





instituto  
de inovação  
competitividade  
e design



Júlio Carlos de Souza van der Linden  
Bruno Guilherme Valentini

ORGANIZADORES

*DESIGN,  
CULTURA &  
INOVAÇÃO*

Volume I

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

[www.ufrgs.br/iicd](http://www.ufrgs.br/iicd)

© dos autores — 2019

Capa e projeto gráfico: Bruno Guilherme Valentini

---

D457 Design, cultura & inovação: volume I [recurso eletrônico] / organizadores Júlio Carlos de Souza van der Linden [e] Bruno Guilherme Valentini — Dados eletrônicos — Porto Alegre: Marcavisual, 2019.

112p.: digital

ISBN 978-85-61965-71-6

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul ([www.ufrgs.br/iicd](http://www.ufrgs.br/iicd))

1. Design. 2. Teoria do Design. 3. Métodos — Design — Inovação. 4. Design — Cultura — Educação. 5. Desenvolvimento de produto. I. Linden, Júlio Carlos de Souza van der. II. Valentini, Bruno Guilherme.

CDU 658.512.2

---

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.  
(Jaqueline Trombin — Bibliotecária responsável CRB10/0979)

**Marcavisual – Conselho Editorial**

**Airton Cattani** – Presidente

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Adriane Borda Almeida da Silva**

UFPeL – Universidade Federal de Pelotas

**Celso Carnos Scaletsky**

UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

**Denise Barcellos Pinheiro Machado**

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

**Marco Antônio Rotta Teixeira**

UEM – Universidade Estadual de Maringá

**Maria de Lourdes Zuquim**

USP – Universidade de São Paulo

# *PERFIS DE ESTUDANTES DE DESIGN NO RS*

## 04

Bruno Guilherme Valentini  
Júlio Carlos de Souza van der Linden

### 1 INTRODUÇÃO

Para Calvera (2006), as universidades atuam como centros de formação profissional de nível superior e de cultivo do saber. Deste modo, durante a jornada acadêmica, estudantes de design têm contato com diferentes tipos de conhecimentos, professores, colegas, experiências entre outros. Assim, os comportamentos dos estudantes são permeado por diferentes significados e experiências que possuem acerca da área e, tais interpretações interferem na maneira como eles percebem e se posicionam em relação ao design.

Tendo em mente que o cotidiano é um agente para construção do perfil de um graduando, pressupõe-se que os perfis associados aos estudantes ingressantes dos cursos de design estão relacionados às expectativas quanto seu futuro profissional. Por outro lado, os perfis associados aos estudantes concluintes estão conexos às experiências acadêmicas e profissionais pelas quais vivenciaram no decorrer da graduação. Nesse contexto, além de expectativas e experiências, também contribuem para a formação dos perfis, os anseios, as necessidades e as motivações dos alunos, que refletem nos seus comportamentos e nas tomadas de decisão em relação ao que idealizam sobre design.

Aprofundando-se na estrutura multidimensional do design<sup>1</sup>, este estudo objetivou-se, através de uma abordagem exploratória e não probabilística, identificar e caracterizar os perfis de estudantes ingressantes e concluintes de cursos de design, neste caso específico no Rio Grande do Sul.

Nesse contexto, optou-se por uma abordagem mista de pesquisa. Pelo lado qualitativo, obter um conhecimento aprofundado sobre os elementos que constituem a percepção do design pelos diferentes níveis de estudantes dentro de um mesmo ambiente e, de outro lado, quantitativo com a seleção de uma amostra representativa para a pesquisa.

## **2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A coleta de dados por entrevistas ocorreu em três instituições de ensino superior que foram selecionadas por conveniência e separadas geograficamente. As instituições foram escolhidas devido à facilidade de acesso às informações e deslocamento do pesquisador para realização da coleta de dados no local. Foram selecionados dois grupos de estudantes em dois níveis dentro do curso de design: recém-ingressos no curso de design, primeiro semestre; e estudantes na etapa final do curso.

Estes grupos foram selecionados por se diferenciarem no acesso e nas fontes de informação durante o curso, assim como o tempo de experiência. Para que com isso fosse possível comparar os resultados entre os dois grupos, entre instituições e entre as regiões.

As participações foram voluntárias e anônimas. As entrevistas seguiram um roteiro básico de perguntas e foram gravadas por um dispositivo eletrônico, sendo posteriormente transcritas para realização da análise de dados conforme recomendado por Gibbs (2009).

As entrevistas com os concluintes foram realizadas nos meses de novembro e dezembro de 2017. Como critério para estabelecer o nível de concluinte, foram considerados aqueles alunos que já tivessem concluído 80% dos créditos do curso. Foram entrevistados 15 estudantes, 5 concluintes de cada instituição indicados pelos coordenadores dos cursos de design. O local foi escolhido com o propósito de estimular memórias e lembranças do aluno pelo ambiente.

Os alunos ingressantes foram selecionados através da indicação dos professores da disciplina de Introdução ao Design. As entrevistas ocorreram no mês de março de 2018. Assim como com os estudantes concluintes, as entrevistas foram realizadas em ambiente propício para estimular as respostas dos participantes.

## 2.1. Questionários

Após as transcrições das entrevistas, as respostas passaram pelo tratamento de análise de conteúdo conforme Gibbs (2009). As respostas foram sintetizadas e resultaram em 39 códigos que compuseram o questionário. Cada código apresentou uma breve descrição a fim de esclarecer eventuais dúvidas que pudessem emergir pelos respondentes. Ao lado de cada código, uma escala de importância mensuradas com escalas de razão, métricas e numéricas (HAIR *et al.* 2005) sobre as quais os respondentes deram notas (de 0 a 10)<sup>1</sup>.

Foram realizados dois testes pilotos em turmas de graduação para estimar o tempo de respostas e verificar a aplicabilidade do questionário. Após os ajustes, o questionário foi aplicado presencialmente a 225 estudantes (ingressantes e concluintes) em seis instituições de ensino superior.

Ao final da coleta foram desconsiderados 10 questionários que não estavam devidamente preenchidos ou não se enquadraram nos critérios estabelecidos para ingressantes ou concluintes. Obteve-se 110 questionários válidos para ingressantes e outros 105 questionários válidos para estudantes concluintes. Posteriormente, as respostas passaram por tratamento estatístico no programa de análise SPSS.

## 3 TRATAMENTO DOS DADOS E DEFINIÇÃO DOS PERFIS

Para o agrupamento de perfis de estudantes que apresentam um mesmo padrão de respostas (percepções semelhantes) foi utilizada a Análise de Aglomerados, com o uso do programa SPSS.

A Análise de Aglomerados foi procedida pelo método k-means, tendo sido exploradas configurações entre três e oito clusters. Ao final foram definidos 6 perfis para ingressantes e 3 para concluintes. Os aglomerados que apresentaram baixa representatividade foram desconsiderados para o desenvolvimento dos perfis. Para facilitar a identificação, estes perfis foram traduzidos em arquétipos, descritos conforme as suas características.

A caracterização dos arquétipos para os ingressantes e concluintes, realizou-se com base na análise dos códigos que apresentaram diferenças significativas<sup>2</sup>, tanto acima como abaixo da média geral. Foram grifados os códigos que se distinguem entre os perfis. Foram grifados os códigos que contribuem para a distinção entre os perfis. Na caracterização dos arquétipos, os resultados estatísticos foram associados às observações em sala de aula e a trechos das entrevistas, transcritos nas notas de rodapé.

Os perfis são apresentados em dois momentos, Inicialmente são os perfis de estudantes ingressantes e posteriormente os perfis de estudantes concluintes.

1. Segundo Schuler e De Toni (2015) as pessoas estão mais acostumadas com a valoração usando notas entre 0 e 10. Isso porque consideram que em escalas de 5 pontos (sem importância=1, pouco importante=2; mais ou menos importante=3; bastante importante=4; muito importante=5) é pouco discriminante entre os valores atribuídos de 4 (bastante importante) e 5 (muito importante).

2. Para tanto, considerou-se além da significância estatística a significância prática, tendo em vista que em vários casos os escores apresentados entre os códigos eram muito próximos, embora apresentassem diferenças significativas com  $p < 0,05$ .

3. "Uma delas é a questão de usar toda e qualquer ideia. Toda ideia é válida, jogar no papel e ir aprimorando. Outra coisa que acho válida é a questão de botar no papel quando tu queres representar uma ideia." ENTREVISTA 03

4. "Como eu sou do Design de Produto, não necessariamente eu vou criar um produto novo, mas vou inovar algo que já tenha para que o produto te forneça a utilidade. Melhorar de alguma forma. Inovação, tanto de criar algo novo quanto melhorar o que já tem, adaptado ao público." ENTREVISTA 14

5. "Encaro bastante o design, até por eu ter largado da engenharia no 7º semestre, como uma coisa meio apaixonal [...] quando decidi ser designer, foi uma realização pessoal. É o que eu quero, é o que eu gosto e por mais que não seja rentável é o que eu gosto de fazer." ENTREVISTA 01



Quadro 1 – Caracterização dos perfis de Ingressantes

	PERFIS					
	Sistêmico	Proto- Estratégico	Criativo	Indiferente	Proto- Visionário	Autoral
Arte	-	-	-	-	acima	abaixo
Desenho	-	-	-	-		
Estética	acima	acima	acima		acima	acima
Multissensorial	-	-	-	abaixo	-	-
Análise	-	-	-	abaixo	-	-
Criatividade	acima	acima	acima	-	acima	acima
Estratégia	-	acima	acima	abaixo	acima	-
Metodologia	-	-	abaixo	-	acima	-
Negócios	-	-	-	abaixo	acima	-
Pesquisa	acima	acima	acima	abaixo	acima	-
Processo	abaixo	-	-	abaixo	-	abaixo
Projeto	-	-	acima	-	acima	-
Reflexivo	-	-	-	abaixo	-	-
Sistêmico	acima	-	-	abaixo	-	-
Sustentabilidade	-	-	-	abaixo	acima	-
Amplio	acima	-	abaixo	abaixo	acima	-
Difuso	-	acima	acima	abaixo	acima	-
Multidisciplinar	-	-	abaixo	abaixo	-	-
Comunidade	abaixo	-	-	abaixo	-	abaixo
Empatia	-	-	-	abaixo	-	abaixo
Frustração	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo
Prazer	-	-	-	-	-	-
Social	-	-	-	abaixo	acima	-
Apatia	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo	abaixo
Esperança	-	-	abaixo	-	acima	-
Insegurança	-	abaixo	-	-	-	abaixo
Medo	-	abaixo	acima	-	-	abaixo
Paixão	abaixo	acima	-	-	acima	-
Cultura	-	-	-	abaixo	acima	-
Desvalorização	-	abaixo	-	abaixo	abaixo	abaixo
Identidade	-	-	-	-	-	-
Liberdade	-	acima	abaixo	-	acima	acima
Marcas	-	-	-	abaixo	-	-
Valorização	abaixo	abaixo	-	abaixo	abaixo	abaixo
Competitividade	-	-	-	abaixo	-	-
Inovação	acima	acima	acima	abaixo	acima	abaixo
Praticidade	-	-	-	abaixo	-	-
Resolução de Problemas	-	-	-	abaixo	-	abaixo
Tecnologia	-	-	-	abaixo	-	-

fonte: desenvolvido pelos autores

6. "Perguntavam o que eu ia fazer [...], faz 3 anos que eu quero fazer design de produto [...] me falavam "porque tu não faz uma arquitetura e depois design de interiores e depois design de produtos" [...] o design é sempre meio desvalorizado. Colocado para baixo em relação às outras coisas." ENTREVISTA 14

7. "Acho que design e futuro têm a tendência de estarem cada vez mais próximos porque o design normalmente consegue identificar dificuldades diárias e as soluções para aquilo [...] normalmente eu vejo projetos de design desenvolvidos em cima de uma necessidade e por isso, são bem ligados." ENTREVISTA 03

8. "[...] é ter que ficar explicando para a família o que é. Porque a maioria acha que é uma profissão que não vai dar lucro. É o pouco reconhecimento que tem. Isso é o principal!" ENTREVISTA 07 \ "Meu pai, não apoia muito o design né, ele gosta mais de coisa tipo Medicina e coisa assim, e isso ajuda a me dar um certo medo do design [...] Eu fico triste que ele não goste, fico com medo do meu futuro." ENTREVISTA 13

9. "Meu pai me perguntou foi se dava dinheiro. Eu disse que não sabia e que ia tentar. Mas até quando fui falar que ia fazer design eu estava bem insegura porque querendo ou não, não conheço muito a área, mas sempre foi assim, tem que fazer um curso de TI porque dá dinheiro ou fazer direito... áreas que dão mais resultados na questão financeira. Então, quando decidi que queria fazer design eu fiquei bem insegura." ENTREVISTA 02

10. "Optei pelo design por ser um curso fácil, na minha visão, e me formar mais rápido." ENTREVISTA 06 / "Foi porque as pessoas me falaram que era uma boa faculdade e também porque preferi estudar no centro, perto de tudo." ENTREVISTA 09

No perfil **Sistêmico**, os estudantes interpretam o design de forma ampla, com informações que se conectam de forma sistêmica e não coordenadas<sup>3</sup>. Atribuem importância às características visionárias como: criatividade, pesquisa e inovação tecnológica. Não se sentem parte de um grupo e caracterizam-se como profissionais pragmáticos, objetivos<sup>4</sup> e competitivos. A falta de paixão pela sua profissão se reflete na baixa frustração, ou seja, não criam expectativas e, por isso, não sofrem com decepções.

O perfil **Proto-Estratégico** é composto por estudantes que adentram ao curso apaixonados pela profissão<sup>5</sup>. Sentem-se seguros e livres para pesquisar e criar estratégias que resultem em inovação para o mercado. Acreditam que o design tem um aspecto difuso, portanto de difícil compreensão por grande parte da população, o que contribui para a sua desvalorização no mercado de trabalho<sup>6</sup>. Este perfil está associado à visão do design como uma profissão muito importante para o desenvolvimento do mundo<sup>7</sup>.

Classificados como **Criativos**, os estudantes que compõem este perfil são os estudantes que optam pelo design por acreditarem ser uma área criativa, com foco em pesquisa, estratégia e inovação. Esse perfil está associado também a sentimento de incompreensão, principalmente porque seus familiares que não compartilham a visão do design como um campo de atuação amplo<sup>8</sup> e resumem-no apenas à arte. Tendo como consequência, a insegurança e a falta de esperança de futuro profissional ou de valorização<sup>9</sup>.

Os alunos do grupo **Indiferente** apresentam um perfil pessimista enquanto ao seu futuro profissional. Não veem características positivas em relação ao design. Gostariam de cursar arquitetura ou publicidade mas optaram pelo curso de design como “uma opção mais fácil e barata”<sup>10</sup>. Estão no curso porque acreditam que uma graduação no ensino superior resulta em salários melhores no mercado de trabalho, independente de estarem trabalhando em uma área vinculada ao design ou não.

Os ingressantes do grupo **Proto-Visionário** são pessoas otimistas, apaixonadas e esperançosas em relação ao design<sup>11</sup>. Compreendem que o design é uma área abrangente que proporciona liberdade para trabalhar em diferentes campos do conhecimento. Percebe que a pesquisa e o uso de métodos são importantes para inovar. Vê o design como um campo apto a entender o ser humano e o contexto em que está inserido<sup>12</sup>. Para eles, a área, embora desvalorizada, incentiva o empreendedorismo.

Os ingressantes categorizados como **Autoral** são aqueles que escolheram o design como uma via de expressão<sup>13</sup>, sem propósitos funcionais. Apreciam a estética, mas não relacionam-a com arte. Justificam a desconexão por experiências durante o ensino médio, quando não possuíam liberdade para expressar sua criatividade de forma individual, sendo obrigados a seguirem padrões ou técnicas impostos por professores<sup>14</sup>.

11. “Acho que o design vai crescer muito, vão ser as maiores possibilidades futuramente porque a gente está mudando bastante a sociedade e daqui um tempo terão empregos que não terão mais sentido[...]. Mas o design tem possibilidade para o futuro, vai ter mais oportunidade, e mais bem visto [...] A criatividade não é substituível por máquinas, ainda, pelo menos e isso vai ser útil pelo menos.” ENTREVISTA 05

12. “O design te possibilita prestar mais atenção. Porque tem que estar sempre observando, não só nas coisas, nas paisagens em geral, mas nas pessoas. Ajuda também a se relacionar e pensar melhor, a criar mais. Quando você comentou em se relacionar melhor com as pessoas, poderia me explicar melhor? Seria, pelo que eu entendo. Que a maioria do pessoal de design quando vai desenvolver um produto ele tem que pensar para quem ele está fazendo. Entender as necessidades do outro. Por exemplo, quando tu vai lançar alguma coisa, móveis ou moda, quando querem lançar uma tendência, eles tem que entender como a sociedade está agora. O que vamos fazer daqui pra frente” ENTREVISTA 07

13. “Expressão, algo que vem de ti, sabe? Acho que cada designer vai ter sua expressão do que se faz, então é bem diferente de cada pessoa. Pode ser que usem a mesma metodologia, mas cada uma tem um pouco de si expresso. Meio que um sentimento de cada um.” ENTREVISTA 05

14. “[...] é o sonho do aluno que sai da escola e entra na faculdade. É parar de estudar o que te obrigam para estudar o que tu queres.” ENTREVISTA 10 / “a parte mais criativa que eu via que não tinha muito na escola e que as pessoas não dão importância. [...] fui pro design porque queria mais movimento, que fosse mais a ver, não que seja coisas novas todos os dias, mas de todo dia aprender coisa nova. [...] No design eu vou estudar lá atrás mas vou ver lá na frente. Para mim é a criatividade e ser uma coisa mais de agora.” ENTREVISTA 11

Quadro 2 – Caracterização dos perfis de Concluintes

	PERFIS		
	Estratégico	Acomodado	Visionário
Arte	–	abaixo	–
Desenho	–	abaixo	–
Estética	acima	–	acima
Multissensorial	–	abaixo	–
Análise	acima	–	acima
Criatividade	acima	–	acima
Estratégia	acima	–	acima
Metodologia	–	abaixo	–
Negócios	–	abaixo	–
Pesquisa	acima	abaixo	acima
Processo	–	abaixo	–
Projeto	acima	–	acima
Reflexivo	–	abaixo	–
Sistêmico	–	–	acima
Sustentabilidade	acima	abaixo	acima
Amplio	–	–	acima
Difuso	abaixo	abaixo	–
Multidisciplinar	–	–	acima
Comunidade	–	abaixo	–
Empatia	acima	–	acima
Frustração	abaixo	abaixo	abaixo
Prazer	acima	–	–
Social	acima	–	acima
Apatia	abaixo	abaixo	–
Esperança	–	abaixo	–
Insegurança	abaixo	–	–
Medo	abaixo	–	–
Paixão	–	abaixo	acima
Cultura	–	–	–
Desvalorização	abaixo	abaixo	–
Identidade	–	–	acima
Liberdade	–	abaixo	–
Marcas	–	abaixo	–
Valorização	abaixo	abaixo	abaixo
Competitividade	–	abaixo	–
Inovação	acima	–	acima
Praticidade	–	abaixo	–
Resolução de Problemas	acima	–	acima
Tecnologia	acima	abaixo	–

fonte: desenvolvido pelos autores

15. "Paixão. Acreditar na resolução de problemas [...] com uma metodologia flexível, às vezes na intuição, às vezes no pragmatismo." ENTREVISTA 20

16. "Design pode ser um facilitador dentro de uma empresa, de tornar real aquilo que uma empresa quer, mas ela não sabe como fazer. Então eu acho que o design tem essa visão ampla de conversar com várias pessoas dentro de uma empresa para ver o que eles querem. Como um facilitador." ENTREVISTA 16

17. "Eu acho que bastante é a coleta de informação é muito importante tu saber o que tu está fazendo e para quem. Porque não adianta tu ter uma ideia maravilhosa e na hora de aplicar ir para um público completamente errado ou então não ser aquilo que as pessoas queriam. É ter esse norte de realmente saber se aquilo que estou fazendo vai para alguém e se esse alguém precisa disso mesmo. Acho que essa parte do projeto é essencial [...] Eu acho que sempre pensar no contexto. Foi algo que o design me ajudou bastante. Antes de fazer qualquer coisa, ou dizer qualquer coisa, analisar o contexto para avaliar se aquilo que tu vai falar está adequado, ou vai fazer se está de acordo com a situação." ENTREVISTA 19

18. "Então entrei com muita expectativa aqui para dentro e vi que não tem nada de especial, o que eu tirar de proveito daqui vai ser mérito teu. As pessoas estão aqui para te ajudar se tu quiseres, mas o que tu não fizer sozinha, não for atrás sozinha não vai ser valorizado. Isso que eu aprendi na faculdade, que tu tem que te virar sozinho. Os professores vão estar ali para te ajudar caso tu vá atrás deles [...] Eu achei que era muito mais desenho, que teríamos muitas cadeiras de desenho e a gente só tem duas. E são duas cadeiras bem traumáticas, [...] mas dos colegas que entraram comigo, as cadeiras iniciais de desenho foram traumáticas. Para mim também, antes de entrar no curso eu gostava muito de desenhar e agora fazem quatro anos que não pego um papel e uma caneta" ENTREVISTA 17

Dentre os estudantes que estão concluindo o curso de design foram identificados três perfis descritos a seguir. Observa-se características em comum entre os perfis de ambos os níveis. Na seção 5, o aprofundamento e reflexões a cerca dos propósitos e motivações que levam os estudantes a escolher ou continuarem no curso de design.

O concluinte **Estratégico** é o estudante que sai do curso seguro, realizado e apaixonado pelo design<sup>15</sup>. Apresenta um perfil objetivo embasa-se na pesquisa, na análise e na estratégia como elementos fundamentais para a inovação, para o desenvolvimento de novas tecnologias<sup>16</sup> e o florescimento de um pensamento criativo. A empatia os conduz ao apreço pelo bem-estar e humano e ambiental<sup>17</sup>.

Dentro do arquétipo do **Acomodado** encontra-se o concluinte desmotivado e frustrado, não vê pontos positivos em relação ao design. Consideram isso como uma consequência de experiências negativas durante o curso e/ou no mercado de trabalho<sup>18</sup>. O propósito que motiva concluir o curso é o tempo e/ou dinheiro, despendido no curso.

O concluinte classificado como **Visionário** possui muitas semelhanças com os estratégicos, porém mais abstratos<sup>19</sup>. Creem que o designer deve engajar-se na causa para sua valorização profissional<sup>20</sup>. Consideram o campo amplo, multidisciplinar e sistêmico no que tange ao processo de resolução de problemas. Além disso, diferencia-se do designer estratégico por apresentar uma mentalidade empreendedora.

#### 4 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS PERFIS: VALOR E RISCO

Para Frankl (1963), compreender as necessidades e motivações humanas que refletem comportamentos e tomadas de decisão é presumivelmente importante no processo de consideração na tomada de decisões. Para o autor, o próprio indivíduo é responsável pela criação de sentido na sua vida a partir de três visões:

- a) Através da criação de um trabalho ou na realização de um feito (realização).
- b) Através da experimentação de algo ou encontro com alguém (afeto ou reconhecimento).
- c) Através da atitude digna diante de um sofrimento inevitável, transformando-o num feito de superação (aceitação).

Essas classificações baseiam-se na harmonização do “eu quero” com o que “eu devo” ou “eu preciso”, durante o processo de descoberta do “quem eu sou” (SCHULER, DE TONI, 2015). O Quadro 3 apresentado na página a seguir, agrupa os arquétipos conforme suas características e propósitos.

19. “Eu penso muito em trazer referências absurdas que muitas vezes podem não ter a ver com o tema, sei lá, a gente tem um projeto X e eu pensei numa baleia, criatividade nesse sentido, de buscar as coisas de fora do design que são repertórios pessoais e trazer para cá” ENTREVISTA 18

20. “As pessoas não sabem o quanto vale nosso trabalho. Então tu vai dizer que tal coisa que tu fizer vai ser “X” e elas vão pedir para baixar o valor porque elas acham que aquilo é fácil de fazer, mas aí tu vê todo o processo de desenvolvimento que envolve por trás disso, o cliente só vê o produto final então isso, comecei a aprender que é preciso saber apresentar as coisas, mostrar tudo que vem por trás para a pessoa começar a refletir o quanto isso vale. Mas ao mesmo tempo gera um amor muito grande quando tu vê outros designers contigo trabalhando e desenvolvendo contigo.” ENTREVISTA 16 / “Acho que é aquela velha percepção de valor que as pessoas têm. Eu vejo o design como uma coisa de muito valor. E a grande maioria do mercado não percebe o mesmo valor que eu percebo no design. [...] O meu objetivo como designer é entregar para os outros um mercado melhor que entregaram pra mim. Esse foi um dos pontos que eu e meu sócio acabamos divergindo bastante porque essa não era a missão dele. Não que fosse só ganhar grana, mas ele tinha desafios não tão românticos como os meus.” ENTREVISTA 20

21. “[...] no design a gente consegue atuar desde a ponta do processo e trabalhar isso, entregar algo melhorado, algo que realmente faça sentido para quem está na ponta. Então o complexo é isso. O processo inteiro é complexo.” ENTREVISTA 21

22. “Esses dias fiz um curso com professores do design e aí voltou aquele amor. Tu vê quando as pessoas têm amor ao design e tentam evoluir, criar novos métodos. Quando eu vejo pessoas que são designers criando, isso volta a acender aquela luz de nossa, é legal o que eu faço” ENTREVISTA 16 / “Eu penso no que eu quero ser, carreira dos sonhos, sabe? Penso em trabalhos que eu gosto muito, que eu admiro, trabalhos ou pessoas.” ENTREVISTA 18

Quadro 3 – Perfis de estudantes conforme propósitos

	a) realização	b) afeto ou reconhecimento	c) aceitação
INGRESSANTES	SISTÊMICO CRIATIVO AUTORAL	PROTO-ESTRATÉGICO PROTO-VISIONÁRIO	INDIFERENTE
CONCLUINTES	ESTRATÉGICO	VISIONÁRIO	ACOMODADO

fonte: desenvolvido pelos autores

Os arquétipos agrupados na coluna A representam os perfis de estudantes que estão no design com uma perspectiva de futuro. Utilizam a liberdade criativa que a área proporciona com o objetivo de trazer benefícios para a sociedade<sup>21</sup>.

Na coluna B, os estudantes que sentem o design como uma grande comunidade. Espelham-se em profissionais que admiram, utilizam o espaço acadêmico como um laboratório de ideias além de criarem relações entre colegas e professores<sup>22</sup>.

Já na coluna C, estão os estudantes que optam por fazer o curso por algum tipo de obrigação ou restrição, por exemplo: necessidade de um diploma de curso superior, ou então, optam pelo design, ou IES, por questões financeiras<sup>23</sup>. Os concluintes, perfil do Acomodado, são os estudantes desanimados com a graduação. Continuam no curso sem paixão ou prazer. Seu único objetivo é concluir o curso porque necessitam de um diploma de nível superior ou, então, consideram que o tempo e/ou dinheiro investidos até o momento é “irrecuperável”

A partir disso, para cada agrupamento de arquétipo, observaram-se três diferentes percepções na relação valor e risco. São percepções funcionais, sociais e financeiras. Tratam-se percepções funcionais, aquelas relativas ao desempenho esperado. Para estes estudantes, a relevância da escolha pelo curso é intimamente ligada à satisfação de uma necessidade detectada e hierarquicamente estabelecida por eles. Dentro das percepções sociais, o indivíduo almeja ser socialmente aceito. São riscos na perspectiva de julgamento, ou seja, o que as pessoas pensam sobre a profissão do designer. Envolve a satisfação de autoestima. A terceira percepção é envolta em valores e riscos financeiros. É a probabilidade

23. Depois de fazer dois anos de curso tu percebe que isso não tem nada a ver com a ideia de design que imaginava ter [...] E isso mudou muito a minha visão, Para quê colocar uma cadeira de Física se isso não vai me ensinar nada de design? A universidade acha que o designer tem que ter física e, infelizmente, a cadeira de agora não é ideal, mas é melhor do que não tenha nenhuma. Isto é uma coisa que mudou muito desde que eu entrei no curso e que, só agora que eu estou me formando e não tenho mais que fazer essa cadeira, vejo dessa forma. Que momento aconteceu essa mudança de percepção? Eu sempre discuti isso, com meus colegas. E quando tu entras acontece muito essa revolta “por que eu estou fazendo cálculo?” Eu discutia muito isso com meus colegas e até hoje isso é pauta. Que cadeiras precisam, que cadeiras não precisam e que cadeiras continuam. Eu lembro que no começo do curso eu fiquei até um pouco decepcionada com universidade porque [...] eu me lembro de estar conversando com o coordenador e ele falou: “Essas cadeiras de Cálculo e de Física no início do curso são para passar uma peneira nos alunos. O aluno que não aguenta é melhor que saia de uma vez do que ficar aqui dentro.” E eu fiquei horrorizada com isso, tu queres que o aluno fique aqui dentro e goste de estar aqui, por que colocar um monte de cadeira difícil como peneira? Ai eu pensei que realmente quem quer trabalhar com design vai realmente passar por isso ou então vai trocar de curso. Mas mesmo assim, acho uma técnica horrível. ENTREVISTA 10

percebida de que a realização da escolha acarrete na perda ou ganhos de bens ou dinheiro. Ou seja, quanto mais caro maior o risco financeiro percebido.

As percepções apresentadas nessa seção podem ser úteis para auxiliar alunos, professores e coordenadores dos cursos de design a identificar os perfis de estudantes que transitam nas instituições de ensino superior, servindo de referência para o desenvolvimento de estratégias de ensino, comunicação, retenção entre outras.

## 5 RELAÇÃO ENTRE OS PERFIS E AS DIMENSÕES

A relação entre os perfis de estudantes com cada uma das dimensões foi o último conjunto de análises realizado neste estudo. Para tanto foi procedida uma Análise de Variância Univariada, tendo as dimensões como variáveis dependentes. Os resultados demonstraram ocorrências de diferenças significativas para as cinco dimensões, conforme apresentado na Tabela 1 e Tabela 2, respectivamente para a percepção dos perfis de estudantes ingressantes e concluintes.

Tabela 1 – Percepção dos perfis de Ingressantes em relação às dimensões

	<i>Sistêmico</i>	<i>Proto-Estratégico</i>	<i>Criativo</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Proto-Visionário</i>	<i>Autoral</i>
<i>Arte</i>	8,30 <sup>bc</sup>	8,30 <sup>bc</sup>	8,22 <sup>bc</sup>	6,90 <sup>a</sup>	8,81 <sup>c</sup>	7,75 <sup>b</sup>
<i>Ciência</i>	7,94 <sup>bc</sup>	8,36 <sup>cd</sup>	8,51 <sup>de</sup>	5,09 <sup>a</sup>	8,93 <sup>e</sup>	7,65 <sup>b</sup>
<i>Desmod</i>	7,61 <sup>bc</sup>	6,77 <sup>b</sup>	7,81 <sup>cd</sup>	4,27 <sup>a</sup>	8,25 <sup>d</sup>	7,33 <sup>bc</sup>
<i>Humana</i>	7,34 <sup>c</sup>	6,73 <sup>d</sup>	7,30 <sup>de</sup>	5,05 <sup>a</sup>	7,82 <sup>e</sup>	6,12 <sup>b</sup>
<i>Tecnologia</i>	8,05 <sup>c</sup>	8,24 <sup>c</sup>	8,40 <sup>c</sup>	5,80 <sup>a</sup>	8,71 <sup>c</sup>	7,24 <sup>b</sup>

fonte: desenvolvido pelos autores

O contraste já identificado nas motivações que influenciam o **Indiferente** e o **Proto-Visionário** na escolha pelo curso de design é refletido na percepção das dimensões entre estes dois perfis. A percepção

positiva dos estudantes do perfil **Proto-Visionário** emerge da sua motivação inicial e das pesquisas que realizam sobre o curso, e do desejo de reconhecimento profissional que esperam ter após a conclusão da graduação. Por outro lado, as baixas médias para o perfil **Indiferente** são reflexos do perfil de alunos que entram no curso sem nenhum propósito além de possuir uma graduação em nível superior e optaram pelo design sem convicção.

O perfil **Criativo** não apresentou diferença significativa em relação ao perfil **Proto-Visionário** em qualquer uma das dimensões, as diferenças entre os dois são explicadas no interior dessas, na valorização relativa dos códigos que as compõem. Enquanto o perfil **Proto-Visionário** vê o processo criativo em etapas pontuais, ordenadas e fundamentadas nas informações pertinentes a situação, o **Criativo** apresenta uma mentalidade caótica, utilizando-se de toda e qualquer informação como referência para desenvolvimento de suas soluções e, por isso, sente-se desconfortável em ambientes ou situações que privem essa liberdade.

Os perfis **Sistêmico** e **Proto-Estratégico** não apresentaram diferença significativa em relação aos perfis **Criativo** e **Proto-Visionário** para as dimensões Arte e Tecnologia. São perfis que têm forte associação do design como uma atividade intelectual e, por isso, para ser percebida pelo público geral é necessário tangibilizá-lo com algum tipo de resultado (físico, financeiro, comunicacional, entre outros). Ressalta-se nessa ocasião que a característica da dimensão Tecnologia é descrita como a execução do conhecimento adquirido.

O **Autoral** destaca-se por apresentar médias mais baixas nas dimensões Humana e Tecnológica, para as quais são superiores apenas às do perfil **Indiferente**. Isso pode estar associado à característica de “criação pela criação” deste perfil.

Por fim, cabe descrever e discutir as percepções das dimensões pelos perfis de concluintes. Assim como observado entre os ingressantes, dois perfis apresentam características opostas: para todas as dimensões o perfil **Acomodado** apresentou médias significativamente inferiores em relação ao perfil **Visionário**. O perfil **Acomodado** corresponde aos acadêmicos que estão nas etapas finais de seus cursos desmotivados e sem expectativas de um futuro profissional dentro da área. Já os do perfil **Visionário** têm uma visão ampla da profissão, que lhes permite enxergar oportunidades para o designer se colocar no mercado de trabalho.



Tabela 2 – Percepção dos perfis de Concluintes em relação às dimensões

	<i>Estratégico</i>	<i>Acomodado</i>	<i>Visionário</i>
<i>Arte</i>	7,96 <sup>b</sup>	6,05 <sup>a</sup>	8,51 <sup>c</sup>
<i>Ciência</i>	8,70 <sup>b</sup>	7,14 <sup>a</sup>	8,91 <sup>b</sup>
<i>Desmod</i>	6,02 <sup>a</sup>	6,65 <sup>a</sup>	7,55 <sup>b</sup>
<i>Humana</i>	6,58 <sup>a</sup>	6,27 <sup>a</sup>	7,78 <sup>b</sup>
<i>Tecnologia</i>	8,70 <sup>b</sup>	6,92 <sup>a</sup>	8,87 <sup>b</sup>

fonte: desenvolvido pelos autores

O perfil **Estratégico**, por seu lado, apresentou para quatro dimensões médias significativamente diferentes para um ou outro dos demais perfis. E em um caso a sua média foi significativamente diferente em relação aos demais. Caracterizou-se de fato como um perfil intermediário.

Os estudantes do perfil **Estratégico** demonstraram a mesma percepção daqueles que compõem o perfil **Visionário** com relação às dimensões *Ciência* e *Tecnologia*. Para os dois essas dimensões apresentaram a suas médias mais altas, o que sugere que os estudantes desses perfis as associam fortemente ao design.

Estas observações permitem observar tendências na percepção de estudantes ingressantes e concluintes nos cursos de design. Embora alguns perfis de ingressantes e concluintes apresentem características muito semelhantes, não se pode afirmar que, por exemplo, um ingressante com perfil **Indiferente** venha a se tornar um concluinte com perfil **Acomodado**, para verificar isso seria necessário a realização de um estudo longitudinal que permita acompanhar a evolução da percepção individual dos acadêmicos.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se arriscar dizer que mesmo que os estudantes entrem no curso de design com um perfil e afirmarem que a sua relação com o design se modificou ao longo de sua formação, as disciplinas ministradas pela universidade não são os principais e únicos agentes responsáveis por essa mudança. Deve-se ressaltar que o período vivido durante a universidade é um período de aprendizagem formal e informal, no qual o aluno está aberto para novos conhecimentos, em contato com colegas, professores, eventos, além dos estágios (disciplina citada durante as entrevistas em que os estudantes concluintes refletem e questionam sobre a teoria colocada em prática) e contatos profissionais. Todos esses agentes são responsáveis pela formação e atitudes dos designers na sua trajetória profissional, logo o fato do estudante ter estudado em uma instituição específica, não aponta, necessariamente, o perfil profissional dos estudantes.

Durante as entrevistas com concluintes foram mencionadas questões referentes ao relacionamento com o cliente, aos professores e à auto-imagem do profissional e, ao tratar sobre a imagem que as outras pessoas têm do designer, muitos entrevistados consideraram que é um dever do designer divulgar e conscientizar ao mercado e ao público leigo sobre a profissão na área do design. As atitudes destes perfis, reforçam ou enfraquecem a imagem do design.

Ressalta-se que este estudo é uma contribuição exploratória e pontual de perfis de estudantes em nível de ingressantes e concluintes no Rio Grande do Sul. A partir de seus resultados, trabalhos futuros podem se aprofundar na realização de estudos longitudinais que permitam verificar a evolução do perfil dos estudantes ao longo do seu curso.

## REFERÊNCIAS

CALVERA, A. Treinando pesquisadores em Design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas. **Revista Design em Foco**, v. III, n!, jan–jun 2006, p. 97–120

FRANKL, V. **Man's search for meaning**: an introduction to logotherapy. New York: Washington Square Press, 1963

GIBBS. G. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed, 2009

HAIR Jr., J.F. *et al.* **Análise Multivariada de Dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SCHULER, M., DE TONI, D. **Gestão da imagem de organizações, marcas e produtos**: através do MCI: Método para Configuração de Imagem. São Paulo: Atlas, 2015.

## AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Às Instituições de Ensino Superior que participaram da pesquisa e cederam espaço possibilitando a realização deste estudo.

### **Como citar este capítulo (ABNT)**

VALENTINI, B.G.; VAN DER LINDEN, J.C.S. Definição de perfis de estudantes. In: VAN DER LINDEN, J.C.S.; VALENTINI, B.G. (Org.) **Design, Cultura e Inovação**. Porto Alegre: Marcavisual, 2019. v.I. p.54–66.

### **Como citar este capítulo (CHICAGO)**

Valentini, Bruno Guilherme, and Júlio Carlos de Souza van der Linden. 2019. "Definição de perfis de estudantes". In *Design, Cultura e Inovação*, 1st ed., 1:54–66. Porto Alegre: Marcavisual.