que história incrível. Eu fiquei pensando muito nisso, assim... Daquela vez que a gente comentou também, que eu falei sobre... daquela vez que eu fiz um projeto para uma clínica estética. É muito isso, né, esses dilemas éticos. Eu acho que a gente poderia ficar falando mais muito tempo sobre isso. Mas agora...

1:27:06 / **Designer A** — Só pra acrescentar mais uma coisa: acho que o que me, no final das contas, me tranquiliza... porque eu ainda não sei né, para onde eu vou, com o que que eu vou trabalhar de maneira que eu consiga agora vincular o design de serviços da maneira como eu entendo com o impacto social... Mas o que me tranquiliza é que para mim não tem nenhuma profissão de maior impacto e de maior potencial do que ser professor. Então, quando... no final das contas, tudo bem, sabe? Eu estou na MJV, eu estou trabalhando para banco mas eu estou bancando o meu mestrado, e eu vou conseguir dar aula e formar novos designers e passar para eles essa visão do design, sabe, mostrar para eles como enganar o cara que engana o cliente, sabe, e como fazer projeto com um puta potencial... Então, nossa, de longe, assim, acho que não existe uma profissão que seja no design ou fora, assim, que que tenha tanto poder quanto o professor, sabe? Então no final eu tô tranquila porque tô seguindo um caminho de alguma forma, eu tô treinando para chegar lá, sabe, para conseguir gerar o impacto que eu tanto quero. Mas enfim, é isso.

1:28:19 / **Lucas** — Muito bom! Ótima motivação, inclusive. Tenho certeza que você vai ser uma ótima professora. (Designer A: Tomara!) A gente já passou daquele tempo que você falou que era ideal para você, então queria te perguntar... eu ainda tinha mais uma última pergunta para fazer: você se importa de que eu faça? Se você achar melhor não, tudo bem também, pode encerrar por aqui...

Designer A — Não, pode fazer, e se precisar marcar um outro horário também pra terminar, se tu tiver outras coisas para perguntar, fica tranquilo)

Lucas — Não, foi praticamente tudo! Eu não quis te interromper em nenhum momento porque eu senti que o que você tava trazendo era muito... muito

frutífero, assim, eu achei que foi por um caminho muito legal. Então eu acho que vale também não correr com as perguntas para você falar o que você... o que você acha importante mesmo. Mas então só a última pergunta, se você quiser responder ela mais rápido também para não tomar seu tempo... É o seguinte: E quais foram essas diferenças que você viu na prática de design... de projeto de design na graduação, na forma como era ensinada nas aulas comparada a prática de design que você vive profissionalmente e como é que foi essa transição, assim. Você já falou sobre as empresas que você trabalhou, mas como isso foi mudando em relação ao tempo e das experiências que você teve?

1:29:29 / **Designer A** — Legal. Eu acho que é muita a coisa que a gente inclusive discutiu agora, né, no último seminário. A coisa da Universidade não conseguir reproduzir de fato como que vai ser na prática. E tudo bem, assim eu acho que não... não tem mesmo essa... essa capacidade, mas acho que uma coisa que... que é muito diferente é que na universidade a gente tem o controle o tempo todo. Então 90% dos projetos... sem exagerar, 90% dos projetos que eu fiz na universidade tiveram sobre o meu controle. Era o meu *timing*, era o meu *pace*, era o que eu queria fazer, era quando eu queria fazer. E as vezes eu negligenciava alguma coisa para poder valorizar outra, etc e tal. e no final projeto sair do jeito que *eu* queria. E eu acho que isso é um grande erro, sabe, eu acho que de alguma maneira a gente poderia, como Universidade, né, como professores, deixar esse caminho um pouco mais difícil para os alunos, sabe? Talvez não no começo, né, imagina... no começo a gente não sabe que que a gente tá fazendo, quem dirá lidar com as intempéries da vida.

Mas eu acho que uma coisa que me estressou muito no começo era isso, sabe? Eu lembro que quando eu trabalhava na agência, porque o meu primeiro estágio eu era designer de embalagem na empresa que fabricava cabide. Eu era única designer lá dentro, o meu cliente era o chefe, que sentava... era o dono da empresa que sentava do meu lado e não tinha muitos grandes desafios, né, eu ficava mais trocando identidade visual de... de embalagem. Agora quando eu entrei na agência, que foi quando eu tive uma primeira experiência real de mercado, com diversos clientes, etc, eu lembro que eu falava uma coisa, que meu chefe até me corrigiu uma vez, foi engraçado. Porque eu odiava cliente! Eu odiava muito cliente e eu falava assim “Cliente é a pior coisa que existe, porque ele destrói o meu projeto”. Era essa minha visão, sabe? Uma vez eu falei... eu falei isso para o dono da agência. A gente era uma equipe pequena de 10 pessoas e uma vez ele me ouviu falar isso e ele falou assim “Não esquece que esse cara é o cara que paga sua conta, não esquece que você odeia ele mas não esquece que se não fosse ele a gente não tava aqui, não tinha design, não tinha projeto”. E aí eu ficava “Ai... Tá bom, mas eu odeio”.

E assim, isso foi uma coisa que eu tive que desconstruir ao longo do tempo que foi muito difícil para mim, sabe, eu sempre tive muita raiva de quem tava me demandando. “Porque essa pessoa não entende de design, essa pessoa não entende o que que é prioridade, essa pessoa não entende por que tal coisa é importante”. E eu acho que tem muito disso, sabe, da nossa falta de controle do projeto. A gente não tem controle. O projeto, ele às vezes vai começar da melhor forma e no meio do caminho o cliente vai mudar de ideia ou a gente vai perceber que o usuário não precisa disso, e isso é o mais doido. (Lucas: Só um parentes: seus projetos na universidade eram individuais sempre, ou eles eram em grupo também?) Em grupo também. (Lucas: Mas mesmo assim você sentia que era muito sob controle?) Ah, com certeza! E principalmente porque eu sempre fui mais energética, assim né, então eu acabava discutindo mais no grupo e eu acabava conseguindo as coisas do jeito que eu queria, mas ainda que não fosse do jeito que eu queria eram outros designers, né, a visão deles de projeto é outra. Então a gente sabe qual que é o caminho que a gente tem que trilhar e aonde a gente quer chegar. Então meio que todo mundo colabora para que isso aconteça.

E inclusive me estressava muito quando eu tinha projetos com grupo com uma pessoa que era do contra, assim, a pessoa não concordava com nada... Tinha alguns amigos meus da Universidade, que assim, graças a Deus pela vida deles, porque foi um bom treino para lidar com cliente. Mas eram amigos muito chatos, assim, tudo eles questionavam, tudo eles não queriam, tudo eles falavam “Mas porque?” “Gente! Porque é um projeto de design e a gente tem que entregar a identidade” “Ah, mas será?”. Gente, não tinha paciência para essas pessoas mas que bom que elas me ajudaram também nesse preparo para vida real, né, que é isso: a coisa não tá no nosso controle.

Então acho que isso é uma coisa que inclusive ao longo do tempo, né, pelas minhas experiências, foi ficando cada vez mais... cada vez mais latente, essa coisa da falta de controle. Porque quando eu trabalhava na embalagem era muito tranquilo, era só um chefe com quem eu tinha que lidar e ele era bem de boa, me deixava muito livre. Porque eu era... ele é era engenheiro, então ele não queria se meter muito no que eu fazia, apesar de se meter muito ainda algumas vezes. Mas assim ele era muito bonzinho, sabe? Me respeitava muito, apesar de eu ser uma estagiária com 18 anos. E aí, até então eu fazia o projeto do jeito que eu queria, sabe? Quando chegou na agência, como era uma agência e todo mundo era designer, ainda que o cliente às vezes mudasse, viesse com algumas maluquices, a gente se juntava e a gente conseguia fazer a coisa funcionar.

Só que aí conforme a coisa fica andando, né... Aí eu trabalhava com embalagem, aí eu começava a ficar um pouco mais exposta. Às vezes não é nem ao cliente, mas as restrições da gráfica, né, porque embalagem tem todo um trabalho aí, né, relaciona... que envolve pra fabricar embalagens, né, muito mais limitado. E aí

quando eu comecei meu escritório, que comecei a lidar diretamente com os clientes, nossa! Foi assim, a peito aberto: acabou, acabou o controle! Acabou, assim... Agora você tem que lidar com os olhos, com teu cliente e fazer a coisa dá certo mesmo assim.

E agora na MJV a mesma coisa, né, sendo gerente, né, eu acabo lidando muito com o cliente. E como a gente trabalha muito com pesquisa com usuário a coisa vem assim, independente do nosso querer, né, a gente pode achar que “Ah, um totem ali vai ser maravilhoso!”, as pessoas vão ignorar o totem porque as pessoas ignoram totens, sabe? “E agora, o que que eu faço do meu projeto?”. Então acho que acho que isso é uma coisa que... que é mais diferente, assim, que marca muita diferença entre... entre a universidade e o mercado, acho que é a imprevisibilidade do projeto, a não linearidade do projeto, sabe? São coisas que a gente aprende muito bonitinho, certinho, organizado na universidade e que a gente chega no mercado e é um completo caos. Projeto, tu chega no projeto, o projeto não tu pode começar pela pesquisa porque a pesquisa já foi feita pelo cliente. O cliente fez a pesquisa de qualquer jeito, e tu tem que usar aquela pesquisa horrorosa, e aí você tem que fazer uma pesquisa no tempo que você tá gerando possibilidades porque você não gosta da pesquisa do cliente. É assim: é uma loucura! E no final tu tem que chegar com um protótipo que não dá tempo de validar... Nossa senhora... (Lucas: Mas no final da certo, né?) Dá, no final dá certo...

1:36:26 / **Lucas** — É isso! Acabamos a última pergunta. Queria agradecer demais, demais essa entrevista, porque eu comecei esperando alguns tipos de resposta... a gente tem isso, né? Aí eu percebi que tem muitas coisas latentes, aí, que ainda vai dar muito caldo para investigar com mais calma. Enfim, queria agradecer demais a participação, teu cuidado também, e apesar da gente ter passado um pouquinho do tempo espero que não tenha te prejudicado... (Designer A: Não, tranquilo...) E é isso, assim. Muito obrigado, de verdade, se quiser... Quer completar com mais alguma coisa antes da gente finalizar?

Designer A — Não, é isso. Tô a disposição, se você precisar de qualquer coisa, se quiser tirar dúvida, eu te mando o link assim que eu receber aqui, da gravação. E, meu conta comigo aí, tomara que tenha sido útil para sua pesquisa, e mais qualquer coisa...

Lucas — Com certeza, foi maravilhoso, de verdade. E até pessoalmente assim, é muito legal escutar da experiência de alguém que tá num lugar diferente, que tá com mais experiência também, né. Então até para mim, para minha experiência, está sendo muito bom, obrigado de verdade. E também se precisar de alguma coisa para o teu projeto, tamo aí, pode me pedir, vamos se apoiando aí. (Designer A: Tá ótimo, brigadão, Lucas.) Bom almoço pra você, a gente vai se falando então! **Designer A** — Beleza, até quinta. Beijinho, tchau tchau!

9.2 Apêndice 2: Transcrição da entrevista com a Designer B

Feita pelo Zoom, dia 29 de setembro de 2020, das 16h30 às 18h00

(0:00—0:36 / Apresentação e introdução da entrevista, não transcrito)

0:36 / **Lucas** — Então, primeira coisa que eu queria te perguntar é: idade, cidade e estado onde mora atualmente. Eu já sei, mas é bom deixar registrado, né?

Designer B — Eu tenho 36 anos, moro no Rio de Janeiro, Brasil.

Lucas — E o curso, universidade e o seu ano de formação, por favor.

Designer B — Eu sou formada pelo Senai Cetiqt em design de superfície em... 2016.

Lucas — O seu curso foi uma graduação comum?

Designer B — É, design habilitação superfície.

Lucas — Mas foram quatro anos né? Só que com foco específico em superfície desde o começo...

Designer B — Isso.

Lucas — Beleza. E... tá, ai... Cargo e empresa onde trabalha atualmente?

Designer B — Eu trabalho como... designer de superfície e como... na gerência do núcleo de artes da empresa Lattoog Design, no Rio de Janeiro.

Lucas — Gerência de arte? Gerência do núcleo de arte?

Designer B — É... porque a gente tem... a gente... pode falar? (Lucas - Pode, fica a vontade.) A gente... a partir do refugo de... corte a laser de vários produtos da empresa a gente faz quadros decorativos, né, então são produtos, né... Fica no meio do caminho entre arte e um objeto decorativo, porque a gente não tem um... um apelo crítico e de, né uma... em cima do que a gente faz. É mais uma decoração, assim.

Lucas — Eu cheguei a ver o site da Lattoog e vi alguns produtos, achei bem legal. Mas não tem só no Rio não, né? Tem em São Paulo também?

Designer B — É abriu ano... passado? Acho que foi ano passado. Um dos... tem o Pedro e o Leo, né? São os dois. O Pedro foi morar em São Paulo e abriu lá um *showroom*. E tem um *showroom* em São Cristóvão mas não... não funcionou muito assim, porque é onde é a empresa, né? E ai lá...

Lucas — Uhum. E a quanto tempo você tá lá?

Designer B — Eu tô... acho que quatro anos e meio, por aí.

Lucas — Beleza. E quanto você diria que é o seu tempo de prática profissional? E aí você pode contar o tempo que você acredita que seja desde a sua formação mas que você trabalhou com design ou com coisas relacionadas e que você acha que se enquadra na sua prática profissional.

Designer B — Então... isso que eu te falo. Eu não... como designer, eu me formei e eu achava que eu ia fazer estamparia ou coisa do gênero.

(3:23 - 3:39 - Pausa para fechar a janela, não transcrito)

Designer B — E aí quando eu entrei na Lattoog eu fiquei um pouco responsável pela modelagem e por pensar em propostas de acabamentos na parte têxtil dos móveis, só que eu acabei trabalhando mais na confecção desses quadros do que nisso. Então, eu não considero que seja... tenha sido um tempo de trabalho em design, entendeu? Na verdade eu não considero que eu tenha... (risos) uma carreira em design mesmo de quatro anos. Mas se fosse pra pensar “eu trabalho em uma empresa de design”, seriam... quatro anos. Claro que isso me deu uma visão de como funciona o mercado de mobiliário, assim. Mas... eu, acabando o mestrado eu vou justamente procurar trabalhar na área do design, sabe?

Lucas — E antes da Lattoog você chegou a fazer algum tipo de trabalho relacionado ao design? Mesmo *freelas*?

Designer B — Ah, fiz... É... eu fiz em paralelo, tipo, logo de duas escolas de surfe, fiz essas coisas assim com design gráfico, mas nada muito profissional porque eu não tinha essa formação, né, mas acabava fazendo isso. Fiz figurino, fiz... que mais? É, agora me veio a cabeça só essas coisa assim.

Lucas — E esses projetos paralelos foram então como freela né, autônomo, por conta própria?

Designer B — Como freela.

Lucas — Legal. A outra pergunta você meio que respondeu já, mas eu vou fazer e se você quiser falar um pouco mais sobre, é que: se você se especializou em alguma área depois da graduação? E se sim, foi através de curso de especialização ou da própria prática profissional? Você falou que já fez uma graduação especializada, né?

Designer B — É porque o superfície ele não é especializado, né? O curso de superfície ele meio que descontinuou, mas ele era voltado pra diferentes materiais. A gente, cada período, a gente tinha... trabalhava com um material. Era metal... madeira, têxtil, papel... não sei se... acho que era isso. E tem uma galera que foi pra joalheria... ah, e cerâmica! Teve uma galera que foi pra joalheria, uma galera

que se interessou pela cerâmica... Uma galera que, como eu, se interessou pelo têxtil, né?

Lucas — O têxtil tá muito relacionado ao próprio produto, né?

Designer B — O têxtil... é né, na verdade é um conflito né, porque ele é um produto e ele também é um componente do produto, na verdade ele se comporta muito dessa forma, né, até a minha questão do mestrado é essa, assim. Mas ele... a gente aqui no Brasil não tem o investimento de pesquisa nele como produto, sem ser como decorativo, né? Assim, lá fora tem... pesquisa material, tecnologia... muito melhor do que aqui. E aí é o campo que eu gostaria de pesquisar. Eu não consegui ter essa especificação na faculdade porque não existe no Brasil, entendeu? E até esqueci qual era a pergunta...

Lucas — Não, era isso mesmo. Se você se especializou em alguma área após a graduação... Você disse que se especializou durante a graduação, né. Especialização já foi direto e superficial. Mas se foi... se sim, né, através de cursos de especialização ou de prática profissional. E você disse que....

Designer B — Então, e acabou que eu me desvirtuei, né? Porque esse curso de superficial ele é voltado pra padronagem. Padronagem nessas... nesses materiais, né. E aí como eu te disse acabou que quando eu saí da faculdade eu não fui trabalhar na estamparia têxtil nem nada disso, então acabou que eu não utilizei o que eu aprendi, assim.

Lucas — E a padronagem você chegou a fazer algum... assim, dentro da faculdade chegou a fazer uns projetos. Ou não? Ou vocês aprenderam mais a parte teórica só?

Designer B — Não... a gente fazer projetos *na* faculdade, só que o que eu sinto, assim, em relação ao seu trabalho, que é uma parada que eu vejo muito nos questionamentos na... até na UERJ. A gente não tem parceria com a indústria. A faculdade não tem parceria com a indústria e isso torna um distanciamento muito grande, né. Um profissional para entender como que funciona... e não só para estamparia do tingimento, da pintura do padrão, e a trama, né, como que isso funciona, assim, como que é essa relação de um desenho técnico, de um tecido para indústria. E isso deveria ser ensinado, né, na faculdade e não, só fica em cima do decorativo, entendeu? Ou da moda, sei lá. E aí acaba que eu não sei, você tem que trabalhar depois em uma Farm, não sei onde é que as pessoas fazem isso.

Lucas — E você recorre a bibliografia para se atualizar profissionalmente? Tem costume de ler para aprender mais e colocar na prática?

Designer B — Então, isso eu aprendi aqui no mestrado, porque antes eu não fazia. Mas tem sido bom pra cacete, né.

Lucas — Mesmo antes do mestrado você viu algum tipo de conteúdo que fosse na internet alguma coisa assim? Em relação à design ou a design de superfície específico?

Designer B — Via na internet... muita referência, Pinterest, né, dava uma selecionada nas fotos. Acho que mais o Pinterest mesmo...

Lucas — Mais coisas visuais né?

Designer B — É, ou artistas específicos, né, tudo pela internet mesmo.

Lucas — E cursos, vídeos, alguma coisa assim mas didática?

Designer B — Fiz curso de costura, fiz curso de... nossa eu fiz... agora tá até me fugindo, mas fiz um curso de Grasshopper que é na verdade de... como é que se diz? Aquele lance paramétrico, é....

Lucas — (Risos) Eu não conheço não. Você vai ter que me explicar.

Designer B — É tipo um *plugin* do Rhino, você monta a imagem e ele modifica parametricamente, assim, agora me fugiu as palavras. Mas acabou que era um curso meio ruim, assim, as mulheres falavam mais sobre do que te ensinavam a fazer e no final você... ela tinha umas placas de MDF e a gente fazia uns modelos pra testar, assim, cada um fez... teve gente que fez brinco, teve gente que fez bolsa, enfim, tudo de madeira com corte a laser, sabe? Mas eu fiz uns cursos buscando essas experiências com material, assim.

Lucas — Hm, beleza. E esse curso que você fez de... você falou o Rhino. Rhino é um software de modelagem? Eu não conheço.

Designer B — De 3D.

Lucas — 3D, beleza. OK. Essas eram as primeiras perguntas mais pontuais. Agora eu quero entrar justamente no tópico mais específico, né. E aí, de novo, você pode responder da forma que você achar melhor, pode se alongar o quanto você acha que é necessário, tá? E a primeira coisa que eu queria te perguntar, mais relacionada ao tópico, é: que você entende por projeto em Design?

Designer B — O que eu entendo por projeto... Seria mapeamento, acredito eu, das... dos objetivos e das metodologias que o designer utiliza pra... é porque falam né, pra "solucionar um problema" (risos)... mas pra criação de um artefato ou de um, né... no caso pra mim seria pra criação de um produto, né, mas não necessariamente precisa ser tangível, né? Mas eu acredito que seria essa organização de como você vai executar aquela tarefa, né, de uma melhor forma ou até, enfim, como você vai executar e no meio do caminho, assim, as novas... os novos caminhos que você acaba seguindo porque não necessariamente sai da

forma que você quer. Mas seria a organização desse processo de produção de um artefato, né.

Lucas — Então no seu caso tá muito mais ligado ao planejamento, né?

Designer B — É, acredito eu.

Lucas — Se você for explicar para alguém assim o teu processo... Ah não, deixa, eu vou chegar nessa parte. Eu não vou me adiantar ainda não, tem uma pergunta que foca mais nisso. Mas... E durante a sua graduação como é que foi, assim, o ensino de projeto? Você falou que fez a... focada em justamente em estampa, né? E como é que era os projetos que você fazia lá? como é que era o dia a dia do projeto? Chegou a fazer alguns lá, né? Ah! E, também né, se você tiver alguma disciplina específica de projeto, assim, uma que falava especificamente de projeto?

Designer B — Tive uma experiência que foi bem bacana, mas que era tudo projetos experimentais, né. Tinha projetos para desenvolver estampa, né, a gente ia aprendendo a como desenvolver uma estampa, aí buscava um tema, e aí a partir do tema tirava... tô tentando lembrar... tirar as figuras, enfim, tinha toda uma, né, proposta para se criar aquela estampa, e aí eles iam ensinando como é que se fazia e aí no final você tinha a estampa. Mas tinha... teve algumas propostas bacanas que eu... pra tudo aquilo que eu te falei de parceria com indústria, uma foi com a... com a... não vou lembrar o nome agora mas se você quiser depois eu procuro e te falo, uma fábrica de papel em São Paulo que faz cadernos, essas fábricas. Que a gente foi... eles levaram a gente pra fábrica lá em São Paulo, a gente visitou, viu como era todo o processo de confecção dos cadernos e no final tinha uma premiação que eles iam dar para os ganhadores, um kit lá. Mas a brincadeira era a gente desenvolver um caderno da nossa proposta. Meio que criar em cima, fazer um produto conceitual assim. E aí a turma era separada em três grupos e cada um... eu não me lembro assim pra você, o passo a passo de como a gente fez.

Lucas — Ah, mas não precisa entrar em tantos detalhes não.

Designer B — Não, eu digo de projeto, mesmo, não me lembro, mas... Era muito em cima dessa coisa de um conceito. E aí você cria lá o conceito e vai pesquisando de que forma fazer aquilo de uma forma diferente da usual, assim. E aí teve uma outra, um outro projeto que foi com a Lattoog, que eles cederam três armações...

Lucas — Mas isso ainda na sua graduação?

Designer B — Ainda era, porque cada período era um... aquele era o período que a gente tava trabalhando com papel. E aí esse da Lattoog foi...

Lucas — Ah tá, tava relacionado ao material daquele semestre?

Designer B — É como se fossem grandes projetos que a gente no final a gente desenvolvia esse produto. O que era interessante porque não era individual, era em grupo, né, e eu acho que... Buscava trazer essa coisa do designer trabalhar em conjunto, o que não necessariamente acontecia, (risos) porque tinha muita gente que ficava na aba, normal. E aí na Lattoog foi isso, eles cederam três armações que eram protótipos deles, de metal, e a gente tinha que desenvolver aquela superfície e o tema era "casa brasileira", já davam um tema. A gente fez uma pesquisa em cima da casa brasileira e tal, fomos buscando quais seriam os símbolos que a gente ia pegar como referência, a gente pegou o xequerê, por exemplo, que é um instrumento musical, porque ele tinha as tramas... (Lucas: Legal!) Você conhece, né, o xequerê. E aí a gente fez uma cadeira que era toda de bolinhas de tecido, enfim, aí projetamos ela no Photoshop, como é que iam ser as cores, como é que ia simbolizar aquele padrão da trama do xequerê e no final a gente confeccionou mesmo, manualmente né. Assim, essa foi a nossa proposta, a galera fez... cada uma fez uma né. E aí foi um trabalho bem interessante. Claro que é aquela coisa, não foi voltado para indústria, foi voltado pra uma... possível realidade. Mas que nem é a realidade da Lattoog mesmo, a vera, né. Lá eles não... a parte manual, do fazer manual, é mais nos quadros. Nos produtos, nas cadeiras e poltronas é mais industrial mesmo, né. Então não poderia dizer que foi um projeto tão real assim, mas...

Lucas — Mas faz parte também, né, é uma proposta de ensinar na verdade, né.

Designer B — É, mas é um questionamento que eu sinto falta, às vezes. Nesse sentido nem tanto, mas é porque pro têxtil isso faz muita diferença. Você entender o mecanismo industrial, entendeu? Mas...

Lucas — Porque vocês dependem justamente da parte industrial para produção né.

Designer B — É porque eu fico pensando... Eu procuro assim, como que... antigamente era aqueles cartões furados, por exemplo, pras... pros Teares de Jacquard, por exemplo. Hoje em dia já é tudo computador, né, tudo códigos assim, não sei. Como é que é isso, entendeu? Poderia ter tido uma coisa que a gente poderia ter explorado, mas...

Lucas — Você chamaria de “projeto” a forma como você trabalha hoje, na Lattoog?

Designer B — Não... (**Lucas:** Não, por que?) Não, porque eu trabalho mais na parte artística. Eu me... Teve dois produtos especificamente que eu trabalhei como projeto, sim. Um pufe e uma banquetta. Foi... a gente teve uma parte

manual mas ele tava inserida dentro do projeto. A gente fez protótipo, experimentou. Tem o desenho técnico, tem tudo, assim.

Lucas — Mas você disse que o que você faz hoje tá mais ligado a arte do que propriamente ao projeto?

Designer B — É, e aí é uma... A gente... A forma de trabalhar é totalmente diferente, porque a gente vai fazendo e vendo como a composição tá. Assim, tudo bem, o designer também faz isso, né, quando você trabalha com composição, tal. Mas no caso ali não tinha muito "Ctrl + Z", por exemplo. (Risos). E o material vai te levando às vezes pra caminhos que você não esperava, né... Acho que o designer, mal ou bem, ele projeta um pouco antes, assim. Lá a gente deixava as coisas mais livres, assim. Usava, sei lá... às vezes o material quebrava e... "Porra, isso aqui ficou maneiro! Vamos botar isso aqui aqui, assim", entendeu? Não tem uma... Até porque ele não é produzido em série. Então, assim, não tem problema se for diferente. Era um quadro, era um quadro. Era vendido como peça única. E também a questão do tempo, né? Porque assim, não tinha necessariamente um tempo específico pra terminar. Claro que a gente tentava que não se estendesse muito, mas ele não tinha data pré determinada pra acabar.

Lucas — E aí você... então você falou sobre não sentir que tá tão ligada a projeto, pelo menos essa parte do trabalhar com os quadros... Ah, já cai nessa próxima pergunta que eu queria... eu queria te fazer então que é: Como é que você descreve esse processo de trabalho, então? Você falou que não usa nenhum método muito formal, né, que ele é mais experimental. Mas então, como é que é esse processo? Fala um pouco do teu trabalho... esse lado que você disse que é um pouco menos ligado ao projeto. Como é que... como é que é o processo de produzir esses quadros? Você falou que usa refugo, né.

Designer B — É a gente pega desde pedaços de sobra de protótipos, tipo...

Lucas — São refugos de lá de dentro mesmo?

Designer B — De lá de dentro. Sei lá, testamos a perna de uma... testamos a perna de uma poltrona... que são poucos protótipos que são feitos lá, mas alguns foram... e ai, pô, uma madeira super bonita, esculpida, a gente pega ela e estabelece uma proposta de criação com linhas e com outros pedaços de madeira da própria... também da oficina, ou esses que já são mais... a gente acabou criando... o que que aconteceu: alguns grupos. Um grupo que era ideia do Leo, que ele pegava uma chapa de madeira e a partir dessa chapa de compensado ele cortava formas concêntricas.

Lucas — Agora... eu não tinha visto ainda. São esses quadros... é porque eu tô vendo o site da Lattoog agora, né. São esses quadros pretos, com tranças em madeira? Uns formatos diferentes aqui... Não sei se são esses mesmo

Designer B — Eu posso te mandar o meu... Eu não sei o que você tá vendo mas eu posso te mandar o meu portfólio, se quiser.

Lucas — Quero. Fiquei curioso. Na segunda, terceira fotos tem alguns quadros. Eu não sei se são esses. Ah! Eu te mandei aqui no Zoom. Deixa eu te mandar no WhatsApp.

Designer B — Te mandei no WhatsApp.

Lucas — Tá! Pode continuar. Desculpa, eu te interrompi, né.

Designer B — Nada. É... ah, ai tinha esses quadros que a gente... a série Concêntricos, né, que a gente chama. Então ele tinha... na verdade esse daí ele cria um método em cima dele. São essas formas concêntricas e a gente fica brincando na verdade de compor essas formas no quadro. E tem um trabalho de acabamento, lixar e tudo, bem trabalhoso que também faz parte do processo. E tem a série fragmentos que justamente ela trabalha com esses pedacinhos de corte a laser, específico de uma luminária... e também com... às vezes com tudo que tem na oficina, assim, a gente catava desde pedaços bem acabados de madeira, até parafuso e pedra do chão e montava uma composição, entendeu? Que é mais a... a série fragmentos é um pouco isso. E aí eu também comecei a colocar esse lance dos fios, das linhas, enfim.

Lucas — Ele vem mais pela experimentação, então, assim. Você não tem nenhum...

Designer B — É, pela experimentação da composição, com o material.

Lucas — Com o material, né.

Designer B — É, a proposta era justamente essa, que na verdade é uma proposta muito interessante, porque te abre referências... referências não, mas assim, amplia seu pensamento. É a diferença entre ficar olhando só no Pinterest e você ficar tentando fazer coisas e tirar das suas próprias experimentações a referência às vezes para fazer um objeto, mesmo né, oficial. O Leo tem essa sacação, assim, ele não faz isso atoa, sabe? Dali surgem ideias, né.

Lucas — E lá... pelo menos nessa série você não tem objetivo definido, né? Quando você bate o olho e sente que... deu uma coisa legal ele vira o produto.

Designer B — É. Claro que a gente vai vendo tendências, que eu falei, nesses experimentos a gente começou a fazer quadros que eles iam tipo meio que

sumindo, desvanecendo assim, no final. Ai "Porra, que maneiro isso". Ou às vezes até pelo interesse, tipo, das pessoas.

Lucas — Eu vi esse quadro aqui também. Parece até uma coisa meio... não sei se você conhece o Escher, as metamorfoses do Escher. Tem uma carinha também de Escher, eu gosto.

Designer B — A gente... ia bem pela experimentação mesmo. Esse que... tem uns que são uns losangoszinhas assim, do lado de um quadro que tem umas mesinhas brancas. Esse aí é o canto das molduras, que a gente fazia as molduras lá. E a moldura você corta ela em 45 graus e sobrava esses cantinhos. Essa é a brincadeira, entendeu? Usar, tipo, refugos e sobras pra fazer uma composição.

Lucas — Interessante, gostei. E ai você acha que está muito mais ligado a arte do que de fato ao design?

Designer B — É, é o meio do caminho. Que é isso que eu te falei, ele não tem um apelo... Não é industrial, mas na arte também a gente não tem uma proposta, né, com um conceito. Tem até o conceito de você usar o refugo e tudo. Mas a real é que é muito difícil se situar dentro do universo da arte, ou de um, tipo de uma galeria ou uma coisa assim. Ele é bastante decorativo né, a gente não tem um apelo crítico a respeito da arte, assim. Então acredito que é artístico mas pra decoração e não como uma arte contemporânea ou o que quer que seja que entendam por arte hoje em dia. E não é design porque, assim, primeiro porque eu acho que o design está estritamente ligado à indústria, apesar de hoje em dia não ser tão assim, mas ele tem essa proposta. E por serem peças únicas, por não necessariamente conter um projeto. A gente tem assim, uma ideia, né, tem modelos, tipo isso. Série concêntricos e série fragmentos... né, a gente cria um link entre as formas.

Lucas — Um conceito por trás, né?

Designer B — É, um conceito. Mas não tem um projeto, sabe?

Lucas — E vocês não tem nenhum... quando vocês pensam nas séries é uma coisa mais autoral, vocês não tem um cliente ou um público alvo em vista também?

Designer B — É, a gente foi construindo isso a partir do interesse do público, sabe? A gente foi percebendo... Ah, percebia "Ah, caraca esse quadro aqui saiu rápido. Aquele ali todo mundo sempre fala dele. Pô, vamos pensar em fazer ele de outras formas", sabe? Foi um pouco por aí né, porque a gente queria vender, não queria ficar só viajando ali.

Lucas — É um produto, afinal de contas né?

Designer B — Exatamente, é. É essencialmente um produto. Por isso que fica nesse meio do caminho, né. E, nossa, acho que eu tô meio catequizada (risos), porque eu não conheço (...) e tem isso de arte e design, "ah gente, ficar falando sobre isso, que saco!~, (risos) mas eu tô vendo que eu tô catequizada. Mas é isso.

Lucas — Legal... Até me perdi, onde que eu tava.... Ok e você usa.... você sente que usa conhecimentos e habilidades que foram te ensinados na graduação no seu trabalho? Se sim quais? Ou se não, por que?

Designer B — Cara, eu acho que na faculdade a gente trabalha muito essa questão compositiva, né, de cor, eu não vou me lembrar das coisas que eu aprendi, dos nomes assim especificamente. Mas a gente fica ali arduamente trabalhando o olhar, né, apurando olhar pra composição e pra combinação de cores, de propostas de cartelas de cores e coisas assim, que é uma coisa que na verdade você apura o olhar. Quanto mais você faz, mais apurado fica. Então eu acho que sim, eu uso bastante nesse sentido isso. Agora o... eu... depende muito da faculdade, né? Eu fico vendo, agora no mestrado na PUC eu vejo que a galera, porra, os meus amigos que se formaram na PUC eles são muito mais bem preparados em termos de projeto do que eu fui, sabe? Mas eu também não fiz design de produto, né. Não sei como é que seria isso. Mas, então nesse sentido eu não posso falar que eu carregue isso. Talvez eu carregasse se eu tivesse feito outra faculdade.

Lucas — Mas, essa questão do... (Designer B - Do projetual, né?) . [É, mas não necessariamente projetual. Digo do que você aprendeu no geral na graduação, não precisa ser só a ideia de projeto não.

Designer B — É, não, a questão de trabalhar com diferentes materiais. Isso é uma coisa que pra mim tem muita importância, e foi bom. Muito dessa... é porque a faculdade ela trás a proposta justamente de você experimentar, né, que a gente não pode tanto no mercado de trabalho. Só que isso é fundamental, né? Principalmente com os materiais. Na Lattoog, por exemplo, o Leo, que ele é o chefe, ele tem uma longa história... como se fosse, ele é um designer maduro, por assim dizer. Ele tem uma longa história de contato com esse material, não necessariamente contato, físico. Mas assim: desenha projeto, manda pra lá, não, não funciona assim. E às vezes você não entende isso só matematicamente, você tem que experimentar, né. Que seria a proposta da faculdade. Pra gente experimentar na prática essas coisas pra depois levar isso pro mercado de trabalho. Só que o fato é que é uma continuação, né, a gente não chega pronto. Porque é um tempo muito curto, né. A gente vai conquistar essa sabedoria depois de muito tempo de... acho que de interação com esses materiais. Pra mim tem sido isso, assim. Então a faculdade me ajudou nesse sentido mas, eu acho que por uma questão de tempo ainda me falta muito pra aprender sobre.

Lucas — Vocês tinham... vocês tinham oficinas, aulas de práticas com materiais também?

Designer B — Tinha de cerâmica, o SENAI ele tem uma biblioteca têxtil, é muito legal. É uma *teciteca* que eles chamam. É bonitinho, cara. Você entra lá tem todos os cabidinhos com todos os tecidos... você consegue ver, eles tem aquelas lupinhas pra você entender a trama. Tem... eu fiz uma aula muito tempo atrás que hoje em dia eu faria de novo, na época eu não tinha tanto interesse nisso, de... com tear. Lá eles tinham os teares, só que era aula que, assim, não era... era opcional, não era obrigatória, né. E é essencial pra você entender como se estrutura essa trama, e ali tá o padrão. Porque a partir do... o tear a cor é material, né, não é tingimento. Então assim, a partir do entrelaçamento das tramas que você tira o padrão. Então assim, você precisa ter uma prática pra entender, né? Se não fica tudo muito teórico. Que mais? A gente fez umas pesquisas com metal também, mas era mais difícil. E eu também não dava bola então... (risos) mas a galera de joalheria... Mas não tinha muito uma oficina. O pessoal que gostava de joalheria reclamava, tinha que fazer cursos fora. Porque tudo depende de uma infraestrutura sinistra, né? A gente sabe. O NEXT por exemplo, aquilo ali... Eu pergunto pro Cláudio onde é que... "po podia ter mais coisas de moda, né, pra você trabalhar com tear, não sei o que", ele falou "cara, eu sou o gerente disso. recebi pouquíssimo dinheiro, acabei comprando, sei lá, comprei uma impressora 3D e acabou o dinheiro". Sabe, do tipo isso. Mas é isso, esqueci a pergunta de novo.

Lucas — Não, era isso mesmo... se você utilizava os conhecimentos e habilidades que você aprendeu na graduação no seu trabalho. Beleza. E, por outro lado, você sente falta de algum conhecimento ou habilidade na tua prática que você sente que poderia ter aprendido na graduação?

Designer B — Ah, cara. Eu... que eu sinto falta de ter tido na graduação ou que eu não dei atenção na graduação?

Lucas — Pode ser os dois, mas que poderia ter contribuído mais para você, ou se você tivesse se você tivesse, ou se você tivesse se aproximado mais.

Designer B — Então, isso que eu te falei... Aula... pra mim, tá? Eu gostaria de ser um dia uma designer têxtil. Pra mim: se tivesse aula... nem opcional assim, aula obrigatória lá na parte têxtil de tear, de você compreender a organização dos fios e fazer isso é muito importante pra você compreender realmente como é que funciona. Gostaria muito de ter tido a partir disso como é que funciona esse planejamento dessa padronagem para uma indústria, tipo, gostaria muito de ter tido isso. Mas no caso eu poderia ter corrido atrás, na época eu não dava tanta atenção também...

Lucas — Mas tinha disponível para você essa... como uma disciplina eletiva ou também não era oferecida?

Designer B — Então, tinha uma aula de tear mas nada era voltada assim como design, sabe? Fica tudo "Ah! Aula de tear lá, vamos fazer um artesanato", entendeu? Era meio assim. Ai, não sei. Eu pelo menos sentia que era isso na época. Faz tanto tempo, isso daí foi bem lá pro primeiro período. Mas não era voltado... o design têxtil ele ainda não tem aqui uma certa posição organizada, né, como design. Isso que complica, assim. E... não sei o que eu sinto falta. Agora... Acho que essas coisas são as mais gritantes que veio aqui pra mim, assim.

Lucas - Você chegou a falar sobre se comparar com o pessoal da PUC também.

Designer B — É, eu acho que o pessoal da PUC é mais bem preparado. Eles tem uma oficina sinistra. Isso ajuda muito, né. Mas eu sinto que eles são mais bem preparados. O SENAI não é... Não sei se é uma boa referência, né.

Lucas - Mas bem preparado você diz para prática?

Designer B - Uma teoria em projeto muito bem embasada, uma prática executadas com mais frequência, assim, de fazer "Aula de protótipo", ou "Aula de método", as aulas que o Cláudio dá lá, eu não tive isso, assim. Isso, pra mim, na minha faculdade, se fosse voltado pro têxtil seria lindo. Tipo, "então vamos fazer, aprender a criar protótiposinhos de tecido", sabe? Coisas assim, tipo na prática mesmo como poderia ser na realidade. Isso teria sido maravilhoso. É isso. Engraçado isso, agora que a gente tá convivendo com pessoas de outras faculdades, a galera da UERJ, por exemplo, eu fico "Caralho, é Desenho Industrial *mesmo*, sinistro". Eu fico até "Não vou falar sobre arte em nenhum momento, porque se não vão me jogar...". Mas eu sinto que eles são mais assim, nessa disciplina do desenho, desenho industrial, desenho técnico, desenho pra indústria... Mas eu tive mais contato mesmo com... na Lattoog, eu trabalhava com dois meninos que se formaram na PUC, então a gente trocava bastante. Eu consegui... e ele era muito bom em protótipo, tipo, pensamento sistêmico assim muito... Não sei se era ele ou se era a... Mas eu acredito que a PUC seja muito boa nesse sentido.

Lucas - A galera da ESDI tem aquela veia da ESDI mesmo né? Bem...

Designer B — Desenho industrial, tipo, "Design não é uma palavra... aceita". O que é interessante, né? Mas hoje em dia o campo é tão mais complexo, né? Que não...

Lucas - Sim... E aí nessa prática que você falou que teve, quais foram as diferenças e semelhanças você percebe nesses projetos da graduação e a forma como você vê que é realizado hoje assim na Lattoog... ou da forma que você

trabalha hoje você disse que é mais ligada a arte, né. Como é que você acha que eles se aproximam ou quais as diferenças maiores entre essas duas práticas?

Designer B — Na Lattoog se aproxima por essa questão da experimentação que eu te falei...

Lucas - Ah, e se você quiser falar também um pouco dos projetos de produtos que você fez para comparar também ia ser legal.

Designer B — Então, nesse sentido se aproxima. Entre essa questão da experimentação no material, de não ter necessariamente... nessa parte de arte, né? De não ter deadline necessariamente... é uma eterna experimentação, propostas, mas que a faculdade te dá um pouco disso. No projeto de produto, eles... como é que eu poderia dizer? Assim, eu acho que... eu fiz dois projetos que eles tinham um pouco mais dessa mistura manual com o industrial. Então tem até lá, se quiser ver. Então ele pega um pouco do que eu aprendi na faculdade, de uma certa forma, assim. Porque não era uma proposta necessariamente voltada para a produção industrial. Mas, 90% dos produtos lá não seguem esse padrão. Eles.. você pega um catálogo de fábrica, escolhe o tecido e é assim que funciona, entendeu? Então assim, um pensamento de superfície... não, não existe. Vai fazer moda, entendeu? Na moda você vai pensar tecido, estampa exclusiva, vai pensar em uma modelagem diferente. É muito difícil você propor coisas novas no mercado, porque você tem que seguir o que a indústria vende, né. "O consumidor gosta disso, então vamos fazer isso.". Só uma Itália da vida que consegue bancar, enfim, todo um sistema, criações... né, piração com tecnologias bizarras. A gente ainda fica preso a essa questão do que a indústria quer. Né, todos eles dilemas famosinhos. Mas é isso, eu não sou formada em design de produto. A galera do design de produto deve usar muito o que aprendeu na faculdade, né. No caso, se eu tivesse em moda talvez eu tivesse utilizado mais, assim, a questão da estamparia e tal.

Lucas - Mas achei curioso que você falou... que geralmente quando... eu pelo menos tinha algumas coisas em mente quando eu pensei nessas perguntas e o que o que o geralmente escuto, né, conversando com colegas é justamente o contrário: Que a universidade ela geralmente não tem essa deadline e aí na hora de trabalhar é muito mais puxado, é muito mais... é muito mais rígidos, né. Eu achei interessante você falar que a mesma flexibilidade que você teve, de poder pensar sem tanta rigidez, de experimentar, você tem hoje né.

Designer B — Então, porque a Lattoog é uma empresa muito específica, é isso que eu tô... Eles tem esse viés com arte. A maioria das empresas de design... Quer dizer, algumas tem, né, mas acho que eles são um caso, assim, desse pequeno núcleo que se propôs a investir nisso. Porque é um investimento, cara, esse é um investimento que ele não necessariamente dá um retorno financeiro.

Pelo menos não imediato. Ou pelo menos não assim, palpável. Porque é isso que te falei, às vezes através dessas experiências você tira propostas para produtos, mas você precisa investir nisso. E isso não necessariamente você vai até perceber, linkar, sabe? Mas.. É porque você tá lidando com criatividade. Então, assim, como mover essa criatividade? Investindo em pesquisa criativa, em arte, em coisas que não te limitem, né? Porque a indústria é limitadora. Então os caras eles tem essa sacação, do tipo "vamos investir em experiência", sabe? E essa experiência ela se dá um pouco pela... por essa. Pela arte, né, pelos quadros, pela proposta de trabalho manual, assim. Porque é isso, a faculdade ela não tem uma indústria pra te limitar, né, a gente fica doido lá. Mas não é a realidade do campo, né?

Lucas - Mas ao mesmo tempo você falou que sente falta, né, de conhecer um pouco melhor a indústria, porque você saberia como preparar, né, o produto, como preparar para ser produzido aquilo em larga escala.

Designer B — É, porque é o que eu te falei né, relacionado ao têxtil eu não sei se existe uma faculdade que ensine tudo isso aqui, entendeu? Desconheço, assim. Direcionada pra esse material, sabe? Que é um produto. A gente direciona pra estamparia, mas... enfim. Talvez se eu tivesse trabalhado com estampa eu teria aprendido isso no mercado de trabalho, assim, a vera mesmo, né? Porque a gente fica muito no fictício, ali na produção de estampa, sabe? Você deve aprender uma série de questões de... com que material, dependendo do tecido que você está estampando, enfim. Desconheço, não trabalhei com isso, mas a faculdade ela só te ensina a desenhar e fazer padronagem, né, ela não te ensina a lidar com a realidade de aplicação...

Lucas - Como aquilo vai ser produzido de fato...

Designer B — É... Isso faz muita diferença, né?

Lucas - Imagino... Beleza. Vamos ver se você lembra, né: quais eram suas expectativas profissionais durante a graduação? O que você imaginava fazer? E se a atuação que você tem hoje enquanto designer, ou que já teve, atende essas expectativas?

Designer B — As minhas expectativas era trabalhar com estamparia, não fiz isso. Em alguns momentos eu me arrependo muito mas em outros eu fico muito feliz também, mas não é uma coisa que eu tenha descartado. Eu quero e acho que preciso investir nisso, que seria um pouco do design gráfico, né, mas eu ter entrado nesse universo do mobiliário, que seria produto, que é um universo bem específico do produto né, me abriu questões para fazer o mestrado, né. Então, não estou trabalhando com o que eu imaginava mas me abriu questões para fazer o mestrado e pra compreender que o que eu quero fazer é design têxtil, não é superfície, não é aquele monte de coisa, entendeu? Hoje em dia eu olho pra aquilo

e falo "Ah, existe um campo que lida com essas especialidades, né, com essas especificidades". E aí... e que também tem a estamparia, mas a estamparia é mais um dos processos. Então assim, não me arrependo porque na verdade nem existe isso no Brasil, então não teria como eu ter tido (risos) feito anteriormente. E na verdade foi bom porque eu acho que o mestrado tá sendo bom pra mim porque eu nunca procurei falar sobre, sabe? Falar não, pensar sobre. Eu sempre fui muito da prática e eu sempre tive muita dificuldade, na verdade, de falar sobre e pensar, porque eu não tinha referência. Então está sendo importante, foi importante eu talvez ter passado por tudo isso e cair no mestrado pra começar a me questionar sobre isso tudo. Mas eu queria ter trabalhado com estamparia, por exemplo. Aí foi uma questão da vida que me levou pra... é uma parada que eu quero resolver ainda.

Lucas - Mas além da área da estamparia tem alguma uma forma de trabalho que você gostaria de ter, ou algum motivo que você gostaria de alcançar antes, assim, quando você tava na graduação e conhecendo a área ainda, que você ainda quer ou que você sente que não rolou? Em questão, as expectativas profissionais, não só na área, né, mas a forma de trabalhar, no que que você quer alcançar.

Designer B — Na forma de trabalhar eu acho... eu queria ter um contato com a indústria pra compreender em algum momento como funciona isso que eu te falei, né, essa transição do pensamento pra prática, assim, pra confecção, né. De projeto pra confecção. E eu acho que eu só vou conseguir entender isso trabalhando com... não sei se necessariamente em uma indústria ou em um estúdio que trabalhe com indústria têxtil, não sei como seria isso, mas isso ainda é uma lacuna no meu... como profissional, sabe? Às vezes eu não me sinto uma profissional do design? (Lucas - Não se sente uma profissional ainda?) Por conta disso, porque eu saí e acabei trabalhando, entrando em um universo mais artístico do que projetual e depois caí no mestrado, então... (Risos) Então às vezes eu fico "Caralho, o que que eu sou?", eu tenho muito essa crise. Na verdade não é nem o que que eu sou, eu sei o que eu sou, às vezes eu não me sinto nem um pouco designer. Por conta disso, se for perguntar "Cara, tenho dois produtinhos ali que eu fiz, tal.. O resto fica meio num...". É até incrível como as pessoas te chamam. As pessoas te chamam pra fazer trabalhos... me chamam no caso, pra fazer trabalhos criativos. Eu que os designers sofrem um pouco... sofrem não, eles passam um pouco por isso. Criativos do tipo até, porra, "faz uma pintura na minha parede", sabe? Coisas assim... Que vão muito mais para uma habilidade artística do que... uma habilidade artística e um gosto, um bom gosto de composição, sei lá, do que pra um trabalho dito de design pela... pelo consenso geral aí. Mas, mas acho que é isso.

Lucas - Legal. Eu tenho uma última pergunta que eu quero mudar ela um pouquinho. Eu queria te perguntar primeiro como é que era, como é que foi a sua

transição da graduação para prática profissional, mas na verdade eu quero perguntar... vou ampliar ela. Me fala um pouco da sua história com o design, assim, o que que te levou a fazer essa graduação, o que que você imaginava que seria, né, e como é que foi terminar essa graduação e começar a procurar um algum lugar para exercer ela... Depois ainda, o que que te levou ao mestrado. Você já falou disso, mas se quiser falar das suas motivações do mestrado também...

Designer B — Tá, o que que me levou... Eu fui criada... meus pais... minha mãe é psicóloga e bailarina e meu pai é artista plástico, e é designer também, mas na época ele não era considerado, mas trabalhou com publicidade a rodo, então... Era um universo muito familiar pra mim assim, sempre gostei de desenhar, de criar coisas, de costurar, então eu ficava meio nessa... nesse conflito assim. Eu cheguei a fazer prova para Belas Artes e acabei não fazendo a última porque era no Fundão e na época eu não queria me deslocar até o Fundão... (Lucas - Na EBA, né?) É. Eu acho que eu teria sido muito feliz. E aí depois eu entrei na Univercidade, em Desenho Industrial, na Univercidade, fiz dois períodos só que eu não suportava a faculdade em si. (Lucas - Univercidade é aquela com C, né? Universidade da Cidade). É, em Ipanema. Que eu... eu ia mais curtir do que pra faculdade. Até porque... é, lá era um prédio, eu me sentia na escola, sabe? Hora do recreio, e todo mundo descia do prédio. Cara, aquilo pra mim não significava faculdade. Aí você entra numa UFRJ, UERJ e você fala "Aaah sim, pessoas pensando e trocando, porra, esse ambiente.", tem um outro... outro peso. Ou na PUC, também, né. Apesar de ter um choque cultural bem forte. Mas... e aí eu falei "cara, acho que eu vou fazer moda". Aí fui pra... passei pra moda no SENAI, fiz quatro períodos de moda. Foi quando abriu esse curso de Design de Superfície, era um curso novo, o diretor era de São Paulo, um cara super maneiro, super competente, veio pra cá e resolveu criar esse curso, que tem no sul... Enfim, no sul já tem uma galera mais fera em superfície. E eu olhei a grade do curso e falei "Caralho, é isso que eu quero fazer!" era totalmente o que eu... Na verdade, assim, moda eu gostava mas eu não simpatizava muito com o meio, sabe? (Trecho removido a pedido do entrevistado). E aí no grupo de superfície, porra, aí ficou muito mais tranquilo. Tinha um pessoal mais velho também, tinham pessoas de vários lugares, várias ideias diferentes. Isso que eu te falei, um queria fazer joalheria, outro era designer gráfico, outra era mãe de três filhos e queria brincar de fazer coisas, sabe? Tinha de tudo, assim, lá dentro. E foi lá que na verdade nesse projeto que eu te falei, nessa parceria com a empresa, que a Lattoog ficou amarradona com os projetos no geral e eles fizeram... no final fizeram entrevista com três pessoas, e eu era uma delas e acabei saindo... na mesma época eu finalizando a faculdade eu tava estagiando com eles, que tinha que estagiar na época. Então assim, foi um pulo direto né, e eu acabei a faculdade e eu comecei a trabalhar com eles mesmo, assim. Por isso que eu não tive... eu acabei caindo lá meio de paraquedas. Não era uma coisa que eu pensava, e eu planejei né. E aí, e aí

aconteceu isso que eu te falei, enfim... No começo eu fiquei feliz da vida, porque "Porra, a Lattoog é uma empresa reconhecia" e "Caraca, que universo é esse?". Mas depois de um tempo me bateu essa... essa parada né, tipo "Caraca eu abandonei tudo que eu aprendi lá e tô aqui fazendo outra coisa que eu não imaginava que eu ia tá fazendo, que que eu vou ser se eu sair daqui?", comecei esses questionamentos, "que que eu vou ser e o que que eu quero?". E foi a partir disso e comecei a entender dessa questão do têxtil, de me interessar por isso, e como não tinha nenhum mestrado voltado, que eu continuasse a fazer a pesquisa prática relacionada a isso, e também não tinha nenhuma graduação, mas eu também não ia fazer uma nova graduação... eu falei "Pô, talvez o mestrado seja um caminho pra eu pesquisar ou pra alguém me dar essa informação", né, não tinha ideia... E aí por isso que eu tentei o mestrado, na verdade.

Lucas - Aí mesmo... você falou que estagiou. O seu estágio foi na Lattoog também? Aí depois você foi efetivada e continuou lá?

Designer B — Sim. E aí... e aí foi isso. Cá estamos no mestrado e depois não sei o que vou fazer da minha vida. Mas assim, hoje em dia eu sei. Quando acabar eu vou querer correr atrás de um trabalho em que eu consiga essa... aprender sobre esse, sobre o meio têxtil e a indústria, entendeu? É o que eu vou procurar, assim.

Lucas - Voltar para que você estava imaginando antes, né?

Designer B — É, voltar lá pra trás né. Do que eu deveria ter feito depois da faculdade, talvez.

Lucas - Beleza. Foi última pergunta. Faltam 5 minutinhos pras seis. Dá para finalizar.

Designer B — Ah, demorou! Qualquer coisa, se lembrar de outra coisa, pode perguntar. Espero que ajude.

Lucas - Ó, queria agradecer demais. Eu gostei muito, assim, já te dar um feedback. Gostei muito desse papo porque, uma perspectiva diferente, assim, minha pesquisa está focada no gráfico mas eu achei que nesse momento era legal não me prender tanto... eu sabia que você tava mais focada em estamparia e têxtil, mas é legal ver que... como as perspectivas, assim, podem ser diferentes, né. Tanto em relação a experiência da graduação quanto às vivências pessoais e profissionais. Então assim, já é uma... um outro olhar que eu acho que vai ser muito bom, assim, para eu pensar nessa questão.

Designer B - Não, e tem uma coisa né Lucas, eu acho também... eu, por exemplo, quando eu entrei lá em Desenho Industrial, lá atrás, eu tinha outra cabeça. Eu acho que isso modifica muito também, né.

Lucas - Quando você começou em Desenho Industrial você tava com quantos anos?

Designer B - Tinha 19 anos. (Lucas - Ah! Tinha acabado praticamente de terminar o Ensino Médio). É, engraçado que assim, nem é uma diferença tão grande, né. Eu tinha 18, 19 anos, tinha acabado de sair da escola. Mas faz uma puta diferença. Eu fazia superfície eu tinha, sei lá, 24? São poucos anos mas eu já tinha vivido muita coisa, sabe?

Lucas - Eu entrei na graduação com 17, aí quando eu terminei falei "Cara, eu queria tá começando agora!"

Designer B - Mas é outra cabeça, cara, eu ia com outra... Não eu tinha tido a Cecília, imagina. Eu tava em outro momento na vida, "Porra, focar aqui, essa é a parada e tal", que era diferente da curtição lá dos meus 19 anos, então... Tem esse ponto também, né, dependendo da idade da pessoa, ou às vezes da maturidade da pessoa porque isso não diz muito só sobre a idade.

Lucas - Com certeza. É isso! Acabamos. Parar a gravação aqui, pera ai.

9.3 Apêndice 3: Transcrição da entrevista com o Designer C

Feita pelo Zoom, dia 29 de setembro de 2020, das 20h30 às 21h45

(0:00—1:53 / Apresentação e introdução da entrevista, não transcrito)

1:53 / **Lucas** — Primeira coisa: idade e cidade - estado onde mora atualmente. Eu já sei mas, me fala aí só pra deixar registrado.

Designer C — Beleza. Volta Redonda, Rio de Janeiro, o estado atualmente.

Lucas — Idade?

Designer C — Vinte e... quatro.

Lucas — (Risos) Teve que pensar né? Qual o seu curso, a universidade e o ano de formação?

Designer C — UniFOA e ano de formação 2018, e início em 2015.

Lucas — E o curso é Design, né, só. (Designer C: Design...) No seu diploma veio só Design? Ou veio Design Gráfico e Produto?

Designer C — Hmm, boa pergunta. Eu não peguei o diploma ainda.

Lucas — Caraca! Até hoje você não pegou o diploma.

Designer C — É que acabou que depois que eu formei e acabei mudando pra São Paulo e a FOA falou que ia levar um tempo pra ficar pronto e tal.

Lucas — Demora mesmo, o meu eu só fui pegar depois porque eu precisava pro mestrado, se não ia estar lá até hoje. Mas a sua grade foi um pouco diferente da minha, né? Ah, a gente vai falar disso. Mas é gráfico e produto seu também né?

Designer C — Gráfico, produto e teve digital também no final

Lucas — Ah! Eu não sabia beleza. Tá. Qual é o teu cargo e a empresa onde você trabalha agora?

Designer C — Eu tô como *product designer junior*, fiz 1 ano no Itaú dia 9 de setembro e... tô no Itaú, a um mês trabalhando na área de investimento.

Lucas — Beleza. Qual que é o seu tempo de prática profissional? E aí o que eu quero saber é o seguinte: É quantos anos você trabalhou efetivamente com design desde que você se formou. Se em algum momento você foi fazer outra coisa que não está relacionada você pode desconsiderar esse tempo.

Designer C — Tá. Desde quando eu me formei a gente estaria ai em... 1 ano e 10 meses.

Lucas — E você chegou a fazer estágio também? Você chegou a trabalhar como estagiário durante a graduação?

Designer C — Sim. No último ano, que foi o sétimo e o oitavo período eu trabalhei fazendo estágio na Actus aqui em Volta Redonda, lá no Villa Shopping, junto com o Lucas.

Lucas — Ai foi então um ano de estágio...

Designer C — Não, foi 9 meses de estágio.

Lucas — E mais um ano e quanto tempo mesmo, de...

Designer C — 1 ano e 10 meses atuando já, depois de formado.

Lucas — Beleza. E ai outra questão: Você se especializou em alguma área depois da graduação? E ai se sim, foi por curso de especialização ou foi só na prática profissional? Ou seja, não conta só curso, mas o que você faz na prática, o que você aprende na prática também conta nessa pergunta.

Designer C — Em curso eu iniciei a pós graduação em São Paulo mas acabei trancando porque eu vi que tudo aquilo que eles iriam ensinar em sala de aula era muito introdutório e eu já tava aprendendo na correria do dia-a-dia dentro do banco.

Lucas — A pós era em que?

Designer C — A pós era em UX mesmo, *user experience*, lá na Anhembi Morumbi, ali na Santa Cecília em São Paulo. E eu acabei trancando por conta disso e a minha especialização tá sendo... foi muito por conta do dia-a-dia mesmo, da necessidade de precisar estar me desenvolvendo e foi por conta própria né, lendo livro, pesquisando, indo em eventos, coisa que eu fiz. Medium, o Medium tem bastante conteúdo e trocando figurinha com o pessoal no LinkedIn.

Lucas — Ah, no LinkedIn?

Designer C — É. No LinkedIn.

Lucas — Eu quase não uso LinkedIn. Não sabia que era uma ferramenta boa pra isso, legal.

Designer C — Pessoa hoje mais engajado que eu conheço próximo de mim no LinkedIn é o Vitor.

Lucas — Ah! Eu vi que ele posta muita coisa lá.

Designer C — O Vitor tá tipo... ele troca figurinha com a galera de fora, sabe, de São Francisco.

Lucas — Caralho! Que maneira. Ai aproveitar pra perguntar então, você recorre a bibliografia pra se atualizar profissionalmente? Livro, artigo...

Designer C — Sim. Cara, esse ano eu li acho que... eu já tô, sei lá, no meu sexto ou sétimo livro. Mas não só focando muito em Design. Eu tenho estudado muitas coisas como, por exemplo, neurociência. Entender a mente humana, comportamento, hábitos, gatilhos, né, que levam as pessoas a estarem fazendo certas coisas. Então, além de estudar Design eu também tô estudando essa parte humana, que é psicologia, neurociência, essas coisas.

Lucas — Mas é por interesse teu ou é por necessidade do trabalho?

Designer C — É por interesse e por ter sinergia com o meu trabalho, sabe? Quando a gente fala de UX a gente tem duas coisas ali, né, experiência e usuário. Então a gente precisa entender do usuário pra poder desenhar a experiência.

Lucas — Legal. Beleza! As coisas pontuais eram essas, agora a gente vai entrar nas perguntas do tema mesmo. E aí eu já começo com uma pergunta meio, meio ampla né, que é: o que você entende por projeto em Design?

Designer C — Hmm, boa pergunta.

Lucas — Ah! Nessas perguntas, pra deixar claro. Não tem certo ou errado, não é um questionário, tipo, que você tem que acertar. É a sua opinião sobre.

Designer C — Deixa eu só pegar um negócio aqui, que eu tenho uma anotação UI que fiz recentemente que fala um pouco como que o... o que eu acredito em Design... cadê... Não vou conseguir achar aqui mas depois eu reforço e te falo.

Lucas — Se quiser pode me mandar depois também, tranquilo.

Designer C — Sim sim, te mando sim. Só reforça a pergunta pra mim por favor.

Lucas — O que você entende por projeto em Design?

Designer C — Projeto de Design eu entendo é, puxando um pouco pro lado da metodologia que eu tenho utilizado hoje, que é *product discovery*, a gente tá sempre fazendo descobertas pra solucionar certos problemas, né. Ou, melhorar produtos, serviços e conseguir entregar, ter um entregável, que melhore a vida de certa pessoa ou consiga fazer uma comunicação eficiente, sabe? Todo o projeto de Design ele se inicia com um propósito. Seja uma melhoria, ou uma comunicação, ou vender algo. Não necessariamente vender mas sim levar uma mensagem. E aí a

gente, acho que quando a gente fala de projeto de Design a gente tem que sempre ter duas perguntas em vista: pra que eu tô fazendo... o que eu tenho agora e o que.. e pra que que eu tô fazendo isso, né. Qual que é o meu objetivo inicial e o que que eu tenho... o meu objetivo inicial, e o que eu quero ter depois de finalizar esse projeto. Basicamente isso.

Lucas — Legal, tipo um sistema mesmo. Que entra e sai com um objetivo certo.

Designer C — Sim, sim. É, quando a gente fala do *discovery* é muito isso, né. Muito ali aquela parte do *double diamond*, de divergir, convergir, divergir, convergir.

Lucas — Legal. E durante a graduação, como é que foi esse ensino de projeto? Tinha uma disciplina específica de projeto? E ai se tinha, como é que era esse processo da aula, como é que eram apresentados os projetos, como é que eles eram desenvolvidos na graduação?

Designer C — O primeiro... a primeira... o primeiro contato que a gente teve, assim, com a metodologia de projeto foi no segundo período né, foi a metodologia mesmo de projeto, que foi ensinada pelo Moa, e ai foi um projeto que eu lembro que no início do semestre, assim, ele... bem na primeira aula ele montou todo um case, assim, de processo de projeto, né, olhando pela metodologia. Agora eu não lembro certo qual metodologia era, mas a gente pode presumir que provavelmente, na FOA, deve ser Das Coisas Nascem Coisas ou Design Thinking, que são aquelas cinco etapas. E ai o Moa ele teve essa explicação de todo o processo, né, primeira ali do entendimento, a segunda... as próximas... a primeira do briefing, entendimento, conceituação, geração de ideias, e... quando a gente fala prototipação, *wireframing*, né, que são as... os testes em protótipos e depois um protótipo em escala reduzida finalizado, né. Quando a gente fala de metodologia de projeto é todo um racional que precisa executar, essa linha, pra poder chegar num objetivo mesmo.

Lucas — E ai como é que era apresentado o projeto na aula? Como é que vocês desenvolviam?

Designer C — No início... e ai, eu lembro que no decorrer das aulas ele passou um projeto que se estenderia no semestre todo, que foi um projeto com o objetivo de melhorar mesmo a mobilidade urbana, né, e com isso a gente teria que desenvolver um patinete. Ai ele explicava cada etapa que a gente passaria por aula e ai ficava como tarefa de casa, né, pra próxima aula, a gente executar essa missão. Então seria levantamento técnico, referências, entender como é a mobilidade nas cidades, essas coisas todas. Mas tudo numa ordem linear, assim, que nem etapas pra poder seguir esse projeto. E ai a gente fez essa divisão em grupos e a gente começou a botar a mão na massa mesmo, né. Fazendo análise de

similares... Primeira coisa foi entender o briefing, depois falar análise de similares, olhar para tipos de materiais, ficha técnica, ideação, prototipação, teste, até ter um protótipo final mesmo em escala reduzida. E aí depois a gente fez toda uma avaliação, se aquilo ali era escalável, se não era, se era viável ou se não era. E isso faz muito sentido com o que a gente faz hoje no dia a dia, né, usando a metodologia de *product discovery*, que é uma metodologia, querendo ou não, bem recente mas que tem as suas características da metodologia de design como um todo, né e a gente tá sempre olhando pra essas quatro coisas: risco de viabilidade, risco de usabilidade, o risco de negócio e o risco técnico. Então tipo, esses quatro riscos eles tem sinergia com esses outros... outras metodologias de projeto de Design, né, que são por exemplo a viabilidade de desenvolvimento em grande escala, se isso for pro mercado, se isso vai ser usado ou não, existe essas sinergias, eu vejo que existe essas sinergias entre as metodologias de Design. Só muda os nomes.

Lucas — É. É uma coisa que eu tinha percebido também. Parece que a tua aula de projeto foi muito parecida com a minha assim. Porque a primeira aula de projeto que tive foi com o Bruno né, mas a estrutura era igualzinha, igualzinha. Você já... já meio que falou isso, mas pra emendar, então: Você chamaria de projeto o seu processo de trabalho hoje? E por que?

Designer C — Depende da demanda pra chamar de projeto, sabe? Tem demandas que a gente já chega com data marcada pra entrega, então a gente não consegue fazer mesmo um processo de Design. Então depende do projeto pra gente conseguir fazer um *discovery*.

Lucas — Mas aí qual que é... na verdade eu poderia ter te perguntado antes, mas o que é que... qual que é o seu trabalho hoje, assim, como designer? O que você faz lá no Itaú? E aí, quais são essas demandas, que você falou que depende da demanda né, quais são essas demandas que geralmente chega pra você?

Designer C — Cara, hoje o nosso... hoje no time que eu tô a gente tem muito mais um viés estratégico do que, vamos dizer, entregar tela no final do dia pra alguém desenvolver e subir pro app.

Lucas — Quantos são na sua equipe?

Designer C — No meu time mesmo, na minha coordenação somos eu, Juliano, Otávio, Samy e Johnatan. Somos cinco, mas tem mais sete consultores, né, nessa semana eu já estou começando a atuar um pouco como, vamos dizer, um designer lead, porque eu estou tomando conta de três consultores, que são pessoas de outras empresas que vem atuar aqui dentro. Mas como área mesmo de design CX, a nossa superintendência tem cerca de 130 designers.

Lucas — Caraca! Mas você trabalha diretamente com esses cinco?

Designer C — Diretamente com esses cinco. A gente acaba se relacionando com outros designers durante o decorrer da semana por conta, por exemplo, do nosso design ops, as nossas guildas, mas como times mesmo que dentro de investimentos mais esses cinco designers que são internos.

Lucas — E aí as demandas você falou que são muito mais de estratégia do que de tela, de interface? Você faz os dois, você faz o UX e o UI também? Ou agora só o UX?

Designer C — Sim. Não, eu faço os dois. Eu atuo mesmo como product designer, tanto... desde a concepção até a entrega. Foi algo que eu consegui desenvolver dentro do banco como aprender a fazer acessibilidade, wireframing, pesquisa, que é algo que eu tenho feito recentemente um pouco mais e a parte da estratégia que falo, por exemplo, é... hoje a gente está fazendo um entendimento, por exemplo, de perfil, né. A gente está traçando o que é o perfil investidor. O que é essa pessoa? Como que ela se relaciona com o seu dinheiro? A partir de que momento ela passa a juntar dinheiro e pra que ela junta? E todas as características, as diversas características que cada indivíduo como investidor pode ter, sabe? Existe um investidor que ele quer saber sobre economia e investimentos. Quer saber o que é, por exemplo, uma taxa Selic, o que é um Tesouro Direto, como aquele outro investidor que não quer saber nada e quer que uma pessoa do banco tome conta do dinheiro dele e ele só quer saber se o dinheiro dele está rendendo ou não. Então a gente está nesse trabalho. E o outro que eu falei que teoricamente é mais correira, que a gente precisa mais estar ali desenvolvendo projetos são coisas pontuais como, "Ah, a gente precisa ajustar tal coisa em um fluxo, por exemplo, porque é um ponto de auditoria", né, um ponto que o Bacen veio e viu que o banco está fazendo de uma forma um pouco diferente ou um pouco que não está seguindo as normas e a gente acaba recebendo uma data limite pra isso estar resolvido, né, esse problema. Então a gente acaba não tendo muito tempo pra poder fazer pesquisa, pra poder fazer concepção. A gente simplesmente precisa ajustar pra poder seguir as regras do Bacen.

Lucas — Mas esse fluxo que você está falando é em um sistema, é no que? Em um processo interno de vocês?

Designer C — Não, é um fluxo, eu falo mesmo... tipo, sei lá, tem um fluxo de aplicação em fundos e aí quando um cliente ele está fazendo uma aplicação em fundos pode ser que ele esteja fazendo uma aplicação em fundos que não seja do perfil dele. Por exemplo, ele é um perfil moderado e ele está aplicando em fundo de um perfil arrojado e nisso ele está assumindo um risco que está desenquadrado

com o perfil dele. Então a gente precisa exibir, por exemplo, um termo de ciência de risco que ele está aplicando um fundo que não é recomendado para ele, sabe?

Lucas — Mas isso é pelo aplicativo, pelo site? Por onde que ele faz esse...

Designer C — Por todos os canais. Ambos os canais, tanto no aplicativo quanto no site. A gente olha para a jornada, a gente não olha para algo específico "Você faz mobile e você faz internet, ou você faz outra coisa...", sabe?

Lucas — Mas são necessariamente meios automatizados, né, ou vocês lidam também com o processo de atendimento? Não, né? São sistemas digitais do banco, né, necessariamente?

Designer C — Não entendi.

Lucas — É porque você falou "Tanto faz se ele faz mobile, se ele faz na internet" mas são necessariamente sistemas digitais, né? A interação do cliente com o banco através de um sistema automatizado, né, digital.

Designer C — Exato. Quando é na agência, diretamente com o cliente, aí já segue todas as normas e regras do Banco Central.

Lucas — E aí depende do próprio atendente, no caso. Vocês trabalham mais com a usabilidade das interfaces?

Designer C — Exato. A gente trabalha ali mais com aplicativo, tudo isso. Por mais que a gente faça pesquisa e tenha um certo contato com o cliente a gente não está vendendo nada e sim testando.

Lucas — Uhum. E aí você falou que a parte de projeto entra mais nas estratégias, você falou que está traçando perfil agora de investidor... e aí vocês implementam também alguma coisa em relação a isso? Por exemplo, traçou o perfil e agora precisa de uma iniciativa para, sei lá...

Designer C — Sim. E aí a gente vê os aprendizados que a gente tem em testes, em pesquisas e na parte de estratégia, tudo primeiro tem que ser validado e depois dos aprendizados os insumos a gente traz para a operação. E isso aí a gente vê os momentos certos para acrescentar isso em cada projeto né, porque também tem a questão de tempo. E aí isso entra no nosso backlog ali da squad de cada pessoa. Por exemplo, eu estou atuando na parte de investimentos mas eu fico focado olhando somente para a parte de assessoria. Então, por exemplo, quem está lá fazendo aplicação, mexendo com catálogo de investimentos também pega os insumos que a gente teve na parte estratégica e traz para o seu dia a dia, para a sua operação ali e vê como acrescentar isso.

Lucas — Ah, então fica sendo mesmo um processo cíclico, né, vocês alimentam...

Designer C — Exato. É basicamente o *continuous discovery*, né? Você tem todo o processo de discovery e depois você continua dando continuidade daquilo. A gente tem por exemplo um case bem famoso disso que é as formas hoje de se reagir no Facebook, por exemplo. Antigamente tinha só o "Curtir", e aí continuaram fazendo várias pesquisas até entender e chegar nesse entregável que é hoje que tem várias formas de se reagir a uma publicação.

Lucas — Você falou do *discover*, já aproveitar pra te perguntar o próximo então que é: como é que você descreve esse processo de trabalho que você faz hoje? Você tem algum método formal? E aí como é que esse método na prática, assim? Você falou do *discover* né. Você só usa ele? Como é que ele funciona? Ou você tem algum outro também?

Designer C — Então, o *discover* ele é uma metodologia mas tem como usar diversas ferramentas a cada momento. E aí depende muito do estágio do seu produto, sabe? Por exemplo, a gente atua no Pix, então o Pix é uma coisa embrionária, é uma coisa que tá nascendo do zero.

Lucas — O Pix é aquela plataforma de transferência, né?

Designer C — Exato. Que vai pro ar em novembro, tudo mais. Então é algo que nunca foi utilizado, por mais que a gente já tenha alguns insumos, algumas métricas de como que o cliente se relaciona com a transferência do Itaú, a gente também precisa fazer um discovery, por exemplo, de concepção, de se o fluxo de usabilidade do fluxo ou de como mitigar erros, entender o funil, sabe? E o discovery tem várias ferramentas de.. para cada etapa, sabe? Eu até tenho um conteúdo aqui, deixa eu pegar ele aqui que eu posso te falar umas ferramentas, por exemplo.

Lucas — Mas ele é um método ou ele é uma forma de pesquisar? Assim. tem etapa por etapa ou ele é só uma abordagem?

Designer C — Ele é uma abordagem que dependendo do estágio do seu produto você parte de um certo lugar, sabe? Por exemplo, a primeira etapa do discovery. que a gente fala mesmo que é o descobrir. Que é onde você descobre tudo aquilo que está relacionado ao seu produto, né. Isso envolvendo o seu cliente, o seu produto e o banco, assim, a instituição. Igual a gente fala, a gente tem a matriz de impacto, que aí eu vou olhar primeiro, quais são os meus objetivos de negócio com essa iniciativa? Quais são os meus objetivos com experiência? Como eu vou medir o meu sucesso com esse produto, que são de OKR, são os KR, os key results, e qual o meu target máximo? Quem eu quero atingir com isso? E aí no primeiro momento ali, quando a gente fala na primeira etapa, o primeiro "abrir" do Double Diamond, que é o descobrir a gente tem essas ferramentas, que é a matriz CSD, levantamento de materiais, tanto internos quando externos de

mercado, levantamento de cenários, sínteses de cenários atuais, a gente pode fazer entrevistas com stakeholders, a gente pode fazer, por exemplo, para entender e colocar todo mundo que está envolvido no projeto na mesma página, a gente pode fazer um "O que é, o que não é, o que faz, o que não faz", e aí a gente tendo todos esses insumos iniciais a gente pode partir, por exemplo, também para outras coisas. A outra etapa que é a definição. E aí a gente pode usar, por exemplo os "Cinco Por Quês", a matriz de impacto como eu falei, matriz SWOT, a curva de valor, para entender essas características que vão ser entregadas e que os usuários vão usar. E aí na terceira etapa que é a elaboração, a gente pode usar analytics, que são dados, a central de atendimento para levantar números, hipóteses, a gente pode ter o feedback do cliente, fazer entrevistas em profundidade, fazer mapa de empatia, personas, blueprint, que é onde você identifica os pontos de contato que o cliente pode ter com o seu produto. Tanto para você conseguir captura-lo quanto para você conseguir melhor o produto para ele. E a última etapa que é a entrega, que aí a gente pode fazer um storyboard, uma ideção, soluções marcadas ou um roteiro de teste, um *paper prototype*, teste de conceito, teste de usabilidade já com protótipo de alto ou média fidelidade, sabe?

Lucas — O entregável também pode variar, então? Vai depender do que vocês querem resolver, né?

Designer C — Exato. Por exemplo, imagina que hoje eu já tenho toda uma forma de assessoria dentro do meu aplicativo e aí eu preciso fazer um discovery. Então eu tenho que olhar de novo para aquelas duas perguntas no início de um projeto. O descobrir teoricamente ele fala: O que eu tenho hoje como assessoria? O que eu quero ter ao final do discovery? Por exemplo, o que eu tenho hoje como transferência e o que eu quero ter no final desse discovery com o Pix, por exemplo, que é essa nova forma de transferir e pagar, sabe?

Lucas — É um próximo em essência do que a gente viu, né?

Designer C — Sim.

Lucas — Legal. E geralmente você e o time tem autonomia pra decidir como usar os métodos ou como gerir o projeto da forma que vocês acharem melhor?

Designer C — Sim. Não necessariamente todo mundo consegue aplicar isso no dia a dia por conta de ser bem corrido, né, sempre ter prazo e tudo mais mas a gente consegue usar bastante coisa do *discovery*, como alguns etapas, algumas ferramentas até pra melhorar o nosso produto. E também pode acontecer de ter vezes que não é necessário fazer um discovery do início ao fim. Simplesmente você pode fazer uma pesquisa de usabilidade, um teste e já conseguir melhorar o seu produto, ou conseguir melhorar o seu produto para atingir um objetivo de negócio, sabe?

Lucas — Então ele é mais flexível, né?

Designer C — Ele é mais flexível. Então você pode fazer um teste de usabilidade que você vai conseguir captar insumos para melhorar o seu produto que pode mexer por exemplo em um indicador de negócio, no funil de conversão. Antes, antigamente eu teria no caso 12 mil transferências feitas, 12 milhões de transferências feitas ao mês e depois que eu melhorar o fluxo eu posso ter 20.

Lucas — Legal, bacana. E você falou de talvez.. que você pode usar a central de atendimento ou pode entrevistar o cliente. Geralmente o cliente de vocês, quem é? É o usuário final do banco ou é algum outro setor que vocês tem que responder?

Designer C — Não, é um... é aquela pessoa mesmo que tem uma conta corrente no banco e que paga para ter aquela...

Lucas — É o usuário, então? Final.

Designer C — É o usuário do Lab mesmo. O banco quando convida essas pessoas para fazer testes eles são remunerados, né, eles recebem para fazer os testes mas são clientes reais mesmo. Clientes que teoricamente já utilizam um produto específico que a gente está testando. Porque no momento que a gente monta o briefing da pesquisa para enviar pro Lab, a gente tem uma área no banco dentro do marketing focado em fazer testes, né, que é o Lab, que a gente consegue fazer tantos teste online quanto offline. Aí a gente monta um briefing: a gente fala "Ah, eu quero testar esse fluxo com pessoas que são do segmento varejo, que são do segmento UniClass, que são do segmento Person....

Lucas — Você já dá o perfil que você quer....

Designer C — Você sabe o que são esses segmentos?

Lucas — São segmentos de correntista, né? Ou não? Quem tem mais dinheiro investido e quem tem menos... Empresarial, pessoal...

Designer C — Exato. Varejo é aquela pessoa... É tipo isso. Não, isso são segmentos de contas somente pessoa física, né? O varejo é que tem uma renda de até 5 mil reais, UniClass tem uma renda de se não me engano de 5 a 10 mil reais e o Personalitté a partir de 15 mil reais. E ai existe um serviço e benefícios diferentes. E uma comunicação também, acredito que, diferente. Mas existe outras formas também... não é necessariamente só isso que leva em conta pra você ser um Person, um UniClass ou Varejo. Talvez o seu score, como está seu nome hoje na praça, vamos dizer assim. O quanto você tem de investimento. Eu posso abrir uma conta hoje no banco e trazer pro banco 200 mil pra investir e posso já entrar de cara como Person, sabe, Personalitté. Então a gente quando monta o briefing

pra pesquisa a gente já dá um direcionamento, vamos dizer assim. Não é nada como uma...

Lucas — Vocês já sabem quem vocês querem entrevistar, né?

Designer C — Exato. Não chega a ser uma proto persona, né, com características bem específicas mas a gente já consegue fazer um funil, assim vamos dizer, uma certa filtragem.

Lucas — E vocês tem acesso... assim. geralmente nesses vocês terceirizam, tem alguém que faz esses testes ou vocês mesmo enquanto time tem esse contato direto com o cliente para fazer o teste?

Designer C — A gente não acaba tendo contato direto, assim que eu falo na parte de recrutamento e tudo mais, que a gente tem uma área específica pra isso, mas a gente participa no dia assim dos testes. Ai teoricamente ficaria eu, como designer, ou a minha equipe. Esse teste tem uma pessoa fazendo a mediação, que já é do marketing, trabalha no Lab, e a pessoa que está sendo testada. Eu posso intervir, posso fazer perguntas mas sempre com cautela, respeitando o momento certo, tudo mais. Até pra não enviesar minha pesquisa, ou deixar o cliente constrangido, criar uma situação que possa prejudicar. Mas e também tem formas de fazer teste por fábrica, como a gente fala, contratar empresas de fora para poder fazer esse trabalho pra gente.

Lucas — Ai já é terceirizado mesmo.

Designer C — Terceirizado, consultoria e tudo mais.

Lucas — Legal. E próxima pergunta é a seguinte: Você usa conhecimentos e habilidades que você aprendeu na graduação nos projetos de Design que você faz hoje? E se sim, quais são os principais que você usa?

Designer C — Sim, sim. Eu costumo dizer, mano, que a gente como designer a gente ao decorrer da nossa carreira a gente vai sofrendo mutações. A gente quando sai da graduação a gente sai como um "designer defensor". Eu sou o designer defensor que vou defender toda a teoria que eu aprendi na sala de aula e se você falar pra mim que está errado eu vou te provar que eu estou certo e não vou te escutar, né. Eu vejo muito isso, que eu defendo a minha cadeira, custe o que custar. E ai depois eu vejo que você vira o designer que tem a síndrome do "eu avisei". Aquele, tipo, que trabalha com produto: "Viu, eu te avisei que se você não fizesse teste o produto ia dar errado. Eu te avisei que se você colocasse essa fonte tamanho 10 o cliente que tem baixa visão não vai conseguir enxergar...". E ai depois a gente parte pra um lado de um designer propositor, né, que é aquele já que consegue atuar em colaboração com outras áreas né. Que é o cara que tem o viés de produto, que vai lá entender do produto, do negócio, que é o cara que leva

em consideração o risco técnico, que é o desenvolvimento. Se aquilo que eu, como designer, vou construir, aquilo ali consegue ser desenvolvido e é sustentável, a gente consegue dar suporte pra aquilo. Então eu vejo muito como etapas e amadurecimento como designer, sabe? E aí quando você chega nesse estágio você consegue trabalhar melhor em equipe. Mas cara, sim, muitas coisas que eu aprendi em sala de aula hoje me ajudou, sabe? Como por exemplo eu tive... no sexto período a gente teve aula de design digital, por exemplo, e a gente estudou conceitos básicos de design digital como por exemplo as Heurísticas de Nielsen, que são as dez heurísticas, são coisas básicas que a gente precisa ter bem enraizadas para poder desenvolver uma metodologia, sabe? Aula de cor, por exemplo. Aula de cor naquela época... Eu, antes, por exemplo, atuando como designer gráfico em agência eu não conseguia ver a relevância de como um trabalho de cor mal feito poderia ser ruim para uma pessoa que tem baixa visão, uma pessoa que tem daltonismo, para uma pessoa que tem alguma deficiência visual, sabe? Então tudo aquilo que a gente vê em sala de aula é fundamental para o nosso dia-a-dia, isso falando de conceitos gerais né, como cor, tipografia, metodologia, conceito teórico como primeiridade, secundidade, terceiridade, se não me engano em semântica por exemplo. Isso hoje eu vejo muito relacionado com a questão da neurociência, né, como que o designer atrelado a neurociência ele consegue ser persuasivo, como que eu te apresento uma interface que não exija tanto esforço cognitivo e você consiga entender o que você precisa fazer né. Você precisa entender qual ação você deve tomar para chegar aonde você quer. Os pontos estão todos ali soltos, mas se você prestar bem atenção está tudo ligado. Tanto no design como produto, como neurociência... Eu acho que eu acabei olhando mais para esse lado por conta de trabalhar com produto digital, né. A pessoa que trabalha teoricamente com gráfico hoje eu vejo que ela precisa estar mais atenta a essas coisas, sabe? Você vê várias marcas aí que tem uma paleta de cor que não é acessível, por exemplo.

Lucas — É. É uma coisa que às vezes a gente nem leva em consideração quando tá olhando só para o tangível, né? E por outro lado, você sente falta de algum conhecimento ou habilidade, nessa prática de projeto, que você não aprendeu na graduação?

Designer C — Cara. Sim, eu sinto falta... Na minha graduação por conta de ter sido uma grade ampla e não uma grade focada. Se eu tivesse chegado ali no terceiro período e falado assim: "Olha hoje eu quero focar em design digital até o final do meu curso" ou "Eu quero focar em gráfico, quero focar em produto físico, ou quero focar em design automobilístico, design de moda", eu acho que a gente conseguiria chegar em um fim de curso em uma graduação... formar um profissional com mais base, sabe, vamos dizer assim. Mas isso é muito coisa minha, sabe? Eu acho que tudo aquilo que eu aprendi foi bom, né, porque foram necessidades diferentes, contextos diferentes. Mesmo sendo algo negativo ou

positivo eu sempre tento extrair algo bom, assim, sabe, como aprendizado. Por exemplo, "ah, se eu tive contato com uma professora e vi que ela fez certa coisa que dificultou a disseminação dos conhecimentos para os alunos", seja na didática, eu já sei que aquilo ali eu não posso fazer como profissional ou caso um dia eu seja professor, sabe? Eu não utilizaria aquela coisa ali, eu tentaria ir por um outro caminho que eu conseguisse, por exemplo, passar a minha mensagem.

Lucas — Legal, e... tem uma pergunta que não estava nem no roteiro mas eu queria te perguntar: você falou de trabalhar em agência. Você teve essa experiência de trabalhar em agência. E como você compararia, por exemplo, em relação... Eu tinha te perguntado antes se você considera o trabalho que você faz hoje como projeto, e você falou de toda a metodologia do *discovery*, né. E como é que era em relação à prática em agência, como designer gráfico ou como UI/UX... como é que era essa prática de projeto nos seus outros trabalhos?

Designer C — Cara, a prática na agência teoricamente era top-down. Ela vem, você tem que fazer de acordo com o que o cliente quer. O designer ele não tem muita autonomia e direito a voz, vamos dizer assim. Você tem que fazer de acordo com o que o seu cliente está pedindo. Existe casos que você tem essa liberdade, você tem a sua autonomia, mas ainda assim precisa fazer algo que o cliente acha que vai agradá-lo ou acha que vai funcionar, sabe? Nem todas as decisões são pautadas em dados, em pesquisas, sabe? É muito achismo e "acredito que isso seja melhor". Mas tipo não é "acredito que isso seja melhor", é "por que eu acredito que isso é melhor?", "da onde que foi, qual o por que e qual a solução", sabe? Então na agência teoricamente não é nem de design, é agência de publicidade. Então a gente tinha que ter muito mais um viés de comunicar para venda, né. Forçar a pessoa a teoricamente fazer a compra ou consumir certa coisa.

Lucas — É engraçada essa comparação, né? De perceber como o espaço profissional muda a atuação do próprio designer, né?

Designer C — Só uma observação né, você pode ver que nessas duas atuações a gente tem o cliente aqui: ó, esse aqui é o cliente da agência, que é o cliente que fala que quer aquela coisa porque ele acredita que aquilo ali é o melhor. Aqui eu tenho o cliente que tem uma dor e ele me fala que eu preciso resolver aquela dor, sabe? Você pode ver que as duas coisas partem do cliente e eu tenho que estar sempre olhando para o cliente. É mais do que... o ponto é eu estou construindo para cada cliente? Ou o que cada cliente está me pedindo? Então a gente como designer a gente tem que passar a mostrar mais do que o nosso trabalho é capaz e porque que ele é capaz. Tipo "Ah, beleza, eu vou te cobrar 10 mil reais para fazer esse projeto.", "Mas por que você vai me cobrar 10 mil reais nesse projeto?", sabe, é mostrar pra pessoa o que é o design. E a gente vive em um país que ninguém

sabe o que é design, então a gente tem que fazer essa comunicação com as pessoas.

Lucas — Esse acho que é um dilema de todo designer, né? Mostrar pras pessoas o que faz.

Designer C — Exato. E ai chega em um ponto também que nem o designer mais quer fazer isso, sabe? Ele simplesmente abre mão.

Lucas — É um trabalho de ser didático, também, né? Não só fazer a sua produção mas explicar para os outros como é que ela é feita.

Designer C — Um livro que eu estou lendo agora é esse aqui, que é muito bom, que é o Engajado, né? Ele fala como...

Lucas — Hm, já ouvi falar nesse livro, Hooked.

Designer C — Como construir produtos e serviços formadores de hábito. Igual eu te falei, tem um viés muito de neurociência, entender comportamento, entender hábitos para você criar gatilhos mesmo, para vender, para persuadir mas ele tem uma fala muito ética, né. Porque a partir do momento, acho que teoricamente não... deixa de ser ético é quando a gente faz aquela publicidade, aquela propaganda agressiva. A gente tenta prender o cliente, o consumidor de qualquer forma.

Lucas — E ai, já que você comparou essas duas experiências, também queria você pensasse assim... é, a próxima pergunta, né. Quais são as diferenças e semelhanças que você percebe nessa prática se você comparar a forma como era feita na graduação e a forma como é feita no seu trabalho atual? E se quiser comparar também com a agência, como é que é o projeto de design nesses ambientes?

Designer C — O projeto de design na graduação é um cenário lindo, né. Porque a gente, acho que na graduação já teria que ter tido contato com cliente, já estar fazendo projetos para pessoas reais e o envolvimento de outras áreas, né. Então tipo, por exemplo, na graduação se a gente for fazer um projeto de gráfico a gente não tem contato teoricamente com papelaria e impressão. Ou, no design digital a gente não tem contato com o pessoal, por exemplo, de tecnologia, para poder dizer se aquilo ali que você está construindo é viável ou não, e se sim, quantas horas vai custar e se isso... e o negócio também pra dizer se isso é rentável. Então acho que na graduação, no início acredito que sim possa ter esses momentos, esses projetos de cenários perfeitos, ideais, mas já na graduação teria que ter esse cenário de projeto mais próximo do mundo real né, que é o mundo profissional, e as dificuldades que você tem ali. Não sei se eu respondi, fui claro.

Lucas — Sim, é uma comparação bem legal. Mas aí, isso é uma limitação que você colocou, né. A gente não consegue implementar, digamos assim. Em relação às dinâmicas de projeto assim, você disse que os projetos eram sempre em grupo né, na graduação. E geralmente o professor dava o briefing, ele avaliava. E comparando assim, a execução, os passos, as pessoas com quem você interage, como é que eles eram iguais ou diferentes da prática que você tem hoje?

Designer C — Então, hoje isso vai muito de cargo pra cargo. Vamos dizer, antes você tinha um grupo com pessoas com várias características e habilidades. Hoje você... hoje por exemplo, no meu cenário que atuo dentro de uma squad e exerço as duas funções como UX e UI e estou no cargo como júnior eu já tenho certo auxílio do meu coordenador, né, por exemplo. Um júnior, teoricamente, o coordenador dele lida da seguinte forma: eu como coordenador eu já te dou parte do problema, você valida esse problema e me traz uma solução. Eu num cargo como designer pleno, eu te dou só o problema e você... não, o júnior eu te dou o problema e parte da solução, o pleno eu te dou só o problema e você me traz a solução e o sênior eu não faço nada. Você me traz o problema e me traz a solução, sabe? Então na academia não, na academia a gente já tinha um time com características e habilidades diferentes, já tinha um briefing definido, já tinha vamos dizer um problema e também um caminho a ser traçado, vamos dizer assim. Então eu acho que a gente teria mesmo que também trazer isso mais para um cenário realista, onde "a gente vai falar disso, vocês identificam um problema aí e me traz a solução" ou "como vocês resolveriam isso e porque vocês estão resolvendo dessa forma?", sabe? E aí também já consegue trabalhar aquelas três coisas do design, que é o por quê, como e para quem.

Lucas — Legal. Então, na verdade, pelo que eu consigo ver na tua fala tem uma diferença muito de autonomia, principalmente, né. O espaço em que o designer pensa e o espaço em que ele executa.

Designer C — Exato. É, eu quando cheguei no banco fiquei muito assustado com a autonomia, sabe? Mano, eu posso sentar ali e fazer o que eu quiser. É lógico que eu tenho as minhas, os meus encontros semanais com o meu coordenador. Mas eu tenho autonomia pra fazer assim muita coisa, sabe? Não é aquela coisa ali do meu chefe ele estar na minha orelha, tipo, no final do dia me pedindo tal coisa e nem o professor na aula seguinte me cobrando a tarefa de casa, sabe? É autonomia. É uma coisa muito boa porque você consegue gerar... traçar um perfil, sabe? Você como coordenador você já direcionar aquilo... Tanto, eu vejo o papel do coordenador dentro de uma empresa e de um professor é muito parecido, né? Você tem que lapidar um profissional, por te dar autonomia e direcionamento e entender as necessidade desses profissionais a cada momento você consegue direcionar ele.

Lucas — E aí na verdade o papel do coordenador ele fica muito mais em apontar o caminho do que de fato cobrar ou fazer... "faz assim ou faz aquilo", né?

Designer C — Total. É, é muito aquilo do... Igual, tipo, eu volto para te falar né, por exemplo, uma forma de eu, com coordenador, como que eu posso te persuadir. Como que eu vou conseguir que você trabalhe melhor pra mim? Eu vou virar pra você e falar "Lucas, daqui a duas semanas eu preciso que você me entregue esse projeto se não eu vou te demitir" ou "Lucas, daqui a duas semanas eu preciso que você me entregue esse projeto, e você me entregando esse projeto daqui duas semanas eu consigo te dar visibilidade perante aos outros designers júnior do time e consigo que você entre na fila para uma promoção", sabe? Olha só como que a fala, os pontos colocados, ele muda a sua forma de agir. Se eu falar pra você que você vai ser demitido você vai agir sob pressão e provavelmente não vai conseguir dar o seu melhor. Se eu falar que você vai ser promovido ou que você pelo vai ter uma certa visibilidade do seu trabalho em relação aos outros coordenadores, aos gerentes você já consegue trabalhar mais engajado.

Lucas — Tudo a ver com motivação, né? Legal. E você chegou a falar de... quer dizer, quando eu te perguntei sobre as habilidades que você aprendeu na graduação você falou que elas eram úteis e te ajudaram muito, né? Você consegue destacar aspectos, quais foram os aspectos, por exemplo, dos mais importantes para os menos importantes, em que a graduação contribuiu para essa sua formação profissional?

Designer C — O que mais contribuiu pra minha formação profissional, assim... foi acho que a falta de informação que eu queria, no momento que eu queria e com isso eu precisei ir atrás do que eu queria. Então, tipo, naquela época ali a gente tinha muito aquele negócio de precisar sair da faculdade, precisar ir para de eventos de design para buscar informação. E por conta daquele contexto, daquele momento hoje eu também sou assim, eu não me contento com nada... eu não me contento de já estar dentro do banco, estar aprendendo ali, mas sim estar sempre buscando, sabe? Acho que isso se tornou um hábito meu estar sempre buscando. Mas... como que é mesmo a pergunta?

Lucas — Quais aspectos da sua formação você acha que foram mais importantes para contribuir para sua formação?

Designer C — Outra coisa... como se relacionar, né. Coisas por exemplo que eu posso citar aqui, tipo, que teoricamente não estão diretamente sendo desenvolvidas com a formação dentro da sala de aula mas, por exemplo, como foi o R Design. O nosso R Design ele, querendo ou não, ele teve uma certa cobrança e responsabilidade e aí a partir do momento que eu, Leo, não estava contribuindo com o grupo, percebi que estava atrapalhando, e depois eu vi que eu precisava ter esse amadurecimento profissional para poder trabalhar dentro de um time. Então,

hoje eu estou muito mais comprometido com o que eu estou fazendo do que eu era antes. Isso por conta desse contato com grupo e tudo mais. Então acho que a primeira coisa, cara, é quando você fala de time assim, é o seu comprometimento e o relacionamento com outras pessoas.

Lucas — E legal essa fala do R assim, porque não é diretamente uma coisa da graduação, mas é uma experiência da faculdade.

(Trecho removido a pedido do entrevistado)

Designer C — É muito mais do que soft skill e também olhar para hard skill, sabe?

Lucas — É interessante porque assim, quando eu fiz essa pergunta eu estava pensando em questões de currículo mas você trouxe uma perspectiva do tipo, o ambiente universitário, a importância do ambiente universitário para a tua formação. É muito interessante, não tinha pensado por esse lado também, como esse espaço de interação como... que seja os eventos, que seja as oportunidades que abrem ali contribuem também, né?

Designer C — Sim, não só espaços de eventos mas também com o momento do estágio, também é muito importante, sabe? Falando mais de currículo também, por exemplo, atuação... acho que a aula que eu mais me arrependo de ter prestado atenção e extraído o máximo foi a aula da Stamato no primeiro período, sabe? E aí as aulas também de semiótica e semântica, assim. Acho que foram as três matérias que eu sinto falta, mas também tem outras que eu consegui absorver muita coisa. Tipografia, teve aula também de diagramação, por exemplo, hierarquia visual, que faz muito sentido com o que eu faço hoje, que é design digital, ali em si, na construção de interfaces e tudo mais. Então, assim, se eu tivesse por exemplo uma graduação muito mais focada nisso eu poderia estar um passo a frente, sabe? Do que estar como por exemplo um laboratório de plástico.

Lucas — A da Stamato é a de ergonomia, né, que você estava falando?

Designer C — Não, a da Stamato era de... como que fala? Que a gente aprendia conhecimento empírico, como fazer citação, artigo, lembra dessa aula? Não lembro o nome.

Lucas — Metodologia de pesquisa?

Designer C — Acho que era isso mesmo, metodologia de pesquisa.

Lucas — Eu lembro que eu tive uma aula com o Adelci, que a gente aprendeu... teve história da arte e teve metodologia de pesquisa, que era como fazer citação, como escrever, como...

Designer C — Era isso mesmo, essa aula. Só um acréscimo... Acho que vai muito da pessoa se auto avaliar e se auto observar, sabe? Eu desde a faculdade já notava que eu tinha um certo apetite, um certo... Tipo, eu entendia daquilo, eu gostava daquilo mas eu não estava focado naquilo, sabe? Eu estava disperso com outras coisas como sair, fazer outras coisas... A partir do momento que eu consegui focar e estudar eu consegui me lapidar muito mais como designer, sabe? E aí foram todas essas, vamos dizer, as porradas que eu tomei também. No R, na faculdade, tudo mais.

Lucas — Legal. É, tem muito esse lado, da trajetória pessoal também, de como você vai descobrindo, como você vai aprendendo. Interessante, porque às vezes a gente pensa muito na formação, no professor, mas é uma coisa bem individual também né.

Designer C — Sim, sim. E aí quando você vê... e eu acho que o curso de design é o curso que mais depende do aluno do que do professor em si, mano. Bizarro, bizarro como tipo é muito fácil você entrar na sala de aula, eu te passar cinquenta equações e explicar porque que 2 mais 2 é 2 elevado a X e a D do que eu te explicar processo de design e você fazer esse entendimento do projeto, dos estágios e tudo mais, por exemplo no dia a dia. A famosa teoria e prática, né?

Lucas — Mas por que você acha que depende mais do designer ou do aluno do que, igual que você deu exemplo de matemática ou alguma coisa mais exata?

Designer C — Cara, porque ser designer não é uma coisa que é ensinada, né mano. Acho que é uma coisa mais pessoal assim, algo que tem que ser da pessoa. Não é algo que eu consigo te ensinar?

Lucas — Mas no caso você diz ser designer, a forma de pensar, a forma de abordar?

Designer C — A forma de pensar, de questionar, de lidar com as coisas, sabe? Igual se a gente for falar, quando a gente vê essas reflexões "todo mundo nasce designer", porque sempre o ser humano, quando ele precisa resolver um problema ele resolve, só que a solução pode não ser uma das melhores. Teoricamente ela pode estar errada.

Lucas — Mas você acha que todo mundo pode ser designer, todo mundo nasce designer em algum nível?

Designer C — Eu acho que sim, todo mundo pode, mas eu acho que grande parte não vai conseguir ter um racional de designer. Igual, por exemplo eu não consigo ter o racional de um químico. Eu não consigo entender... eu acho mágico o cara que mistura um monte de líquido e o negócio fica azul, sabe? Eu não consigo entender como cada coisa reage a outra coisa e fica azul.

Lucas — Você acha que isso tem a ver com repertório também, com experiência?

Designer C — Acho. Total. Repertório, habilidade, tudo.

Lucas — Legal. É interessante pensar que... Sei lá, eu pelo menos acredito nisso, que o designer ele tem muito uma visão de mundo, sabe? Não é só... porque a gente teve muito contato com isso, que você falou do R. Porque a gente aprendeu a fazer um projeto na marra, então você meio que absorve aquilo e passa a usar aquilo também como uma ferramenta tua, né?

Designer C — Exato. A gente começa a pensar design a partir da sociedade, né mano.

Lucas — Sim. E ai, até me perdi aqui no roteiro. Mas tem uma coisa que eu queria perguntar também que era quais eram as duas expectativas profissionais durante a graduação e se a sua atuação hoje enquanto designer ela atende essas expectativas?

Designer C — Total, mano. Tipo, minha expectativa era trabalhar numa empresa que a gente passasse a manhã colando post-it e discutindo certas coisas e por conta tipo, da minha trajetória, de ter corrido atrás eu consegui fazer isso, sabe? Então vai muito da parte de você estar comprometido a fazer o seu corre dar certo, sabe? E é muito disso, né mano? Tipo, eu cheguei num momento que eu falei: eu preciso... é isso aqui que eu escolhi pra mim e ai eu preciso fazer o meu corre dar certo, sabe? Então tipo, tudo que eu tenho, tudo que eu sempre tive eu queria manter a minha qualidade de vida e tudo mais, tipo, então eu olhei pros meus objetivos pessoais e fui atrás mano. Eu me identifico muito com o verso de música, que é até de um rapper do Rio, sabe? Que ele fala que, por exemplo... eu tenho até aqui anotado: “Se a vida não me abrir as portas eu viro chaveiro, e se essa não for a hora eu altero os ponteiros”. Então tipo, chegou numa hora ali que eu precisava fazer o meu corre virar, chegando no final da faculdade e tudo mais eu fui atrás disso. Então tipo, eu abri mão de muita coisa pra estar imerso nos meus estudos, sabe? E hoje, igual eu tava falando, durante a pandemia é algo que eu continuo fazendo, sabe? Hoje eu começo a trabalhar 9 da manhã, hora que eu bato o ponto ali. Tem dia da semana por exemplo que acordo as 6, tomo meu café, estudo de 7 às 9 e depois... tiro um tempo depois do trabalho da estudar também, sabe? Então vai muito do indivíduo. Eu não me considero uma pessoa extremamente inteligente, sabe, eu me considero uma pessoa muito esforçada hoje, e comprometida.

Lucas — Isso é bem maneiro, porque tem muito isso do que a gente espera e de como é que alcança...

Designer C — Tipo, por exemplo, você da sua forma de trabalhar de tudo mais, eu te considero como um gênio, tá ligado? Então tipo, muitas das coisas que eu sei

e hoje a gente discute junto eu vejo que tipo, eu precisei estudar muito mais pra entender da forma que você conseguia entender muito mais rápido.

Lucas — Ah, mas também é... sei lá, essa comparação que a gente tem.

Designer C — É, esse negócio de comparação não, tipo... E também entender que existe formas diferentes, sabe? Pode existir por exemplo, alguém que tem maior facilidade pra coisas que eu tenho dificuldade e tudo mais. Mas aí é você identificar o seu caminho e seguir.

Lucas — Uhum. E é... você já pensava em trabalhar com UI/UX antes, quando você estava na faculdade?

Designer C — No início eu entrei... tipo assim, eu escolhi fazer design por causa do meu meio, né. Tipo, a galera que andava de skate e tudo mais, essas influências todas. Aí tipo, quando eu tava no primeiro período meu objetivo com a graduação era aprender design gráfico, aprender branding, pra montar meu TCC que até então seria uma marca de skate e trabalhar com isso, sabe? Por que a partir do momento que você entra, você tipo... sua mente expande assim pra você ver o que é design, sabe? E aí também chegou no momento ali que eu vi que, tipo, design digital era interessante, eu gostava daquilo, trabalhava com pessoas e tudo mais e também era o mercado que, querendo ou não, paga bem, sabe? É um mercado que tá em alta, todo mundo fala sobre, tudo mais. Então foi a partir daí.

Lucas — Eu lembro que o seu TCC já estava muito mais para o lado do UI/UX.

Designer C — Sim sim, mas cara, eu tento muito não perder esse lado, sabe? Ter um olhar de designer. Você senta... no design digital... eu gosto muito de estudar no design na raiz, sabe? Até o próximo livro que eu quero comprar é aquele que eu te perguntei outro dia, um que fala sobre a chegada do Design no Brasil, né, que eles tinham me passado, da Lucy Niemeyer.

Lucas — Cara, se eu não me engano esse livro tem na FOA. Você consegue pegar ele.

Designer C — Sim, mas eu quero ter ele.

Lucas — Você gosta de ter livro, né?

Designer C — Eu gosto. Ah, eu tô pra te dizer que eu tô meio compulsivo.

Lucas — (Risos) Mas é bom, faz bem. Eu só baixo PDF, eu sinto falta de uns livros físicos também.

Designer C — Esse ano eu comprei já quase 20 livros de design.

Lucas — É um bom investimento, com certeza.

Designer C — Tô ficando igual o Belmonte, o Belmonte compra muito livro...

Lucas — E agora só tem a última pergunta, que é o seguinte: como foi a sua transição da graduação para a prática profissional? Assim, você falou que fez estágio e como é que foi o sua experiência de trabalhar no começo do estágio, como é que foi logo depois que você se formou, assim, as suas impressões sobre a prática profissional, sobre o que você imaginava que ia ser? E como é que é isso hoje?

Designer C — Então, eu sempre fui uma pessoa muito... eu não era conformado com as coisas. Eu sempre estava buscando mudanças e melhorias, eu sempre estava inconformado com aquilo ali que estava acontecendo, então por isso que eu nunca me mantive parado. Então, tipo, eu tava sempre buscando mais coisas, né. Então, tipo, por exemplo, no momento ali que eu coleei grau em fevereiro, março de 2019 eu estava trabalhando em agência, na AM4, eu me dispus a participar de um projeto de uma start up de Santos, trabalhar de graça, para poder ter essa vivência de trabalhar dentro de uma start up, conseguir construir um portfólio, um projeto bacana de digital, para poder ter isso no meu currículo e conseguir vender meu serviço.

Lucas — Que é o que você já estava querendo antes, né?

Designer C — Ser visto, e já tava querendo. Era algo que seria difícil de fazer aqui na região. Tipo, onde que eu ia conseguir uma empresa pra trabalhar com digital, pra poder montar um portfólio e poder ir pra fora? Então é muito aquilo de você olhar “aonde eu estou” e “aonde eu quero chegar” e “o que eu devo fazer pra chegar nesse lugar, alcançar esse objetivo?”. E aí foi isso, tipo, e aí nesse meio tempo eu fui pra um evento em São Paulo, o Dex, sabe, foi muito bom, conheci pessoas, fiz contato, sabe? Hoje eu estou no Itaú graças ao N Design São Paulo. Eu conheci o Cássio lá, o Cássio depois entrou no Itaú com designer industrial e a gente já conversava, até na faculdade eu já brincava com ele “ah mano, acabar a faculdade eu vou aí pra São Paulo, vou trabalhar aí contigo” e por fim que rolou, sabe? Eu tava trabalhando aqui... eu tinha sido demitido da AM4, depois voltei pra fazer um projeto com eles, fui pra Paraty, aí o projeto em Paraty acabou, fiquei um mês em Paraty. Depois fiquei acho que mais umas duas semanas aqui em Volta Redonda e aí eu fui fazer essa entrevista lá em São Paulo. Eu fiz um teste em casa, aí eles me chamaram pra... fizeram umas perguntas também. Me chamaram pra bater um papo, eu fui, e depois eles me ligaram falando que eu tava contratado. Então, tipo, mano essa trajetória tem que estar muito atrelado... Hoje eu penso que isso está muito atrelado a onde você quer estar, sabe? Por exemplo, “eu quero me tornar um diretor do Itaú”, eu posso chegar lá de várias formas. Eu posso chegar lá como o cara que consegue defender o porquê do uso de aplicações

digitais ou o cara que entende muito de economia, por exemplo. Então tipo existe sim diversas formas de você chegar no seu objetivo.

Lucas — Legal. E... você estava estagiando onde quando você tava na graduação? Você chegou a trabalhar na AM4 antes de formar, né?

Designer C — Sim, eu trabalhei na Actus, que foi o estágio. Na verdade eu na Marques Midia, mas eu não considero que aquilo lá seja um trabalho porque foi uma experiência muito ruim e eu fiquei.. Nossa mano, foi bizarro assim. Aquele cara ele é uma referência pra mim do tipo de profissional que eu nunca devo ser. Então tipo, aquilo que eu te falei lá no início. Tudo que eu tenho de experiência, eu tiro coisas boas. E a coisa boa foi essa, o tipo de profissional que eu não deveria ser. E aí depois eu fiquei... isso foi acho que no terceiro ou no quarto período. Aí depois eu fiquei mais um ano e meio assim de *bon vivant*, curtindo, depois fui pro estágio lá na Actus, fiquei uns 9 meses lá até a apresentação do TCC. Chegou no final do ano, eu sei porque eles perderam cliente e tudo mais. Aí fiquei tipo, janeiro e fevereiro desempregado, e fevereiro mesmo eu entrei na AM4 e setembro eu fui pra São Paulo.

Lucas — Bem rápido né? É legal ver esse processo assim, como a experiência vai mudando, de tempo pra tempo, de lugar pra lugar, acho que é...

Designer C — Teve uma pergunta que você me fez lá no início que era até uma coisa que eu queria falar e acabei que não falei, que eu achei que seria fita. Mas por exemplo, voltando a parte de projeto, design... lá no banco a gente tem uma distribuição bem interessante do nosso tempo. A gente dedica 80% do nosso tempo dentro do banco para trabalhar em coisas do banco, entregar projetos e tudo mais, as entregas. E 20% do nosso tempo dentro do banco a gente trabalha pra desenvolver as disciplinas de design, sabe? Que são... que é o nosso ops, o nosso design operacional, que é onde a gente une as nossas guildas, o nossos times, que é o momento onde a gente tem interação com todos os outros designers da superintendência. Então, por exemplo, eu tô trabalhando na guilda de framework e lá a gente está lapidado alguns frames e tudo mais e design, product discovery e tudo mais, antes eu estava trabalhando numa guilda de data vis, que são gráficos, tabelas, e tudo mais... e aí a gente tem esse design operacional aí, que a maioria das empresas também tem isso hoje em dia, de você olhar para a disciplina para poder evoluir.

Lucas — É uma disciplina interna então, tipo, a cultura de design da empresa. Isso deve ser bem maneiro.

Designer C — Sim. Exato. E aí a gente tem os nossos talks semanais, teoricamente não todos são técnicos do design, mas tá sempre ligado ao nosso dia a dia, tipo economia, saúde no trabalho e tudo mais, eles se relacionam.

Lucas — Legal ver essa experiência de estar dentro de uma empresa tipo, que tem uma cultura de design, né, que tem uma equipe especializada para design.

Designer C — E isso vai crescer ainda mais, hoje querendo ou não a gente é uma superintendência que está dentro de uma diretoria. Mas eu acho que quando chegar no momento de o design no CX virar uma diretoria a gente vai conseguir fazer coisas ainda maiores.

Lucas — A superintendência é abaixo da diretoria, tipo uma divisão menor?

Designer C — Uma divisão menor, ela está dentro de uma diretoria e essa diretoria responde pro Conselho.

Lucas — Uhum. Então quer dizer que se vocês tiverem uma diretoria vocês passam a ter mais autonomia também? É isso? Mais espaço para poder executar ações...

Designer C — Sim, sim. Exato. Igual, tipo, isso vai muito do momento que a empresa é fundada, tipo, o Nubank, o iFood, são empresas recentes e eles já nasceram com esse viés de olhar sempre para design, sabe? Um dos pilares da empresa. O banco não, o banco tem 90 né, tipo, há 30 tem a área de design. E é bem recente a área de UX, né, essa parte de digital, mas outra área de design, vamos dizer assim. E tipo, o iFood e o Nubank já nasceram nessa era de UX, né produtos digitais.

Lucas — É, os dois eram... foram startups não foram?

Designer C — Atuam como startups, fintech e foodtech.

Lucas — Ô, mas 30 anos é bastante tempo né? Mais tempo do que muita empresa tem de vida.

Designer C — É porque ela tinha uma área... é muito antigo a área deles, por exemplo, a área de design industrial, no caso. O design das agências que trabalha também com o pessoal de arquitetura que está lá dentro. Tem também a parte de design do marketing, ali que é a parte de comunicação...

Lucas — Beleza! Ó, essa pergunta que eu fiz foi a última do roteiro, então tecnicamente acabou, finalizamos, mas se você quiser acrescentar mais alguma coisa... tem mais alguma coisa que você queira falar sobre algum assunto que você acha legal conversar? Tá de boa? Agora é a hora, se quiser falar alguma coisa a mais fica a vontade.

Designer C — Falei tanta coisa que eu nem lembro mais o que eu falei...

Lucas — É porque se deixar o papo vai embora né...

Designer C — Exato!

Lucas — Mas beleza, já deu 1h15, nossa vai dar um trabalho para transcrever isso (risos), mas tudo bem.

Designer C — Eu tenho que pegar o contato daquele... Ano passado a gente teve o dia do design lá no banco, que é em novembro, e aí o pessoal fez tipo um evento, levou umas pessoas para poder palestrar, e tinha um cara que era coordenador, se não me engano, até te mandei aquele áudio, ele era coordenador da não sei se FIAP ou FAAP aqui em São Paulo e a palestra dele foi muito voltada pra esse tipo de tema, entender o gap da academia com o mercado de trabalho. Eu vou dar uma pesquisada aqui, ver com o pessoal se eles lembrar o nome dele e te passo.

Lucas — Me manda! Vai ser mesmo muito útil, eu estou precisando de contatos agora de mais gente pra entrevistar, porque por enquanto eu te falei né, isso é um teste pra ver o que o pessoal fala, o que eu consigo tirar desses papos. Mas eu depois eu vou precisar mesmo, para fazer uma entrevista mais formal, vai ser bem útil.

Designer C — Beleza, me lembra depois.

Lucas — Pode deixar! Deixa eu parar aqui de gravar, foi.

9.4 Apêndice 4: Unidades de análise da entrevista divididas por categorias analíticas

#	Fragmento	Per gu nta	
Competências profissionais			
A90	Assim se eu fosse uma designer de serviço que estudou muito o método, etc e tal, e o pouco gráfico que a gente teve na USP, eu certamente estaria deixando a desejar em alguns aspectos. Talvez não pro design de serviço. Pro design de serviço eu estaria atendendo bem	5	
A94	Cara eu senti... eu não sei se pela minha experiência como empreendedora, mas eu sempre falo isso: assim, eu sinto muita falta de um conhecimento de mundo, assim sabe, de gestão, de administração, porque no final das contas muitos designers empreendem.	6	
A98	Mas quando você abre a sua empresa você tem que saber essas coisas, sabe, você tem que saber direito porque senão vai fazer merda, você vai dever dinheiro, você vai falir sua empresa.	6	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	05	Então talvez... e aí talvez voltando lá para aquela coisa da comunicação, né, do professor que botou a fase da comunicação lá... talvez isso poderia ser uma coisa mais explorada, sabe, porque é verdade, assim, a gente não sabe vender, a gente não sabe se apresentar. Designer tem problema muito sério com isso em geral, né.	6
	12	Teve até uma discussão recentemente que afetava um projeto de serviço, mas que demandava conhecimento específico de materiais. Eu não consigo lembrar agora... Mas foi alguma coisa que eu falei "Não... isso aí, esse material dilata e acontece não sei o que, então não dá para a gente usar isso no sol" e a pessoa ficou tipo "Que? Como que você sabe disso?" "Ah não, eu já trabalhei com resina, e não sei o quê". E aí foi legal isso, sabe, acho que isso é muito... muito bacana, né, enriquece muito	8
	7	Mas eu tive mais contato mesmo com... na Lattoog, eu trabalhava com dois meninos que se formaram na PUC, então a gente trocava bastante. Eu consegui... e ele era muito bom em protótipo, tipo, pensamento sistêmico assim muito... Não sei se era ele ou se era a... Mas eu acredito que a PUC seja muito boa nesse sentido.	6
	C42	[...] Naquela época... Eu, antes, por exemplo, atuando como designer gráfico em agência eu não conseguia ver a relevância de como um trabalho de cor mal feito poderia ser ruim para uma pessoa que tem baixa visão, uma pessoa que tem daltonismo, para uma pessoa que tem alguma deficiência visual, sabe?	5
C45	Eu acho que eu acabei olhando mais para esse lado por conta de trabalhar com produto digital, né. A pessoa que trabalha teoricamente com gráfico hoje eu vejo que ela precisa estar mais atenta a essas coisas, sabe? Você vê várias marcas aí que tem uma paleta de cor que não é acessível, por exemplo.	5	
C48	Eu acho que tudo aquilo que eu aprendi foi bom, né, porque foram necessidades diferentes, contextos diferentes.	6	

C65	É, é muito aquilo do... Igual, tipo, eu volto para te falar né, por exemplo, uma forma de eu, com coordenador, como que eu posso te persuadir. Como que eu vou conseguir que você trabalhe melhor pra mim? Eu vou virar pra você e falar "Lucas, daqui a duas semanas eu preciso que você me entregue esse projeto se não eu vou te demitir" ou "Lucas, daqui a duas semanas eu preciso que você me entregue esse projeto, e você me entregando esse projeto daqui duas semanas eu consigo te dar visibilidade perante aos outros designers júnior do time e consigo que você entre na fila para uma promoção", sabe? Olha só como que a fala, os pontos colocados, ele muda a sua forma de agir. Se eu falar pra você que você vai ser demitido você vai agir sob pressão e provavelmente não vai conseguir dar o seu melhor. Se eu falar que você vai ser promovido ou que você pelo vai ter uma certa visibilidade do seu trabalho em relação aos outros coordenadores, aos gerentes você já consegue trabalhar mais engajado.	7
C70	Então, hoje eu estou muito mais comprometido com o que eu estou fazendo do que eu era antes. Isso por conta desse contato com grupo e tudo mais. Então acho que a primeira coisa, cara, é quando você fala de time assim, é o seu comprometimento e o relacionamento com outras pessoas.	8
Comunicação e divulgação de projeto		
A8	8 - Tinha um professor meu que gostava bastante de no final [do projeto] ele sempre acrescentar a fase de comunicação.	1
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	9 - Eu acho muito bacana [que (8)] e que se perde muito, né, [...] e é uma falha [...] eterna do Design [...] que é: a gente é muito bom em criar coisas, e a gente é péssimo em vender e comunicar essas coisas.	1
	11 - Mas [apesar de (10), era] essa coisa da fase estar lá definida, da comunicação. Então beleza: depois de tudo que você fez, de tudo que você validou, como que você apresenta agora [...]? Como que isso vai ser divulgado? Enfim, [...] apresentado pros interessados e para outros públicos.	1
	3 Eu sempre fui muito da prática e eu sempre tive muita dificuldade, na verdade, de falar sobre e pensar, porque eu não tinha referência. Então está sendo importante, foi importante eu talvez ter passado por tudo isso e cair no mestrado pra começar a me questionar sobre isso tudo.	9
Conceito de projeto e/ou design		
	1 - É tenso [falar do que se entende por projeto em design], né?	1
A7	7 - Eu entendo isso [(5)] pelo método de design, eu acho que ele pode dividir em quatro, cinco, dez, fases diferentes mas acho que o coração é muito esse [...]	1
A32	32 - E eu gostava do design demais, assim, e quando eu cheguei na USP que eu vi que as coisas se conversavam e na verdade o design tinha um papel social muito relevante e que o design por natureza, por partir da necessidade das pessoas, era por si, né, já necessariamente social, a coisa fez um clique assim, fez muito mais sentido pra mim, sabe?	2
A119	E aí quando eu percebi, principalmente acho que lá atrás, na UFRJ com projeto de extensão, mas principalmente na USP, com as disciplinas de professores, né, defendendo aquilo e mostrando a importância do Design na sociedade que eu falei "Caramba! Dá para fazer tudo num lugar só, sabe, dá para uma pessoa só! Que legal!".	8

A120	além do método, da coisa de organizar, e eu me entender como... que que é o design, a questão crítica e social, acho que foi uma coisa maravilhosa, que ai eu vi que não era uma coisa a parte, não era uma coisa que eu faria num projeto de extensão, num projeto voluntário, num projeto da igreja, era uma coisa que eu... que eu posso fazer no meu dia—a—dia, que é meu compromisso fazer no dia—a—dia, sabe, isso é muito bonito.	8
B1	1 - O que eu entendo por projeto seria o mapeamento [...] das... dos objetivos e das metodologias que o designer utiliza pra... é porque falam né, pra "solucionar um problema" (risos)... mas pra criação de um artefato ou de um, né... no caso pra mim seria pra criação de um produto, né	1
B3	3 - [...] Eu acredito que [projeto] seria essa organização de como você vai executar aquela tarefa, né, de uma melhor forma ou até, enfim, como você vai executar	1
B24	É, é o meio do caminho [entre arte e design]. Que é isso que eu te falei, ele não tem um apelo... Não é industrial, mas na arte também a gente não tem uma proposta, né, com um conceito. Tem até o conceito de você usar o refugio e tudo. Mas a real é que é muito difícil se situar dentro do universo da arte, ou de um, tipo de uma galeria ou uma coisa assim. Ele é bastante decorativo né, a gente não tem um apelo crítico a respeito da arte, assim. Então acredito que é artístico mas pra decoração e não como uma arte contemporânea ou o que quer que seja que entendam por arte hoje em dia.	4
B25	E não é design porque, assim, primeiro porque eu acho que o design está estritamente ligado à indústria, apesar de hoje em dia não ser tão assim, mas ele tem essa proposta.	4
3	Mas não era voltado... o design têxtil ele ainda não tem aqui uma certa posição organizada, né, como design. Isso que complica, assim. E... não sei o que eu sinto falta. Agora... Acho que essas coisas são as mais gritantes que veio aqui pra mim, assim.	6
	1 - Projeto de Design eu entendo é, puxando um pouco pro lado da metodologia que eu tenho utilizado hoje, que é product discovery, a gente tá sempre fazendo descobertas pra solucionar certos problemas. Ou, melhorar produtos, serviços e conseguir entregar, ter um entregável, que melhore a vida de certa pessoa ou consiga fazer uma comunicação eficiente [...]	1
Contribuição da graduação para a prática profissional		
A89	Uso [conhecimentos e habilidades da graduação] sim, muitíssimo. Acho que tanto da UFRJ quanto da USP e acho que ambas tiveram focos muito diferentes [...] entre si, talvez eu valorize mais o que aprendi na USP, por que é projeto, né, e porque é o espírito da coisa toda e me ajudou a me organizar na vida. Mas eu tenho certeza que a UFRJ formou grande parte de quem eu sou hoje, pelo tanto de história, pelo tanto de semiótica, pelo tanto de outro... outras preocupações e sim que eu que eu absorvi lá e isso me faz hoje uma designer de serviço muito melhor.	5
A91	...mas quando você é um designer de serviço que você entende de semiótica, que você sabe se comunicar visualmente, que você sabe contar uma história bem contada... quando você tem isso eu acho que você é um designer de serviço acima da média, sabe?	5
A107	Eu olhando para UFRJ, eu acho que disciplinas que valorizavam o nosso potencial criativo, então assim, "Tem que fazer um projeto aqui, mas antes de chegar nesse projeto, vamos experimentar algumas coisas". Eu acho que o caráter de experimentação das disciplinas da UFRJ foram muito ricos para minha formação, porque às vezes eu tô travada em alguma coisa, eu consigo pensar em outras possibilidades, eu consigo: "Não pera", dar um passo atrás.	8

A111	Então, acho que da UFRJ em especial foram a... os diferentes... que por mais que fosse um curso de design gráfico, eles valorizavam no início da faculdade, eles cruzavam um pouco as turmas. então o design gráfico fazia disciplinas de PP e o PP fazia disciplinas de PV, e isso é muito legal, sabe? Essa curiosidade, essa coisa de conhecer materiais e tudo mais, acho que contribui muito, acho que acaba sendo um diferencial na minha formação porque hoje muita gente nasce e cresce designer na frente do computador, né, e não tem muita coisa de pegar na madeira de saber o que aqui um acrílico ia ser melhor, enfim, esse tipo de coisa é bem interessante.	8
A112	(111)... mas eu vejo que hoje eu tô muito mais por conta do método e aí de vez em quando eu preciso parar e lembrar assim: "Não, pera. Tem outras coisas legais também que dá para se fazer para além da regrinha, ali da receitinha do método", sabe?	8
A113	[...] Olhando para a experiência na USP, né, de longe, sem dúvida as disciplinas de método, assim, é fundamental. [...] É o que formou o designer que eu sou hoje, sabe. Então as disciplinas de pesquisa, né, a disciplina de método, e aí não tive uma disciplina de métodos específicos, né, mas tipo disciplinas de projeto que valorizavam a questão do método	8
B29	Eu acho que na faculdade a gente trabalha muito essa questão compositiva, né, de cor, eu não vou me lembrar das coisas que eu aprendi, dos nomes assim especificamente. Mas a gente fica ali arduamente trabalhando o olhar, né, apurando olhar pra composição e pra combinação de cores, de propostas de cartelas de cores e coisas assim, que é uma coisa que na verdade você apura o olhar. Quanto mais você faz, mais apurado fica. Então eu acho que sim, eu uso bastante nesse sentido isso.	5
1	a questão de trabalhar com diferentes materiais. Isso é uma coisa que pra mim tem muita importância, e foi bom. Muito dessa... é porque a faculdade ela trás a proposta justamente de você experimentar, né, que a gente não pode tanto no mercado de trabalho. Só que isso é fundamental, né? Principalmente com os materiais.	5
4	Pra mim tem sido isso, assim. Então a faculdade me ajudou nesse sentido mas, eu acho que por uma questão de tempo ainda me falta muito pra aprender sobre.	5
5	Uma teoria em projeto muito bem embasada, uma prática executadas com mais frequência, assim, de fazer "Aula de protótipo", ou "Aula de método", as aulas que o Cláudio dá lá, eu não tive isso, assim. Isso, pra mim, na minha faculdade, se fosse voltado pro têxtil seria lindo. Tipo, "então vamos fazer, aprender a criar protótiposzininhos de tecido", sabe? Coisas assim, tipo na prática mesmo como poderia ser na realidade. Isso teria sido maravilhoso.	6
B53	Mas é isso, eu não sou formada em design de produto. A galera do design de produto deve usar muito o que aprendeu na faculdade, né. No caso, se eu tivesse em moda talvez eu tivesse utilizado mais, assim, a questão da estamparia e tal.	7
C41	Mas cara, sim, muitas coisas que eu aprendi em sala de aula hoje me ajudou, sabe? Como por exemplo eu tive... no sexto período a gente teve aula de design digital, por exemplo, e a gente estudou conceitos básicos de design digital como por exemplo as Heurísticas de Nielsen, que são as dez heurísticas, são coisas básicas que a gente precisa ter bem enraizadas para poder desenvolver uma metodologia, sabe? Aula de cor, por exemplo. Aula de cor	5
C43	Então tudo aquilo que a gente vê em sala de aula é fundamental para o nosso dia-a-dia, isso falando de conceitos gerais né, como cor, tipografia, metodologia, conceito teórico como primeiridade, secundidade, terceiridade, se não me engano em semântica por exemplo.	5

C44	Isso hoje eu vejo muito relacionado com a questão da neurociência, né, como que o designer atrelado a neurociência ele consegue ser persuasivo, como que eu te apresento uma interface que não exija tanto esforço cognitivo e você consiga entender o que você precisa fazer né. Você precisa entender qual ação você deve tomar para chegar aonde você quer. Os pontos estão todos ali soltos, mas se você prestar bem atenção está tudo ligado. Tanto no design como produto, como neurociência...	5
C47	(46) ...eu acho que a gente conseguiria chegar em um fim de curso em uma graduação... formar um profissional com mais base, sabe, vamos dizer assim. Mas isso é muito coisa minha, sabe?	6
C66	O que mais contribuiu pra minha formação profissional, assim... foi acho que a falta de informação que eu queria, no momento que eu queria e com isso eu precisei ir atrás do que eu queria.	8
C69	Outra coisa... como se relacionar, né. Coisas por exemplo que eu posso citar aqui, tipo, que teoricamente não estão diretamente sendo desenvolvidas com a formação dentro da sala de aula mas, por exemplo, como foi o R Design. O nosso R Design ele, querendo ou não, ele teve uma certa cobrança e responsabilidade e aí a partir do momento que eu, Leo, não estava contribuindo com o grupo, percebi que estava atrapalhando, e depois eu vi que eu precisava ter esse amadurecimento profissional para poder trabalhar dentro de um time.	8
C71	Sim, não só espaços de eventos mas também com o momento do estágio, também é muito importante, sabe?	8
2	Acho que a aula que eu mais me arrependo de ter prestado atenção e extraído o máximo foi a aula da Stamato [metodologia de pesquisa] no primeiro período, sabe? E aí as aulas também de semiótica e semântica, assim. Acho que foram as três matérias que eu sinto falta, mas também tem outras que eu consegui absorver muita coisa. Tipografia, teve aula também de diagramação, por exemplo, hierarquia visual, que faz muito sentido com o que eu faço hoje, que é design digital, ali em si, na construção de interfaces e tudo mais.	8
currículo na graduação		
7	27 - Na UFRJ a gente tinha muita disciplina artística, né, porque a gente tava ali na EBA, enfim, a gente tinha muita aula de desenho, semiótica, enfim, muitas discussões e muita história, mas a gente [não] tinha disciplinas de projeto. Lá eu não tive metodologia de projeto e não dá nem pra dizer que é uma coisa "Ah... não tinha metodologia de projeto, disciplina né, formal, mas a gente aprendia de maneira tácita nos projetos.". Mais ou menos assim.	2
A35b	35b - Então quando eu cheguei na disciplina dele (35), que era o PP 3, né, Projeto de Produto 3, correspondente ao terceiro semestre de curso, ele "senta o pau", assim, metodologia pura, entendeu?	2
A36b	36b - Tanto que [por causa de 36] depois que o curso foi reestruturado em 2017, eles fizeram uma mudança de currículo: esse professor agora dá aula no primeiro semestre de metodologia de projeto. Então ele mudou um pouco a coisa lá e faz muito mais sentido dessa maneira.	2
A93	E, lógico né, o me benefico muito de 8 anos de graduação também, né, não sou uma uma recém—formada normal, né? Uma pessoa que tem... faz oito anos de graduação não dá para discutir, querer que alguém com 4 anos de graduação tenha o mesmo conhecimento, desenvoltura né, óbvio.	5

A96	...só que você não ensina nada de gestão para esse cara, você não ensina nada de conta, você não ensina nada de gestão de pessoas. Então, eu ousou dizer que foi isso que me fez deixar o meu trabalho [...] o meu escritório, sabe? Talvez eu estaria até hoje com meu escritório se eu tivesse entendido um pouquinho mais de administração.	6
A99	Então, eu senti muita falta, e aí talvez eu até espere isso da Universidade porque, né, esperar isso do nossos Ensino Fundamental e Médio é talvez querer muito nesse momento. Mas eu fiz uma disciplina de gestão por exemplo na... na USP, né. E era uma disciplina que perfeitamente caberia ter um outro nível de gestão porque ali ele ensina gestão do Design, né, ele ensina gestão do projeto. E isso... legal, isso é fundamental e é bacana e eu vejo que as Universidades tendem a ter mais. Mas assim, podia ter tido uma camada ali de negócio, sabe, de administração de empresa, o básico que fosse.	6
A114	[...] [Na USP] gente tem uma disciplina de crítica do Design. A gente tem uma disciplina de... Eu não lembro agora como é que era o nome da disciplina, mas a gente trabalhava ensaios, sabe, a gente aprende a escrever ensaio. Então a USP tem também essa camada muito crítica que permeia, assim como método, permeia várias disciplinas. Mas tem algumas disciplinas que são dedicadas, assim tipo, tinha... tem essa Crítica do Design, que sei que é esse nome... tinha essa de escrever ensaio	8
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	15 tinha algumas outras que... Fundamentos Sociais do Design, e disciplina de História em geral com professor Braga, né. O Marcos Braga, ele é incrível aquele homem, e aí ele sempre traz uma carga crítica política, etc. também. Eu acho que isso foi uma coisa que, meu, é impagável, assim. Eu acho que a USP me deu isso e eu não fazia ideia.	8
) Agora o... eu... depende muito da faculdade, né? Eu fico vendo, agora no mestrado na PUC eu vejo que a galera, porra, os meus amigos que se formaram na PUC eles são muito mais bem preparados em termos de projeto do que eu fui, sabe? Mas eu também não fiz design de produto, né. Não sei como é que seria isso. Mas, então nesse sentido eu não posso falar que eu carregue isso. Talvez eu carregasse se eu tivesse feito outra faculdade.	5
) Pra mim: se tivesse aula... nem opcional assim, aula obrigatória lá na parte têxtil de tear, de você compreender a organização dos fios e fazer isso é muito importante pra você compreender realmente como é que funciona. Gostaria muito de ter tido a partir disso como é que funciona esse planejamento dessa padronagem para uma indústria, tipo, gostaria muito de ter tido isso.	6
B46	[...] A galera da UERJ, por exemplo, eu fico "Caralho, é Desenho Industrial mesmo, sinistro". Eu fico até "Não vou falar sobre arte em nenhum momento, porque se não vão me jogar...". Mas eu sinto que eles são mais assim, nessa disciplina do desenho, desenho industrial, desenho técnico, desenho pra indústria...	6
B58	[...] Relacionado ao têxtil eu não sei se existe uma faculdade que ensine tudo isso aqui, entendeu? Desconheço, assim. Direcionada pra esse material, sabe? Que é um produto. A gente direciona pra estamperia, mas... enfim.	7
C46	Sim, eu sinto falta... Na minha graduação por conta de ter sido uma grade ampla e não uma grade focada. Se eu tivesse chegado ali no terceiro período e falado assim: "Olha hoje eu quero focar em design digital até o final do meu curso" ou "Eu quero focar em gráfico, quero focar em produto físico, ou quero focar em design automobilístico, design de moda"...	6
C73	Então, assim, se eu tivesse por exemplo uma graduação muito mais focada nisso eu poderia estar um passo a frente, sabe? Do que estar como por exemplo num laboratório de plástico.	8
Didática na graduação		

A10	10 - [...] eu nem lembro agora de qual bibliografia, da onde que ele tirou isso [(8)] e muitas vezes o professor tira da cabeça dele mesmo.	1
A30	30 - Então, alguns professores [da UFRJ] eles tinham uma forma mais estruturada de conduzir os projetos, mas nunca com essa... com esse rigor do método de projeto, né?	2
A35	35 - Então, especificamente tem um professor, que é justamente esse que inclui a comunicação no final, que chama Cláudio Portugal, ele é um professor de método. Ele é um professor muito apegado ao método e muito detalhista e com muito rigor.	2
A124	(123) ...porque eu tinha professores como o Gilberto Strunck, Irene Peixoto, Nair Macedo. Então esses caras eram incríveis professores, maravilhosos e nisso a UFRJ dá um banho na USP, porque todos eles são ativos no mercado, então mandam muito, eles são muito inteligentes e não que os professores da USP não sejam, pelo amor de Deus, eles são geniais. Mas eles não tem vivência.	9
A126	E aí na UFRJ não. Eu via... os meus professores eram maravilhosos, assim, era... eu falava assim "a UFRJ tem grade velha, não tem estrutura nenhuma, não tinha dinheiro, hoje está sucateada até o pescoço" assim, mas os professores... assim, caramba! Que valor, sabe? Eles eram o curso.	9
A156	E eu acho que isso é um grande erro, sabe, eu acho que de alguma maneira a gente poderia, como Universidade, né, como professores, deixar esse caminho um pouco mais difícil para os alunos, sabe? Talvez não no começo, né, imagina... no começo a gente não sabe que que a gente tá fazendo, quem dirá lidar com as intempéries da vida.	7
59	Uma vez eu falei... eu falei isso para o dono da agência. A gente era uma equipe pequena de 10 pessoas e uma vez ele me ouviu falar isso e ele falou assim "Não esquece que esse cara é o cara que paga sua conta, não esquece que você odeia ele mas não esquece que se não fosse ele a gente não tava aqui, não tinha design, não tinha projeto". E aí eu ficava "Ai... Tá bom, mas eu odeio".	7
2	Então, tinha uma aula de tear mas nada era voltada assim como design, sabe? Fica tudo "Ah! Aula de tear lá, vamo fazer um artesanato", entendeu? Era meio assim. Ai, não sei. Eu pelo menos sentia que era isso na época. Faz tanto tempo, isso daí foi bem lá pro primeiro período.	6
7	Então acho que na graduação, no início acredito que sim possa ter esses momentos, esses projetos de cenários perfeitos, ideais, mas já na graduação teria que ter esse cenário de projeto mais próximo do mundo real né, que é o mundo profissional, e as dificuldades que você tem ali.	7
C61	Então eu acho que a gente teria mesmo que também trazer isso mais para um cenário realista, onde "a gente vai falar disso, vocês identificam um problema aí e me traz a solução" ou "como vocês resolveriam isso e porque vocês estão resolvendo dessa forma?", sabe? E aí também já consegue trabalhar aquelas três coisas do design, que é o por quê, como e para quem.	7
C76	[...] Eu acho que o curso de design é o curso que mais depende do aluno do que do professor em si, mano. Bizarro, bizarro como tipo é muito fácil você entrar na sala de aula, eu te passar cinquenta equações e explicar porque que $2 \text{ mais } 2 \text{ é } 2 \text{ elevado a } X \text{ e a } D$ do que eu te explicar processo de design e você fazer esse entendimento do projeto, dos estágios e tudo mais, por exemplo no dia a dia. A famosa teoria e prática, né?	8
Dificuldades da prática profissional		
A47	Principalmente por causa do mestrado, né, eu acabei saindo um pouco dessa posição de gestor, de gerente de projeto porque eu não consigo acompanhar a agenda do cliente. O cliente quer marcar às vezes reunião na hora da minha aula e eu não posso, então eu acabo prejudicando o time.	3

A100	Mas para gente... que quando a gente [...] abriu o escritório e talvez tenha sido muito um erro meu também, eu abri com outros dois designers, né, nós três nos formamos na mesma universidade, e tivermos as mesmas disciplinas, então foi [...] acho que o maior desafio para a gente era isso: assim, [...] era saber gerenciar o negócio, vender projeto, coisa que também, assim, caiu nas minhas costas	6	
A104	Mas assim, é uma coisa que não é natural, né, é uma coisa que as pessoas não sabem fazer. Eu lembro que meus sócios eles tinham muita dificuldade em vender projeto quando a gente fazia troca às vezes. A gente tentou rodar algumas vezes, né, fazer rodízio de funções e eles não sabiam fazer. Eles não tinham a menor aptidão para abordar as pessoas, para falar, para apresentar, para tentar uma abordagem mais comercial, sabe?	6	
A116b	... Quando eu trabalhei em agência eu queria morrer, e aí... porque era muito intenso, né e tal, ...	8	
A129	E aí eu fui e depois de um ano eu falei: "Não é isso que eu quero", apesar de eu amar agência que eu trabalhava porque a gente trabalhava para comunicação, para ONG, para fundações, etc. Foi o primeiro contato de fato com... que eu vi que dava para misturar as duas coisas, né, e tal, só que era muito puxado. Assim eu falava "Não dá não, posso ficar trabalhando dessa maneira".	9	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	36	Mas era aquilo né, eu sentia que eu tava trabalhando muito na ponta e eu não tava trazendo todo o potencial do Design para aquilo. Então no final das contas, "Tudo bem, eu vou fazer uma identidade visual bacana para essa ONG aqui, mas cara, eles podiam pegar esse dinheiro e deixar a gente trabalhar no produto deles, sabe? Deixa a gente trabalhar na forma como eles estão se sustentando ou na forma como eles estão se comunicando de maneira geral, não só uma identidade, sabe?". Então era muito bacana, mas eu sentia que tinha alguma coisa errada, sabe? Eu sentia que a gente tava deixando as coisas bonitinhas, quando na verdade a gente tinha potencial para muito mais.	9
	49	Eu acho que isso faz muita falta, que era o que eu tinha quando eu tinha meu escritório, né, apesar das pessoas não entenderem muito bem a nossa atuação. Mas a gente conseguia vestir a camisa e levar o projeto do jeito que a gente acredita, sabe, então acho que isso me faz muita falta.	9
	58	Agora quando eu entrei na agência, que foi quando eu tive uma primeira experiência real de mercado, com diversos clientes, etc, eu lembro que eu falava uma coisa, que meu chefe até me corrigiu uma vez, foi engraçado.	7
	69	Às vezes não é nem ao cliente, mas as restrições da gráfica, né, porque embalagem tem todo um trabalho aí, né, relaciona... que envolve pra fabricar embalagens, né, muito mais limitado.	10
B56	Porque a indústria é limitadora. Então os caras eles tem essa sacação, do tipo "vamos investir em experiência", sabe? E essa experiência ela se dá um pouco pela... por essa. Pela arte, né, pelos quadros, pela proposta de trabalho manual, assim.	7	
C19	Então a gente acaba não tendo muito tempo pra poder fazer pesquisa, pra poder fazer concepção. A gente simplesmente precisa ajustar pra poder seguir as regras do Bacen.	3	
C32	Sim. Não necessariamente todo mundo consegue aplicar isso no dia a dia por conta de ser bem corrido, né, sempre ter prazo e tudo mais mas a gente consegue usar bastante coisa do discovery, como alguns etapas, algumas ferramentas até pra melhorar o nosso produto.	4	
Estrutura dos cursos de graduação			

B35	Tinha [oficina] de cerâmica, o SENAI ele tem uma biblioteca têxtil, é muito legal. É uma teciteca que eles chamam. É bonitinho, cara. Você entra lá tem todos os cabidinhos com todos os tecidos... você consegue ver, eles tem aquelas lupinhas pra você entender a trama.	5
B36	Eu fiz uma aula muito tempo atrás que hoje em dia eu faria de novo, na época eu não tinha tanto interesse nisso, de... com tear. Lá eles tinham os teares, só que era aula que, assim, não era... era opcional, não era obrigatória, né.	5
B37	A gente fez umas pesquisas com metal também, mas era mais difícil. E eu também não dava bola então... (risos) mas a galera de joalheria... Mas não tinha muito uma oficina. O pessoal que gostava de joalheria reclamava, tinha que fazer cursos fora. Porque tudo depende de uma infraestrutura sinistra, né? A gente sabe.	5
B38	O NEXT por exemplo, aquilo ali... Eu pergunto pro Cláudio onde é que... "po podia ter mais coisas de moda, né, pra você trabalhar com tear, não sei o que", ele falou "cara, eu sou o gerente disso. recebi pouquíssimo dinheiro, acabei comprando, sei lá, comprei uma impressora 3D e acabou o dinheiro". Sabe, do tipo isso.	5
B44	É, eu acho que o pessoal da PUC é mais bem preparado. Eles tem uma oficina sinistra. Isso ajuda muito, né. Mas eu sinto que eles são mais bem preparados. O SENAI não é... Não sei se é uma boa referência, né.	6
C67	Então, tipo, naquela época ali a gente tinha muito aquele negócio de precisar sair da faculdade, precisar ir para de eventos de design para buscar informação.	8
Expectativas da prática profissional		
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA 16	Eu era muito...ah, o design gráfico padrão, que é levado pelo mercado, eu achava o máximo. Meu sonho era trabalhar em agência. [116b] E aí, sei lá, meu sonho era ganhar prêmio, eu não sei... nem lembro direito, eu queria muito ser reconhecida e tal.	8
21	Lá no começo [o que eu queria] era isso, né. Pessoal queria ganhar prêmio queria ser reconhecido, tal, e aí por um breve período, assim, primeiro semestre da faculdade eu me liguei nisso, porque eu era meio "Maria vai com as outras". Então eu vi os meninos se matando para se inscreverem em prêmio, mandar projeto para o exterior e aí eu falava "Nossa, mas então é isso que tem que fazer para ser um design relevante, beleza".	9
22	Só que aí um pouco tempo depois eu conheci esse projeto de extensão, né. E aí eu comecei a dar aula para as crianças na Ilha Grande e eu falei "Cara, eu quero ser professora. Eu não tenho opção, eu... é isso que eu quero fazer para minha vida então, ponto". No meu terceiro semestre de graduação eu sabia que eu queria ser professora.	9
A123	Mas eu sempre soube que eu queria ser professora e estar ativo no mercado, não queria ser só professora, né...	9
A127	E eu falava: "Eu quero ser assim, eu quero ser professora mas eu quero tá ativa no mercado".	9
A128	E aí por mercado... teve essa coisa, né, da agência e tudo mais. Eu achava, eu falava assim "Cara, eu preciso ir para uma agência, preciso trabalhar na agência, nem que seja para dizer que não é isso que eu quero".	9
A130	Depois que passou um pouco aquela coisa, né, do "ser reconhecido", do prêmio e etc, até porque eu não tinha muito saco pra isso e, novamente, eu odiava vender meus projetos. Então, quando você vai se inscrever para prêmio tem que saber vender teu peixe... eu dei uma desencanação assim e meio que "Beleza, eu quero ser professora, eu quero trabalhar no mercado" eu não tinha grandes aspirações, sabe?	9

A131	Acho que a minha grande aspiração era conseguir trabalhar com design para projetos de impacto. Isso eu acho que era coisa mais forte para mim. Era, independente de ganhar prêmio ou não, independente de trabalhar em uma grande empresa ou não, eu queria ter certeza de que aquilo que eu tava trabalhando ali ia gerar um impacto positivo na vida de alguém, sabe, ia transformar a vida de alguém, ia ajudar alguém a sair, sei lá, de uma situação de necessidade, enfim, isso para mim sempre foi muito forte.	9
A139	Então, que que acontece... Com o meu escritório, eu acho que eu acabei modelando uma expectativa profissional de atuação. Assim, no sentido do que é o meu objeto de trabalho. Eu construí isso lá, sem querer eu construí essa coisa do design de serviço	9
A141	Então no final das contas a construção do que é meu objeto de trabalho eu fiz com o meu escritório e hoje eu vejo "Cara, é com isso que eu quero trabalhar", e com gestão também. Porque eu gosto de coordenar, eu gosto de tocar projetos e tudo mais. Só que o outro lado né, a questão social é uma coisa que ainda não consegui vincular.	9
A143	Enfim, uma longa discussão essa polêmica aí. Mas no final das contas, eu ainda sinto muita falta de trabalhar com impacto social, sabe? De ver que o coração do meu projeto, aquilo que eu tô desenhando, no final das contas quer mudar, vai mudar a vida de uma pessoa positivamente, sabe?	9
48	Mas foi também uma experiência que eu experimentei e eu acho que eu não quero mais, sabe? Tô bem inclinada a voltar para trabalhar com impacto social, enfim, com fundações porque... Ah, sei lá, você se sente como usando mais o seu potencial, sabe, não tem que ficar brigando, arrumando jeito de enganar o cara que tá enganando o cliente... Ai gente, não. Sabe? Prefiro trabalhar... sabe, escancarado que esse é o meu objetivo e que as pessoas entendam, né, e me apoiem nessa missão.	9
50	Acho que o que me, no final das contas, me tranquiliza... porque eu ainda não sei né, para onde eu vou, com o que que eu vou trabalhar de maneira que eu consiga agora vincular o design de serviços da maneira como eu entendo com o impacto social...	9
52	Eu estou na MJV, eu estou trabalhando para banco mas eu estou bancando o meu mestrado, e eu vou conseguir dar aula e formar novos designers e passar para eles essa visão do design, sabe, mostrar para eles como enganar o cara que engana o cliente, sabe, e como fazer projeto com um puta potencial...	9
53	Então, nossa, de longe, assim, acho que não existe uma profissão que seja no design ou fora, assim, que que tenha tanto poder quanto o professor, sabe? Então no final eu tô tranquila porque tô seguindo um caminho de alguma forma, eu tô treinando para chegar lá, sabe, para conseguir gerar o impacto que eu tanto quero. Mas enfim, é isso.	9
B62	As minhas expectativas era trabalhar com estamperia, não fiz isso. Em alguns momentos eu me arrependo muito mas em outros eu fico muito feliz também, mas não é uma coisa que eu tenha descartado.	9
B63	Eu quero e acho que preciso investir nisso, que seria um pouco do design gráfico, né, mas eu ter entrado nesse universo do mobiliário, que seria produto, que é um universo bem específico do produto né, me abriu questões para fazer o mestrado, né.	9
B64	Então, não estou trabalhando com o que eu imaginava mas me abriu questões para fazer o mestrado e pra compreender que o que eu quero fazer é design têxtil, não é superfície, não é aquele monte de coisa, entendeu? Hoje em dia eu olho pra aquilo e falo "Ah, existe um campo que lida com essas especialidades, né, com essas especificidades". E aí... e que também tem a estamperia, mas a estamperia é mais um dos processos.	9

B65	Então assim, não me arrependo porque na verdade nem existe isso no Brasil, então não teria como eu ter tido (risos) feito anteriormente. E na verdade foi bom porque eu acho que o mestrado tá sendo bom pra mim porque eu nunca procurei falar sobre, sabe? Falar não, pensar sobre.	9
B67	Mas eu queria ter trabalhado com estamperia, por exemplo. Aí foi uma questão da vida que me levou pra... é uma parada que eu quero resolver ainda.	9
B68	Na forma de trabalhar eu acho... eu queria ter um contato com a indústria pra compreender em algum momento como funciona isso que eu te falei, né, essa transição do pensamento pra prática, assim, pra confecção, né. De projeto pra confecção. E eu acho que eu só vou conseguir entender isso trabalhando com... não sei se necessariamente em uma indústria ou em um estúdio que trabalhe com indústria têxtil, não sei como seria isso...	9
B70	E aí... e aí foi isso. Cá estamos no mestrado e depois não sei o que vou fazer da minha vida. Mas assim, hoje em dia eu sei. Quando acabar eu vou querer correr atrás de um trabalho em que eu consiga essa... aprender sobre esse, sobre o meio têxtil e a indústria, entendeu? É o que eu vou procurar, assim. [...] Voltar lá pra trás né. Do que eu deveria ter feito depois da faculdade, talvez.	10
C79	Tipo, minha expectativa era trabalhar numa empresa que a gente passasse a manhã colando post-it e discutindo certas coisas e por conta tipo, da minha trajetória, de ter corrido atrás eu consegui fazer isso, sabe?	9
3	Eu escolhi fazer design por causa do meu meio, né. Tipo, a galera que andava de skate e tudo mais, essas influências todas. Ai tipo, quando eu tava no primeiro período meu objetivo com a graduação era aprender design gráfico, aprender branding, pra montar meu TCC que até então seria uma marca de skate e trabalhar com isso, sabe?	9
	5	E aí também chegou no momento ali que eu vi que, tipo, design digital era interessante, eu gostava daquilo, trabalhava com pessoas e tudo mais e também era o mercado que, querendo ou não, paga bem, sabe? É um mercado que tá em alta, todo mundo fala sobre, tudo mais. Então foi a partir daí.
mercado		
))	[...] Quando uma empresa faz cheiro ela não tem condição de vender só cheiro. Ninguém vende só cheiro. Cheiro é uma coisa que não vende. Você só não apresenta cinco cheiros diferentes e a pessoa: "Ah não! Esse aqui é muito melhor!", não existe isso. Existe... por isso que o marketing dessas empresas são tão fortes, porque além do cheiro eu vou vender o conceito daquele cheiro.	4
	A135	E aí foi quando eu abri meu escritório, né, e aí comecei a fazer freela e um amigo meu falou "Meu, você deveria fazer isso aí, a coisa do impacto social", e eu falei "Putá... será que dá?". E aí eu comecei a deixar de fazer freela para empresas comuns, né, e comecei a buscar trabalhos pra ONGs, e fundações e etc. E aí foi muito bom, assim, eu me senti muito realizada, era muito bacana.
B22	É. Claro que a gente vai vendo tendências, que eu falei, nesses experimentos a gente começou a fazer quadros que eles iam tipo meio que sumindo, desvanecendo assim, no final. Ai "Porra, que maneiro isso". Ou às vezes até pelo interesse, tipo, das pessoas.	4
B27	É, a gente foi construindo isso a partir do interesse do público, sabe? A gente foi percebendo... Ah, percebia "Ah, caraca esse quadro aqui saiu rápido. Aquele ali todo mundo sempre fala dele. Pô, vamos pensar em fazer ele de outras formas", sabe? Foi um pouco por aí né, porque a gente queria vender, não queria ficar só viajando ali. É essencialmente um produto. Por isso que fica nesse meio do caminho, né.	4

B52	É muito difícil você propor coisas novas no mercado, porque você tem que seguir o que a indústria vende, né. "O consumidor gosta disso, então vamos fazer isso.". Só uma Itália da vida que consegue bancar, enfim, todo um sistema, criações... né, piração com tecnologias bizarras. A gente ainda fica preso a essa questão do que a indústria quer. Né, todos eles dilemas famosinhos.	7	
C100	Igual, tipo, isso vai muito do momento que a empresa é fundada, tipo, o Nubank, o iFood, são empresas recentes e eles já nasceram com esse viés de olhar sempre para design, sabe? Um dos pilares da empresa. O banco não, o banco tem 90 né, tipo, há 30 tem a área de design. E é bem recente a área de UX, né, essa parte de digital, mas outra área de design, vamos dizer assim. E tipo, o iFood e o Nubank já nasceram nessa era de UX, né produtos digitais. [Os dois] atuam como startups, fintech e foodtech.	4	
Objetivos, propósito e resultado dos projetos			
A6	6 - [...] por mais que o design seja mais do que isso [solução de problemas] [...]	1	
A134	(133)... mas também falei "Cara não é isso mesmo que eu quero fazer", quando eu tava fazendo comunicação visual para convencer menininhas de 13 anos que elas tinham que ser sexys e mulheres para uma população, para uma comunidade na Colômbia que tem uma cultura extremamente tradicional eu falei "Gente! Não é isso que eu quero fazer, não.", e aí eu saí de lá também.	9	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	46	Então assim, cara, um negócio muito pequeno, dentro de um produto, dentro de um banco. Mas, cara, aquilo ali provavelmente vai afetar milhares de pessoas, sabe? Vai ter muito gerente que, se Deus quiser, vai desistir de fazer gambiarra porque... e prejudicar o cliente, não era simplesmente uma gambiarra de sistema, era uma gambiarra de sistema que prejudicava o cliente no final das contas... E aí cara, aquilo para mim foi uma vitória, sabe, porque que a PO na reunião... todo mundo se entreolhou assim tipo "Cara, vai aprovar isso assim mesmo?" e ela falou "Tá bom, eu concordo, eu acho também que ele tem que ter trabalho se for para ele fazer coisa errada". E assim, nem sei o que isso virou no final das contas, se foi implementado desse jeito... Ela aprovou, os meninos começaram a desenhar, mas assim, isso foi muito bacana, sabe? Eu falei "Cara, que louco! No tempo que eu trabalhei para um banco, alguma coisa dá para a gente fazer", sabe?	9
		2 - [...] (1) Mas [o produto] não necessariamente precisa ser tangível [...]	1
		5 - Mas [resumindo, projeto] seria a organização desse processo de produção de um artefato. [...]	1
	B6	6 - Lucas — Então no seu caso tá muito mais ligado ao planejamento, né? Designer B — É, acredito eu.	1
C2	2 - Todo o projeto de Design ele se inicia com um propósito. Seja uma melhoria, ou uma comunicação, ou vender algo. Não necessariamente vender mas sim levar uma mensagem.	1	
C3	3 - Quando a gente fala de projeto de Design a gente tem que sempre ter duas perguntas em vista: [...] Qual que é o meu objetivo inicial e o que eu tenho... o meu objetivo inicial, e o que eu quero ter depois de finalizar esse projeto. [...]	1	
Perspectiva do designer			
A28	28 - Pra ser bem sincera eu acho que entrar no design da USP foi uma redescoberta maravilhosa do Design pra mim. Tudo passou a fazer muito mais sentido do que fazia na UFRJ.	2	
A30b	Enfim eu lembro que isso era engraçado porque isso me mantinha muito longe também do aspecto social do design. Era como... como [se] fosse outra coisa, assim. Enfim eu lembro que isso era engraçado porque isso me mantinha muito longe também do aspecto social do design. Era como... como [se] fosse outra coisa, assim.	2	

A31b	E isso foi o que me apaixonou, assim, eu falei "Caramba, é isso que gosto, é isso que eu quero fazer, eu quero trabalhar com questões sociais", sabe? Então pra mim era muito... muito separado, o que eu fazia na universidade e o que eu fazia no projeto de extensão, sabe?	2
A39	39 - Eu nunca me achei uma pessoa criativa. E eu achava que eu era péssima naquilo, eu me achava péssima designer, e aí... mas eu gostava do Design mesmo assim.	2
A49	E acho que [o meu trabalho na MJV] é muito [dessa forma] porque eu sou designer, né, não é porque é assim que... não é assim que é demandado. Mas é porque a forma que eu sei fazer coisas, né?	3
A59	Acho que é uma característica da MJV como um todo, mas eu como tive meu próprio negócio eu discuto ali na vírgula com o cliente. De maneira alguma vou absorver alguma coisa que o cliente pediu porque o cliente pediu.	4
A62	é uma coisa que é importante, né, que eu acho que muita gente não entende. Se tratando de design de serviço, as pessoas... a gente tem um mercado ainda muito imaturo com relação ao design de serviço, né, não sabe nem o que que é design direito, quanto mais de serviço.	4
A73	E aí é uma coisa muito minha né, Camila, também. Como eu vim do universo de impacto social, eu... eu visto muito camisa do cliente, eu quero muito cliente do meu lado porque eu sei que isso é muito bom. Então... Lógico que na MJV de maneira geral a gente trabalha dessa forma, mas eu preciso separar um pouco o que que é muito coisa minha, né, particular, dos meus valores. Então eu tô tempo inteiro dividindo com os clientes, né, o cliente nunca fica na... no escuro.	4
3	[...] Eu saí do estágio e abri um escritório, né, então no final das contas eu não tinha tanta experiência de mercado pra quando eu quando eu entrei MJV, né, quando eu tava pleiteando a vaga na MJV. Mas como isso era muito que eu fazia no meu escritório, eu consegui facilmente o emprego na MJV e em menos de um ano eu virei gerente, né, então acho que isso diz muito de como a gente trabalhava no meu escritório, enfim. [...]	4
5	Eu tava bem mais para retocar tabela nutricional. Eu tava ali mais pra retocar a faca que não tava fechando direito, enfim, mas era bem frustrante. Eu detestava o trabalho lá porque eu ficava trabalhando só tapinha, sabe, nas coisas e não tinham uma vivência de projeto.	4
3	Também, novamente, eu trabalhei lá antes de entrar na USP, então eu não sentia falta do projeto e hoje eu vejo que a gente a gente não fazia pesquisa com usuários.	4
A92	[...] Não quero me gabar nem nada disso, mas acho que, né, minha trajetória prova isso (91), né: em um ano trabalhando de fato, finalmente no mercado como CLT eu virei gerente de projeto. Sabe isso diz alguma coisa	5
A95	A gente tem uma formação que nos capacita, né, a pensar, a gente olha para o mundo de outro jeito, né, a gente... a gente quer solucionar problemas o tempo inteiro, não tem nada melhor do que isso para um empreendedor, sabe? Então quando você combina o design com o brasileiro, que já nasce querendo empreender, você tem ali um potencial empreendedor muito grande.	6
A101	(100) ...porque eu era a pessoa mais comunicativa e então no final das contas eu virei e o comercial do meu escritório, que era uma coisa que eu detestava fazer. Tipo, eu gostava de discutir desafio, gostava de fazer briefing, eu gostava de fazer proposta, mas ter que ir em evento vender... sabe? Ter que abordar pessoas, isso ser péssimo para mim.	6
A102	Enfim, então eu acho que eu senti falta disso, assim, e eu vejo outras pessoas sentindo falta de uma coisa que eu não senti falta porque é muito natural meu, né.	6

A103	Eu sou uma pessoa muito comunicativa, eu tive essa experiência de ter que vender, então eu tive que... o pouco tímida que eu era eu tive que abrir mão, porque durante cinco anos eu tive que vender para pagar minhas contas.	6	
A106	Isso [de vender] em especial eu não senti falta mas porque para mim foi muito natural a forma como eu me desenvolvi, mas se eu fosse um pouco mais tímida, se eu tivesse me focado simplesmente no que eu aprendi na universidade eu acho que teria tido muito mais dificuldade para me desenvolver, sabe?	6	
A110	[...] Como eu me identifico mais com o método, isso é mais dado na USP, a gente acaba ficando muito preso aquilo ali também, né, então a gente... Sei lá, acho que é... para mim foi muito... muito interessante poder linkar esses dois universos [da experimentação e do método], sabe?	8	
A111	Então, ter um background de experimentação que... que eu gosto de trabalhar com as mãos, eu gosto de fazer coisas manuais, eu gosto de pirar um pouco...	8	
A117	E aí quando eu comecei a aprender a fazer crítica, né, sobre o papel político do designer, o papel social do designer, eu falei "Caramba isso é muito legal, eu nem sabia que...".	8	
A118	Porque eu... eu sou evangélica, né, cristã e tal e eu sempre vivi na igreja desde pequeninha e eu tive muito contato com projetos sociais, e assistencialismo desde muito cedo e eu adorava aquilo. E eu achava que isso era uma coisa... era a Camila religiosa, sabe, era uma coisa que ia ter que ser a Camila que vai na igreja, ela faz isso. A Camila que é designer vende perfume.	8	
APUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	40	(139) ...que faz muito mais sentido pra mim, porque eu nunca me via muito no PP e também não me achava boa o suficiente no PV.	9
	44	Então, é lógico que eu deixei de ser paz e amor e tal e hoje eu vejo que é muito nossa responsabilidade trazer isso para dentro do nosso trabalho e que não importa o que eu estou fazendo eu consigo trazer ética, responsabilidade social, preocupação social e ambiental para o meu trabalho. Mas é óbvio que dependendo do projeto em que você está você tem isso dentro de um escopo muito limitado, né.	9
	47	Então tem muito isso. Eu convivo muito melhor com isso hoje e eu vejo quanto isso permite que a gente alcance clientes, né, enfim aquela coisa de mudar o sistema de dentro, enfim.	9
	51	Mas o que me tranquiliza é que para mim não tem nenhuma profissão de maior impacto e de maior potencial do que ser professor. Então, quando... no final das contas, tudo bem, sabe?	9
	158b	Porque eu odiava cliente! Eu odiava muito cliente e eu falava assim "Cliente é a pior coisa que existe, porque ele destrói o meu projeto". Era essa minha visão, sabe?	7
A160	E assim, isso foi uma coisa que eu tive que desconstruir ao longo do tempo que foi muito difícil para mim, sabe, eu sempre tive muita raiva de quem tava me demandando. "Porque essa pessoa não entende de design, essa pessoa não entende o que que é prioridade, essa pessoa não entende por que tal coisa é importante".	7	
A162	[...] eu sempre fui mais energética, assim né, então eu acabava discutindo mais no grupo e eu acabava conseguindo as coisas do jeito que eu queria...	7	
B28	E, nossa, acho que eu tô meio catequizada (risos), porque eu não conheço (...) e tem isso de arte e design, "ah gente, ficar falando sobre isso, que saco!", (risos) mas eu tô vendo que eu tô catequizada. Mas é isso.	4	
B39	Eu gostaria de ser um dia uma designer têxtil.	6	
B41	Mas no caso eu poderia ter corrido atrás, na época eu não dava tanta atenção também...	6	

B62	[...] Minha mãe é psicóloga e bailarina e meu pai é artista plástico, e é designer também, mas na época ele não era considerado, mas trabalhou com publicidade a rodo, então... Era um universo muito familiar pra mim assim, sempre gostei de desenhar, de criar coisas, de costurar, então eu ficava meio nessa... nesse conflito assim. Eu cheguei a fazer prova para Belas Artes e acabei não fazendo a última porque era no Fundão e na época eu não queria me deslocar até o Fundão... Eu acho que eu teria sido muito feliz.	10	
B63	E ai depois eu entrei na Univercidade, em Desenho Industrial, na Univercidade, fiz dois períodos só que eu não suportava a faculdade em si. Que eu... eu ia mais curtir do que pra faculdade. Até porque... é, lá era um prédio, eu me sentia na escola, sabe? Hora do recreio, e todo mundo descia do prédio.	10	
B64	Cara, aquilo pra mim não significava faculdade. Ai você entra numa UFRJ, UERJ e você fala "Aaah sim, pessoas pensando e trocando, porra, esse ambiente.", tem um outro... outro peso. Ou na PUC, também, né. Apesar de ter um choque cultural bem forte. Mas... e aí eu falei "cara, acho que eu vou fazer moda".	10	
B65	Ai fui pra... passei pra moda no SENAI, fiz quatro períodos de moda. Foi quando abriu esse curso de Design de Superfície, era um curso novo, o diretor era de São Paulo, um cara super maneiro, super competente, veio pra cá e resolveu criar esse curso, que tem no sul... Enfim, no sul já tem uma galera mais fera em superfície. E eu olhei a grade do curso e falei "Caralho, é isso que eu quero fazer!" era totalmente o que eu...	10	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	3	Na verdade, assim, moda eu gostava mas eu não simpatizava muito com o meio [da moda], sabe? E aí no grupo de superfície [...] ficou muito mais tranquilo. Tinha um pessoal mais velho também, tinham pessoas de vários lugares, várias ideias diferentes. Isso que eu te falei, um queria fazer joalheria, outro era designer gráfico, outra era mãe de três filhos e queria brincar de fazer coisas, sabe? Tinha de tudo, assim, lá dentro.	10
	3	E ai, e ai aconteceu isso que eu te falei, enfim... No começo eu fiquei feliz da vida, porque "Porra, a Lattoog é uma empresa reconhecia" e "Caraca, que universo é esse?". Mas depois de um tempo me bateu essa... essa parada né, tipo "Caraca eu abandonei tudo que eu aprendi lá e tô aqui fazendo outra coisa que eu não imaginava que eu ia tá fazendo, que que eu vou ser se eu sair daqui?", comecei esses questionamentos, "que que eu vou ser e o que que eu quero?".	10
	B69	...mas isso ainda é uma lacuna no meu... como profissional, sabe? Às vezes eu não me sinto uma profissional do design. Por conta disso, porque eu saí e acabei trabalhando, entrando em um universo mais artístico do que projetual e depois caí no mestrado, então... (Risos) Então às vezes eu fico "Caralho, o que que eu sou?", eu tenho muito essa crise. Na verdade não é nem o que que eu sou, eu sei o que eu sou, às vezes eu não me sinto nem um pouco designer. Por conta disso, se for perguntar "Cara, tenho dois produtinhos ali que eu fiz, tal.. O resto fica meio num...".	9
C49	Mesmo sendo algo negativo ou positivo eu sempre tento extrair algo bom, assim, sabe, como aprendizado. Por exemplo, "ah, se eu tive contato com uma professora e vi que ela fez certa coisa que dificultou a disseminação dos conhecimentos para os alunos", seja na didática, eu já sei que aquilo ali eu não posso fazer como profissional ou caso um dia eu seja professor, sabe? Eu não utilizaria aquela coisa ali, eu tentaria ir por um outro caminho que eu conseguisse, por exemplo, passar a minha mensagem.	6	

C54	Então a gente como designer a gente tem que passar a mostrar mais do que o nosso trabalho é capaz e porque que ele é capaz. Tipo "Ah, beleza, eu vou te cobrar 10 mil reais para fazer esse projeto.", "Mas por que você vai me cobrar 10 mil reais nesse projeto?", sabe, é mostrar pra pessoa o que é o design. E a gente vive em um país que ninguém sabe o que é design, então a gente tem que fazer essa comunicação com as pessoas. [...] E aí chega em um ponto também que nem o designer mais quer fazer isso, sabe? Ele simplesmente abre mão.	4
C55	Um livro que eu estou lendo agora é esse aqui, que é muito bom, que é o Engajado, né? Ele fala como onstruir produtos e serviços formadores de hábito. Igual eu te falei, tem um viés muito de neurociência, entender comportamento, entender hábitos para você criar gatilhos mesmo, para vender, para persuadir mas ele tem uma fala muito ética, né. Porque a partir do momento, acho que teoricamente não... deixa de ser ético é quando a gente faz aquela publicidade, aquela propaganda agressiva. A gente tenta prender o cliente, o consumidor de qualquer forma.	4
C68	E por conta daquele contexto, daquele momento hoje eu também sou assim, eu não me contento com nada... eu não me contento de já estar dentro do banco, estar aprendendo ali, mas sim estar sempre buscando, sabe? Acho que isso se tornou um hábito meu estar sempre buscando.	8
C74	[...] Só um acréscimo... Acho que vai muito da pessoa se auto avaliar e se auto observar, sabe? Eu desde a faculdade já notava que eu tinha um certo apetite, um certo... Tipo, eu entendia daquilo, eu gostava daquilo mas eu não estava focado naquilo, sabe? Eu estava disperso com outras coisas como sair, fazer outras coisas...	8
7	Ser designer não é uma coisa que é ensinada, né mano. Acho que é uma coisa mais pessoal assim, algo que tem que ser da pessoa. Não é algo que eu consigo te ensinar. [...] A forma de pensar, de questionar, de lidar com as coisas, sabe? Igual se a gente for falar, quando a gente vê essas reflexões "todo mundo nasce designer", porque sempre o ser humano, quando ele precisa resolver um problema ele resolve, só que a solução pode não ser uma das melhores. Teoricamente ela pode estar errada.	8
3	Eu acho que sim, todo mundo pode [ser designer], mas eu acho que grande parte não vai conseguir ter um racional de designer. Igual, por exemplo eu não consigo ter o racional de um químico. Eu não consigo entender... eu acho mágico o cara que mistura um monte de líquido e o negócio fica azul, sabe? Eu não consigo entender como cada coisa reage a outra coisa e fica azul. Acho [que tem a ver] total [com] repertório, habilidade, tudo.	8
C80	Então vai muito da parte de você estar comprometido a fazer o seu corre dar certo, sabe? E é muito disso, né mano? Tipo, eu cheguei num momento que eu falei: eu preciso... é isso aqui que eu escolhi pra mim e aí eu preciso fazer o meu corre dar certo, sabe? Então tipo, tudo que eu tenho, tudo que eu sempre tive eu queria manter a minha qualidade de vida e tudo mais, tipo, então eu olhei pros meus objetivos pessoais e fui atrás mano. Eu me identifico muito com o verso de música, que é até de um rapper do Rio, sabe? Que ele fala que, por exemplo... eu tenho até aqui anotado: "Se a vida não me abrir as portas eu viro chaveiro, e se essa não for a hora eu altero os ponteiros". Então tipo, chegou numa hora ali que eu precisava fazer o meu corre virar, chegando no final da faculdade e tudo mais eu fui atrás disso. Então tipo, eu abri mão de muita coisa pra estar imerso nos meus estudos, sabe? E hoje, igual eu tava falando, durante a pandemia é algo que eu continuo fazendo, sabe? Hoje eu começo a trabalhar 9 da manhã, hora que eu bato o ponto ali. Tem dia da semana por exemplo que acordo as 6, tomo meu café, estudo de 7 às 9 e depois... tiro um tempo depois do trabalho da estudar também, sabe? Então vai muito do indivíduo. Eu não me considero uma pessoa extremamente inteligente, sabe, eu me considero uma pessoa muito esforçada hoje, e comprometida.	9
C81	Tipo, por exemplo, você da sua forma de trabalhar de tudo mais, eu te considero como um gênio, tá ligado? Então tipo, muitas das coisas que eu sei e hoje a gente discute junto eu vejo que tipo, eu precisei estudar muito mais pra entender da forma que você conseguia entender muito mais rápido.	9
C84	Por que a partir do momento que você entra, você tipo... sua mente expande assim pra você ver o que é design, sabe?	9

C87	Então, eu sempre fui uma pessoa muito... eu não era conformado com as coisas. Eu sempre estava buscando mudanças e melhorias, eu sempre estava inconformado com aquilo ali que estava acontecendo, então por isso que eu nunca me mantive parado. Então, tipo, eu tava sempre buscando mais coisas, né.	10	
C94	Então tipo, aquilo que eu te falei lá no início. Tudo que eu tenho de experiência, eu tiro coisas boas. E a coisa boa foi essa, o tipo de profissional que eu não deveria ser.	10	
Processos e métodos de projeto			
A2	2 - Tem inúmeras formas de se apresentar o método de projeto em design.	1	
A3	3 - [...] Eu tenho gostado bastante, vivido bastante [...] o básico lá do que é pregado no Design Thinking, [...] no que foi disseminado pela IDEO e que foi pautada em cima de inúmeros estudos, [...] inúmeras pesquisas [...]	1	
A4	4 - [...] Acho que o fluxo mais simplificado, [...] que ajuda também a gente a ter um pouco mais de liberdade [...]	1	
A5	5 - [...] Iniciar um projeto a partir de um desafio, [...] toca com a solução de problemas, (6) [...] gente parte de um momento de entendimento, [...] de pesquisa, de imersão, depois a gente passa pela fase de análise, depois geração de ideias e depois a prototipagem e a validação, [verificar] se aquilo ali realmente faz sentido [...]	1	
A12	12 - Eu entendo isso [(5-11)] como método do design. Acho que existem muitas variações [...] existem muitas possibilidades dentro disso [...]	1	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	5	15 - É bem interessante para algumas ocasiões. [mas] A gente tem que ter muito cuidado para não meter os pés pelas mãos, de abrir mão da pesquisa, [...] mas acho que são tentativas interessantes e válidas sim para gente também não ficar muito preso [...] numa uma receitinha de bolo [...]	1
	3	18 - o design é muito errado, quando a gente olha para o design e ele vai só até a prototipagem, [...]. O design deveria ser implementação também. Então [tem que ter] a fase de implementação, seja o que quer que seja. Seja [...] um software, seja um serviço, um produto enfim. A gente até faz esse acompanhamento [...] mas isso às vezes não tá descrito no método, né, então muitas vezes é só uma fase opcional: o cliente pode pagar ou não seu acompanhamento enquanto que você fez todo o projeto, toda uma pesquisa e, gente, é óbvio [que é necessário]!	1
	3	23 - Deveria ser parte do processo: "Você tá me contratando, você vai me aguentar até o final!", sabe? "Esse negócio vai ficar pronto e eu vou te ajudar com isso" [...].	1
	Z4	24 - Toda essa questão que gente discute também na sala de aula, né, que essa separação de quem pensa, de quem faz, né, tudo isso reflete muito na realidade dos projetos hoje.	1
A38	38 - Eu não lembro se eu já tinha lido [...] coisas do Design Thinking, da IDEO até lá. Talvez sim, mas enfim, acho que foi uma coisa de ir fazendo vários cliques, sabe? Então "Ah, nossa! Acho que não tinha visto Design Thinking ainda". E aí, quando eu assisti aula dele eu falei... e eu adoro! Assim, eu adorei aquilo por que para mim é muito melhor o processo criativo dessa maneira, sabe? Antes eu tinha que catar um monte de referência e ficar lá tentando gerar a partir dos gráficos. Isso para mim era horrível! Eu odiava processo criativo!	2	
A40	40 - E aí quando ele trouxe isso (35) eu falei "Putá, cara! Isso é legal!" Sabe? Isso... isso me ajuda para caramba, né... a passar pela.... Eu não chego lá na ponta na hora de gerar a partir do gráfico... que seja gráfico, seja gráfico, produto, serviço. Eu não chego ali só com um monte de inspiração, eu chego ali com embasamento, eu sei porque que eu tô fazendo aquilo, da onde eu tô tirando essas ideias, o que que é legal pro meu usuário, enfim, a coisa toda fez muito mais sentido a partir desse momento.	2	

A41	41 - E aí depois conforme a gente foi ver o Design Thinking e aí foi engraçado, né, acho que isso é uma experiência que eu tenho feito na minha pesquisa também, algumas entrevistas, e é uma epifania que todos os designers da USP tem que é tipo: a gente aprende o que é projeto de design na USP, na faculdade, e aí a gente logo tem contato com a IDEO e com o Design Thinking e a gente fica: “*Tsc* Isso é projeto! Isso é design!”, É tipo assim: “Que que esses caras estão falando? Inventaram a pólvora! Isso aí é projeto! Isso existe desde os anos 70!”, sabe?	2
A42	42 - Então é muito engraçado porque é isso, assim, que acontece, né. Aí a gente vai vendo que são novas roupagens, novos modelos, novos formatos, tudo com a intenção de deixar a coisa mais didática, né? Lógico tem alguns autores que vem como se tivessem descobrindo a pólvora e vem autores que vem falando “Olha isso aqui é aquilo lá, que mais amadurecido. Agora adequado aos novos padrões da sociedade”. Enfim, então aí depende muito do autor, mas é muito engraçado como aluno da FAU costuma desdenhar essas coisas novas que surgem e falar: “Isso é design! Isso é design, entendeu? Não tem... não tem que inventar outro nome, isso é design.”	2
A108	Enfim, eu acho que isso é muito legal e é uma coisa que... que a gente vai perdendo com o tempo, né? Eu acho que a experimentação e o método eles deveriam estar mais juntos. Eu acho que a gente acaba estando mais pra um lado ou mais para o outro né, então...	8
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	3 A forma de trabalhar [na arte e no projeto] é totalmente diferente, porque a gente vai fazendo e vendo como a composição tá. Assim, tudo bem, o designer também faz isso, né, quando você trabalha com composição, tal. Mas no caso ali não tinha muito "Ctrl + Z", por exemplo. (Risos). E o material vai te levando às vezes pra caminhos que você não esperava, né... Acho que o designer, mal ou bem, ele projeta um pouco antes, assim.	3
	4 - Lucas — Legal, tipo um sistema mesmo. Que entra e sai com um objetivo certo. Designer C — Sim, sim. É, quando a gente fala do discovery é muito isso, né. Muito ali aquela parte do double diamond, de divergir, convergir, divergir, convergir.	1
	7 - [...] Quando a gente fala de metodologia de projeto é todo um racional que precisa executar, essa linha (5), pra poder chegar num objetivo mesmo.	2
	10 - [...] E isso faz muito sentido com o que a gente faz hoje no dia a dia, né, usando a metodologia de product discovery, que é uma metodologia, querendo ou não, bem recente mas que tem as suas características da metodologia de design como um todo	2
	C11 11 - [...] a gente [no product discovery] tá sempre olhando pra essas quatro coisas: risco de viabilidade, risco de usabilidade, o risco de negócio e o risco técnico. Então tipo, esses quatro riscos eles tem sinergia com esses outros... outras metodologias de projeto de Design, né, que são por exemplo a viabilidade de desenvolvimento em grande escala, se isso for pro mercado, se isso vai ser usado ou não, existe essas sinergias, eu vejo que existe essas sinergias entre as metodologias de Design. Só muda os nomes.	2
Projeto na graduação		
A25	25 - Eu com certeza vou dividir as experiências, eu acho que [a experiência na USP e na UFRJ] é... [...] Coisas completamente diferentes.	2
A26	26 - Partindo do princípio que o curso de Design [da UFRJ] ele vem das Belas Artes, então ele tem um espírito, e o curso de Design da USP vem da arquitetura, né. Nasceu... é um spin—off do curso de arquitetura, ele era algumas disciplinas e depois virou um curso só dele. Então ele... e ai como ele vem da arquitetura o projeto é uma coisa muito mais forte, muito mais arraigada.	2

A29	29 - Na UFRJ [...] tinha os projetos mas não tinha muito um caminho, sabe? Os professores deixavam a gente muito livre. Tinha no máximo assim aquela coisa de... Ah, e era design gráfico, né, principalmente. Então era muito: "Ah, vou ver outras referências, vou me inspirar e vou gerar minhas propostas gráficas", sabe? Mas a gente não tinha quase nada de ergonomia visual, não tinha quase nada de... entender o usuário? Imagina. Isso aí é coisa que eu vim ouvir falar só em São Paulo.	2
A31	31 - [...] No terceiro semestre de faculdade, eu tive contato com um projeto de extensão que era levar oficinas de design para crianças na Ilha Grande. Então a gente fazia... que eles, as crianças da Ilha Grande, apesar de ser maravilhoso aquele lugar, as crianças não tem perspectiva: vão virar artesão, pescador ou dona de casa, enfim, ou sei lá. Não tem muita perspectiva, né? Então a ideia de levar oficinas de design, de arte, de arquitetura para abrir os horizontes das crianças.	2
A33	33 - (32) Foi quando eu comecei a ter contato com disciplinas de projeto [...] No meu ano eu não tinha uma aula específica de metodologia de projeto. Porém, a gente tinha várias disciplinas de projeto e todas elas tinham um rigor assim com relação ao método. Então os professores já... não era uma coisa que era dada tipo: "Ah, vocês tem que fazer uma nova comunicação visual para um determinado evento", é tipo: "Gente, nessa semana e na próxima a gente vai fazer uma pesquisa do que é o evento, o que eles usam de material, quem são as pessoas que frequentam o evento". Então como o cronograma era, né... era dado então...	2
4	34 - Na UFRJ era uma coisa muito mais solta, né, eles tinham... Ah, e tinha datas para entregar a partir dos gráficos e depois datas para finalizar aquilo, imprimir e entregar o mock up. Enquanto aqui na USP não, a gente tinha um cronograma um pouco mais detalhado que guiava a gente justamente pelo processo do Design.	2
3	36 - [...] Nas outras disciplinas é o projeto e aí tem alguma metodologia que vai permeando, que é uma coisa muito tácita, assim, os professores vão falando, a gente vai fazendo, beleza e tal mas ninguém sabe tipo "Ah, eu tô nas fase da pesquisa, tô na fase da geração de ideias". Quando a gente faz essa disciplina com ele tudo fica muito claro, aí todo mundo "Ah! Então é por isso que eu tenho que fazer tal coisa. Ah! Então eu tô nessa fase", Enfim, e aí tinha toda essa coisa.	2
7	37 - [...]O projeto é uma coisa que permeia praticamente todas as disciplinas da FAU, assim, da USP, né? Eles... a gente respira processo, projeto o tempo todo. Então às vezes eu tô numa disciplina, que nem de gestão, que é uma disciplina que tinha interesse de nos aproximar com a realidade do mercado de administração de empresa, tanto que era um professor da Poli que dava aula para gente, ele usava o livro da MJV, sabe, então enfim. É uma coisa que permeia todas as disciplinas mas atualmente existe uma disciplina de metodologia de projeto no começo do curso justamente para preparar os alunos enfim.	2
A109	No meu período na UFRJ meu, eu fazia uns negócios muito loucos lá e eu lembro... hoje eu vejo os projetos que eu fazia lá e falo "Cara, eu não sei nem da onde eu tirei a ideia para fazer isso", sabe? Não sei nem como é que eu cheguei ali, mas foi experimentando, vendo coisas diferentes, né.	8
A155	Mas acho que uma coisa que... que é muito diferente é que na universidade a gente tem o controle o tempo todo. Então 90% dos projetos... sem exagerar, 90% dos projetos que eu fiz na universidade tiveram sobre o meu controle. Era o meu timing, era o meu pace, era o que eu queria fazer, era quando eu queria fazer. E as vezes eu negligenciava alguma coisa para poder valorizar outra, etc e tal. e no final projeto sair do jeito que eu queria.	7
A163	162... mas ainda que não fosse do jeito que eu queria eram outros designers, né, a visão deles de projeto é outra. Então a gente sabe qual que é o caminho que a gente tem que trilhar e aonde a gente quer chegar. Então meio que todo mundo colabora para que isso aconteça.	7

B7	7 - Tive uma experiência que foi bem bacana, mas que era tudo projetos experimentais, né.	2
B8	8 - Tinha projetos para desenvolver estamparia, né, a gente ia aprendendo a como desenvolver uma estampa, aí buscava um tema, e aí a partir do tema tirava... tô tentando lembrar... tirar as figuras, enfim, tinha toda uma, né, proposta para se criar aquela estampa, e aí eles iam ensinando como é que se fazia e aí no final você tinha a estampa.	2
B10	9 - Mas tinha... teve algumas propostas bacanas que eu... pra tudo aquilo que eu te falei de parceria com indústria, uma foi com [...] uma fábrica de papel em São Paulo que faz cadernos, essas fábricas. Que a gente foi... eles levaram a gente pra fábrica lá em São Paulo, a gente visitou, viu como era todo o processo de confecção dos cadernos e no final tinha uma premiação que eles iam dar para os ganhadores, um kit lá. Mas a brincadeira era a gente desenvolver um caderno da nossa proposta. Meio que criar em cima, fazer um produto conceitual assim. E aí a turma era separada em três grupos e cada um... eu não me lembro assim pra você, o passo a passo de como a gente fez.	2
B11	10 - [...] Era muito em cima dessa coisa de um conceito. E aí você cria lá o conceito e vai pesquisando de que forma fazer aquilo de uma forma diferente da usual, assim.	2
R11	11 - [...] Cada período era um [material].. aquele era o período que a gente tava trabalhando com papel. [...] É como se fossem grandes projetos que a gente no final a gente desenvolvia esse produto. O que era interessante porque não era individual, era em grupo, né, e eu acho que... Buscava trazer essa coisa do designer trabalhar em conjunto, o que não necessariamente acontecia, (risos) porque tinha muita gente que ficava na aba, normal.	2
2	12 - [...] [...] na Lattoog foi isso, eles cederam três armações que eram protótipos deles, de metal, e a gente tinha que desenvolver aquela superfície e o tema era "casa brasileira", já davam um tema. A gente fez uma pesquisa em cima da casa brasileira e tal, fomos buscando quais seriam os símbolos que a gente ia pegar como referência, a gente pegou o xequerê, por exemplo, que é um instrumento musical, porque ele tinha as tramas... [...] E aí a gente fez uma cadeira que era toda de bolinhas de tecido, enfim, aí projetamos ela no Photoshop, como é que iam ser as cores, como é que ia simbolizar aquele padrão da trama do xequerê e no final a gente confeccionou mesmo, manualmente né. Assim, essa foi a nossa proposta, a galera fez... cada uma fez uma né.	2
B36b	E é essencial pra você entender como se estrutura essa trama, e ali tá o padrão. Porque a partir do... o tear a cor é material, né, não é tingimento. Então assim, a partir do entrelaçamento das tramas que você tira o padrão. Então assim, você precisa ter uma prática pra entender, né? Se não fica tudo muito teórico.	5
B51	Vai fazer moda, entendeu? Na moda você vai pensar tecido, estampa exclusiva, vai pensar em uma modelagem diferente.	7
B55	Porque é isso que te falei, às vezes através dessas experiências você tira propostas para produtos, mas você precisa investir nisso. E isso não necessariamente você vai até perceber, linkar, sabe? Mas.. É porque você tá lidando com criatividade. Então, assim, como mover essa criatividade? Investindo em pesquisa criativa, em arte, em coisas que não te limitem, né?	7
B59	Talvez se eu tivesse trabalhado com estampa eu teria aprendido isso no mercado de trabalho, assim, a vera mesmo, né? Porque a gente fica muito no fictício, ali na produção de estampa, sabe?	7
B61	Desconheço, não trabalhei com isso, mas a faculdade ela só te ensina a desenhar e fazer padronagem, né, ela não te ensina a lidar com a realidade de aplicação...	7

C5	5 - [...]O primeiro contato que a gente teve, assim, com a metodologia de projeto foi no segundo período né, foi a metodologia mesmo de projeto, que foi ensinada pelo Moa, e aí foi um projeto que eu lembro que no início do semestre, assim, ele... bem na primeira aula ele montou todo um case, assim, de processo de projeto, né, olhando pela metodologia.	2
C6	6 - [...] Eu não lembro certo qual metodologia era, mas a gente pode presumir que provavelmente, na FOA, deve ser Das Coisas Nascer Coisas ou Design Thinking, que são aquelas cinco etapas. E aí o Moa ele teve essa explicação de todo o processo, né [...] a primeira [fase] do briefing, entendimento, conceituação, geração de ideias, e... quando a gente fala prototipação, wireframing, né, que são as... os testes em protótipos e depois um protótipo em escala reduzida finalizado, né.	2
C8	8 - [...] Eu lembro que no decorrer das aulas ele passou um projeto que se estenderia no semestre todo, que foi um projeto com o objetivo de melhorar mesmo a mobilidade urbana, né, e com isso a gente teria que desenvolver um patinete. Aí ele explicava cada etapa que a gente passaria por aula e aí ficava como tarefa de casa, né, pra próxima aula, a gente executar essa missão.	2
C9	9 - [...] Então seria levantamento técnico, referências, entender como é a mobilidade nas cidades, essas coisas todas. Mas tudo numa ordem linear, assim, que nem etapas pra poder seguir esse projeto. E aí a gente fez essa divisão em grupos e a gente começou a botar a mão na massa mesmo, né. Fazendo análise de similares... Primeira coisa foi entender o briefing, depois falar análise de similares, olhar para tipos de materiais, ficha técnica, ideiação, prototipação, teste, até ter um protótipo final mesmo em escala reduzida. E aí depois a gente fez toda uma avaliação, se aquilo ali era escalável, se não era, se era viável ou se não era.	2
3	O projeto de design na graduação é um cenário lindo, né. Porque a gente, acho que na graduação já teria que ter tido contato com cliente, já estar fazendo projetos para pessoas reais e o envolvimento de outras áreas, né. Então tipo, por exemplo, na graduação se a gente for fazer um projeto de gráfico a gente não tem contato teoricamente com papelaria e impressão. Ou, no design digital a gente não tem contato com o pessoal, por exemplo, de tecnologia, para poder dizer se aquilo ali que você está construindo é viável ou não, e se sim, quantas horas vai custar e se isso... e o negócio também pra dizer se isso é rentável.	7
7	Então na academia não, na academia a gente já tinha um time com características e habilidades diferentes, já tinha um briefing definido, já tinha vamos dizer um problema e também um caminho a ser traçado, vamos dizer assim.	7
Projeto na prática profissional		
A13	13 - Cada vez mais eu percebo que dependendo do projeto ou da equipe a coisa não exatamente flui talvez nessa ordem (5), cada vez mais eu tenho até curtido coisa da subversão [...]	1
A14	14 - [...] Os métodos ágeis, leans [...] acabam valorizando muito essa coisa de: "Ah, beleza! Não pesquisa, pega o desafio, testa, depois você vai pesquisar"	1
A16	16 - [...] (15) quando na verdade os projetos que a gente faz são tão diversos, os clientes são tão diferentes [...] Então acho que é interessante a gente ter uma certa liberdade.	1
A17	17 - complementando porque eu acho que isso é muito importante	1
A19	19 - [...] "a hora que eu pego o desenho por mais detalhado, técnico e perfeito que ele esteja, quando eu levo ele para modelagem 3D eu continuo criando ali, porque vai ter uma série de limitações, uma série de coisas que vão aparecer para mim ali que não apareciam no desenho" [...] - designer de produto com quem a Designer A conversou	1
A20	20 - Ele parou de usar dois designers diferentes e [...] começou usar o mesmo designer para finalizar o 3D [...]	1

A21	21 - "[...] gente vai lá, faz a pesquisa, gera as ideias faz a prototipagem e na hora de implementar não é a gente! E na hora de implementar surgem inúmeras necessidades e limitações que não aparecem no protótipo também, né?". Então isso nunca deveria ser opcional" [...]	1	
A22	22 - o calor de brigar por isso, porque eu trabalho em consultoria, e consultoria é isso [...]: a gente entrega as ideias e vai tudo para gaveta e ninguém deixa a gente implementar e a gente não sabe como as coisas ficaram depois. E isso é horrível! Deveria ser proibido!	1	
A43	É... Vamos lá: sim, com certeza. Mesmo que hoje eu não esteja mais envolvida diretamente com projeto. Mas eu acabo fazendo projetos internos para MJV como gestora.	3	
A44	Minha posição hoje na MJV é um pouco complexa por conta do mestrado, né, vou dividir um pouco diferente as minhas atividades, mas existe a Camila gestora de projetos, né, que eu acompanho os projetos do início ao fim, etc, e aí talvez... eu não sei. É que é... é projeto, porque a gente está desenvolvendo um projeto mas a minha atuação deixa de ser um pouco projeto para virar muito mais gestão.	3	
A45	Então eu faço acompanhamento, eu instruo pessoas, eu oriento pessoas, né, eu discuto com cliente, eu brigo por cronograma, enfim. Então o meu papel acabou não sendo o desenvolvimento do projeto, então eu me vejo muito mais comum suporte para equipe que faz projeto, né.	3	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	5b	É uma visão que eu gosto bastante de dividir por que as pessoas às vezes viram e falam: "Ah, nossa você é gerente! Quantas pessoas trabalham para você? Quantas pessoas estão abaixo de você?". Eu falo: "Olha, eu trabalho para 70 pessoas". É isso que eu faço, sabe? Então eu não tenho ninguém trabalhando para mim, eu sou uma... um suporte de 70 pessoas que hoje estão desenvolvendo o projeto. Então... Lógico né? Existem outros gerentes como eu e a gente divide essas 70 pessoas, se não seria enlouquecedor, mas eventualmente eu acabo interagindo com pessoas... 70 pessoas que fazem hoje parte da Inovação em São Paulo.	3
	3	Então eu vejo... existe esse papel, né: existe a Camila gerente de projeto, coordenadora de projetos, né enfim. Eu acabo não fazendo exatamente projeto, apesar do objeto de trabalho ser um projeto justamente para os clientes, né. E existe a Camila que cuida de iniciativas internas dentro da MJV, que é boa parte do que eu faço hoje	3
	3	Então eu tô menos nessa posição (45), apesar de continuar apoiando algumas pessoas, e eu tô mais na frente de iniciativas internas da MJV. E aí, isso é projeto. Então, por exemplo, agora eu tô pesquisando sobre PDI, né, Programa de Desenvolvimento Individual de funcionários.	3
A50	Então eu tô pesquisando referências, eu tô levantando quais são as dores das pessoas, que que as pessoas querem, que que elas esperam de um programa de desenvolvimento, o que tem sido feito no mercado, enfim, para gente gerar um pilotinho, rodar e dando certo a gente vai aprimorando, um pouco isso. E aí, eu tenho feito isso com várias frentes diferentes na MJV hoje.	3	
A51	Na MJV a gente usa muito o Design Thinking, né, do jeito que ele é. Vinha as quatro etapas da IDEO, né, e tudo mais... nem sei se são quatro etapas da IDEO mais... Enfim, a gente trabalha com quatro etapas: a imersão, análise, ideação, prototipagem. E a gente usa nome Design Thinking, enfim, o Design Thinking é uma coisa muito forte na MJV, ele é a alma de tudo que a gente faz.	4	
A52	[...] Qualquer coisa que a gente... exceto algumas demandas específicas de tecnologia, né, que aí é geralmente é o time de tecnologia, que vai atuar o pessoal do Ágil então eles têm, né, os métodos deles. Mas tudo que envolve inovação a gente trabalha com Design Thinking, é a alma do negócio.	4	

A53	[...] É evidente que dependendo do projeto, dependendo do cliente, a gente vai se adaptando e a gente vai ajustando algumas coisas. Então eu acho que... eu diria que a base é o DT, né, da forma como é apresentado, porém às vezes o cliente chega e, sei lá, “Eu vou precisar de um backlog no final”. Então beleza, então a gente vai ter que incorporar algumas coisas do Ágil no processo.	4
A55	Não necessariamente o design thinking prevê pesquisa quantitativa, enfim né, com estatística e tudo mais, a gente.. uma coisa que a gente tem tentado trazer para dentro, porque a gente vê que faz muito sentido, até para nos conectar com Data Science, isso tem ajudado bastante, enfim, segmentação de base, essas coisas.	4
A56	Então eu vejo mais dessa maneira e acho que é um pouco do que a gente realmente vive. assim, lá na MJV, o DT né, para inovação ele é a base o que a gente faz, mas a gente vai se adequando dependendo do cliente, dependendo das especificidades do projeto, enfim. Daí a gente vai usando ferramentas do próprio Design Thinking enquanto ferramentas do Ágil, ferramentas do Lean Inception ou coisas assim.	4
A71	Quando o projeto começa de fato a gente já começa a rever essa proposta por que quando a gente desenhou a proposta eu tive, sei lá, duas, três reuniões de briefing e quando o projeto começa, e a gente começa a conversar com as pessoas, a coisa muda, né? Então a gente pega aquele desenho inicial e a gente vai refazendo ele ao longo do projeto	4
A77	A minha experiência de projeto no meu escritório é muito próximo do que eu tenho na MJV, porque é o que eu acredito como design, e é a coisa... é o meu escritório e eu curto método, né, então tão óbvio que tudo que a gente fizer vai seguir o método.	4
1	Então a gente tinha que fazer toda uma criação visual e conceitual em cima de cada fragrância que a gente tava indo apresentar para o Boticário, por exemplo. Então quando eu chegava com cheiro, não era tipo “Esse cheiro aí é um cheiro floral, frutal com toque de cereja”. Não, a gente chegava e falava assim: “Esse é o cheiro da mulher independente que agora largou o marido e ela agora vai trabalhar e abrir seu próprio negócio”, entendeu? Então é assim que se trabalha com fragrância, e aí a gente tinha que construir essa história por trás, né.	4
2	E foi muito engraçado porque eu gostava do trabalho. Era... era complicado porque eu nunca tinha tido experiência com projeto, né. Foi tudo antes de eu abrir minha empresa, então eu tava aprendendo ainda que que era projeto na universidade, na USP né, então eu trabalhava muito gráfico pelo gráfico, né. Essa coisa da beleza, do que tá na moda, do que tá em alta, ainda mais marketing de uma empresa de fragrância.	4
A83	Mas eu aprendi muitíssimo lá. Eu aprendi muito o poder de marketing, o poder de uma história bem contada, né, porque era isso que a gente vendia e inclusive a gente era reconhecido por ser o melhor... o nosso marketing tinha era melhor do que a parte de fragrância e é isso é uma guerra interna. Tinha... porque às vezes ia apresentar coisa pro Boticário e a gente com frequência recebia a resposta tipo “Olha, a proposta conceitual melhor foi de vocês mas o cheiro ganhou da concorrente”, e isso era uma “puta” discussão lá dentro, né, era super complicado enfim. Mas o marketing era realmente muito bom. Eram uns profissionais muito bons, então aprendi muito lá, mas [não?] era projeto.	4
A84	Antes disso trabalhei numa empresa de... que fazia embalagem, principalmente né, design, design gráfico né, para embalagem. Produto também né, era um mix, assim. E também não tinha quase nada de projeto. Não sei se é porque eu era assistente, então eu não tinha uma responsabilidade muito grande com os projetos do início ao fim, né.	4

A137	Então foi... e aí começou a juntar a coisa da gestão, né, e eu não tava conseguindo ser mais designer, né. Acho engraçado isso. Eu lembro a primeira aula do Stunck na UFRJ, cara, eu tinha 17 anos, ele... ele falou assim: "Gente. quem aqui quer ter o seu próprio escritório de design?" e eu lembro que a turma inteira levantou a mão menos eu e um amigo meu. E eu tava bem na frente assim, aí ele me olhou de um jeito... Por né, o Strunck é o rei do... do escritório. Quando ele me olhou ele falou assim: "Por que que você não quer?" E eu tava no segundo semestre, se eu não me engano. Ele já me conhecia e ele gostava muito de mim. Ele falou assim: "Por que que você não quer ter o seu próprio escritório? Você é uma ótima designer!", aí eu falei "É, eu não quero ter meu escritório por que eu não quero deixar de ser designer". E aí ele me olhando assim... aí ele... "É...", aí eu falei você "Você, por exemplo, professor, quanto tempo você não faz um projeto de design do início ao fim?" e aí ele olhou assim e ele falou "Não, veja bem, né". E aí ele foi super fofo, assim né, mas ele falou "Olha eu faço muitos projetos de design ainda, mas eu entendo seu ponto, eu sou muito mais gestor, né, administrador do que de fato designer. Meus... meus funcionários trabalham muito mais do que eu com design". E eu falei "Pois é...".	9
A138	E aí, gente, é impressionante como 10 anos depois, sabe, eu tenho que viver para crer, né? Eu tenho que abrir o meu próprio escritório e falar "Não quero, porque eu quero fazer design"	9
A142	Então... que a MJV, né, no final das contas, eu trabalho para banco. Eu trabalho pra seguradoras, assim... Não são as melhores instituições que desejam o bem social, né, enfim. Não é o foco deles, né? Não é o coração, por mais que... Assim, eu acompanho o GIFE que é... esqueci agora o que significa mas é um conglomerado de grandes empresas, né, voltadas para impacto social. Então é uma coisa, é uma entidade preocupada com responsabilidade social empresarial, gosto muito deles. E eles tem discutido cada vez mais essa coisa, né, de tipo, as organizações elas tem feito muitas iniciativas sociais, né, os bancos, as seguradoras, as telecoms. Só que isso ainda não é parte do core business deles, né. E isso ainda tá muito distante do... do centro né, do que é o negócio. E isso faz com que a gente, né, veja que às vezes tomam atitudes e tem produtos, né, oferecidos que na verdade acabou mais prejudicando do que ajudando.	9
15	É, por exemplo, tem uma história que eu sempre conto, que eu gosto, pra ilustrar isso, né. Que eu tava trabalhando uma vez para um banco e eu tava fazendo uma uma interface gráfica né. Eu tava na verdade orientando o UX que ia fazer uma interface gráfica e eu tava determinando que informações deveriam vir na tela. E aí, o gerente do banco, ele costumava fazer uma gambiarra. Não vou entrar em detalhes, até para também não me entregar, mas o gerente do banco ele costumava fazer uma certa gambiarra para na hora de atender os clientes do banco, né, quem tem conta corrente e tal, para vender um determinado produto. E aí eu descobri isso e eu fiquei horrorizada, eu falei "Gente! Não acredito que ele faz isso". Só que era uma falha do sistema, sabe, era uma coisa muito maior do que eu, muito maior do que produto que eu tava fazendo. E aí o gerente descobriu essa brecha e ele usava isso para dar um "migué" lá. E aí eu virei para a PO (product owner) e eu falei assim "Olha, vamos fazer o seguinte: a gente coloca esse botão aqui, mas quando ele clicar nesse botão ele não vai para a tela que ele habitua ir, ele vai ter que voltar e preencher todo o cadastro, porque se ele vai fazer gambiarra que ele tenha pelo menos trabalho". E aí, o que era uma coisa muito fácil, uma gambiarra muito fácil de se fazer, virou uma gambiarra "puta meu, dá o maior trampo". Ele tinha que preencher o rolê todo de novo, sabe? E aí quando o apresentei isso para a PO, né, ela... a gente tava lá, apresentei a tela para equipe inteira, etc, não sei o quê, e ela falou assim "Mas espera, se ele clicar aí ele não vai ter que preencher tudo de novo?", eu falei "Vai!" e ela ficou me olhando assim... eu falei "Ué, ele vai fazer a gambiarra dele, mas se ele tiver que fazer gambiarra ele que, né, ele que tenha trabalho pelo menos, né, não vou deixar fácil para ele fazer a gambiarra ali".	9
A161	E eu acho que tem muito disso, sabe, da nossa falta de controle do projeto. A gente não tem controle. O projeto, ele às vezes vai começar da melhor forma e no meio do caminho o cliente vai mudar de ideia ou a gente vai perceber que o usuário não precisa disso, e isso é o mais doido.	7
A166	...quando eu trabalhava na embalagem era muito tranquilo, era só um chefe com quem eu tinha que lidar e ele era bem de boa, me deixava muito livre. Porque eu era... ele é era engenheiro, então ele não queria se meter muito no que eu fazia, apesar de se meter muito ainda algumas vezes. Mas assim ele era muito bonzinho, sabe? Me respeitava muito, apesar de eu ser uma estagiária com 18 anos. E aí, até então eu fazia o projeto do jeito que eu queria, sabe?	10

A171	E agora na MJV a mesma coisa, né, sendo gerente, né, eu acabo lidando muito com o cliente. E como a gente trabalha muito com pesquisa com usuário a coisa vem assim, independente do nosso querer, né, a gente pode achar que "Ah, um totem ali vai ser maravilhoso!", as pessoas vão ignorar o totem porque as pessoas ignoram totens, sabe? "E agora, o que que eu faço do meu projeto?"	10
B4	4 - e [projeto também inclui o que você faz] no meio do caminho, assim, as novas.... os novos caminhos que você acaba seguindo porque não necessariamente sai da forma que você quer.	1
B13	13 - [...] E aí foi um trabalho bem interessante. Claro que é aquela coisa, não foi voltado para indústria, foi voltado pra uma... possível realidade. Mas que nem é a realidade da Lattoog mesmo, a vera, né. Lá eles não... a parte manual, do fazer manual, é mais nos quadros. Nos produtos, nas cadeiras e poltronas é mais industrial mesmo, né. Então não poderia dizer que foi um projeto tão real assim, mas...	2
B14	14 - [...] É um questionamento que eu sinto falta, às vezes. Nesse sentido nem tanto, mas é porque pro têxtil isso faz muita diferença. Você entender o mecanismo industrial, entendeu? [...] É porque eu fico pensando... Eu procuro assim, como que... antigamente era aqueles cartões furados, por exemplo, pras... pros Teares de Jacquard, por exemplo. Hoje em dia já é tudo computador, né, tudo códigos assim, não sei. Como é que é isso, entendeu? Poderia ter tido uma coisa que a gente poderia ter explorado, mas...	2
5	Não, porque eu trabalho mais na parte artística. [...] Teve dois produtos especificamente que eu trabalhei como projeto, sim. Um pufe e uma banquetta. Foi... a gente teve uma parte manual mas ele tava inserida dentro do projeto. A gente fez protótipo, experimentou. Tem o desenho técnico, tem tudo, assim.	3
7	Lá a gente deixava as coisas mais livres, assim. Usava, sei lá... às vezes o material quebrava e... "Porra, isso aqui ficou maneiro! Vamos botar isso aqui aqui, assim", entendeu? Não tem uma... Até porque ele não é produzido em série. Então, assim, não tem problema se for diferente. Era um quadro, era um quadro. Era vendido como peça única. E também a questão do tempo, né? Porque assim, não tinha necessariamente um tempo específico pra terminar. Claro que a gente tentava que não se estendesse muito, mas ele não tinha data pré determinada pra acabar.	3
3	É a gente pega desde pedaços de sobra de protótipos, tipo [...] [refugos] de lá de dentro. Sei lá, testamos a perna de uma... testamos a perna de uma poltrona... que são poucos protótipos que são feitos lá, mas alguns foram... e aí, pô, uma madeira super bonita, esculpida, a gente pega ela e estabelece uma proposta de criação com linhas e com outros pedaços de madeira da própria... também da oficina, ou esses que já são mais... a gente acabou criando... o que que aconteceu: alguns grupos. Um grupo que era ideia do Leo, que ele pegava uma chapa de madeira e a partir dessa chapa de compensado ele cortava formas concêntricas. [...]	4
B19	[...] Ai tinha esses quadros que a gente... a série Concêntricos, né, que a gente chama. Então ele tinha... na verdade esse daí ele cria um método em cima dele. São essas formas concêntricas e a gente fica brincando na verdade de compor essas formas no quadro. E tem um trabalho de acabamento, lixar e tudo, bem trabalhoso que também faz parte do processo. E tem a série fragmentos que justamente ela trabalha com esses pedacinhos de corte a laser, específico de uma luminária... e também com... às vezes com tudo que tem na oficina, assim, a gente catava desde pedaços bem acabados de madeira, até parafuso e pedra do chão e montava uma composição, entendeu? Que é mais a... a série fragmentos é um pouco isso. E aí eu também comecei a colocar esse lance dos fios, das linhas, enfim.	4
B20	É, [o resultado vem] pela experimentação da composição, com o material.	4

B21	É, a proposta era justamente essa, que na verdade é uma proposta muito interessante, porque te abre referências... referências não, mas assim, amplia seu pensamento. É a diferença entre ficar olhando só no Pinterest e você ficar tentando fazer coisas e tirar das suas próprias experimentações a referência às vezes para fazer um objeto, mesmo né, oficial. O Leo tem essa sacação, assim, ele não faz isso atoa, sabe? Dali surgem ideias, né.	4
B23	A gente... ia bem pela experimentação mesmo. Esse que... tem uns que são uns losangoszinhos assim, do lado de um quadro que tem umas mesinhas brancas. Esse aí é o canto das molduras, que a gente fazia as molduras lá. E a moldura você corta ela em 45 graus e sobrava esses cantinhos. Essa é a brincadeira, entendeu? Usar, tipo, refugos e sobras pra fazer uma composição.	4
B26	É por serem peças únicas, por não necessariamente conter um projeto. A gente tem assim, uma ideia, né, tem modelos, tipo isso. Série concêntricos e série fragmentos... né, a gente cria um link entre as formas. [...] É, um conceito. Mas não tem um projeto, sabe?	4
B48	Então, nesse sentido se aproxima. Entre essa questão da experimentação no material, de não ter necessariamente... nessa parte de arte, né? De não ter deadline necessariamente... é uma eterna experimentação, propostas, mas que a faculdade te dá um pouco isso.	7
PUC-Rio - Certificação Digital N° 1912548/CA	3) No projeto de produto, eles... como é que eu poderia dizer? Assim, eu acho que... eu fiz dois projetos que eles tinham um pouco mais dessa mistura manual com o industrial. Então tem até lá, se quiser ver. Então ele pega um pouco do que eu aprendi na faculdade, de uma certa forma, assim. Porque não era uma proposta necessariamente voltada para a produção industrial.	7
	3) Mas, 90% dos produtos lá não seguem esse padrão. Eles.. você pega um catálogo de fábrica, escolhe o tecido e é assim que funciona, entendeu? Então assim, um pensamento de superfície... não, não existe.	7
	4) [...] A Lattoog é uma empresa muito específica, [...] Eles tem esse viés com arte. A maioria das empresas de design... Quer dizer, algumas tem, né, mas acho que eles são um caso, assim, desse pequeno núcleo que se propôs a investir nisso. Porque é um investimento, cara, esse é um investimento que ele não necessariamente dá um retorno financeiro. Pelo menos não imediato. Ou pelo menos não assim, palpável.	7
	3) Você deve aprender [na prática] uma série de questões de... com que material, dependendo do tecido que você está estampando, enfim.	7
	B70	É até incrível como as pessoas te chamam. As pessoas te chamam pra fazer trabalhos... me chamam no caso, pra fazer trabalhos criativos. Eu que os designers sofrem um pouco... sofrem não, eles passam um pouco por isso. Criativos do tipo até, porra, "faz uma pintura na minha parede", sabe? Coisas assim... Que vão muito mais para uma habilidade artística do que... uma habilidade artística e um gosto, um bom gosto de composição, sei lá, do que pra um trabalho dito de design pela... pelo consenso geral ai. Mas, mas acho que é isso.
C12	Depende da demanda pra chamar de projeto, sabe? Tem demandas que a gente já chega com data marcada pra entrega, então a gente não consegue fazer mesmo um processo de Design. Então depende do projeto pra gente conseguir fazer um discovery.	3
C13	Cara, hoje o nosso... hoje no time que eu tô a gente tem muito mais um viés estratégico do que, vamos dizer, entregar tela no final do dia pra alguém desenvolver e subir pro app.	3

C14	O meu time mesmo, na minha coordenação somos eu, Juliano, Otávio, Samy e Johnatan. Somos cinco, mas tem mais sete consultores, né, nessa semana eu já estou começando a atuar um pouco como, vamos dizer, um designer lead, porque eu estou tomando conta de três consultores, que são pessoas de outras empresas que vem atuar aqui dentro. Mas como área mesmo de design CX, a nossa superintendência tem cerca de 130 designers.	3
C15	[Eu trabalho] diretamente com esses cinco. A gente acaba se relacionando com outros designers durante o decorrer da semana por conta, por exemplo, do nosso design ops, as nossas guildas, mas como times mesmo que dentro de investimentos mais esses cinco designers que são internos.	3
C16	Eu faço os dois [UX e UI]. Eu atuo mesmo como product designer, tanto... desde a concepção até a entrega. Foi algo que eu consegui desenvolver dentro do banco como aprender a fazer acessibilidade, wireframing, pesquisa, que é algo que eu tenho feito recentemente um pouco mais	3
C17	A parte da estratégia que falo, por exemplo, é... hoje a gente está fazendo um entendimento, por exemplo, de perfil, né. A gente está traçando o que é o perfil investidor. O que é essa pessoa? Como que ela se relaciona com o seu dinheiro? A partir de que momento ela passa a juntar dinheiro e pra que ela junta? E todas as características, as diversas características que cada indivíduo como investidor pode ter, sabe? Existe um investidor que ele quer saber sobre economia e investimentos. Quer saber o que é, por exemplo, uma taxa Selic, o que é um Tesouro Direto, como aquele outro investidor que não quer saber nada e quer que uma pessoa do banco tome conta do dinheiro dele e ele só quer saber se o dinheiro dele está rendendo ou não. Então a gente está nesse trabalho.	3
3	E o outro que eu falei que teoricamente é mais correria, que a gente precisa mais estar ali desenvolvendo projetos são coisas pontuais como, "Ah, a gente precisa ajustar tal coisa em um fluxo, por exemplo, porque é um ponto de auditoria", né, um ponto que o Bacen veio e viu que o banco está fazendo de uma forma um pouco diferente ou um pouco que não está seguindo as normas e a gente acaba recebendo uma data limite pra isso estar resolvido, né, esse problema.	3
3	Não, é um fluxo, eu falo mesmo... tipo, sei lá, tem um fluxo de aplicação em fundos e ai quando um cliente ele está fazendo uma aplicação em fundos pode ser que ele esteja fazendo uma aplicação em fundos que não seja do perfil dele. Por exemplo, ele é um perfil moderado e ele está aplicando em fundo de um perfil arrojado e nisso ele está assumindo um risco que está desenquadrado com o perfil dele. Então a gente precisa exibir, por exemplo, um termo de ciência de risco que ele está aplicando um fundo que não é recomendado para ele, sabe?	3
C21	[Isso é] por todos os canais. Ambos os canais, tanto no aplicativo quanto no site. A gente olha para a jornada, a gente não olha para algo específico "Você faz mobile e você faz internet, ou você faz outra coisa...", sabe?	3
C22	[...] Quando [a questão] é na agência [do Banco], diretamente com o cliente, ai já segue todas as normas e regras do Banco Central. [...] A gente trabalha ali mais com aplicativo, tudo isso. Por mais que a gente faça pesquisa e tenha um certo contato com o cliente a gente não está vendendo nada e sim testando.	3
C23	[...] a gente vê os aprendizados que a gente tem em testes, em pesquisas e na parte de estratégia, tudo primeiro tem que ser validado e depois dos aprendizados os insumos a gente traz para a operação. E isso ai a gente vê os momentos certos para acrescentar isso em cada projeto né, porque também tem a questão de tempo. E ai isso entra no nosso backlog ali da squad de cada pessoa. Por exemplo, eu estou atuando na parte de investimentos mas eu fico focado olhando somente para a parte de assessoria. Então, por exemplo, quem está lá fazendo aplicação, mexendo com catálogo de investimentos também pega os insumos que a gente teve na parte estratégica e traz para o seu dia a dia, para a sua operação ali e vê como acrescentar isso.	3

C24	É basicamente o continuous discovery, né? Você tem todo o processo de discovery e depois você continua dando continuidade daquilo. A gente tem por exemplo um case bem famoso disso que é as formas hoje de se reagir no Facebook, por exemplo. Antigamente tinha só o "Curtir", e aí continuaram fazendo várias pesquisas até entender e chegar nesse entregável que é hoje que tem várias formas de se reagir a uma publicação.	3
C25	Então, o discover ele é uma metodologia mas tem como usar diversas ferramentas a cada momento. E aí depende muito do estágio do seu produto, sabe? Por exemplo, a gente atua no Pix, então o Pix é uma coisa embrionária, é uma coisa que tá nascendo do zero.	4
C27	Ele é uma abordagem que dependendo do estágio do seu produto você parte de um certo lugar, sabe? Por exemplo, a primeira etapa do discovery. que a gente fala mesmo que é o descobrir. Que é onde você descobre tudo aquilo que está relacionado ao seu produto, né. Isso envolvendo o seu cliente, o seu produto e o banco, assim, a instituição.	4
C28	Igual a gente fala, a gente tem a matriz de impacto, que aí eu vou olhar primeiro, quais são os meus objetivos de negócio com essa iniciativa? Quais são os meus objetivos com experiência? Como eu vou medir o meu sucesso com esse produto, que são de OKR, são os KR, os key results, e qual o meu target máximo? Quem eu quero atingir com isso? E aí no primeiro momento ali, quando a gente fala na primeira etapa, o primeiro "abrir" do Double Diamond, que é o descobrir a gente tem essas ferramentas, que é a matriz CSD, levantamento de materiais, tanto internos quando externos de mercado, levantamento de cenários, sínteses de cenários atuais, a gente pode fazer entrevistas com stakeholders, a gente pode fazer, por exemplo, para entender e colocar todo mundo que está envolvido no projeto na mesma página, a gente pode fazer um "O que é, o que não é, o que faz, o que não faz", e aí a gente tendo todos esses insumos iniciais a gente pode partir, por exemplo, também para outras coisas. A outra etapa que é a definição. E aí a gente pode usar, por exemplo os "Cinco Por Quês", a matriz de impacto como eu falei, matriz SWOT, a curva de valor, para entender essas características que vão ser entregadas e que os usuários vão usar.	4
0	E a última etapa que é a entrega, que aí a gente pode fazer um storyboard, uma ideção, soluções marcadas ou um roteiro de teste, um paper prototype, teste de conceito, teste de usabilidade já com protótipo de alto ou média fidelidade, sabe?	4
1	Por exemplo, imagina que hoje eu já tenho toda uma forma de assessoria dentro do meu aplicativo e aí eu preciso fazer um discovery. Então eu tenho que olhar de novo para aquelas duas perguntas no início de um projeto. O descobrir teoricamente ele fala: O que eu tenho hoje como assessoria? O que eu quero ter ao final do discovery? Por exemplo, o que eu tenho hoje como transferência e o que eu quero ter no final desse discovery com o Pix, por exemplo, que é essa nova forma de transferir e pagar, sabe?	4
C33	também pode acontecer de ter vezes que não é necessário fazer um discovery do início ao fim. Simplesmente você pode fazer uma pesquisa de usabilidade, um teste e já conseguir melhorar o seu produto, ou conseguir melhorar o seu produto para atingir um objetivo de negócio, sabe?	4
C34	Ele é mais flexível. Então você pode fazer um teste de usabilidade que você vai conseguir captar insumos para melhorar o seu produto que pode mexer por exemplo em um indicador de negócio, no funil de conversão. Antes, antigamente eu teria no caso 12 mil transferências feitas, 12 milhões de transferências feitas ao mês e depois que eu melhorar o fluxo eu posso ter 20.	4
C50	Cara, a prática na agência teoricamente era top-down.	4
C52	Nem todas as decisões são pautadas em dados, em pesquisas, sabe? É muito achismo e "acredito que isso seja melhor". Mas tipo não é "acredito que isso seja melhor", é "por que eu acredito que isso é melhor?", "da onde que foi, qual o por que e qual a solução", sabe? Então na agência teoricamente não é nem de design, é agência de publicidade. Então a gente tinha que ter muito mais um viés de comunicar para venda, né. Forçar a pessoa a teoricamente fazer a compra ou consumir certa coisa.	4

C58	[...] Hoje isso [as atribuições] vai muito de cargo pra cargo. Vamos dizer, antes você tinha um grupo com pessoas com várias características e habilidades. Hoje você... hoje por exemplo, no meu cenário que atuo dentro de uma squad e exerço as duas funções como UX e UI e estou no cargo como júnior eu já tenho certo auxílio do meu coordenador, né, por exemplo.	7	
C63	É lógico que eu tenho as minhas, os meus encontros semanais com o meu coordenador. Mas eu tenho autonomia pra fazer assim muita coisa, sabe? Não é aquela coisa ali do meu chefe ele estar na minha orelha, tipo, no final do dia me pedindo tal coisa e nem o professor na aula seguinte me cobrando a tarefa de casa, sabe? É autonomia. É uma coisa muito boa porque você consegue gerar... traçar um perfil, sabe?	7	
C86	Sim sim, mas cara, eu tento muito não perder esse lado, sabe? Ter um olhar de designer. Você senta... no design digital... eu gosto muito de estudar no design na raiz, sabe? Até o próximo livro que eu quero comprar é aquele que eu te perguntei outro dia, um que fala sobre a chegada do Design no Brasil, né, que eles tinham me passado, da Lucy Niemeyer. [...] Esse ano eu comprei já quase 20 livros de design.	9	
C93	Sim, eu trabalhei na Actus, que foi o estágio. Na verdade eu na Marques Midia, mas eu não considero que aquilo lá seja um trabalho porque foi uma experiência muito ruim e eu fiquei.. Nossa mano, foi bizarro assim. Aquele cara ele é uma referência pra mim do tipo de profissional que eu nunca devo ser.	10	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	3	A gente dedica 80% do nosso tempo dentro do banco para trabalhar em coisas do banco, entregar projetos e tudo mais, as entregas. E 20% do nosso tempo dentro do banco a gente trabalha pra desenvolver as disciplinas de design, sabe? Que são... que é o nosso ops, o nosso design operacional, que é onde a gente une as nossas guildas, o nossos times, que é o momento onde a gente tem interação com todos os outros designers da superintendência.	4
	7	Então, por exemplo, eu tô trabalhando na guilda de framework e lá a gente está lapidando alguns frames e tudo mais e design, product discovery e tudo mais, antes eu estava trabalhando numa guilda de data vis, que são gráficos, tabelas, e tudo mais... e aí a gente tem esse design operacional aí, que a maioria das empresas também tem isso hoje em dia, de você olhar para a disciplina para poder evoluir.	4
	3	E aí a gente tem os nossos talks semanais, teoricamente não todos são técnicos do design, mas tá sempre ligado ao nosso dia a dia, tipo economia, saúde no trabalho e tudo mais, eles se relacionam.	4
	3	E isso vai crescer ainda mais, hoje querendo ou não a gente é uma superintendência que está dentro de uma diretoria. Mas eu acho que quando chegar no momento de o design no CX virar uma diretoria a gente vai conseguir fazer coisas ainda maiores. [A superintendência] é uma divisão menor, ela está dentro de uma diretoria e essa diretoria responde pro Conselho.	4
	C101	É porque ela tinha uma área... é muito antigo a área deles, por exemplo, a área de design industrial, no caso. O design das agências que trabalha também com o pessoal de arquitetura que está lá dentro. Tem também a parte de design do marketing, ali que é a parte de comunicação...	4
Propósito na graduação			
A97	E eu também não sei se isso é responsabilidade da formação em design. Eu vejo, assim, que talvez seja uma falta até antes da graduação. Talvez seja uma coisa que nos falta no ensino médio, a gente não sabe fazer imposto de renda, a gente não sabe como é que funciona a previdência, a gente não sabe uma série de coisa que a gente deveria saber.	6	
A154	Eu acho que é muita a coisa que a gente inclusive discutiu agora, né, no último seminário. A coisa da Universidade não conseguir reproduzir de fato como que vai ser na prática. E tudo bem, assim eu acho que não... não tem mesmo essa... essa capacidade.	7	

B32	...A Lattoog, por exemplo, o Leo, que ele é o chefe, ele tem uma longa história... como se fosse, ele é um designer maduro, por assim dizer. Ele tem uma longa história de contato com esse material, não necessariamente contato físico. Mas assim: desenha projeto, manda pra lá, não, não funciona assim. E às vezes você não entende isso só matematicamente, você tem que experimentar, né. Que seria a proposta da faculdade. Pra gente experimentar na prática essas coisas pra depois levar isso pro mercado de trabalho	5	
Relação com o cliente/usuário na prática profissional			
A54	Tem cliente que apaixonado jobs—to—be—done e ele quer ter no final resultado como jobs—to—be—done. Então tudo bem, a gente vai rodar o DT, mas a gente vai ter um formato de entrega no final, né, e tem lá suas características e formas de gerar o material na jobs—to—be—done. Enfim, e aí a gente vai trabalhando algumas ferramentas de fora eventualmente. Seja porque o cliente pediu, seja porque a gente quer testar alguma coisa nova, enfim.	4	
A57	Sobre a demanda que ele chega, é... Normalmente o cliente ele confia muito na gente e ele faz o que a gente falar que tem que fazer. Quando o cliente já chega com “Ah, eu quero trabalhar com jobs—do—be—done”, por exemplo, que aconteceu recentemente. Esse cliente sabe. Esse cliente tem uma equipe interna de inovação, de pesquisa, o que quer que seja e são pessoas que dominam e sabem que estão fazendo. [...]Então dificilmente um cliente chega do além.	4	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	3	Apesar de que acontece de chegar do além e fala assim: “Ah, eu quero fazer uma jornada” e às vezes não tem nada a ver com jornada que ele... “Ah, eu quero fazer Persona” e não faz sentido nenhum fazer Persona. Isso acontece. É muito raro, porque o cliente chega para gente ou ele não entende nada e ele deixou tudo 100% na nossa mão ou ele entende alguma coisa porque tem uma área interna e o que ele tá pedindo faz sentido. Mas acontece de cliente “Ai, vi o concorrente fazer tal coisa quero, fazer também”, quando isso acontece a gente senta e conversa e vamos ver se faz sentido.	4
	3	Às vezes isso acontece: quando cliente quer muito alguma coisa que não faz sentido a gente tenta explicar de todas as maneiras possíveis que aquilo ali vai ser uma perda de tempo, uma perda de dinheiro. Ainda assim ele insiste? Tudo bem, a gente vai fazer o que ele pediu, mas a gente vai fazer o que a gente acredita também. E no final das contas 99,9% das vezes o cliente fala: “Ah não, vocês tinham razão, isso aqui ficou muito melhor, desculpa, não sei o quê e coisa e tal”, quando o cliente assume, né. Mas novamente isso é muito raro.	4
	1	Os clientes normalmente deixam muito por nossa conta então o nosso processo: cliente ele vem com muitas vezes um desafio...	4
	A63	Mas a MJV só trabalha para grandes empresas, então o nosso nicho, as pessoas que vem demandar para a gente sabe o que é. Eles não chamam de design de serviço, às vezes eles chamam de projeto de inovação, eles chamam de projeto de Design Thinking, eles chamam, sei lá de inúmeros nomes, sim, mas eles sabem que a gente faz. Então ele... a demanda ela vem muito mais redondinha, sabe?	4
A64	Ou então eles sabem que eles têm um problema de processo, de cultura, de novos produtos ou novos negócios, eles sabem que eles podem trazer para gente a gente vai propor uma forma de lidar com aquilo.	4	
A67	Então acho que isso ajuda muito porque quando eu tive o meu escritório era um inferno tentar vender para as pessoas. Porque as pessoas não sabiam que era design e eu tava tentando explicar o que é design de serviço, que é uma coisa extremamente intangível e que o cliente não entende porque o design é um negócio que vem na ponta, né, então	4	
A68	[...] A MJV não passa por isso (67). A gente trabalha com grandes bancos, grandes seguradoras, que tem suas próprias áreas, né, então a coisa flui de uma maneira muito diferente.	4	

A69	Mas enfim, eles chegam para gente com um desafio, às vezes eles chegam para a gente com uma solução mas a gente fala: “Tudo bem, vamos fazer uma pesquisa e vamos ver se é isso mesmo”. As vezes é, às vezes não é. E como a gente trabalha muito próximo do cliente é muito fácil convencer ele quando o que ele pediu tava errado. Então às vezes o cliente ele... ele chega pedindo já uma solução, ele já chega falando: “Ah, eu quero um programa de inovação e de intra—empreendedorismo”. “Tá, vamos fazer uma pesquisa, né, nos nossos primeiros meses de projeto vão ser uma pesquisa e aí a gente vai ver se é esse mesmo problema”. E várias vezes a gente chega à conclusão de que não é um programa de intra—empreendedorismo, às vezes é, sei lá, uma nova forma de gerir as pessoas enfim.	4
A70	[...] o cliente ele sabe do início ao fim que a gente tá fazendo. A gente... quando ele chega com o desafio a gente faz uma proposta muitíssimo detalhada do que que a gente vai fazer, do que a gente, né, vai... cada uma das etapas e quando que a gente vai precisar dele, né, até porque as agendas estão muito difíceis e tal.	4
A72	[...] e tudo isso o tempo inteiro batendo com esse cliente, porque eu preciso desse cliente do meu lado. E a medida que a gente faz a pesquisa, quando a gente chega na fase da análise que precede ideação a gente tem necessariamente um checkpoint com esse cliente que é quando a gente vai falar: “Olha: a gente tinha esse desafio aqui, a gente pesquisou isso aqui, a gente viu que o desafio não é esse” ou então “é esse”, enfim. A gente divide com ele, sabe? A gente conta um pouco do que a gente descobriu e a gente reprograma o projeto. Então é quando nessa hora a gente fala “Olha não vai fazer sentido fazer workshop” ou então “Agora a gente vai ter que fazer, sei lá, uma outra dinâmica”. Enfim, a gente vai redesenhando isso com cliente ao longo do processo.	4
4	Às vezes até positivo, às vezes é importante o cliente ficar mais afastado e quando isso é necessário eu blindo a equipe. Mas na maior parte do tempo a gente tá dividindo porque o cliente...	4
5	[...]A gente gosta muito na MJV do que a gente chama de “gestão compartilhada do projeto”, sabe? Então a gente quer muito que a gente não seja o único responsável pelo projeto, até para gente se livrar de uma série de riscos. E porque assim, né, o especialista do assunto é o cliente. Então não faz sentido eu ficar aqui pagando de consultora porque a gente é o dono da verdade porque é designer, sabe, acho que não. É muito pelo contrário: eu tô aqui como um facilitador, eu preciso que você esteja comigo para a coisa fazer sentido. Então o cliente acompanha o processo do projeto, a gente vai redesenhando projeto junto com o cliente, enfim.	4
3	Aí no final a entrega acaba sendo uma coisa muito mais para formalizar algo que o cliente já viu ao longo de todo o processo, sabe, então apresentação final normalmente é uma coisa que a gente faz inclusive para superiores de quem nos contratou, né, a então pessoa que contratou vai acompanhando. E aí o final é mais assim: “Ah legal ficou bacana projeto, vamos agora levar para diretoria ver” por exemplo.	4
A87	Às vezes a gente ia trocar uma embalagem e eu não ia conversar com as pessoas que compravam aquele produto. E, cara, com embalagem é um negócio que assim... [...] Eu entendo que a nossa relação com usuário é bem diferente do designer gráfico do que o designer de produto, né. Acho que as especificidades e necessidades dos usuários são muito mais importantes e impactantes quando a gente fala de um projeto de produto. Agora quando a gente fala de um design gráfico de embalagem, é usuário puro cara! É que esse cara quer, o quê esse cara gosta, o que esse cara compra. o que esse cara pega, enfim né. E a gente não tinha, nunca teve.	4
A88	Eu não lembro, e aí eu não sei se era eu ou se era a empresa como um todo mas eu não lembro da gente fazer grupo focal, da gente fazer entrevista, nada disso, sabe. Apesar de ganhar muitos prêmios de melhor embalagem, etc, mas eu não lembro muito da gente ter essa vivência. Era muito mais pesquisa de referências e geração de partidas e ver aquilo que o cliente aprova, sabe? O cliente o comprador, não o cliente B2C.	4
A167	Quando chegou na agência, como era uma agência e todo mundo era designer, ainda que o cliente às vezes mudasse, viesse com algumas maluquices, a gente se juntava e a gente conseguia fazer a coisa funcionar.	10

A170	E aí quando eu comecei meu escritório, que comecei a lidar diretamente com os clientes, nossa! Foi assim, a peito aberto: acabou, acabou o controle! Acabou, assim... Agora você tem que lidar com os olhos, com teu cliente e fazer a coisa dá certo mesmo assim.	10	
C26	[...] Então é algo que nunca foi utilizado, por mais que a gente já tenha alguns insumos, algumas métricas de como que o cliente se relaciona com a transferência do Itaú, a gente também precisa fazer um discovery, por exemplo, de concepção, de se o fluxo de usabilidade do fluxo ou de como mitigar erros, entender o funil, sabe? E o discovery tem várias ferramentas de.. para cada etapa, sabe?	4	
C29	E ai na terceira etapa que é a elaboração, a gente pode usar analytics, que são dados, a central de atendimento para levantar números, hipóteses, a gente pode ter o feedback do cliente, fazer entrevistas em profundidade, fazer mapa de empatia, personas, blueprint, que é onde você identifica os pontos de contato que o cliente pode ter com o seu produto. Tanto para você conseguir captura-lo quanto para você conseguir melhor o produto para ele.	4	
C35	[o cliente] é o usuário do Lab mesmo. O banco quando convida essas pessoas para fazer testes eles são remunerados, né, eles recebem para fazer os testes mas são clientes reais mesmo. Clientes que teoricamente já utilizam um produto específico que a gente está testando. Porque no momento que a gente monta o briefing da pesquisa para enviar pro Lab, a gente tem uma área no banco dentro do marketing focado em fazer testes, né, que é o Lab, que a gente consegue fazer tanto teste online quanto offline. Aí a gente monta um briefing: a gente fala "Ah, eu quero testar esse fluxo com pessoas que são do segmento varejo, que são do segmento UniClass, que são do segmento Person....	4	
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	3	[...] Isso são segmentos de contas somente pessoa física, né? O varejo é que tem uma renda de até 5 mil reais, UniClass tem uma renda de se não me engano de 5 a 10 mil reais e o Personalitté a partir de 15 mil reais. E ai existe um serviço e benefícios diferentes. E uma comunicação também, acredito que, diferente. Mas existe outras formas também... não é necessariamente só isso que leva em conta pra você ser um Person, um UniClass ou Varejo. Talvez o seu score, como está seu nome hoje na praça, vamos dizer assim. O quanto você tem de investimento. Eu posso abrir uma conta hoje no banco e trazer pro banco 200 mil pra investir e posso já entrar de cara como Person, sabe, Personalitté. Então a gente quando monta o briefing pra pesquisa a gente já dá um direcionamento, vamos dizer assim. [...]	4
	7	Não chega a ser uma proto persona, né, com características bem específicas mas a gente já consegue fazer um funil, assim vamos dizer, uma certa filtragem.	4
	3	A gente não acaba tendo contato direto [com o cliente], assim que eu falo na parte de recrutamento e tudo mais, que a gente tem uma área específica pra isso, mas a gente participa no dia assim dos testes. Ai teoricamente ficaria eu, como designer, ou a minha equipe. Esse teste tem uma pessoa fazendo a mediação, que já é do marketing, trabalha no Lab, e a pessoa que está sendo testada. Eu posso intervir, posso fazer perguntas mas sempre com cautela, respeitando o momento certo, tudo mais. Até pra não enviesar minha pesquisa, ou deixar o cliente constrangido, criar uma situação que possa prejudicar. Mas e também tem formas de fazer teste por fábrica, como a gente fala, contratar empresas de fora para poder fazer esse trabalho pra gente.	4
C51	Ela vem, você tem que fazer de acordo com o que o cliente quer. O designer ele não tem muita autonomia e direito a voz, vamos dizer assim. Você tem que fazer de acordo com o que o seu cliente está pedindo. Existe casos que você tem essa liberdade, você tem a sua autonomia, mas ainda assim precisa fazer algo que o cliente acha que vai agradá-lo ou acha que vai funcionar, sabe?	4	
C53	Você pode ver que nessas duas atuações a gente tem o cliente aqui: ó, esse aqui é o cliente da agência, que é o cliente que fala que quer aquela coisa porque ele acredita que aquilo ali é o melhor. Aqui eu tenho o cliente que tem uma dor e ele me fala que eu preciso resolver aquela dor, sabe? Você pode ver que as duas coisas partem do cliente e eu tenho que estar sempre olhando para o cliente. É mais do que... o ponto é eu estou construindo para cada cliente? Ou o que cada cliente está me pedindo?	4	
Transição da graduação para a prática profissional			

A79	[...] Eu fui estagiária numa multinacional de perfumes e fragrâncias. Aromas e fragrâncias, na verdade. Que é uma empresa que... B2B né, que faz cheiro das coisas. Então tanto cheiro sabão em pó, de perfume como também hambúrguer, aromatizante de comida. É um universo maravilhoso a parte, viu? Foi muito bacana o período que eu trabalhei lá. Eu trabalhava no Marketing lá, então era completamente distante a minha experiência lá da experiência de projeto. Eu trabalhava... eu era estagiária, né, então eu fazia muita edição de imagem, eu montava board conceitual [...]	4
A125	Esse meu professor de metodologia de projeto ele nunca trabalha no mercado. Então pensa nos gaps e nas falhas que tem uma disciplina dessa, que o cara vai me dar método sem nunca ter trabalhado com um cliente. Assim, lógico que ele teve seus clientes ao longo da vida, mas ele não teve seu escritório, não trabalhou de fato, né, com design de uma maneira perene. Então é óbvio que tem muitas falhas ali, que a gente precisa fazer uma série de adaptações naquilo que ele tá falando.	9
A132	E aí quando eu vim para São Paulo não tinha muita escolha, né, então eu trabalhei nessa agência que fazia embalagem, depois disso apareceu esse emprego no marketing na perfumaria, que ele foi... eu falei assim "Cara, mesma coisa que agência, sabe, eu vou para dizer que eu não quero trabalhar com isso, eu vou me submeter... e foi incrível!	9
A133	Porque eu aprendi muito, e eu contribui muito porque essa coisa de também você ser "designer paz e amor", "eu só quero fazer o bem social e tal" te deixa com uma visão um pouco ingênua do mundo, sabe, você... você não sabe os caminhos que você tem que fazer para conseguir de fato trabalhar com transformação social, sabe? Então foi bem legal ver o outro lado e ver quais contribuições muito maravilhosas o marketing tem	9
57	Mas eu acho que uma coisa que me estressou muito no começo era isso, sabe? Eu lembro que quando eu trabalhava na agência, porque o meu primeiro estágio eu era designer de embalagem na empresa que fabricava cabide. Eu era única designer lá dentro, o meu cliente era o chefe, que sentava... era o dono da empresa que sentava do meu lado e não tinha muitos grandes desafios, né, eu ficava mais trocando identidade visual de... de embalagem.	7
34	E inclusive me estressava muito quando eu tinha projetos com grupo com uma pessoa que era do contra, assim, a pessoa não concordava com nada... Tinha alguns amigos meus da Universidade, que assim, graças a Deus pela vida deles, porque foi um bom treino para lidar com cliente. Mas eram amigos muito chatos, assim, tudo eles questionavam, tudo eles não queriam, tudo eles falavam "Mas porque?" "Gente! Porque é um projeto de design e a gente tem que entregar a identidade" "Ah, mas será?". Gente, não tinha paciência para essas pessoas mas que bom que elas me ajudaram também nesse preparo para vida real, né, que é isso: a coisa não tá no nosso controle.	7
A165	Então acho que isso é uma coisa que inclusive ao longo do tempo, né, pelas minhas experiências, foi ficando cada vez mais latente, essa coisa da falta de controle.	7
A168	Só que aí conforme a coisa fica andando, né... Aí eu trabalhava com embalagem, aí eu começava a ficar um pouco mais exposta.	10
A172	Então acho que acho que isso é uma coisa que... que é mais diferente, assim, que marca muita diferença entre... entre a universidade e o mercado, acho que é a imprevisibilidade do projeto, a não linearidade do projeto, sabe? São coisas que a gente aprende muito bonitinho, certinho, organizado na universidade e que a gente chega no mercado e é um completo caos. Projeto, tu chega no projeto, o projeto não tu pode começar pela pesquisa porque a pesquisa já foi feita pelo cliente. O cliente fez a pesquisa de qualquer jeito, e tu tem que usar aquela pesquisa horrível, e aí você tem que fazer uma pesquisa no tempo que você tá gerando possibilidades porque você não gosta da pesquisa do cliente. É assim: é uma loucura! E no final tu tem que chegar com um protótipo que não dá tempo de validar... Nossa senhora... [...] No final dá certo...	10

B33	Só que o fato é que é uma continuação, né, a gente não chega pronto. Porque é um tempo muito curto, né. A gente vai conquistar essa sabedoria depois de muito tempo de... acho que de interação com esses materiais	5
B57	Porque é isso, a faculdade ela não tem uma indústria pra te limitar, né, a gente fica doido lá. Mas não é a realidade do campo, né?	7
B67	E foi lá que na verdade nesse projeto que eu te falei, nessa parceria com a empresa, que a Lattoog ficou amarradona com os projetos no geral e eles fizeram... no final fizeram entrevista com três pessoas, e eu era uma delas e acabei saindo... na mesma época eu finalizando a faculdade eu tava estagiando com eles, que tinha que estagiar na época. Então assim, foi um pulo direto né, e eu acabei a faculdade e eu comecei a trabalhar com eles mesmo, assim. Por isso que eu não tive... eu acabei caindo lá meio de paraquedas. Não era uma coisa que eu pensava, e eu planejei né.	10
B69	E foi a partir disso e comecei a entender dessa questão do têxtil, de me interessar por isso, e como não tinha nenhum mestrado voltado, que eu continuasse a fazer a pesquisa prática relacionada a isso, e também não tinha nenhuma graduação, mas eu também não ia fazer uma nova graduação... eu falei "Pô, talvez o mestrado seja um caminho pra eu pesquisar ou pra alguém me dar essa informação", né, não tinha ideia... E aí por isso que eu tentei o mestrado, na verdade.	10
PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1912548/CA	Eu costumo dizer, mano, que a gente como designer a gente ao decorrer da nossa carreira a gente vai sofrendo mutações. A gente quando sai da graduação a gente sai como um "designer defensor". Eu sou o designer defensor que vou defender toda a teoria que eu aprendi na sala de aula e se você falar pra mim que está errado eu vou te provar que eu estou certo e não vou te escutar, né. Eu vejo muito isso, que eu defendo a minha cadeira, custe o que custar. E aí depois eu vejo que você vira o designer que tem a síndrome do "eu avisei". Aquele, tipo, que trabalha com produto: "Viu, eu te avisei que se você não fizesse teste o produto ia dar errado. Eu te avisei que se você colocasse essa fonte tamanho 10 o cliente que tem baixa visão não vai conseguir enxergar...". E aí depois a gente parte pra um lado de um designer propositor, né, que é aquele já que consegue atuar em colaboração com outras áreas né. Que é o cara que tem o viés de produto, que vai lá entender do produto, do negócio, que é o cara que leva em consideração o risco técnico, que é o desenvolvimento. Se aquilo que eu, como designer, vou construir, aquilo ali consegue ser desenvolvido e é sustentável, a gente consegue dar suporte pra aquilo.	5
	Então eu vejo muito como etapas e amadurecimento como designer, sabe? E aí quando você chega nesse estágio você consegue trabalhar melhor em equipe.	5
	Um júnior, teoricamente, o coordenador dele lida da seguinte forma: eu como coordenador eu já te dou parte do problema, você valida esse problema e me traz uma solução. Eu num cargo como designer pleno, eu te dou só o problema e você... não, o júnior eu te dou o problema e parte da solução, o pleno eu te dou só o problema e você me traz a solução e o sênior eu não faço nada. Você me traz o problema e me traz a solução, sabe?	7
C62	É, eu quando cheguei no banco fiquei muito assustado com a autonomia, sabe? Mano, eu posso sentar ali e fazer o que eu quiser.	7
C64	Você como coordenador você já direcionar aquilo... Tanto, eu vejo o papel do coordenador dentro de uma empresa e de um professor é muito parecido, né? Você tem que lapidar um profissional, por te dar autonomia e direcionamento e entender as necessidade desses profissionais a cada momento você consegue direcionar ele.	7
C75	A partir do momento que eu consegui focar e estudar eu consegui me lapidar muito mais como designer, sabe? E aí foram todas essas, vamos dizer, as porradas que eu tomei também. No R, na faculdade, tudo mais.	8
C82	É, esse negócio de comparação não, tipo... E também entender que existe formas diferentes, sabe? Pode existir por exemplo, alguém que tem maior facilidade pra coisas que eu tenho dificuldade e tudo mais. Mas aí é você identificar o seu caminho e seguir.	9

C88	Então, tipo, por exemplo, no momento ali que eu coleei grau em fevereiro, março de 2019 eu estava trabalhando em agência, na AM4, eu me dispus a participar de um projeto de uma start up de Santos, trabalhar de graça, para poder ter essa vivência de trabalhar dentro de uma start up, conseguir construir um portfólio, um projeto bacana de digital, para poder ter isso no meu currículo e conseguir vender meu serviço.	10
C89	Ser visto, e já tava querendo. Era algo que seria difícil de fazer aqui na região. Tipo, onde que eu ia conseguir uma empresa pra trabalhar com digital, pra poder montar um portfólio e poder ir pra fora? Então é muito aquilo de você olhar “aonde eu estou” e “aonde eu quero chegar” e “o que eu devo fazer pra chegar nesse lugar, alcançar esse objetivo?”	10
C90	E aí foi isso, tipo, e aí nesse meio tempo eu fui pra um evento em São Paulo, o Dex, sabe, foi muito bom, conheci pessoas, fiz contato, sabe? Hoje eu estou no Itaú graças ao N Design São Paulo. Eu conheci o Cássio lá, o Cássio depois entrou no Itaú com designer industrial e a gente já conversava, até na faculdade eu já brincava com ele “ah mano, acabar a faculdade eu vou aí pra São Paulo, vou trabalhar aí contigo” e por fim que rolou, sabe?	10
C91	Eu tava trabalhando aqui... eu tinha sido demitido da AM4, depois voltei pra fazer um projeto com eles, fui pra Paraty, aí o projeto em Paraty acabou, fiquei um mês em Paraty. Depois fiquei acho que mais umas duas semanas aqui em Volta Redonda e aí eu fui fazer essa entrevista lá em São Paulo. Eu fiz um teste em casa, aí eles me chamaram pra... fizeram umas perguntas também. Me chamaram pra bater um papo, eu fui, e depois eles me ligaram falando que eu tava contratado.	10
2	Então, tipo, mano essa trajetória tem que estar muito atrelado... Hoje eu penso que isso está muito atrelado a onde você quer estar, sabe? Por exemplo, “eu quero me tornar um diretor do Itaú”, eu posso chegar lá de várias formas. Eu posso chegar lá como o cara que consegue defender o porquê do uso de aplicações digitais ou o cara que entende muito de economia, por exemplo. Então tipo existe sim diversas formas de você chegar no seu objetivo.	10
5	E aí depois eu fiquei... isso foi acho que no terceiro ou no quarto período. Aí depois eu fiquei mais um ano e meio assim de bon vivant, curtindo, depois fui pro estágio lá na Actus, fiquei uns 9 meses lá até a apresentação do TCC. Chegou no final do ano, eu sai porque eles perderam cliente e tudo mais. Aí fiquei tipo, janeiro e fevereiro desempregado, e fevereiro mesmo eu entrei na AM4 e setembro eu fui pra São Paulo.	10

9.5 Apêndice 5: Unidades de análise do questionário divididas por categorias analíticas

#	Fragmento	Pergunta
Atividades extra curriculares		
2-1	Sim, a integração e o incentivo em práticas múltiplas, como eventos, cursos e estágios, foi muito importante.	1
23-2b	[...] Eu me sinto uma profissional qualificada mais pelas minhas exp. de estágio que acadêmicas.	2
25-2	O conhecimento sempre ajuda, principalmente o que foi aprendido durante o estágio. Aplico algumas coisas aprendidas na faculdade no trabalho.	2
16-4	Sim, especialmente pela oferta de curso vespertino, incentivo à monitorias, IC e projetos de extensão e o uso frequente de project-based learning nas disciplinas	4
23-4	Eu acho que varia muito com o envolvimento que cada pessoa tem na universidade. O movimento estudantil me ajudou mt nesse sentido.	4
20-5	Em certo ponto sim, mas foi a vivência atrelada ao que aprendi que mais contribuiu	5
25-5	O Estágio foi fundamental para isso acontecer. Ele ajudou a perceber como é o meio profissional.	5
33-5	Em porcentagem não ajudou nem 70%, mas os eventos ajudaram mais.	5
Autonomia e empreendedorismo		
4-1	No aspecto técnico sim, mas na formação humana, saber precificar meus serviços, não	1
16-1c	[...] Como empreendedora, senti falta de um conhecimento mínimo de gestão e administração. Não tenho certeza se deveria esperar isso de um curso de design, apesar do grande potencial dos designers para o empreendedorismo.	1
24-1	Não. Senti falta de algo relacionado a administração e organização de demandas e tempo. Como gostaria de ter o meu proprio negocio, acabei tendo que correr atras de outras formas de aprender coisas relacionadas a essa organização	1
3-2d	[...] Custou a desenvolver musculatura pra conseguir sair desse esquema, fazer algo que fosse legal pra mim e estar autônoma. Neste caso a faculdade também falhou muito ao não mostrar formas alternativas ou mais empreendedoras de se viver de design. [...]	2
4-2	No aspecto técnico sim, mas na formação humana, saber precificar meus serviços, não	2
3-3	Muito melhor do que antes. Eu faço meus horários, escolho o tipo de projeto que quero ou não participar.	3
22-3b	[...] e flexibilidade por ser remoto.	3
5-4b	[...]e autonomia pra conseguir atuar com segurança	4
24-5	Sim. Pois abriu os horizontes para essa área. Me fez ter coragem pra empreender.	5
Cargos, responsabilidade, autoridade e demandas		
23-3	Não. Eu atualmente detesto. Atuo como Jr. com responsabilidade de pleno/senior.	3
23-3d	Sempre esperam que eu saiba e faça de tudo. É muito complicado explicar que nem tudo é a minha área de estudo/atuação sem parecer incapaz ou insuficiente.	3
23-3e	Eu não tenho nenhuma liderança técnica acima de mim desde o cargo de estagiaria e é mt difícil se posicionar enquanto autoridade.	3
17-6	Sim. Estou tendo um papel cada vez mais estratégico e menos operacional no meu dia a dia profissional.	6

22-6	Sim, hoje atuo como Pleno. Que geralmente é o profissional que tem entre 4 - 6 anos de experiencia no mercado.	6
25-6	Acredito que sim, pois atendo as demandas que são solicitadas, sem muitas complicações.	6
Competências e desenvolvimento profissional		
1-1b	[...] Aprender design tem mais a ver com o desenvolvimento da capacidade de projetar e isso serve para qualquer profissão.	1
5-1	Mais ou menos. SENTi [sic] que faltaram desenvolvimento em soft skills, [...]	1
9-1	Não me sentia pronta para começar uma atuação profissional. Por isso decidi continuar estudando.	1
5-2	Sim, como profissional de design me sinto bem preparado pra executar as tarefas que me propoem	2
7-2	Acredito que a formação me deu a base para ir trilhando o caminho profissional. Claro que há lacunas na formação, mas é natural que isso seja assim, uma vez que os caminhos são diversos.	2
24-2	Não. Acaba que essa questão de direção de arte e programas específicos de edição foram sendo estudadas por fora	2
17-3	Sim. A empresa não possui uma maturidade muito boa em design, mas estou conseguindo estruturar isso aos poucos e caminhando para me tornar um líder da área.	3
18-3	Não, mas me da possibilidade de estudar novas coisas e visar um melhor emprego no futuro.	3
20-3b	[...] e ainda não dá muita possibilidade de crescimento	3
33-3	Sim o Sicredi é uma empresa incrível, organizada e bem preparada, ótimo para crescimento de carreira, aprendo muito a cada dia.	3
4-4b	A falta de formação humana foi preenchida por outra graduação, em uma instituição federal	4
9-4	Sim, me deu as bases [...]	4
13-4	Muito, foi o degrau inicial pra eu começar a subir no mundo profissional	4
21-5	Sim, a minha graduação proporcionou crescimento e evolução profissional na empresa	5
1-6	Me esforço para desenvolver bem todas as atividades que me proponho a fazer. Sou muito bom no que faço, mesmo não sendo o emprego dos meus sonhos.	6
16-6	Sim, mas especialmente por características comportamentais pessoais e não necessariamente pelo que desenvolvi no curso	6
18-6	Sim. Hoje atuo como gerente de projetos e designer de serviços, apesar de não estar muito ligado a minha graduação (gráfico) utilizo as habilidades sócio-emocionais que conquistei na graduação, no pensamento projetar	6
2-7	Sim. Acredito que a experiencia de graduação me permite inovar e buscar melhores soluções para os problemas enfrentados na empresa.	7
Conceito de design e/ou projeto		
1-1	Sim, me ensinou que design é muito mais do que belos e funcionais objetos. [...]	1
22-5b	e para entender e refletir sobre os termos.	5
Cultura organizacional		
23-3c	A empresa meio que perdeu a cultura de design e o tempo todo eu tenho que explicar a importancia de ter mais designers na equipe.	3
Currículo na graduação		
8-1	Parcialmente, algumas frentes tive que obter entendimento externo, design thinking e inovação por exemplo	1
11-1	De modo geral sim, o início e boa parte da minha carreira profissional foi na área	1

	de sinalização e ambientação. Como tive duas disciplinas de projeto muito boas com esse foco, me senti bem preparado para iniciar trabalhando como estagiário. Claro que precisei me adaptar aos prazos demandados pelo mercado, mas foi algo que consegui me adaptar consideravelmente bem e fui crescendo na área.	
16-1	Em termos de design, sim. Apesar de ser um curso generalista e portanto com falta de profundidade às vezes [...]	1
18-1	Depende. Após me formar eu já estava trabalhando, como designer gráfico acredito que atende, mas acho que hoje o mercado exige outras coisas mais voltadas para design thinking, UX, design de serviço e informação. Acredito que sobre essas coisas tenho muita pouca bagagem vinda da graduação.	1
21-1	Parcialmente. Muitos conteúdos tive que aprender de uma maneira mais ampla fora da faculdade, porém sem a bagagem oferecida pela instituição eu teria mais dificuldades. [...]	1
23-1	Em parte sim. Eu queationo muita coisa na UFRJ, mas a metodologia geral das aula é meio que aprender fazendo. Não tive muita cobrança teórica, [...]	1
25-1	Em grades partes sim, algumas matérias poderiam ter sido mais bem aproveitadas.	1
27-1	não, porque na época eu queria trabalhar com design gráfico. Hoje eu vejo que foi bom, porque quero migrar pra UX/Ui	1
13-2	Sim, ele me deu uma base teórica que lá no início eu não sabia usar ou me posicionar com base nela	2
20-2	Não também , acho que deixou muito a desejar no quesito “solução de problemas”	2
26-2	Se eu fosse seguir área gráfica não atenderia, porém, me especializei em moda, o que ampliou mais meu leque... [...]	2
11-4	Acho que a graduação não me preparou muito para novas tendências que estavam surgindo no design, [...]	4
17-4b	[...] e os aprendizados sobre design [...]	4
16-5	Sim, em especial por se tratar de uma atuação majoritariamente em design de serviço, que ainda é um tema pouco explorado nas graduações. Durante o meu curso o tema era tangenciado em algumas disciplinas e explorado em uma disciplina, [...]	5
22-5	Sim. Tive diversas cadeiras que contribuíram para minha metodologia de trabalho hoje	5
4-7	É insuficiente, pois na época não foi estimado a importância da pesquisa por ser uma instituição privada. Tive esse vácuo preenchimento pela minha outra formação em universidade federal	7
14-7	Não. Fiz produto com uma prática bem específica de indústria processo produtivo... as matérias ligadas a comportamento do consumidor que acabaram sendo um pouco mais	7
16-7	Sim, dada a característica generalista do curso e a atuação ampla que demanda uma consultoria de inovação	7
19-7	Não, por ser uma empresa grande exige conhecimentos que obtive fora da faculdade.	7
Didática e professores na graduação		
33-2	Antes de fazer os cursos eu já me preparava e conhecia softwares e a área, basicamente só pagava as cadeiras visualizando boas notas para possível carreira acadêmica. Mas poucos professores tem preparo e experiência do mercado de trabalho, o que ensinam é o que ensaiaram dos slides que criaram ou conseguiram.	2
33-4b	Desejo um dia ser professor universitário para fazer a diferenças e ajudar os colegas professores a se preparem e buscarem experiência para poderem ensinar algo aos alunos.	4
Especializações e áreas de atuação		
1-3	Não. Trabalho como designer gráfico, mas gostaria de estar atuando como docente.	3

6-3	Não, quero voltar a atuar num cargo de design	3
19-3	Sim por ser uma área diferente (UX), já trabalho a 8 anos com Gráfico e estou enjoado/cansado.	3
27-3	Sim, porque quero migrar para UX/UI	3
22-4	Sim. Foi essencial para me aprofundar na profissão que havia escolhido e entender todas as possibilidades de atuação da área. [...]	4
5-5	Sim. Sou bem abrangente na atuação e aqui me permitem explorar diversas áreas	6
6-6	Não, porque não sou focada 100% em ilustração, quero algo que misture design e ilustração	6
9-5	Não completamente. O que faço hoje precisava de outra linha de desenvolvimento como base. Eu sou formada em gráfico, porém minha prática requer uma base de design de serviços. A gente preza e incentiva a multidisciplinaridade, porém eu precisei aprender muita coisa nova de outras linhas do design para realizar o que faço hoje. O mesmo no meu emprego anterior onde pratiquei design instrucional.	6
23-6	Não. Sou muito frustrada com isso. É um pouco do que eu mencionei em alguma resposta anterior. Acho que tenho um perfil mais especialista e atuo de maneira generalista swm conseguir desenvolver nada com a qualidade que eu gostaria.	6
27-6	Antes sim, agora não mais, quero mudar de área	6
3-7	Não exatamente. Eu me formei para trabalhar com programação visual. Hoje eu trabalho com algo parecido, mas não exatamente. Estou ali no meio do pensamento de projeto visual e do design thinking da D School.	7
33-7	Nominalmente sim, trabalho com todas as áreas do design basicamente.	7
Gestão do trabalho		
3-3b	Mas ainda pode melhorar muito, especialmente na terceirização de atividades administrativas (por exemplo)	3
Mercado / mercado de trabalho		
5-1b	e fomo [sic] lidar com o mercado de trabalho	1
21-1b	[...] Falta uma imersão maior no mercado de trabalho e como ele funciona	1
22-1	Não. Só senti que atendia no início da graduação. Mas isso pelo fato de ter entrado muito novo para a universidade. Como entrei logo após o ensino médio, não tinha muita maturidade e nem experiência para exigir o que uma graduação deveria me entregar. Fui descobrindo esse processo durante a faculdade mesmo. Mas no final percebi algumas falhas que poderiam ter me ajudado mais no mercado de trabalho.	1
3-2	Certamente faltou compreender práticas de mercado, entender o que poderia ser uma carreira no design, onde eu poderia atuar, evoluir e fazer melhores escolhas profissionais. As orientações dos professores eram muito abstratas, genéricas.	2
6-2b	[...] nem pra realidade do comércio. Aprendi tudo trabalhando	2
16-2c	[...] Contribui muito para que eu evoluísse rapidamente no mercado e para me sentir segura diante de novos desafios.	2
22-2	Sim. Ainda tenho algumas críticas mas hoje consigo ter uma visão mais ampla do quão importante foi a faculdade, para que eu como jovem estudante, pudesse começar a trabalhar com o design e ingressar no mercado de trabalho.	2
3-4b	Além disso, embora meu pai tivesse muita dificuldade para arcar com o custo, o fato de ter estudado na FAAP abriu as portas para os primeiros empregos. Depois de um tempo isso se tornou irrelevante.	4
4-5	Sim, sem o conhecimento técnico não seria capaz de preencher os atributos da vaga do concurso	5
33-6	Sim com certeza, me capacitei para ser essencial para qualquer empresa que conhece meu perfil, as empresas sempre me procuraram para empregos.	6
Networking e contato interpessoal		
2-2	Não muitas, a experiência em troca com profissionais da área me ensinou muita	2

	coisa.	
3-3c	[...] ou na construção de redes de contatos que me tragam projetos mais interessantes de se atuar.	3
6-4	Acho que sim, conheci muitas pessoas incríveis com trabalhos sensacionais, fiz networking etc	4
9-4b	[...] contatos e referências para diversas práticas que faço hoje.	4
17-4	Sim, o networking [...]	4
22-4b	[...] Também foi muito importante para fazer contatos com outros profissionais, contatos esses que se tornaram amizades que levo até hoje e também contatos que possibilitaram vagas de emprego. [...]	4
24-4	Mais ou menos... hoje, como sou proprietário de uma agencia. Agraduação não tem tanto impacto, mas auxiliou muito no quesito contatos. Hoje tenho muitos, graças a faculdade.	4
33-4	Alguns poucos professores sim ajudaram, e os eventos para networkings, e os colegas de turma tinham muito mais a ensinar e ajudar e acrescentar do que a maioria dos professores.	4
22-5c	Também os trabalhos em grupo, acaba que foi preparando para trabalhar em equipe, com outros profissionais e também a praticar a apresentação e argumentação na hora de defender o trabalho.	5
Percepção social do design		
20-3	Também não, a região que eu moro ainda não valoriza o Designer como deveria [...]	3
25-3	Até que sim, mas como todo emprego existem as frustrações e as pessoas que "não entendem" o que fazemos.	3
24-7	Sim. Clientes acabam valorizando essa formação.	7
Perspectiva do designer		
3-1	Sim. Com 16/17 anos, quando entrei na faculdade, eu não sabia muito o que esperar, então fui vivendo os aprendizados. Os assuntos eram sempre muito interessantes e me aguçam a curiosidade. [...]	1
7-1b	[...] mas mais do que isso, me deu uma possibilidade de desenvolver um pensamento crítico com relação à atividade profissional.	1
12-1b	[...] e autoconhecimento que eu sei que seria quase impossível de vivenciar no mercado de trabalho.	1
16-1b	sinto que tive uma excelente base para poder desenvolver novos conhecimentos ou técnicas que fossem necessários. [...]	1
29-1	Acredito que o curso me instigou a correr atrás das ferramentas necessárias para me tornar um Designer	1
33-1	Não, nenhuma faculdade ou universidade, seja publica ou privada prepara alguém para o mercado e vida provisional, isso é algo que depende da pessoa, é preciso muito networking, participação em eventos, conhecer e se aproximar dos professores, fazer contatos e conhecer as possibilidades de profissões que seu curso não lhe ensina ou mostra.	1
1-2	Sim, me deu bases para avançar o olhar sobre outras perspectivas que iam além da noção do designer que sabe usar softwares. Até porque, nunca aprendi softwares na faculdade de design.	2
3-2e	[...] Mas de toda forma, acredito que o design em si me preparou pra me virar na vida. Então foi o que fiz desde sempre. Não tinha ideia, mas ia me virando pra aprender e descobrir novos caminhos.	2
14-2	Ajudou bastante, mas é mais um construção de mindset	2
16-2b	[...] e crítica foi a coisa mais preciosa que eu poderia ter no curso. [...]	2
5-3	Numa escala de 0 a 10 eu diria que 8. Acho que aprendo muito, mas ainda estou entendendo onde quero me especializar	3

16-3b	No entanto, algumas diretrizes comerciais e prioridades vão contra alguns dos meus princípios pessoais.	3
2-4	Infinidamente. Me trouxe uma grande liberdade na área que escolhi para me manter ativa buscando conhecimento..	4
3-4	Sim. Como falei lá em cima, o design me preparou pra me virar na vida. Eu faço muitas coisas com o olhar de projeto e isso facilita muitíssimo as coisas pra mim. Eu sempre sou saudosa desse período pois foi sempre muita diversão estudar aquelas coisas.	4
17-4c	[...] foram meus grandes motivadores para não ficar acomodado à realidade de agências pequenas.	4
28-4	Sim, mas foi mais a disposição individual de correr atrás, não me contentei com o conteúdo apresentado em sala de aula. Até que ponto a faculdade tem que ensinar para o mercado de trabalho? fica o questionamento haha	4
1-5	Sim, me ajudou a compreender como o pensamento projetual pode ser sistematizado para compor artes visuais que além de mais atraentes servem para estimular o pensamento sobre determinado assunto.	5
14-5	De certa forma sim. Mas mais na visão de projeto do que especificamente na técnica	5
29-5	Sim, tudo depende da sua força de vontade e curiosidade	5
3-6	Ainda me encontro em um estado meio amorfo e prefiro assim. Não consigo me definir com um perfil profissional muito específico, ainda mais se considerar a diversidade temática de projetos com que trabalho. Desta forma a especificidade fica mesmo comprometida. Mas de modo geral, é sim compatível.	6
4-6	Sim, busco sempre me atualizar para atender as necessidades do ensino público	6
17-7	Sim. A graduação ajudou no desenvolvimento da mentalidade que tenho hoje.	7
Processos e métodos de design		
7-1	De certa forma, sim. A graduação me deu uma boa noção de processos de design, [...]	1
3-2b	Tratavam apenas de processos de trabalho como pedir um orçamento numa gráfica, aguardar pela prova de impressão, fazer um mockup da embalagem... (faz tempo gente, dá um desconto! kkk). [...]	2
16-2	Hoje percebo que a base metodológica [...]	2
18-2	Não trabalho exatamente como que sou formada, apesar de utilizar o pensamento projetar [sic] vindo da graduação	2
16-3	Relativamente. Tecnicamente sim, me orgulho de fazer parte de uma das poucas consultorias que levam o processo de design a sério.	3
5-4	Muito. Me deu diversas metodologias q me permitem enxergar o problema da melhor maneira possível [...]	4
22-4c	[...] Mas principalmente, a faculdade desperta o senso crítico no estudante por ser baseada em métodos científicos.	4
7-6	Não muito. A graduação me deu base para aprender novos processos (que eu uso mais atualmente no dia a dia) e me ajudou a ter um pensamento crítico, indispensáveis no meu emprego atual.	5
17-5	Sim. Atuo com processos de design e metodologias ágeis, temas que me aprofundi após conhecer a relevância do design thinking durante a faculdade.	5
19-5	Em parte, só quando o tema é a jornada do usuário, nada além disso.	5
22-5d	Mas principalmente pelo método científico. As metodologias acadêmicas são a base para uma boa pesquisa científica em qualquer área. E quando digo científico me refiro a aplicação dos métodos e processos para o desenvolvimento de um estudo/ hipótese. Para mim, é aqui que está o ouro.	5
1-7	Não necessariamente. Não aprendi a utilização de softwares de edição gráfica na faculdade. Mesmo assim, essa parte do aprendizado foi suprida facilmente por videos do youtube. O mais importante da graduação foi aprender que para ser um bom projetista eu não precisava ser expert nos softwares de edição gráfica, mas	7

	que precisava compreender as etapas dos processos e pensamentos que estão na cabeça dos clientes.	
22-7	Sim. Pois sou graduando em design e ainda estou cursando o mestrado em Design Management. Mas já realizo a gestão de processos e construção da metodologia de trabalho dentro da empresa. Que nada mais é do que aplicar o que estou aprendendo no meu mestrado. Acredito que assim que formar no mestrado vou subir de nível na empresa também.	7
Projeto na graduação		
3-1b	[...] Naquela época o curso era um só até a entrega do TCC, quando escolhíamos a especialização. Então tive oportunidade de aprender muita também com as práticas nas oficinas. Me lembro de alguns professores abordarem o assunto da prática profissional, mas muito por cima.	1
12-1	Sim, a graduação foi um lugar de experimentação [...]	1
19-1	Sim e não. Sim porque aprendi coisas que eu não sabia, como marcenaria, tipografia, materiais etc. E não porque o curso é pouco prático, acredito que deveria ter mais horas de aula prática para capacitar quem não tem conhecimento algum.	1
20-1	Não, acho que faltaram algumas coisas que só o estudo em casa, emprego e vivência em agência proporcionaram	1
23-1b	[...] mas quando me deparo com a literatura de design, eu sinto como se tudo já tivesse meio que "na veia".	1
30-1	Sim, na teoria sim, mas a prática só aprendi quando entrei no mercado	1
8-2	Sim, muitas das boas práticas de design obtive conhecimento da [sic] graduação	2
19-2	Não, vi muita gente sair de lá sabendo pouco e com quase nenhuma prática. Lá por exemplo ninguém te ensina a montar um portfólio básico.	2
23-2	Médio. Na UFRJ o estágio é muito desincentivado e isso acaba sendo um problema pra muita gente. A gente tem muito [sic] projetos fictícios e até irreais. Sinto que falta ensinar um pouco do jogo de cintura do dia-a-dia de profissão, a lidar com impecilhos [sic] e imprevistos. [...]	2
26-2b	[...] Mas a graduação não é a prática!	2
11-4b	[...] mas tive boas experiências em disciplinas de projeto que me prepararam para situações reais. O melhor aprendizado foi entender a maneira de pensar design, algo que e sempre o ponto de partida de qualquer projeto.	4
Projeto na prática profissional		
6-1	Mais ou menos, aprendi muito mais trabalhando	1
13-1	Logo após me formar percebi que não sabia era p@%# nenhuma. Tive que correr atrás e aprender de forma empírica (a famosa "na marra"). A parte acadêmica não refletia em nada a vida profissional real	1
17-1	Não. O mundo acadêmico é muito diferente da realidade profissional, ainda mais empresas menores.	1
3-2c	[...] Além disso, a maior dor foi a disparidade entre o projetar acadêmico e o projetar na vida real. Em todos os lugares onde trabalhei, NENHUM permitia respeitar o tempo ou as etapas de projeto, todos queriam tudo pra ontem, então pesquisas, testes ou outras investigações eram inexistentes no desenvolver do trabalho. Isso foi me deixando muito desgostosa da profissão. Era tipo: faz "uma logo" aí! (sic) - Argh... Em certo ponto eu quis desistir e fazer algo que as pessoas dessem valor. Me dei conta que ficar fazendo arte para jogar papel no lixo era inútil, não mudava nada na vida de ninguém, ao contrário, gerava mais lixo ainda. Quando se está trabalhando ali, no modo tradicional (das 9h as 18h), a gente parece ficar meio anestesiado. Ganha-se o salário, paga-se contas. O trampo fica num canto esquecido. [...]	2
6-2	Não, não me Preparou pra vida profissional [...]	2
9-2	Sim, em grande parte me deu as bases do que precisava para começar minha carreira, mas o que precisava para me desenvolver aprendi na prática.	2

12-2	Muita coisa que aprendi da prática profissional enquanto designer foi no dia a dia, não consigo dizer se a graduação deveria ou não ter o papel de passar alguns conceitos que aprendi atuando.	2
8-3	Sim, consigo aplicar design na prática	3
11-3	Atende sim, sinto que há uma tentativa real de praticar o foco no usuário e na identificação do problema, investigação, discussão de alternativas, coisas que se discutiam muito nas aulas da faculdade como algo básico do design. Sentia que isso era usado muito mais no discurso de escritórios tradicionais de design do que na prática de fato, mas em design de serviços notei que é algo levado muito mais a sério.	3
1-4	Certamente! Me deu subsídios para levar o pensamento projetual aos limites do meu cotidiano.	4
4-4	Sim, sem o conhecimento técnico não seria capaz de produzir com celeridade.	4
2-5	Sim. Muito do meu estudo teórico é aplicado no dia-a-dia.	5
5-5	Sim. Consigo executar e aplicar o que aprendi nas tarefas do dia a dia	5
23-5	Sim. Aplico os conhecimentos adquiridos.	5
11-6	Sim, me sinto capaz de participar dos processos e contribuir de maneira segura. No entanto necessito de formações específicas na área para ter mais conhecimento técnico dos processos do que empírico.	6
19-6	Sim, pois além de ser um estágio, anteriormente tive a oportunidade de estudar sobre e colocar um produto no mercado.	6
18-7	Como disse anteriormente, sim e não. O curso da muita bagagem, mas não é conhecimento técnico.	7
25-7	Sim, aplico coisas que aprendi na faculdade no trabalho.	7
Propósito		
4-3	Sim, é um espaço onde há possibilidade de contribuir para a difusão da importância ensino publico através do design	3
Remuneração e questões financeiras		
2-3	Razoavelmente sim. Mas ele tem um valor acima do mercado.	3
14-3	O salário não atende	3
21-3	Sim, pois recebo uma quantia razoável em dinheiro, mesmo com demandas baixas	3
22-3	Sim. Hoje estou em um emprego que me da estabilidade financeira [...]	3
23-3b	Acho muito difícil me posicionar dentro da empresa ganhando pouco com 3t de trabalho nas costas.	3
30-3	Financeiramente sim	3
14-6	Acho que sim, mas eu deveria ganhar mais	6
Transição da graduação para prática profissional		
11-2	Hoje trabalho como designer de serviços, algo que se falava muito pouco quando estava na faculdade... design thinking estava apenas começando a surgir com força, nem havia se tornado buzz word. Apesar de ter sido um universo muito novo, tanto de práticas quanto de projetos, senti que minha adaptação foi surpreendentemente tranquila. Consegui fazer relação dos processos com situações que já tinha vivido. Não sei se posso creditar isso apenas à minha graduação ou tem uma influência grande das minhas experiências em outras empresas, provavelmente são as duas coisas.	2
17-2	Em partes. Hoje vejo mais valor nos aprendizados, mas precisei crescer profissionalmente para alcançar uma oportunidade de colocá-los em prática realmente.	2
21-2	Também parcialmente. Estou sempre em constante atualização	2
16-5b	mas junto aos fundamentos e métodos foi suficiente para que rapidamente eu me adaptasse à atuação profissional	5