



## O QUE DIZEM ESTUDANTES E EGRESSOS SOBRE METODOLOGIAS E TÉCNICAS PROJETUAIS DIGITAIS NA ACADEMIA E NO MERCADO: UMA ANÁLISE CRÍTICA PRELIMINAR

Palavras-chave: Campo do Design, Crítica, Metodologias e Técnicas Projetuais Digitais.

**Ariel Tomazelli;** Bolsista IC, CVD-EBA-UFRJ; Rio de Janeiro, RJ e Brasil;  
arieltomazelli.ufrj@gmail.com;

**Fabiana Oliveira Heinrich;** Professora do Programa de Pós-Graduação em Design (PPGD)  
e do Curso de Comunicação Visual Design (CVD), EBA-UFRJ; Rio de Janeiro, RJ-BR.  
fabianaheinrich@eba.ufrj.br

**Felipe Manhoni;** Bolsista IC, CVD-EBA-UFRJ; Rio de Janeiro, RJ e Brasil;  
felipemanhoni4@gmail.com

**Julia Pinheiro;** Graduada em CVD-EBA-UFRJ; Rio de Janeiro, RJ e Brasil;  
juliapinheiro.ufrj@gmail.com

### 1. Introdução

O uso da Crítica Social para análise do Design como prática laborativa acadêmica e mercadológica não é comum. Ao considerarmos o Design como prática e produção social (CIPINIUK, 2014, p. 43), torna-se premente uma investigação que discuta a sua relação dialética com o modo de produção contemporâneo – hoje, o capitalismo. Com efeito, esta pesquisa de Iniciação Científica visa investigar criticamente as influências de fatores extra-Campo (HEINRICH et. al, 2022), no emprego de metodologias e técnicas projetuais digitais no Campo do Design a partir de análises qualitativas obtidas em entrevistas com designers formados no curso de Comunicação Visual Design na UFRJ. Essas entrevistas constituem uma etapa subsequente à aplicação de um questionário e buscam versar sobre as relações entre os desdobramentos históricos do modo de produção capitalista e a prática projetual concreta do Design Digital, bem como refletir preliminarmente acerca das relações entre esta e os profissionais enquanto classe perante sua realidade laborativa no Brasil.

Iniciamos o trabalho definindo o que entendemos por metodologia e técnica. Metodologia, termo que deriva de método, exprime um conjunto de etapas de um

processo projetual (COELHO apud HEINRICH 2013, p. 56). Já a técnica consiste na representação de uma das etapas desta metodologia (HEINRICH, 2013, p. 53). Contudo, essas noções muitas vezes são empregadas, acadêmica e mercadologicamente, como noções em si mesmas, ou seja, valendo-se apenas da descrição de suas qualidades no processo de suas aplicações, desconsiderando as variantes contextuais, pautadas pela lógica industrial capitalista, em que tais processos ocorrem. Assim, apresentamos brevemente a seguir os resultados da primeira etapa dessa investigação, o questionário, aplicado em 2021 e já publicado de forma detalhada (HEINRICH et. al, 2022). Essa apresentação visa contextualizar a discussão da segunda etapa da pesquisa, as entrevistas, desenvolvidas com o objetivo de aprofundar os dados coletados anteriormente.

### 2. Aplicação de questionário

A partir das 63 respostas coletadas de estudantes e egressos do curso de Comunicação Visual Design, acerca do aprendizado acadêmico e do emprego mercadológico de metodologias e técnicas projetuais de Design Digital, definimos alguns parâmetros sobre a situação atual do ensino das metodologias e técnicas projetuais no referido curso, bem como a aplicação das mesmas no mercado de trabalho. Algumas informações importantes que contextualizam as entrevistas discutidas no próximo ponto deste artigo são:

- A metodologia mais ensinada em sala de aula e a mais utilizada no mercado é *Design Thinking*, o que evidencia a influência de um modelo de trabalho internacional e que, não curiosamente, é oriundo do Campo da Administração e Gestão. Aqui, os escritos de Matias (2014) nos ajudam a compreender tal fenômeno, descrevendo a virada gestorial que ocorre no Campo do Design a partir das décadas de 1990-2000, conforme mudanças como a aceleração de processos produtivos e o aumento de lucratividade no capitalismo;
- A maioria dos respondentes ocupa cargos de *UX Design*, somando 27%, seguidos de *estagiário de Design e Designer*, com 15,9% cada. Evidenciamos como o mercado



mescla nomenclaturas mais generalistas (*estagiário de Design e Designer*), com aquelas mais específicas (*UX Design*). Desse modo, destacamos como denominações específicas não necessariamente determinam com clareza o trabalho requerido, pois, conforme Heinrich (2018), podemos observar como a realização de funções que precedem o surgimento de seus nomes evidencia a prática capitalista de definir novos nomes a fenômenos já existentes;

- Foram citadas 125 empresas e destas, 64 usam metodologias e técnicas projetuais, além de 8 menções à categoria *Freelancer*, ou *Designer autônomo*. Isso evidencia como o emprego dessas ferramentas projetuais não é unânime no mercado, questionando então quais fatores/critérios determinam ou não o seu uso, como tempo, condições materiais, financiamento, estrutura;
- Empresas privadas de grande porte são as que mais utilizam metodologias e técnicas, já que, grosso modo, são as que geralmente possuem melhores condições materiais e maiores equipes de trabalhadores, possibilitando que metodologias e técnicas sejam mais empregadas;
- Ao questionarmos se há diferenças entre o que é ensinado na Universidade e o que é aplicado no mercado em relação às metodologias e técnicas projetuais, obtivemos 82,5% de respostas positivas, dado que valida e corrobora a relevância da pesquisa e impulsiona o trabalho no aprofundamento dessas percepções através da aplicação das entrevistas.

### 3. Etapa de entrevistas

Após o tratamento e análise dos dados obtidos no questionário, realizamos uma seleção dos respondentes para as entrevistas a partir de dois critérios: 1) declaração de interesse em colaborar mais com a pesquisa; e 2) porte da ou das empresas em que atuou ao longo de sua jornada profissional. Categorizamos o porte das empresas a partir do número de funcionários informado pelas mesmas em seus sites: Microempresa, Empresa

de Pequeno Porte, Empresa de Médio Porte ou Grande Empresa segundo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)<sup>1</sup>.

As sete entrevistas foram realizadas remotamente entre maio de 2022 e junho de 2023, com roteiro semi-estruturado dividido em quatro partes, abarcando temáticas e seus respectivos objetivos conforme Imagem 1.

| Seção | Definição   |
|-------|---|
| 1     | <b>"Apresentação"</b> : apresentação do entrevistador, da pesquisa e dos objetivos da entrevista.   |
| 2     | <b>"Aquecimento"</b> : primeira fala do entrevistado, captando um histórico geral do mesmo e sua relação quanto a formação educacional e mercado de trabalho. |
| 3     | <b>"Mercado e Metodologias e Técnicas"</b> : aprofundamento das relações do entrevistado com a utilização de metodologias e técnicas no mercado de trabalho.  |
| 4     | <b>"Formação educacional"</b> : entendimento do contexto de aprendizado das metodologias e técnicas pelo entrevistado.  |

Imagem 1 – Roteiro das entrevistas  
Fonte: Os autores (2023)

## 4. Resultados preliminares das entrevistas

Usaremos algumas transcrições para apresentar as percepções dos entrevistados, referindo-nos aos mesmos através das nomenclaturas e1, e2, e3, e4, e5, e6 e e7. Importante pontuar que no momento trabalhamos com as percepções de forma mais descritiva, introdutória, visando mapear o todo. No desdobramento desse texto aprofundaremos as considerações críticas, uma vez que mais espaço faz-se necessário.

Logo, temos que metodologias e técnicas foram indicadas como ferramentas de valorização de projetos por quatro entrevistados, sendo relatadas conforme a Imagem 2:

<sup>1</sup> Tabela com categorização disponível em [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%2520Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE\\_conceito\\_empregados.pdf&a=D&source=docs&ust=1693569549463348&usg=AOvVaw3CCbbim0hCh\\_1X62Ydtc7j](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%2520Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf&a=D&source=docs&ust=1693569549463348&usg=AOvVaw3CCbbim0hCh_1X62Ydtc7j) Acessado em 01/09/2023.



| Entrevistas | Citações   |
|-------------|--|
| 2           | <p><b>Entrevistador(a):</b> A gente queria saber como você avalia o processo de trabalho e os resultados de projetos que empregam essas metodologias?</p> <p><b>E2:</b> No geral sempre melhora, né? Eu acho que é impossível a gente conceber a ideia de trabalhar sem ter uma metodologia e sem ter um processo, porque se não beira o caos, né? [...] Cara, eu acho que é importante, tipo, não dá. Não consigo pensar design sem método. Não dá na minha cabeça não, não sai isso.</p> |
| 4           | <p><b>Entrevistador(a):</b> Como você avalia o processo de trabalho e os resultados de projetos que empregam ou não empregam metodologias e técnicas? Você acha que melhora piora?</p> <p><b>E4:</b> Cara, eu acho que faz muita diferença, assim, porque eu não vejo outro caminho que não de seguir qualquer metodologia, sabe?</p>  |
| 5           | <p><b>Entrevistador(a):</b> É, quanto a receptividade ao resultado dos projetos, qual a diferença que você sente entre os projetos que utiliza metodologia e os que não utiliza?</p> <p><b>E5:</b> Normalmente, quando você utiliza, quando você aplica conscientemente, é, eles tendem a ter um melhor resultado final [...] você tem que entender o motivo dela [da demanda], para poder aí sim atingir o objetivo final.</p>  |

Imagem 2 – Resposta dos alunos sobre metodologias e técnicas como ferramenta de valorização do projeto.

Fonte: Os autores (2023)

Em relação aos fatores extra-Campo que influenciam ou não o uso de metodologias e técnicas, *tempo* foi citado por todos os entrevistados. As cobranças versam sobre a necessidade de resultados urgentes para a empresa (Imagem 3):

| Entrevistas | Citações  |
|-------------|---|
| 4           | <b>Empresa de grande porte setor de hotelaria e turismo:</b><br><b>E4:</b> Cara... principalmente tempo (pausa no discurso)... Acho que eu diria tempo. Assim, tipo, tempo e urgência, né? É uma mistura de tempo, urgência e... prioridade... e relevância também.   |
| 2           | <b>Empresa de médio/grande porte no setor de e-commerce e acesso à cultura:</b><br><b>E2:</b> No caso da XXXX, rolava essa negociação de quão urgente é uma coisa, pra poder impactar na quantidade de metodologias que a gente poderia fazer para chegar no resultado final daquilo, né? O quão bem feito a gente poderia fazer com o tempo que a gente tem. |

Imagem 3 – Resposta dos alunos que o fator tempo é essencial.  
Fonte: Os autores (2023)

Outros fatores extra-Campo mais citados foram *custo* e *mão de obra*, diretamente relacionados ao modo de trabalho de cada empresa e à *autonomia* (ou ausência de) na escolha do uso de metodologias e técnicas pelos designers (Imagem 4).



| Entrevista | Pergunta Vs. Resposta   |
|------------|---|
| 2          | <p><b>Entrevistador(a):</b> Qual é o critério para a escolha dessas metodologias usadas?</p> <p><b>E2:</b> Olha, a [metodologia] de processo é... unanimidade em todas as empresas. Geralmente, quando uma coisa funciona, ninguém mexe. E aí se você for ver qualquer empresa de... de tecnologia: OLX, Mercado Livre, IFood etc. Provavelmente elas vão trabalhar de forma muito parecida. [...]</p> <p>[Metodologia] De design... cara de design, pelo menos aqui, na ****, a gente não tem uma coisa muito estruturada, não no sentido de tipo, "quais métodos você tem que usar para resolver esse tipo de problema?", no geral eles partem do ponto que todo mundo sabe dessas coisas, porque são coisas muito usadas, né? Tipo, sei lá, fazer persona... jornada... [...]</p> <p>Então vai de cada designer entender o próprio problema, e ver qual... qual dessas metodologias se encaixa melhor para resolver o problema. Ou se não se encaixa e tem que misturar com uma outra coisa.</p> |
| 3          | <p><b>Entrevistador(a):</b> O que pode barrar a escolha de uma metodologia?</p> <p><b>E3:</b> O dev achar que algo vai ser mais complexo e atritos de equipe pontuais ou antes ainda, na primeira metade do segundo diamante (prototipar), ainda há bastante liberdade de escolha. Um depende mais forte é quando existem muitas perguntas e você resolve falar com o usuário, que trata mais coisas comportamentais ou atitudinais, onde a pessoa fala o que faz mas não de fato faz, o que pode influenciar e tirar sua autonomia de decisão, ficando a cargo da melhor que atende e não qual você gostaria de utilizar.</p>  |
| 5          | <p><b>Entrevistador(a):</b> Então, só pra reforçar, o quê que você acha que pode barrar a escolha da metodologia?</p> <p><b>E5:</b> É a visão do grupo.</p>   |
| 6          | <p><b>Entrevistador(a):</b> — [...] então você diz que todos os designers da equipe podem escolher, mas existe algum momento que não pode escolher?</p> <p><b>E6:</b> — Cara... não (<i>risos</i>). Não tem um momento em que não pode escolher.</p>  |

Imagem 4 – Respostas relatando acerca da autonomia nas entrevistas.  
Fonte: Os autores (2023)

Quanto às equipes de trabalho, os entrevistados declararam diferentes regimes, como trabalho individual, em duplas ou equipes. Aqueles simultaneamente em mais de um regime declaram variação de acordo com o projeto em desenvolvimento. Uma





declaração do e5 relata o acúmulo de funções, característica geral do mercado de trabalho digital brasileiro (Imagem 5):

**Entrevistador(a):** [...] só para complementar então algumas informações aqui, é... Você considera, então, que as suas formações complementares foram ligadas ao T.I. e não ao Design, ou ao Design também?

**E5:** [...] É muito comum você ter um cara só para fazer a tela e o front end. E às vezes ele não tem domínio para fazer front end. E um cara só para fazer o back end e um pouco do front end, né? Então você, em vez de ter quatro pessoas, (se interrompe) E às vezes não tem nem gestor de projeto. Então em vez de você ter quatro pessoas, você tem duas. Às vezes uma, entendeu? Então tem projetos que eu faço a tela, faço front end, faço back end e eu sou meu gestor de projeto. (risos)

Imagem 5 – Relato sobre o acúmulo de funções.

Fonte: Os autores (2023)

Observamos ainda um comentário sobre investimentos no desenvolvimento de novas metodologias e técnicas para acelerar o processo produtivo por parte de uma empresa de grande porte do ramo de comunicação e entretenimento, conforme a Imagem 6:

| Entrevistas | Citações  |
|-------------|---|
| 6           | <p><b>Entrevistador(a):</b> No fim, o que você acha que tem mais peso para a empresa, para a empresa (repete), no processo de desenvolvimento dos projetos?</p> <p><b>E6:</b> Tempo, tempo, bastante tempo. [...] Eles estão tentando evoluir a aplicação das metodologias e das técnicas, facilitando e promovendo workshops e tutoriais, eles disponibilizam uma verba anual para gente fazer esse desenvolvimento também, para que esse tempo de discovery e técnica diminua</p> |

Imagem 6 – Relato sobre aceleração do processo produtivo.

Fonte: Os autores (2023)

Quanto às questões de ensino, é importante ressaltar que essa pesquisa não advoga pela adaptação passiva da educação às exigências do mercado, e tampouco que questões formativas do Campo do Design são de responsabilidade única das Universidades. Entretanto, precisamos evidenciar as influências de fatores externos ao Campo para entender as práticas de Design baseadas no concreto. Algumas das declarações dos entrevistados acerca do aprendizado de metodologias e técnicas de projetos digitais se





relacionam 1) enfoque do curso no Design Gráfico, e não no Design Digital (e1, e2); mudanças no currículo do curso e ofertas de disciplinas sobre Design Digital e formação insuficiente para suprir as funções exercidas atualmente (e6). Na imagem a seguir, evidenciamos algumas percepções (Imagem 7):

| Entrevistas | Citações   |
|-------------|--|
| 1           | <p><b>Entrevistador(a):</b> A primeira pergunta é: no geral, o que você pensa sobre o ensino de metodologias e técnicas?</p> <p><b>E1:</b> Eu acho que a gente... ( <i>se interrompe</i>) eu acho que o ensino, ele tem muito a melhorar, pelo fato de eu só conseguir estudar sobre, não sei o quanto evoluiu porque eu até saí da universidade, mas eu só fui ter essas matérias, né, e um pouco disso no final, porque tive sorte da entrada da Fabiana e da professora Marília.[...] até o sexto período, quinto período, não tinha contato, né, com essas técnicas nem nada.</p>                              |
| 2           | <p><b>Entrevistador(a):</b> Agora a gente quer falar um pouco sobre a parte, né, da formação educacional. E aí eu queria saber como foi o aprendizado dessas metodologias e técnicas. Se você teve a oportunidade de aprender na faculdade ou algum curso por fora, entende?</p> <p><b>E2:</b> Entendi. Olha... na faculdade... na faculdade. Cara, então né? Comunicação Visual na UFRJ é completamente focado em Design Gráfico, né? Pelo menos na minha época, não que tenha tanto tempo, mas eu sei que houveram mudanças no currículo e entraram matérias voltadas pro digital, assim que eu me informei.</p> |
| 6           | <p><b>Entrevistador(a):</b> – Mas você consideraria que você aprendeu mais na faculdade ou não tanto assim? Tipo, só se você tivesse que colocar em um desses dois extremos.</p> <p><b>E6:</b> Eu não aprendi tanto na faculdade (<i>risos</i>). [...] como eu fiz ali em 2016..., lá atrás, etc, né? Não, era muito difícil. [...]Eu fiz a faculdade no período errado.</p>   |

Imagem 7 – Relatos sobre o aprendizado de metodologias e técnicas na universidade.  
Fonte: Os autores (2023)

Com efeito, fica latente que as diferenças entre ensino na universidade e as aplicações de metodologias e técnicas projetuais digitais no mercado configuram problemas de representação da própria formação e atuação dos designers digitais, e como problema



coletivo e de classe, que não devem ser solucionados isoladamente (CIPINIUK, 2014, p. 60)<sup>2</sup>.

Por fim, consideramos que a publicação dessa análise atesta as necessidades de um olhar crítico e apurado da prática laborativa do Campo do Design e a constituição deste como disciplina do conhecimento, visando fomentar o debate de questões sociais coletivas e melhor compreender suas práticas e efeitos para com a sociedade.

## REFERÊNCIAS

CIPINIUK, Alberto. **Design: o livro dos porquês: o campo do Design compreendido como produção social**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Ed. Reflexão, 2014.

HEINRICH, F. O.; BRUZACA, A. B. E. S. ; BRANCO, G. L. C. ; BICO, I. W. ; PINHEIRO, J. ; OLIVEIRA, L. F. R. C. . **Aprendizado acadêmico e uso mercadológico de metodologias e técnicas para projetos digitais sob o capitalismo: uma investigação preliminar no Campo do Design**. In: CLAUDIA TEIXEIRA MARINHO; CAMILA BEZERRA FURTADO BARROS; BRUNO RIBEIRO DO NASCIMENTO. (Org.). Pesquisa e Design: defuturando o Design. 3ed. Fortaleza: Editora Nadifúndio, 2022, v. 1, p. 606-636.

HEINRICH, Fabiana Oliveira. **Crítica da experiência como mercadoria no Campo do Design**. Tese de Doutorado. Orientador: Alberto Cipiniuk. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2018.

\_\_\_\_\_. **Design: crítica à noção de metodologia de projeto**. Dissertação de Mestrado. Orientador: Alberto Cipiniuk. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2013.

MATIAS, Iraldo Alberto Alves. **Projeto e Revolução: do fetichismo à gestão, uma crítica à teoria do design**. Tese (doutorado). Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2014.

---

<sup>2</sup> Originalmente o autor utiliza este argumento relacionando os problemas do Design ao “objeto industrial”, em nossos estudos fazemos a comparação em relação à metodologias e técnicas projetuais digitais.