

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO - FAU  
DESIGN**

**THALLYSSON HENRIQUE DE MELO OLIVEIRA**

**Formei e agora? Um estudo de caso sobre organizações estudantis como meio  
de compreender os principais receios dos jovens designers alagoanos**

Maceió – AL

2023

THALLYSSON HENRIQUE DE MELO OLIVEIRA

**Formei e agora? Um estudo de caso sobre organizações estudantis como meio de compreender os principais receios dos jovens designers alagoanos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Design pela Universidade Federal de Alagoas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Danielly Amatte Lopes

Maceió – AL

2023

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**  
Bibliotecária: Taciana Sousa dos Santos – CRB-4 – 2062

O48f Oliveira, Thallyson Henrique de Melo.  
Formei e agora? Um estudo de caso sobre organizações estudantis como meio de compreender os principais receios dos jovens designers alagoanos/ Thallysson Henrique de Melo Oliveira. – 2022.

104 f. : il. color.

Orientadora: Danielly Amatte Lopes.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Design) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió, 2022.

Bibliografia: f. 47-50.

Apêndices: f. 51-104.

1. Mercado de trabalho. 2. Inserção profissional. 3. Designer. 4. Organizações estudantis. I. Título.

CDU: 7.05 : 331.5

## **AGRADECIMENTOS**

A todos os que estiveram ao meu lado ao longo desses últimos anos e durante a realização deste trabalho. Aos meus pais e minha irmã o agradecimento de uma vida pautada em cumplicidade e aprendizado.

Aos meus amigos do “boteco” por tornarem esse período mais leve e possível dentro e fora da Universidade. Meus dias felizes não seriam possíveis sem vocês. Acredito muito na jornada de cada um do grupo e no resultado de todo o esforço e comprometimento, obrigado por todo o apoio durante esse processo ensinamentos acadêmicos e profissionais.

Agradeço também a George, por sempre estar ao meu lado após período pandêmico e por todo o suporte em momentos difíceis, sempre com palavras de acolhimento, motivação e incentivo durante todo esse tempo em que duvidei da minha capacidade de entrega. Uma ligação de vida que vai além de ciclos.

Aos meus amigos mais próximos, obrigado por todo incentivo emocional, por acreditarem no meu potencial enquanto pessoa e profissional e por contribuírem para minhas conquistas.

À minha orientadora, Danielly Amatte, deixo a minha admiração e meu muito obrigado por todo o suporte durante a geração deste trabalho e graduação, sempre compreensível em todos os momentos. Obrigado por acreditar no meu potencial e por me incentivar a concluir essa etapa.

A Batuque Design e ao Frente Coletivo, por todo o ensinamento prático obtido em conjunto a formação acadêmica, sem minha inserção nessas organizações eu não seria metade do profissional que sou hoje.

Por fim, agradeço a mim por superar mais essa etapa da vida e finalizar mais um ciclo após tanto esforço, altos e baixos. “Somos infinitos” – As Vantagens de Ser Invisível.

## RESUMO

Ingressar no mercado de trabalho após a graduação é uma tarefa complexa para diversas profissões. Para o designer alagoano, esse processo de inserção se mostra ainda mais complexo. Por se tratar de uma profissão recente no estado, a mesma não é entendida facilmente pela comunidade e dificuldades são encontradas no processo de entendimento do dia-a-dia do profissional de design. Este trabalho visa analisar organizações criadas por estudantes universitários, a fim de compreender qual influência estas podem possuir no desenvolvimento profissional desses alunos e na entrada deles no mercado de trabalho. Realizou-se análise baseada numa metodologia híbrida, pautada por ferramentas do design de serviços (STICKDORN; SCHNEIDER, 2014), complementada por ferramentas utilizadas em estudos de caso (GIL, 2010). O estudo teve início com uma pesquisa bibliográfica com finalidade de entender quais os pontos de atuação do design, sua aplicação enquanto gestão e estratégia e as formas de inserção no mercado de Alagoas. Em seguida, para melhor entendimento do público-alvo, gerou-se questionário online. Devido a necessidade de explorar mais os diversos grupos encontrados entre os estudantes, realizou-se também grupos focais pautados pelas dúvidas e incertezas identificadas no questionário. Por fim, com base no que foi obtido e apurado nos grupos focais, elaborou-se dois estudos de caso de instituições formadas por acadêmicos, alinhando uma formação acadêmica à aplicação do aprendizado na prática.

**Palavras-chaves:** design na prática; organizações estudantis; jovens designers; mercado de trabalho; Alagoas.

## ABSTRACT

Entering the job market after graduation is a complex task for various jobs. For the Alagoano designer, the process of insertion into the market is even more complex. Due to the fact that it is a recent job in the state, it is not easily understood by the community and difficulties are encountered in the process of understanding the day-to-day work of the design professional. This work aims to analyze organizations created by university students, in order to understand what influence these organizations can have on the professional development of these students and their entry into the market. An analysis was carried out based on a hybrid methodology, guided by tools from service design (STICKDORN; SCHNEIDER, 2014), supplemented by tools used in case studies (GIL, 2010). The study began with a literature review with the purpose of understanding the points of action of design, its application as management and strategy, and the forms of insertion into the Alagoas job market. Next, in order to better understand the target audience, an online form was generated. Due to the need to explore the various groups found among the students, focus groups were also conducted based on the doubts and uncertainties identified in the form. Finally, based on what was obtained and verified in the focus groups, two case studies were developed of institutions formed by academics, aligning academic formation with the application of learning in practice.

**Key-word:** Design in practice; Student organizations; Young designers; Job market; Alagoas.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
1.1 Objetivos .....	12
1.1.1 Geral.....	12
1.1.2 Específicos .....	12
1.2 Estrutura do projeto .....	12
<b>2 PARTE 1 – MAPEAMENTO DO PROBLEMA</b> .....	<b>12</b>
2.1 O que o designer faz: Um breve percurso histórico. ....	12
2.1.1 Possibilidades contemporâneas: campos de atuação para o designer .....	14
2.1.2 Design como elemento estratégico .....	16
2.1.3 Gestão em Design.....	17
<b>3 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS</b> .....	<b>18</b>
3.1 Construindo uma metodologia.....	18
<b>4 PARTE 2: O MERCADO ALAGOANO PARA O DESIGN</b> .....	<b>21</b>
4.1 O jovem designer alagoano.....	24
4.1.1 Refinando o público – alvo .....	24
4.1.1.1 Tópicos preliminares: questionário online .....	25
4.1.1.2 Ampliando a discussão: grupos focais .....	28
4.1.1.3 Conclusões preliminares .....	31
<b>5 PARTE 3: ESTUDO DE CASO</b> .....	<b>39</b>
5.1 Batuque Design.....	39
5.2 Frente Coletivo .....	42
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>45</b>
<b>7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>47</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>51</b>
APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO ONLINE - REFINAMENTO PÚBLICO ALVO .....	51
APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO BASE - GRUPOS FOCAIS .....	54
APÊNDICE 3 - TRANSCRIÇÃO DOS GRUPOS FOCAIS .....	55

## 1 INTRODUÇÃO

Ser designer em um local onde o conceito de design ainda não é amplamente divulgado pode ser um grande desafio para o jovem profissional que se insere nesse mercado. Por mais que se encontrem possibilidades para a atuação desses profissionais, mesmo em mercados de menor tradição, muitas vezes as incertezas quanto a forma de agir e as decisões a serem tomadas inibem o comportamento destes.

Em Alagoas, design é uma profissão recente, a exemplo disso o curso superior em design na Universidade Federal do estado surgiu em meados de 2011, dentro da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) com uma grade de duração mínima de quatro e máxima de seis anos, onde a ideia proposta para o curso partia do princípio de se concentrar em três áreas: Design de Interiores, Design Gráfico e Design de Produtos. Com pouco mais de 10 anos de existência do primeiro curso de design na região, seu debate ainda é bastante raso, existem poucos alunos formados e a forma de ingresso no mercado de trabalho ainda é um fator de grande insegurança dos estudantes próximos a formação e dos recém-formados.

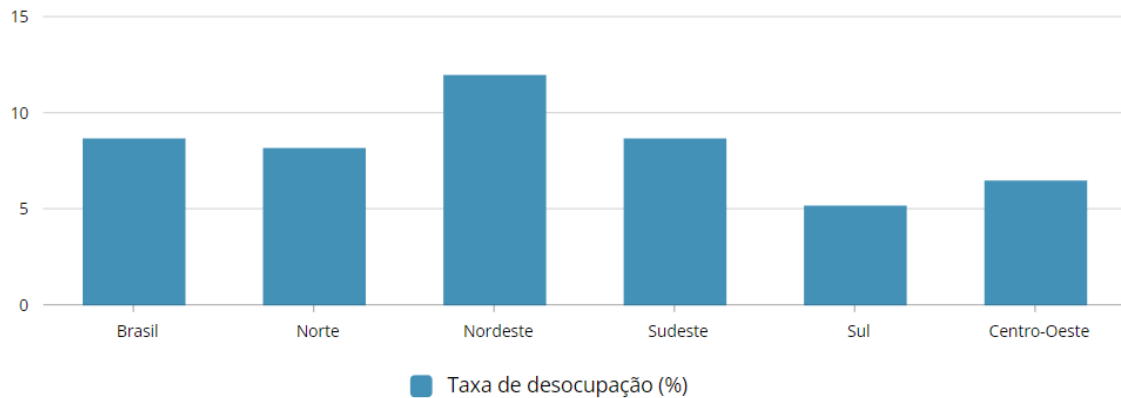
Isso só acontece em locais menores? O que muda se o jovem designer se insere nesse mercado que o design não é conhecido? Por que isso ocorre no campo do design? Como fica a interdisciplinaridade, a proximidade com agências de publicidade, os meios digitais crescentes, as mudanças de comportamento e de posicionamento de empresas implica nisso? São alguns dos questionamentos passíveis de serem feitos em relação à situação.

Temos visto nos últimos anos um aumento na taxa de desemprego no Brasil, dados do último trimestre de 2022, coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam o número de 9,5 milhões de desempregados, sendo ainda a maior taxa de desemprego encontrada na região nordeste, em comparação às outras regiões, com a porcentagem de 12%, como visto na Figura 1 a seguir.



Figura 1 - Gráfico de taxa de desocupação/desemprego no Brasil

## Taxa de Desocupação no Brasil e nas Grandes Regiões, 3º trimestre 2022



Fonte: IBGE (2022).

Apesar disso, as áreas relacionadas ao design vêm se expandindo notavelmente e com cada vez mais especialidades no mercado de trabalho. De acordo com o blog online da faculdade Anhembí Morumbi, publicado em 2022, o design tem se tornado uma das profissões mais demandadas, com o fortalecimento do cenário digital, a busca por profissionais dentro desse segmento é cada vez maior. Porém, a maneira como o campo profissional do design está organizada leva tanto estudantes de graduação, quanto designers recém-formados que buscam sucesso profissional na área, a encontrarem barreiras em relação a sua inserção no mercado de trabalho.

Muitas destas barreiras dizem respeito onde trabalhar, como conseguir clientes mesmo tendo pouca experiência no ramo, como abordar clientes que pouco ou nada conhecem de design, como lidar com a concorrência, etc. A isso somam-se inseguranças quanto às questões burocráticas do trabalho, a precificação de seus projetos, a elaboração de seu portfólio, a formação de contatos e outros temas pouco abordados na estrutura dos cursos de graduação em design.

Identifica-se também uma certa insegurança até mesmo em relação a gestão de seus projetos, tema trabalhado com mais afinco durante a graduação. O jovem designer, mesmo tendo contato com diversas metodologias, ferramentas e tipos diferentes de projeto, sente pouca confiança quando é a sua vez de ser o gestor principal desse projeto. Ele se pergunta: como desenvolvê-lo? Quais as metas que devem ser estabelecidas para a geração do projeto? Como gerenciar tempo, recursos e a expectativa dos clientes?

Diante dessas dúvidas que antecedem essa inserção no mercado de trabalho, Shaughnessy (2010, p. 21) discorre que muitos designers acreditam que se não tomarem iniciativa, verão um mercado competitivo, onde existem outras empresas e/ou profissionais inseridos querendo executar projetos que poderiam ser realizados por eles, e por isso, acabam se refugiando na sua timidez e na conformidade de seus trabalhos. Desta forma, muitos dos futuros profissionais não se sentem preparados para gerar contatos e posteriormente, prospectar novos clientes.

Em Alagoas, ao darmos um enfoque maior na área do design gráfico, verifica-se que poucas são as empresas que produzem conteúdo com maior ênfase na produção gráfica. Muitos desses trabalhos ficam a cargo de agências de publicidade que preenchem essa lacuna no mercado realizando trabalhos cujas competências do design gráfico dariam respostas mais assertivas, graças a sua especialização em soluções visuais.

Muitas destas agências possuem designers contratados para gerenciar a linguagem visual em que os artefatos serão desenvolvidos. É também bastante comum no mercado alagoano encontrarmos agências de publicidade que abrem mão de uma atuação mais ampla no âmbito da comunicação, seu verdadeiro local de fala, e se dedicam a gerar projetos de design gráfico, desenvolvendo identidades visuais e artefatos impressos, por exemplo.

Ainda que inseridos em um mercado em formação, o design alagoano possui um grande potencial. Isto pode ser facilmente comprovado quando comparamos a quantidade de profissionais da área que se formam a cada ano e são inseridos nesse mercado, com a grande quantidade de demanda presente no estado atualmente para projeto de design. Não são muitos os cursos de graduação ofertados na capital do estado, porém é possível encontrar profissionais que após a graduação encontram um ramo ainda pouco impulsionado no estado.

Esse mercado em formação até aqui ocupado por agências muito mais ligadas à comunicação que ao design, aponta que existe uma grande demanda local para os serviços que o designer pode oferecer. Essa demanda gera o interesse pela área enquanto campo de formação apresentando um número crescente de jovens designers buscando qualificação e se formando no Estado. Ocasionalmente surgimento de mais opções relacionadas à profissão como curso em faculdades particulares do estado, além do curso já citado anteriormente, na universidade pública.

Dentre os cursos formais encontrados no estado no ano de 2022 é possível localizar cursos tecnológicos em universidades particulares (ver quadro 01 a seguir), alguns com foco maior na produção do conteúdo gráfico, outros direcionados a área de interiores. E o curso de bacharelado em design oferecido pela UFAL, que oferece uma formação generalista, dispõe também de um viés teórico que contribui para a formação crítica desses profissionais. Além de uma série de cursos técnicos/instrumentais que se propõem a ensinar ferramentas tecnológicas para aqueles que preferem uma formação autodidata<sup>1</sup>.

Tabela 1 - Cursos de design encontrados em Alagoas

<b>Instituição</b>	<b>Tipo de curso</b>	<b>Ênfase</b>	<b>Ano de fundação</b>	<b>Vagas ofertadas por semestre</b>
Universidade Federal de Alagoas - UFAL	Bacharelado	Generalista (design gráfico, interiores e produto)	2010	35
Centro Universitário CESMAC	Bacharelado	Generalista (design gráfico, interiores e produto)	2018	Indefinido
UNINASSAU	Tecnológico	- Design de Interiores - Game Design - Service Design	-	Indefinido
UNIT	Tecnológico	Design de Interiores	2012	Indefinido
Instituto Federal de Alagoas - IFAL	Tecnológico	Design de Interiores	2005	20

Fonte: Autoral (2022).

O que se pode notar então é que nesse universo relacionado ao ensino a profissão designer tem ganhado notoriedade, possivelmente relacionado ao aumento de vagas de emprego em busca de profissionais especializados na área. Mas restando

<sup>1</sup> Cabe aqui lembrar que a profissão “designer gráfico” não é regulamentada no Brasil. Portanto, não é vedado a ninguém a prestação de serviços na área mesmo que este não possua nenhum tipo de educação formal na área.

ainda a dúvida de como se dá essa compreensão pelos alunos e profissionais da área no estado de Alagoas e a relação com a região indo além desse nicho.

Buscando dar materialidade a essa proposta de atuação efetiva, o presente trabalho opta por dedicar-se buscando uma forma de trazer essa aproximação do design para fora da academia, levando a ideia do que ele é, como ele é feito, aproximando as pessoas do que é o design. Portanto, este projeto visa propor um estudo de caso onde serão analisadas duas organizações, a Batuque Design e o Frente Coletivo. A primeira é uma Empresa Júnior de Design do estado de Alagoas, a pioneira no estado e única até então, a Batuque se apresenta como uma empresa sem fins lucrativos criada e comandada por alunos do curso de graduação em Design na Universidade Federal de Alagoas, oferecendo serviços nas áreas de Design de Gráfico, Design de Interiores e Design de Produto, os três ramos em que o curso na Universidade oferece.

Já o Frente Coletivo, é um grupo de designers alagoanos, criado em 2020, onde sua ideia inicial era levar design para além do que se entende em Alagoas. Composto por quatro alunos de design da Universidade Federal de Alagoas, atualmente três egressos e um concluinte, o Frente já realizou diversos projetos e foi porta de entrada no mercado de trabalho para todos seus integrantes, com a possibilidade de construção de portfólio, através de projetos reais, e também a sendo uma oportunidade de levar um pouco da vida acadêmica para outras pessoas que podem ou não ser designers.

Aqui, vamos transitar um pouco na construção de ambas, como a oportunidade de lidar com clientes reais, o trabalho colaborativo, gestão de projetos. Para jovens designers, alguns dos pontos citados anteriormente são grandes incógnitas da vida profissional, por mais que se encontrem possibilidades para a atuação desses profissionais, mesmo em mercados de menor tradição, muitas vezes as incertezas quanto a forma de agir e as decisões a serem tomadas inibem o comportamento destes. Posto isso, seguem os objetivos da pesquisa.

## 1.1 Objetivos

### 1.1.1 Geral

- Analisar como as organizações de Empresa Júnior e Coletivos, podem influenciar no desenvolvimento de alunos de design visando o mercado de trabalho alagoano.

### 1.1.2 Específicos

- Identificar, por meio de questionário, as principais dores enfrentadas por alunos de graduação e recém-formados do curso de design.
- Investigar mais a fundo, através de grupos focais, os pontos levantados.
- Reconhecer quais os meios encontrados pelas organizações Batuque Design - Empresa Júnior da Universidade Federal de Alagoas - e Frente Coletivo para lidar com os principais receios de jovens designers.

## 1.2 Estrutura do projeto

A fim de estruturar o documento aqui apresentado, o mesmo estará organizado em três partes complementares: (1) Mapeamento do Problema, onde se dá pelo momento de que envolve a pesquisa exploratória, onde ocorre uma pesquisa de campo em busca de revisão bibliográfica para auxiliar o entendimento do contexto a ser pesquisado, possibilitando a criação de um referencial teórico com autores e conteúdos relevantes para o projeto, a fim de obter uma maior compreensão e precisão sobre a temática abordada; (2) Uma análise sobre o mercado alagoano para o designer e a realidade do profissional inserido nele, o perfil de público-alvo do projeto. (3) Estudo de caso, onde analisaremos duas organizações geridas por estudantes e profissionais alagoanos da área, como forma de compreender suas atuações para o design “na prática”.

## 2 PARTE 1 – MAPEAMENTO DO PROBLEMA

### 2.1 O que o designer faz: Um breve percurso histórico.

São muitas as definições encontradas que se dispõem a caracterizar o design e o que faz um designer. A palavra design provém da língua inglesa, que em tradução livre significa projeto, tendo como base etimológica no latim *designare*, de e *signum* (marca, sinal) significando desenvolver, conceber (BOMFIM, 1995). Para Lima (1996)

a adoção desta nomenclatura supõe que design signifique o planejamento de produtos para diferentes indústrias, e para Lobach (2001) o design compreende “a materialização de uma ideia em forma de projeto”.

Assim, o design tal qual como conhecemos é relativamente recente. Cardoso (2008) aponta que os primeiros ensaios relacionados a história do design datam de 1920. No entanto, costuma-se relacionar as atividades relacionadas ao design com a aparição da Revolução Industrial, protagonizada pela Inglaterra em meados do século XVIII. Esse período corresponde a generalização da divisão intensiva de trabalho, surgindo a necessidade de estabelecer o design como uma etapa específica do processo produtivo e de encarregá-la a um trabalhador especializado, que viria a ser intitulado como designer.

Nesse momento o design, entendido como desenho industrial, termo pelo qual ficou conhecido até pouco tempo atrás, qualificava como tal projetos desenvolvidos para a fabricação em série e larga escala. Em um momento posterior, a escola de Bauhaus com sua visão essencialmente socialista, uniu artesãos e artistas. Como aponta Silva et al (2012), o intuito da escola era aplicar à produção em massa as ideias advindas de movimentos como o Artes e Ofícios e o Art Nouveau. Com isso, seu desafio foi lançar ao mundo uma fusão entre arte e técnica, decretando o fim da separação que o processo de produção industrial havia inserido entre o mundo criativo e o industrial.

Porém, com o passar do tempo as atividades e o papel do design no Brasil e no mundo foram se modificando. Nas perspectivas mais atuais sobre o tema, por exemplo, Niemeyer (2007) discute sobre a possibilidade de se abordar o design segundo três óticas distintas em relação à prática e ao conhecimento. Na primeira, o design é visto como concepção artística, em que se destacam os aspectos estéticos. Na segunda, o design é percebido como elemento inventivo, utilizando tecnologia e conhecimentos produtivos. Na terceira, o design assume um papel estratégico, como elemento integrador de diversas especialidades. A maioria das definições partem do mesmo pressuposto: que o design opera atribuindo forma material a conceitos intelectuais. Trata-se, portanto, de uma atividade que gera projetos.

O design como conhecemos então poderia ser denominado como “centrado no projeto”. Celaschi (2004, Apud Franzato, 2010) define esse momento da área como conjunto articulado dos conhecimentos, das competências que constituem a ação do projetista e a ativação do intenso processo de crítica e reflexão científica do qual ele

precisa para renovar-se e competir. Não se trata mais de uma disciplina diretamente ligada à indústria, mas num lugar de ponte e diálogo entre sujeitos e sociedade.

O designer não oferece apenas produtos, mas também oferece serviços, atuando também em sistemas de comunicação dos projetos no qual se envolve. Segundo Cautela e Zurlo (2006) a relação agora envolve o design como o processo, orientando-se para a mudança de situações existentes, utiliza a visualização como instrumento para negociar, dirigir e assumir escolhas, decisões e soluções. A prática do Design requer o pensamento criativo para a elaboração de possíveis soluções que sejam satisfatórias.

Frascara (2004) fala ainda a respeito de uma definição de criatividade, algo que é tido como imprescindível nessa área profissional, como sendo a habilidade de conceber soluções inesperadas para problemas aparentemente sem solução. O autor ressalta que o processo criativo se encontra baseado, por exemplo, na observação, atenção, pesquisa e na análise do problema. O ensino e a pesquisa em design são aspectos intimamente ligados ao pensamento crítico e inovador do modo de pensar do design, que o torna tão característico.

Buchanan (2005) destaca a importância da manutenção da visão pessoal do designer, mas também destaca a necessidade de disciplina, para que todo o conhecimento adquirido seja transmitido às gerações seguintes.

### **2.1.1 Possibilidades contemporâneas: campos de atuação para o designer**

O profissional que visa se inserir no mercado, pode encontrar diversos âmbitos de trabalho, visto que os campos de atuação têm se ampliado em diversas habilitações, podendo atuar junto de áreas correlatas como arquitetura, publicidade, marketing, áreas da comunicação em geral. No mercado de trabalho, as vagas comumente vistas são publicadas requisitando habilidades para desempenhar funções que vão desde identidades visuais, peças para materiais impressos, criação de layouts para sites, embalagens, mobiliário, projetar ambientes de interiores, cenografia, vitrinismo, entre outros.

Possuindo desta forma um campo de atuação vasto e de grande adaptabilidade para este profissional, pois trata-se de uma atuação multidisciplinar que busca conciliar conhecimentos de diversas áreas. Talvez justamente por esse motivo seja tão difícil responder à pergunta: o que um designer faz na

contemporaneidade? Nos debruçamos então na busca de pensamentos de alguns teóricos para enriquecer essa discussão.

Silva (2012) acredita que as alterações no contexto social e no modo de vida das pessoas são determinantes para o design, desse jeito atrelando suas atividades às tendências culturais de cada geração na qual se insere e à qual serve. Tendo em vista que sempre haverá mudanças, o design então vai se adequando para novas necessidades de ensino e de mercado. As habilitações clássicas em design de produto, gráfico e interiores, as únicas opções disponíveis até pouco tempo na maioria das universidades do país, foram ampliadas sensivelmente, adicionando mais especialidades ao campo de atuação do designer.

Porém, nota-se que a busca pelo adicional de ensino dessas novas habilidades ocorre quase que exclusivamente por questões mercadológicas, deixando a desejar em alguns momentos o foco na aprendizagem social decorrentes de novas organizações e movimentos. Bonsiepe (2013) aponta que as tendências de enfoque do design na contemporaneidade seriam as seguintes:

(1) Primeira: o design socialmente responsável, vale dizer, o design com utilidade, que facilite a vida cotidiana nos mais diversos campos: trabalho, transporte, habitação, educação, saúde e lazer; (2) Segunda: o design ecológico, que requer imperiosamente um trabalho interdisciplinar, devido à extrema complexidade da temática, não devendo ser tratado de forma superficial ou apenas como modismo passageiro; (3) Terceira: o life-style design, que ocupa boa parte das exposições de design, dos festivais de design e dos comentários na mídia; (4) Quarta: design de autor, com produtos assinados pelos designers famosos e geralmente destinados a uma pequena elite; (5) Quinta: o design-arte, ou design transdisciplinar, presente nas galerias de arte, com ênfase na estética e desprezo dos aspectos utilitários dos produtos; (6) Sexta: o design artesanal, que procura resgatar os materiais e as culturas locais. Com a subcategoria design “etno”; (7) Sétima: o design estratégico, que apresenta uma visão ampliada do design, não se restringindo ao projeto de um objeto específico, mas incluindo-o na estratégia de negócios da empresa; (8) Oitava: a pesquisa em design, que procura gerar e sistematizar novos conhecimentos relevantes para a prática e a interpretação do design; (9) Nona: o design experimental com novas tecnologias, sobretudo baseadas em ferramentas digitais. (BONSIEPE, 2013, p. 67-68).

Bürdek (2006) sustenta que na atualidade objetos e produtos adquirem novos significados e são utilizados em novas e outras situações de vida, portanto o mundo contemporâneo, que é cada vez mais complexo, não pode ser dominado pelo designer individualmente. O design contemporâneo então se caracteriza pelo rompimento de



fronteiras definidas entre as áreas, resultando em uma integração dialógica com a arte, a arquitetura, a engenharia, a moda, mas também atuam em conjunto tais como, a medicina, a física e a biotecnologia, como aponta Moura (2011).

As possibilidades de atuação para o designer encontram, ao menos na teoria, um campo extenso que se articula em linguagens variadas, na esfera da informação, comunicação e expressão, produzindo diferentes níveis de conhecimento que retrata e impulsiona os hábitos, estilos de vida, o viver e estar no mundo, escrevendo a história do cotidiano.

Percebe-se assim que as perspectivas encontradas para o design enquanto profissão do futuro, como também do presente, se mostram bastantes positivas quando nos aprofundamos nas pesquisas acadêmicas. As ideias apresentam pretensões muito prósperas para a área e germinam grandes aspirações para os estudantes que acabam por se questionar sobre qual o limiar entre as expectativas e a realidade a serem encontradas após o término do curso.

### **2.1.2 Design como elemento estratégico**

Dentre as áreas de atuação que estão surgindo dentro do universo do design, destaca-se como primordial a habilidade do pensamento e processo do design, assim seu uso como um elemento estratégico parece ser uma visão bastante acertada. O pesquisador Zurlo (1999) parte da definição de design estratégico como uma atividade de projeção na qual o objeto de projeto é o conjunto de produtos, serviços e comunicação (sistema-produto). Assim, passamos a enxergar o produto final concebido pelo designer não tendo o único caminho de gerar um artefato, valorizando a lógica construída no caminho da pesquisa.

Alguns autores tratam do assunto partindo do ponto de vista de estratégia para empresas, semelhante a outro termo já conhecido como o do marketing estratégico. Entretanto, Zurlo (1999) reitera que é importante discutir a atuação estratégica do design sem associar a conceitos de estratégia enquanto a lógica da competição e da guerra, que é comum em algumas áreas da comunicação que utilizam esse viés mais agressivo. Kay (1993) caracteriza a estratégia como resultado de um mix de capacidades distintas (inovação, arquitetura e reputação), essas três alavancas estratégicas citadas pelo autor são bases capazes de garantir vantagens sustentáveis para as organizações.

Para Breen (2004) não importa o que alguém faz para viver, o design tem importância. Colocando de outra forma, atrás de cada projeto de design existe um processo mental que transcende o próprio design. O retorno da percepção do design como uma atividade de ação junto da percepção de que o designer é um pensador que age e tangibiliza, com uma capacidade de se identificar com o problema e com os outros, de aprender com os outros é extremamente necessária para a real compreensão do que a área consegue abranger.

Franzato (2010) assegura que a universidade tem um papel fundamental para que esse elemento estratégico seja desenvolvido pelos novos designers. É importante que haja um desenvolvimento científico da disciplina, que procure novos modelos de colaboração direta entre universidade e empresas, nos quais os futuros profissionais sejam diretamente envolvidos. Deste modo, visando que se aumente a sensação de confiança entre os recém-formados, ainda que essa liderança de organizações seja feita pelos próprios estudantes, pois o design estratégico é um processo capaz de ativar os diversos atores envolvidos na formulação das estratégias organizacionais. Assim torna-se um ciclo vantajoso para a unidade, enquanto os alunos são estimulados eles também exercitam na prática as concepções a partir de atividades projetuais coletivas desenvolvidas a partir da identificação das competências das oportunidades existentes no ambiente.

### **2.1.3 Gestão em Design**

Definições sobre gestão de design surgem na tentativa de encontrar uma explicação que englobe tudo que o termo ampara. O ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*) adota o conceito datado de 1977 de gestão do design como o ato de projetar a forma. Constitui a coordenação, a integração e a articulação de todos os fatores que participam do processo construtivo do produto.

Libanio e Amaral (2011) em sua pesquisa destacaram alguns dados de instituições como o DMI (2010) que determina a existência de dois caminhos para a compreensão do que determina o design enquanto gestão. De maneira geral, entende a gestão de design engloba os processos em curso, as decisões de negócios bem como as estratégias que permitem a inovação e a criação efetiva de produtos, serviços, comunicações, ambientes e marcas, melhorando a qualidade de vida e proporcionando sucesso organizacional. De maneira específica, visa unir design, inovação, tecnologia, gestão e clientes para oferecer vantagens competitivas.

Outro instituto de pesquisa atuante na área, o Design Council (2010) define a Gestão de Design como sendo uma atividade total de design, desde a implementação e organização de todo o processo de desenvolvimento de novos produtos e serviços até a administração e o alcance de um melhor desempenho da empresa.

### **3 ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS**

#### **3.1 Construindo uma metodologia**

De acordo com a visão de Bomfim (1995), a metodologia é uma ciência fundamental que se dedica ao estudo de métodos, técnicas e ferramentas que podem ser utilizados para definir, organizar e solucionar problemas, tanto teóricos como práticos. A Metodologia de Design, por sua vez, é uma disciplina que se concentra especificamente na aplicação desses métodos em problemas concretos e específicos, permitindo a resolução eficaz de questões práticas e desafios do mundo real.

Segundo Gil (2008), para trabalhos com um estudo de caso, tem-se como objetivo principal compreender a realidade estudada através da identificação de fatores que contribuem ou determinam a ocorrência de determinado fenômeno. O foco do presente trabalho será uma pesquisa explicativa, ou seja, o objetivo é aprofundar o conhecimento sobre a realidade estudada, buscando compreender as causas e motivações por trás dos fatos observados.

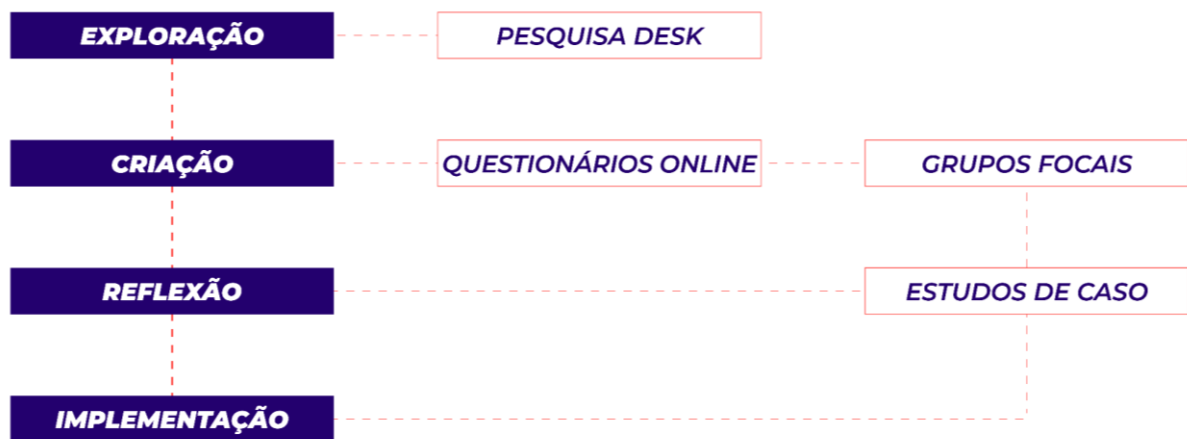
Esse tipo de pesquisa busca responder a perguntas do tipo "por que" e "como", visando compreender as relações causais entre variáveis e entender como os fatores interagem entre si para produzir certos resultados. Dessa forma, a pesquisa explicativa permite ao pesquisador compreender a dinâmica da realidade estudada, fornecendo informações valiosas para a tomada de decisões e para o desenvolvimento de ações voltadas à melhoria da realidade observada.

Este trabalho apresenta uma análise das principais frustrações, medos e incertezas experimentados por jovens designers na sua inserção no mercado de trabalho após a conclusão do curso. O objetivo é compreender como organizações formadas por estudantes de design podem ajudar a compreender esses pontos críticos e contribuir para uma inserção mais eficaz desse profissional no mercado após a conclusão da formação universitária.

Assim, a estrutura analítica do presente projeto é composta por uma combinação da metodologia de Design de Serviços, proposta por Stickdorn e

Schneider (2014), e das etapas de pesquisa explicativa apresentadas por Gil (2010). Essa abordagem híbrida permite uma maior profundidade na investigação e compreensão e identificação de causas e razões. A imagem abaixo mostra como esse projeto será conduzido, seguindo essa estrutura analítica, garantindo assim uma abordagem sistemática a fim de alcançar os objetivos desse projeto.

Figura 2 - Estrutura Analítica do Projeto.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

A primeira fase de exploração será focada em identificar os problemas enfrentados pelo público-alvo. Em seguida, na fase de criação, será explorada a possibilidade de encontrar soluções para esses problemas. Na terceira fase, haverá uma reflexão sobre os dados coletados através do questionário online e do estudo de caso, a fim de compreender melhor as diferenças entre as organizações estudadas. Por fim, na última fase, serão reconhecidos os resultados e as possibilidades de aplicação para ajudar os designers em formação.

A metodologia ainda contou com o uso de ferramentas para a construção do segundo ponto da estrutura analítica de projeto para melhor entendimento do objetivo do projeto. Dessa forma as ferramentas deste estão estruturadas em duas fases: na primeira etapa, procurou-se compreender a realidade dos jovens designers de Alagoas, bem como o mercado de trabalho para sua inserção após a conclusão do curso universitário. Para isso, foram realizadas duas ações para aperfeiçoar o público-alvo deste projeto. A primeira ação consistiu na aplicação de um questionário online através da plataforma *Google Forms* (ver apêndice 1), onde designers e estudantes

de design de todo o estado foram convidados a indicar aspectos cotidianos da profissão.

Já na segunda etapa dessa fase, foram realizados quatro grupos focais, aplicados em datas distintas. Gomes (1999) afirma que um grupo focal se caracteriza pelo propósito de obter informações qualitativas em profundidade a partir de grupos em menores números, a fim de fornecer ao pesquisador informações de cunho qualitativo a respeito de determinadas situações e compreender as percepções dos participantes dos grupos sobre os pontos discutidos. Após analisar os resultados obtidos por meio de questionário on-line, percebeu-se a necessidade de aprofundar as discussões em torno de alguns temas. Além disso, ao abordar grupos menores presencialmente e em chamadas on-line, acrescentaríamos aos nossos dados aspectos qualitativos que um formulário a distância não permitiria.

Resgatando a definição de Morgan (1997), para quem os grupos focais são definidos como um método para coleta de dados mediante a discussão sobre um tópico, sugerido pelo moderador, por um grupo em questão. Percebemos que essa ferramenta permitiria aprofundar a discussão sobre pontos específicos da experiência e dos anseios do designer inserido no mercado alagoano. O autor ainda define três modalidades para grupos focais, onde: a) grupo autorreferentes, usados pelo pesquisador como principal meio de obtenção de dados; b) grupos focais como técnica complementar, onde o grupo é caracterizado como estudo preliminar para a análise, permitindo a partir deste o desenvolvimento de questionários e escalas; c) grupo focal multi métodos qualitativos, onde os resultados obtidos na observação do participante são associados aos resultados da ferramenta. Segundo essa classificação, foram realizados quatro grupos focais autorreferentes.

O primeiro grupo focal foi realizado com alunos do primeiro período do curso de Design da faculdade da Universidade Federal de Alagoas, o segundo, com alunos do último período do curso de Design Gráfico da Uninassau em Maceió.

No terceiro e no quarto grupo buscou-se círculos onde a inserção no mercado de trabalho já fosse uma realidade - ainda que recente -, para que se fosse feita uma comparação entre a forma como iniciantes no curso, alunos de faculdades de design distintas e alunos - ingressos ou egressos -, com vivência de mercado observa o dia-a-dia do profissional no estado enxergam a realidade do design.

Dessa forma, o terceiro grupo focal foi realizado com integrantes de uma empresa júnior de design da Universidade Federal de Alagoas, composto por alunos

de diversos períodos e com foco na geração de projetos reais. Já o quarto grupo foi feito com alunos egressos da universidade em questão, que compõem o Frente Coletivo, iniciativa cujo foco original foi levar o design para além do que estava sendo feito no estado e contribuir para o ingresso de alunos recém-formados no mercado de trabalho. Essa etapa tinha como objetivo ampliar os dados obtidos na etapa anterior, identificando lacunas e anseios do público-alvo em diferentes momentos da graduação.

Assim, essa pesquisa realizou-se com o objetivo de compreender como a experiência prática de gestão de projetos em design, aliada à formação teórica, influencia a inserção dos alunos no mercado. Para isso, foram analisadas as iniciativas dos grupos focais três e quatro. O estudo de caso tem como finalidade identificar pontos que possam ser úteis para futuros designers que ainda estão em formação, ajudando-os a entender melhor como sua prática e formação afetam sua inserção no mercado de trabalho. Assim, a análise dos grupos focais busca reconhecer as questões relevantes sobre a relação entre prática e formação teórica na inserção de designers no mercado.

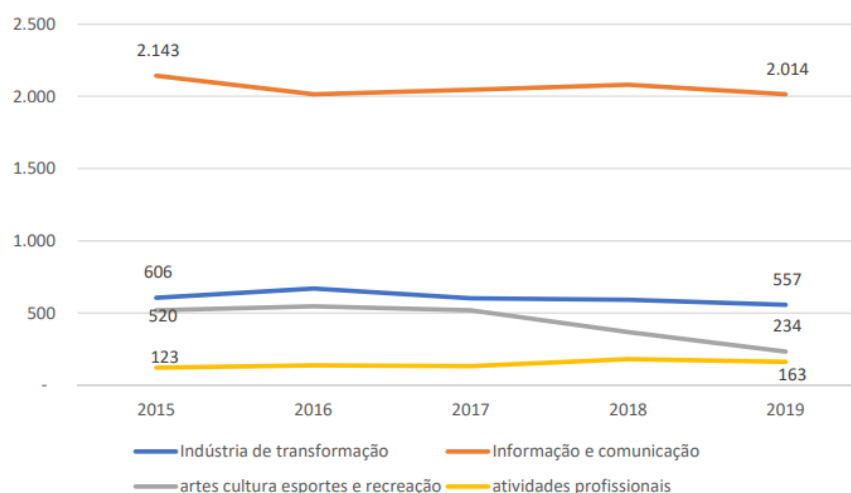
#### **4 PARTE 2: O MERCADO ALAGOANO PARA O DESIGN**

As empresas brasileiras de design representam hoje importante segmento da indústria brasileira e compõem o conjunto da Economia Criativa, como aponta o Panorama Geral do Segmento do Design no Brasil: O Design no Contexto da Economia Criativa, publicado pelo Sebrae em 2015. De acordo com a publicação, elas compõem um mosaico de empresas que desenvolvem projetos variados que vão do artesanato ao design gráfico, passando pela criação de embalagens, produtos e serviços diversos. A Economia Criativa pode ser definida como um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, que fazem uso intensivo do talento criativo incorporando técnicas e/ou tecnologias e agregando valor ao capital intelectual e cultural.

Em Alagoas, a economia criativa apresenta um mercado de 0,8% do PIB estadual, segundo dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, da Firjan/SENAI (2019). Em pesquisas mais recentes, Rosário (2020) coletou dados de que o pesquisador e especialista em economia criativa Elder Maia, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), apontou que o impacto da economia criativa no estado

de Alagoas é de cerca de 2,4% do PIB (SEBRAE/AL, 2020), com um potencial impacto de quase R\$1,1bilhões em diversos modelos de negócios possíveis de serem desenvolvidos localmente. Onde atividades vinculadas às novas tecnologias da informação e comunicação são as que oferecem maior oportunidade de empregos, apesar da tendência de redução dos empregos.

Figura 3 - Evolução do emprego da economia criativa em Alagoas (por Divisão da CNAE).



Fonte: Rosário (2020).

Na figura 3 acima, com dados de 2019, mostra a evolução do emprego formal na economia criativa em Alagoas, com destaque para o gráfico relacionado às atividades profissionais, que engloba as categorias criativas de arquitetura e design. São setores fortemente impactados por mudanças tecnológicas e no consumo. Os setores de atividade econômica que estão contidos nessa categoria são eminentemente criativos, ou seja, a maioria da força de trabalho envolvida está inserida em atividades criativas. Apesar de ter sido o único setor a possuir aumento em relação aos outros, ainda sim esse é um número baixo de empregos na área.

No relatório feito pelo autor ele traz ainda dois mapas, ilustrados nas figuras 3 e 4 abaixo, que mostram a distribuição espacial em Alagoas dos empregos e empresas formais na seção de atividades profissionais.

Figura 4 - Densidade de empregos criativos na seção de Atividades Profissionais por município em Alagoas em 2019.



Fonte: Rosário (2020).

Figura 5 - Densidade de empregos criativos na seção de Atividades Profissionais por município em Alagoas em 2019.



Fonte: Rosário (2020).

Entretanto, o mesmo afirma que os dados se referem à arquitetura. Na categoria de Design, não foi encontrado ocupações formais ou empresas que tenham



essa nomenclatura nos dados oficiais. Apenas um emprego em 2019 foi registrado na atividade econômica de web design. Ele ainda afirma como importante ressaltar que em Alagoas existem vários cursos técnicos na área, além de um curso universitário formal em Design na UFAL. Contudo, várias ocupações de desenhistas foram encontradas como ocupações criativas em outras categorias como arquitetura e publicidade, por exemplo.

No contexto de formação superior e profissional, as empresas em Alagoas ainda veem o design de maneira superficial, sendo comumente substituído por profissionais de áreas de comunicação em geral ou até mesmo sem formação alguma, no ensino técnico ou superior, bastando apenas possuir habilidades de desenho e criação nas ferramentas apontadas, geralmente do pacote adobe. Isso acontece em decorrência da falta de uma formalização da profissão frente aos conselhos ou núcleos trabalhistas, pelo design gráfico ainda hoje não ser uma profissão regulamentada.

#### **4.1 O jovem designer alagoano**

Afim de ser obter um perfil tipológico para que responda algumas questões a respeito do jovem designer alagoano, como sobre quem são; onde trabalham; onde se formam; onde divulgam seu trabalho e onde se comunicam entre si. Resolvemos continuar o foco do estudo com o intuito de compreender melhor o fenômeno então observado e especificamente relacionado, embora os dados apresentados anteriormente tenham sido obtidos empiricamente, decidiu-se validar essas impressões por meio de uma pesquisa mais fundamentada que será apresentada no tópico a seguir.

##### **4.1.1 Refinando o público – alvo**

Com o objetivo de entender melhor o problema e as situações em que designers alagoanos são submetidos diariamente, desenvolve-se etapas para análise desse problema e público. Buscou-se então utilizar algumas estratégias de pesquisa para obter dados diretamente com esses designers.

#### 4.1.1.1 Tópicos preliminares: questionário online

Como dito anteriormente, o questionário foi elaborado com a intenção de conhecer melhor o público alvo do projeto e os problemas enfrentados pelos profissionais da área e por estudantes que ainda não estão inseridos no meio. O questionário foi desenvolvido a partir de perguntas de múltipla escolha, com ênfase no desenvolvimento profissional, formação, seu entendimento enquanto profissional, além de tópicos relacionados à administração de projetos. (Questionário desenvolvido e respostas obtidas, podem ser vistos no apêndice 1)

O questionário era composto por doze perguntas, dividido em duas partes, a primeira como foco na identificação dos que o respondiam, seu gênero, idade e estágio de formação. Já a segunda etapa de questões foi voltada para questões mais comuns da rotina de um designer, como dia-a-dia, metas de trabalho, inseguranças com a profissão e questões burocráticas. Todas as perguntas ali inseridas eram fechadas para tornar o questionário de fáceis respostas, buscando assim um maior alcance de público e uma maior leva de respostas que pudessem contribuir para uma análise mais precisa do público-alvo.

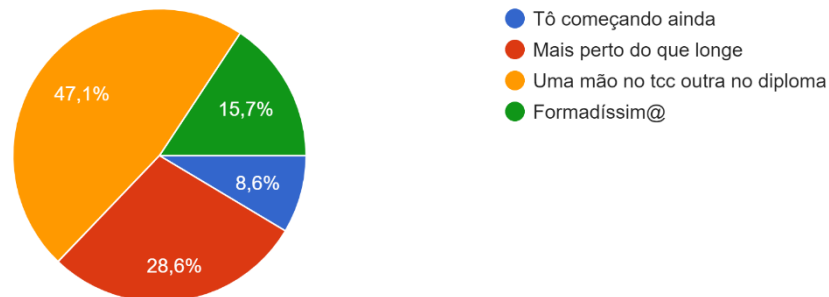
Para alcançar as pessoas que o respondem, foram utilizadas redes sociais de alcance geral, como Instagram, *Whatsapp* e *Facebook*. O primeiro com uma divulgação em massa por grupos de diferentes períodos em seus perfis pessoais, já o segundo e o terceiro em grupos de Faculdades de Design do estado com uma divulgação diária em um período de uma semana, onde foram coletadas as respostas abaixo analisadas.

Com um total de 70 respostas obtidas, o questionário atingiu um público diverso. Em linhas gerais responderam 39 mulheres e 31 homens. Mais da metade do público alcançado (36/70) possuem idades entre 21 e 23 anos e estão entre o meio e o fim do curso de sua formação, como mostra a figura 6 abaixo. Vale ressaltar que outro grande público atingido, foi o público com faixa etária entre 24 e 25 anos (13/70), equivalente a recém-formados que estão começando no mercado de trabalho alagoano como mostra a imagem abaixo.

Figura 6 - Respostas obtidas em questionário online, ilustrando o resultado para "Qual a tua formação?"

### Qual tua formação?

70 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Quando perguntados como se enxergam no mercado de trabalho, 38,6% dos respondentes desejam enriquecer através do design, 24,3% se enxergam como empreendedor, 27,1% se conformam em possuir um salário fixo, e 10% dos que responderam acreditam que que possuir um estágio na área já seria de grande valia. Já quando perguntados sobre como se observam diante ao mercado, 31,3% dos que respondem já atuam na área, 30% ainda está montando o portfólio para poder imergir no mercado, 21,4% possuem receio em se lançar no mercado de design e 17,1% se descrevem como puro *network* (estão trabalhando/possuem rede de contatos).

Uma grande parcela dos respondentes do questionário em questão, (58,6%), possui receio de não saber como divulgar seu trabalho em um mercado com vários profissionais já inseridos, como também 62,8% destes se sentem receosos quanto a abordagem na hora de conseguir clientes, mesmo com grande parte (62,8%) se sentindo preparado para montar uma proposta e apresentá-la para um possível cliente, mostrando uma possível falha na forma de prospecção de clientes e um possível ponto de abordagem.

Grande parte dos que responderam ao questionário, 78,6%, acredita que formular contrato é de extrema importância, já que o mesmo ajuda em possíveis casos, enquanto outra parte, 14,3%, acredita que é uma boa alternativa para precaução, mas possuem medo em ofender o cliente ao sugerir um contrato escrito.

Os dados mostram como os profissionais acreditam que uma base contratual pode ser de grande valia para os projetos, já que a mesma pode possibilitar uma segurança para o projetista como também para o seu cliente. Porém, ainda existem profissionais (7,1% dos respondentes) que acreditam que a geração de um documento assinado não é de grande importância e que apenas o contrato verbal já vale para fechar o acordo entre designer e cliente.

Quando abordada a relação dos profissionais com os clientes, 37,1% dos que responderam possuem uma boa relação, 27,1% não possuíam clientes no momento do questionário, 18,6% precisam ir atrás do cliente para que uma comunicação seja estabelecida e 17,1% tem receio de manter uma comunicação e acabam apenas abordando o inevitável para o desenvolvimento do projeto.

Na hora de cobrar ao cliente, ampla maioria (82,9) acredita que é necessário cobrar 50% do valor total do projeto no início do mesmo, e 50% ao final para prevenir de possíveis problemas no desenvolvimento do mesmo, 11,4% acreditam que o pagamento pode ser realizado no fim do projeto, enquanto 5,7% acreditam que quando o cliente poder, ele irá pagar.

Por fim, 78,6% dos que responderam acredita que o feedback do cliente ao final do projeto é de extrema importância para poder sanar possíveis problemas nos próximos projetos e também criar uma linha de prospecção passiva, onde o mesmo irá divulgar seu trabalho indiretamente, chegando a 97,1% quando somado às alternativas próximas na escala, uma adesão quase total dos entrevistados.

A partir desses dados foi possível identificar alguns focos de dificuldade enfrentados pela maioria dos que responderam o questionário. Entre eles, a insegurança na divulgação de seu trabalho e na gestão de seu design, quanto à gestão, foi notório como grande maioria acredita que documentos como: proposta, apresentação de ideias, contrato de trabalho e forma de cobrança do projeto são pontos importantes para uma melhor segurança do trabalho.

A fim de ratificar os pontos e conclusões alcançadas a partir deste questionário, foi gerada uma série de perguntas com base nas respostas obtidas neste, e aplicada em grupos focais com pessoas que se encaixam na faixa-etária predominante em diferentes pontos de formação no curso de Design.

#### 4.1.1.2 Ampliando a discussão: grupos focais

Para orientar a condução do grupo focal foi construído um guia de orientação para o mediador (apêndice 2). O objetivo deste guia é permitir que pontos tidos como essenciais sejam abordados a partir das discussões dentro de cada grupo. Assim a interferência do mediador pode ser sutil e ainda assim garantir que todos os tópicos importantes para a pesquisa sejam contemplados durante a atividade. Isso permite também gerenciar alguma diferença que o perfil de cada grupo possa apresentar.

O Guia de condução dos grupos focais se dividia em dois grandes tópicos:

- **Mercado alagoano:** cujo objetivo era entender qual o ponto de vista dos participantes a respeito do mercado local para o design, se os mesmos achavam que o mercado ainda está se desenvolvendo, se está em ascensão, quais suas referências se há dificuldade para a prospecção de clientes no mesmo, entre outros aspectos a respeito do exercício da profissão no Estado.
- **Gestão profissional:** aqui se buscava entender as dificuldades enfrentadas pelos profissionais e futuros designer quais os pontos com maior receio do ponto de vista de gestão ou administração do próprio design, seja na geração de uma proposta para um cliente em potencial, a elaboração de um contrato de serviço ou até mesmo o pós-venda, aqui caracterizado pelo feedback do cliente e por possíveis futuros trabalho em conjunto com o mesmo. Nesse tópico também foram abordadas questões como a aplicação ou não de do assunto dentro das universidades em que os alunos estão inseridos e se, caso não existisse a ênfase nesse âmbito profissional, os mesmos se sentiram menos preparados para enfrentar o mercado de trabalho.

Foram então realizados quatro grupos focais (transcrição dos grupos focais no apêndice 3) com participação de estudantes de períodos diferentes e faculdades diferentes. Apesar da literatura indicar que grupos focais sejam realizados com até dez participantes, não houve tempo hábil nem disponibilidade dos participantes para reuniões em datas distintas, impactando no resultado final do primeiro grupo focal, que apesar de possuir ótimas contribuições, houve um número reduzido de

participantes dispostos a interagir, seja por não conhecerem uns aos outros ou pelo fato de estarem em um grupo relativamente grande.

No primeiro grupo, foram reunidos 19 alunos do primeiro período do curso de curso de design da Universidade Federal de Alagoas, na cidade de Maceió, no dia 31.10.2019 com a intenção de compreender quais seriam os principais problemas enfrentados por futuros profissionais recém inseridos no campo acadêmico e se suas dificuldades quanto a profissão seriam similares às elencadas na primeira fase com o questionário aplicado. Apenas 10 participantes deste grupo dispuseram-se a falar.

O segundo grupo foi realizado com alunos do sexto período (último período da grade curricular), do curso de design gráfico da Uninassau, na cidade de Maceió. Foram entrevistados dez alunos, no dia 11.11.2019, todas as respostas obtidas foram benéficas e possuíram um resultado significativo para o estudo, além de haver concordância na fala dos entrevistados ali.

No terceiro grupo focal, realizado no dia 19.10.2019, foram reunidos 12 alunos de distintos períodos do curso de design da Universidade Federal de Alagoas, na cidade de Maceió, com um aspecto em comum, todos os participantes deste grupo são integrantes da Empresa Júnior de Design - Batuque, situada na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da universidade em questão.

Para o último grupo, foram reunidos alunos egressos do curso da universidade supracitada, que compõem um coletivo de designers, o Frente Coletivo, composto por quatro pessoas - com participação de três -, o grupo possui idades entre 24 e 26 anos. Todos os entrevistados aqui são recém-formados e começaram sua carreira como designer em Alagoas. Realizado no dia 16.01.2023, o grupo focal possuiu grande importância na análise, já que as pessoas que constituíram o círculo de conversa imergiram no mercado de trabalho a pouco tempo e segundo respostas coletadas durante o diálogo, também passaram pelas mesmas dificuldades identificadas no questionário on-line e enfrentadas pelos grupos anteriores.

Na figura 7 abaixo, é possível encontrar os perfis resumidos dos participantes dos grupos descritos acima e como os mesmos se dispõem em alguns quesitos, como: idade, local em que reside, gênero e se já atuaram como designer, seja como *freelancer* ou em alguma empresa.



grandes dificuldades encontradas na profissão. O segundo grupo, formado por alunos concluintes de uma universidade particular, possuíam na grade matérias com base em gestão de trabalho e empreendedorismo, o que fez com que sua grande maioria enxergasse uma forma diferente de iniciar nesse mercado local.

Já no terceiro e no quarto grupo, que foram realizados com alunos da universidade pública que imergiram no mercado de trabalho, através de organizações criadas por alunos, enxergam claramente o mercado local, suas nuances e suas formas de atuação, entendem quais pontos de trabalho devem ser estudados e praticados como complemento a graduação e conseguem identificar quais meios necessários para uma possível melhoria do seu trabalho.

#### **4.1.1.3 Conclusões preliminares**

Como dito anteriormente, graças aos resultados dos questionários on-line foi possível construir um guia (apêndice 2) a respeito do que abordar junto aos sujeitos que participaram dos grupos focais. Dessa maneira pode-se acrescentar uma camada de dados qualitativos ao que se tinha recolhido quantitativamente. À medida que os grupos foram transcritos foi possível identificar aspectos interessantes que não se evidenciaram no questionário anterior.

Por exemplo, através dos grupos focais foi possível identificar um problema do qual pouco havia se falado no desenvolvimento do projeto. Muitos participantes dos grupos acreditam que falta entendimento de clientes e pessoas que pretendem contratar o serviço de um designer, sobre o que é o design, qual profissional deve ser solicitado para executar determinados tipos de projetos. Educar o cliente antes de vender o projeto se tornou um aspecto de grande destaque após a realização dos grupos, onde há a necessidade de mostrar ao cliente o trabalho que é desenvolvido pelos profissionais em questão. Podemos ver nas falas transcritas a seguir como essa demanda é importante para os entrevistados.

**Participante 1:** Então, eu acho que uma coisa que a gente aprendeu muito esse ano, foi que é bem difícil agregar valor, as pessoas entenderem a necessidade, de contratar por exemplo um designer gráfico, porque é muito também da percepção delas de que qualquer um pode fazer isso, como “ah, o meu sobrinho faz”, “o cara da gráfica faz”, e também um pouco de “ah, eu acho que assim tá bom”, é o gosto dessa pessoa, sabe?, ela não entende que tem um trabalho, um estudo ali por trás que vai desenvolver o que é necessário para aquela



peças. Então é muito difícil partir do ponto de que às vezes a gente tenta vender uma coisa e a pessoa não vê necessidade, e é uma linha muito tênue entre você dizer “olha, seu negócio está ruim” ou “olha, isso aí pode melhorar”, podem acontecer muitos mal-entendidos aí e a gente pode acabar sendo rude e a pessoa se sentir ofendida de alguma forma, então nossa maior dificuldade é essa, não é um produto que você oferece que tipo a pessoa sabe que precisa, que ela entenda a necessidade do design.

**Participante 11:** Eu acho que é como a Participante 1 falou, a gente tem um problema em educar o nosso cliente para ela saber que é preciso contratar um designer, eles não entendem que é preciso, eles não entendem o porquê de pagar esse preço, para a pessoa sentar no computador e fazer alguns desenhos, não entendem que, sei lá, fazer um *mockup* é uma coisa a mais, “não mais só vai mudar isso”, eles não entendem e acho que é isso é muito ruim mesmo.

**Participante 9:** Eu vejo também que muitas pessoas que contratam o serviço que um designer são pessoas que ou são próximas de um designer ou próximas de alguém que conhece um designer, eu acho que não tem uma procura autônoma das pessoas porque elas não entendem o porquê elas precisam e qual a diferença, e também porque elas não entendem os processos, elas não entendem o porquê um designer vai fazer uma identidade visual em sei lá, 20 dias, quando uma gráfica rápida, entrega tudo isso com cartão de visita em 3/5 dias, eles não sabem, não entendem essa diferença e muitas vezes eles questionam, questionam valor, enfim, várias coisas por não entender, então eu acho que muitas das pessoas, que pelo menos eu já vi, que procuram o serviço de um designer é porque é próximo ou alguém indicou, por elas, elas não sabem muito bem o porquê que elas precisam.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Foi possível verificar também que esse aspecto de pouca divulgação do que é o design e como possíveis clientes podem entender como seu profissional atua, não afeta apenas os estudantes da Universidade Federal de Alagoas, verificou-se também no grupo focal 2, realizado em uma Faculdade privada, a necessidade em apresentar o design para possíveis clientes. Os entrevistados apontaram que educar esses clientes sobre o que fazem e o potencial do design seria fundamental para, a partir desse ponto, prospectar seus trabalhos, mostrando que o pouco entendimento da população do papel do designer é um grande empecilho para a ascensão do mesmo no Estado. Seguem algumas falas que pontuam essa percepção.

**Participante 3:** O mercado alagoano, ele é um mercado muito complexo na verdade, porque a gente tá em uma certa transição de uma grande maioria que não entende o valor ainda, que não sabe o que é, quando você fala que é designer ela pergunta se você desenha

alguma coisa, é uma grande realidade, ou então confunde você com uma gráfica e a galera mais nova, que tá entrando aí, herdando negócios de pais e tal, com uma cabeça mais nova, que tem uma certa noção do que é o trabalho de design e já ver um valor maior, essa parcela ainda é muito pequena em comparação a grande maioria.

**Participante 7:** Acho que falta ainda as pessoas descobrirem o que é design, né? E a gente apresentar também o que é design para elas, essa é a maior dificuldade, porque na questão relacionada principalmente ao preço, a gente não consegue cobrar o valor justo porque elas não conhecem, e acho que tipo assim, não é nem questão de valorizar, é questão de conhecimento mesmo, que elas não têm, que acham que são coisas fáceis, exatamente o lance do sobrinho, mas não é.

**Participante 9:** Eu acho que falta divulgação dessa área, eu acho que não é algo que se fala muito, tipo, tanto que eu percebo que quando as pessoas têm o primeiro contato elas acham estranho, tipo “realmente precisa disso” algo desse tipo.

**Participante 10:** As pessoas, pelo menos aqui na região, não têm muito interesse justamente por essa falta de divulgação, as pessoas não conhecem o que é o curso, elas não sabem o que um designer faz, então acaba se tornando muito simplista para elas e acaba tendo essa mentalidade de que não deve ser grande coisa, e eu acho que é por isso que reunindo todas essas coisas, faz com que não seja uma profissão tão valorizada no estado.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 2. Realizado em 11.11.2019)

Para os participantes do grupo focal quatro, o mercado de design em alagoas está em ascensão apenas na forma de captação de profissionais, segundo eles ainda é muito difícil encontrar vagas no estado que ofereça qualidade de trabalho para os profissionais e que disponibilizem ferramentas de gestão concretas, como a presença de plano de carreira, benefícios e prazos de entrega para um trabalho de qualidade:

**Participante 1:** Hoje tem mais vagas? Hoje tem mais vagas! Eu acho que da nossa turma, se a pessoa estiver desempregada é porque ela não está se esforçando muito, sabe? Porque tem vaga, paga péssimo provavelmente, mas tem muita vaga, se ascensão for nesse sentido, tipo, a procura por profissional está em alta. Mas se ascensão for no sentido plano de carreira, a pessoa se estabilizar enquanto designer, não está não.

**Participante 2:** É, isso aí, as empresas aqui não valorizam a questão da qualidade. É apenas, demanda e sai, demanda e sai, se for essa questão de ter um bom, um mercado com um bom design eu vou chegar e falar “não temos”, temos profissionais muito bons, mas que são podados.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 4. Realizado em 16.01.2023)

Além do aspecto de divulgação da profissão, outro ponto apontado como de grande dificuldade foi a de precificação de projetos. De acordo com alguns participantes, é muito difícil encontrar empresas locais ou profissionais autônomos que forneçam informações quanto a valores. Isso por sua vez dificulta para o jovem profissional compreender qual o preço que deve ser cobrado por determinados projetos e quais aspectos delineiam as diferenças de preços praticados. Segundo os entrevistados, os preços fornecidos pela tabela da Associação de Designers Gráficos - ADG –, um dos poucos referenciais de preço encontrados, não condizem com a realidade do design no contexto alagoano. Sobre o assunto, os participantes discorreram, conforme transcrito a seguir:

**Participante 10:** Então, quanto a precificar, assim, eu levava muito a batuque como referência, para tipo, quando alguém me pedia um trabalho, eu, muitas vezes eu consultei a presidente da empresa júnior e perguntei quanto a gente havia cobrado quando foi fazer tal coisa, aí eu usava muito o preço da batuque como base, por que eu pensava que se eu sou uma projetista de lá, o meu preço tá valendo o que eu vou cobrar porque a pessoa é praticamente a mesma pessoa que vai executar, e também porque a empresa júnior trabalha com um preço abaixo do mercado e eu seria uma estudante que ainda estaria fazendo graduação, então para mim, ripo a batuque foi uma luz porque é muito difícil, porque tipo, por quanto você faz uma diagramação de 20 páginas se perguntarem agora?, tipo, você sabe se você cobraria vinte reais ou duzentos reais? Eu não faço ideia se cobraria vinte ou duzentos reais.

**Participante 1:** E outra, as pessoas não divulgam essas coisas, nem o professor, as pessoas não passam essa informação, tipo, a gente fez um evento, que era como vender seu peixe e eu vi as palestrantes falando por horas e em nenhum momento ficou claro o quanto elas cobravam, as pessoas não falam vei, valores, é um segredo de estado, e daí você nunca vai saber, você vai ter que investigar, porque os professores não falam vei, tipo “gente, em média isso custa de tanto a tanto” tipo, um exemplo, projeto gráfico, se desse uma média, tipo, isso pode ir disso a isso, sabe? Ir dando essas dimensões enquanto a gente vai executando projeto seria de grande ajuda né, porque realmente, valor é uma coisa que não é discutida, não é uma coisa discutível, as pessoas têm muito tabu ainda de falar preço e tal.

**Participante 3:** Tipo como se tivesse concorrência e elas tivessem pensando “eu não quero que eles cobrem o que eu cobro”, menos ou mais do que eu cobro.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Para o grupo focal quatro, a precificação ainda é um fator de preocupação, os mesmos afirmam que por designer não ser uma profissão regulamentada, a precificação de trabalhos para esses profissionais ainda é muito complexa:

**Participante 1:** Nós somos profissionais formados e a gente consulta a tabela de precificação da Associação dos Designers Gráficos do DF para ter uma noção e ainda abaixar o valor, sabe? A gente faz “ah eles tão cobrando cinco mil? Então vou cobrar dois” e é bem abaixo, não é metade, então é complicado, é um pensamento que é difícil de tirar eu acho. [...] a gente fica sem graça, toda vez que a gente vai fazer um freela é indo no grupo “gente, quanto cobro para fazer tal coisa e tal coisa?” Porque você não tem noção.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 4. Realizado em 16.01.2023)

Essa dificuldade também foi encontrada no grupo 1, onde seus participantes ainda não ingressaram no mercado de trabalho, mas já possuem dificuldades em conseguir entender as formas de precificação existentes para o mercado local.

**Participante 5:** Você não encontra na internet assim, referências exatas de quanto cobrar por uma identidade visual, ou algo do tipo, então, sempre tive muita dificuldade de precificação, principalmente porque eu sou iniciante, então não vou cobrar um valor de um profissional, então eu sempre abaixo, é, e o processo do briefing eu também nunca achei uma metodologia para seguir, para ter contato com o cliente sobre qualquer área, assim, se for fazer design de uma comida, de uma roupa, de uma coisa que seja um padrão a seguir de como fazer o briefing com o cliente, então eu tenho dificuldade com isso, tanto com o briefing, como precificação.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 1. Realizado em 31.10.2019)

Indo agora em direção a formação de uma clientela, quando perguntados sobre prospecção ativa de clientes e a forma de conseguir fechar projetos, os entrevistados do grupo 3 apresentou um diferencial interessante. Todos os entrevistados concordaram em dizer que havia uma facilidade em prospectar pela empresa júnior da qual todos fazem parte, já que eles iriam atrair clientes pelo nome desta.

É interessante perceber que a insegurança do jovem profissional é um ponto importante a ser trabalhado, já que os recursos da empresa júnior facilitam a prospecção para os entrevistados e, portanto, permanecem os mesmos quando esse estudante atual está desconectado da empresa. Porém, alguns destes possuem dificuldades em captar clientes quando era necessária a realização de projetos sozinhos, como *freelancers*, confirmando os dados obtidos na pesquisa anterior, onde

a maioria dos respondentes não se sentiam preparados para prospectar seus trabalhos.

**Participante 2:** [...] eu nunca tive problema de falar em nome da empresa júnior, mas eu não lembro das vezes que eu cheguei a prospectar coisas pessoais, eu acho que para mim é mais fácil eu ter uma empresa por traz, sabe? Que eu só botar minha cara a tapa, porque é meu nome no final, como tem a empresa júnior como todo, por mais que eu sou a pessoa que vou lá e decido, tem outras pessoas comigo, se o negócio der merda, tem mais gente comigo e quando eu estou sozinha eu fico meio tipo... (gesto de receio).

**Participante 1:** Isso que a participante 2 falou é muito verdade, tipo, quando eu vou batuque: empoderadíssima, quando eu vou sozinha, bate um medo, sabe? Um medo! [...]. Então, prospectar a gente sabe, mas não é, não o pode ser, o foco principal, prospecção ativa no caso, a gente fala muito disso, não pode ser o que você vai ganhar mais dinheiro, não é, aí a gente tem que ter outras estratégias por trás para conseguir desenvolver de boa, é isso.

**Participante 11:** A participante 2 falou que é tipo ótimo ir em nome da batuque porque a gente está tipo totalmente seguro, a gente tem um contrato top, a gente tem a quem recorrer, mas quando você vai só é que o bicho pega, porque vem os clientes super autoritários, donos da verdade e você tá tipo assim, acuada, e ele faz o que quer com você, até você entender “não, pera aí, eu sou a autoridade nesse assunto, mais do que ele”, e até você chegar nesse momento de você realmente se impor para esse cliente e dizer “esse é meu preço”.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Importante perceber aqui também, como integrantes do grupo focal quatro se sentem aptos para receber novos clientes após o ingresso no mercado de trabalho ainda na graduação, durante a realização do grupo focal com os participantes identificou-se posicionamentos que reafirmam a confiança em lidar com novos clientes.

**Participante 1:** Eu me sinto muito apta a fazer isso hoje em dia, a gente chegou no frente com um conhecimento muito básico da faculdade, a gente teve que aprender muita coisa na prática, que nem nos estágios que a gente teve ensinaram isso pra gente e eu acho que a gente aprendeu tudo muito rápido, tipo assim, a gente teve três cases iniciais antes de começar o frente de verdade, e eu sinto que depois desses três, tipo assim, a gente se ligou que a gente precisava ter um briefing, um formulário escrito e não era um só, precisava de um formulário e um visual porque a gente percebeu essa necessidade nos nossos clientes, então acho que a gente aprendeu tudo muito rápido, criou uma metodologia para o frente que funciona.

**Participante 3:** Eu me sinto apta, eu já tive duas experiências que era tipo, eu não tinha contato nenhum com o cliente, a gente não mandava briefing, a gente não fazia nada, [...] tipo era isso, no escuro, você tem

que fazer e breu. E a outra experiência era eu lidar diretamente com o cliente, literalmente, [...] tipo eu tinha que ficar conversando no *WhatsApp*.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 4. Realizado em 16.01.2023)

Além da prospecção de clientes, entender e saber como se planejar quanto a gestão profissional foi um dos tópicos discutidos nos grupos focais. Neles notou-se que muitos dos participantes do grupo 1 não se sentem preparados para questões pertinentes à gestão e questões administrativas, como a geração de contrato, a forma de precificar projetos e a definição de orçamentos. Para muitos, falta abordagem ainda na faculdade sobre esses temas, gerando uma dificuldade em gerir esses aspectos no cotidiano. Vejam algumas de suas colocações.

**Participante 1:** [...] eu acho que uma coisa que a gente fala muito é que a gente recebe orçamento infinito para produzir as coisas – na faculdade -, daí isso não dá nenhuma perspectiva de realidade, assim, como eu posso pensar criativamente para me encaixar na realidade do cliente, é muito do tipo “faz aí um negócio, vai dar tudo certo”, daí as vezes você desenvolve algo que as vezes é totalmente inviável.

**Participante 5:** É, é muito disso que a participante 1 falou, a faculdade passa pra gente um conteúdo muito voltado para a área acadêmica, a prova disso é que eu estava montando as metodologias da batuque com dois dos nosso três professores orientadores e eu escutei da boca deles que nossa metodologia deveria ser uma metodologia voltada para o mercado e de que muito do que era passado na sala não se adequava a realidade do mercado, então, assim, destoa bastante, e até na nossa vivência mesmo, pegando *freela*, estando dentro da empresa júnior, lidando com clientes, destoa bastante da realidade.

**Participante 9:** Concordo com que todos falaram, eu ainda não paguei as matérias com foco na gestão profissional, mas pelo que eu já ouvi, pelo que eu sinto, tem um déficit muito grande e a gente não aprende a lidar com as pessoas, que é o que a gente vai fazer na nossa profissão, que é lidar com clientes, tão para executar ou para solucionar o problema deles. [...] falta muito, que acho que é uma coisa do curso em geral isso da gente entender como funciona o mercado completamente, e aí é uma coisa que a gente como empresa júnior é privilegiado de poder tá tendo essa experiência enquanto estudantes, porque, já aconteceu com todos aqui, de o professor tá falando sobre algo e você já vivenciou essa situação porque está tendo essa vivência como empresa, mas não é uma coisa que é passado como graduação, como deveria ser passado, e aí no final vão ter pessoas que são formadas em design que sabem executar muito bem, que são operários, mas não sabem lidar com pessoas e fazer toda a outra parte, porque design não é só executar o projeto em si, existem muitas outras coisas envolvidas, você precisa saber lidar com cliente, você precisa conversar, você precisa ter um contrato, enfim, são muitas coisas, independente da área do design em que cada um vai querer

atuar, mas enfim, são muitas questões que a gente não aprende na faculdade.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 1. Realizado em 31.10.2019)

Ainda analisando a relação entre a formação acadêmica e o desenvolvimento profissional, verificou-se que para os participantes do grupo 2, algumas das matérias presentes na grade curricular do curso são essenciais para o desenvolvimento profissional deles. Segundo eles essas disciplinas acabam contribuindo desde a montagem do portfólio para divulgação de seus projetos, na construção de um meio de atrair clientes, como também matérias com foco no empreendedorismo, atuando com um guia para aqueles que desejam montar seu próprio negócio.

**Participante 3:** Eu acho muito importante na verdade, essas matérias, até porque nem todo mundo quer sair daqui como força de trabalho, de ir lá e fazer parte de agências e tal, muita gente tem vontade de montar seu próprio negócio, ou então de viver sua carreira sozinho, de freelancer e tal, quer sei lá, viajar pelo mundo e pegar trabalho remoto, e eu acho que essas matérias, não são suficientes ainda, precisam de muito mais, mas ajudam a pessoa a ter um norte de como se gerenciar, porque você ter uma empresa não é tão fácil como a maioria das pessoas acham, que é você abrir a empresa e ficar rico, não, não é assim, então é muito importante você ter essa ajuda.

**Participante 4:** Essas matérias são extremamente importantes, porque é como a gente vai mostrar o que sabe fazer, e tem que saber como mostrar, sabe? Isso é muito importante porque é a gente como profissional, não mais como aluno.

**Participante 5:** Inclusive a imagem que eu tinha do mercado era bem diferente antes dessas matérias, então é bem legal passar por isso.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 2. Realizado em 11.11.2019)

Graças a variedade de participantes dos grupos, foi possível identificar aspectos da rotina da profissão que são comuns entre eles, além de obter informações diretas das dúvidas e incertezas da faixa-etária principal obtida no questionário aplicado anteriormente. Além de salientar pontos individuais de seu dia-a-dia na profissão, desde gestão profissional como a inserção no mercado de trabalho e até a questões burocráticas, como a necessidade, ou não, de contrato para desenvolvimento de projetos para clientes, esses designers nos ajudaram a compreender também quais aspectos teóricos do design precisam ser revisados, a fim de gerar uma análise mais precisa de como as organizações podem ser um complemento para a graduação.

Para isso iniciaremos na próxima parte do projeto um estudo de caso das organizações: Bатуque Design - Empresa Júnior de Design da Universidade Federal de Alagoas - e Frente Coletivo, onde será possível verificar como atividades extracurriculares construídas por alunos ainda em formação podem ser um diferencial para a inserção pós curso.

## **5 PARTE 3: ESTUDO DE CASO**

A parte 3 do projeto será dividida da seguinte forma: serão analisadas ambas as instituições supracitadas, em cada uma delas será disposto sua formação, estrutura, o que fazem, quem participa, qual seu diferencial como elemento de contribuição para a formação acadêmica dos integrantes de cada uma e qual a diferença e influência a instituição falada teve sobre os seus integrantes de acordo com os grupos focais realizados e já citados anteriormente neste trabalho.

### **5.1 Bатуque Design**

A Bатуque Design é uma empresa Júnior do curso de Design na Universidade Federal de Alagoas e surgiu em 2016 quando alunos sentiram necessidade da vivência empresarial e a carência de aplicar na prática os conhecimentos obtidos na faculdade. O foco da empresa é mostrar o que é o Design para sociedade, serem reconhecidos enquanto profissionais qualificados tendo em vista a recente criação do curso na Universidade Pública do estado.

A empresa faz parte do Movimento Empresa Júnior (MEJ), que se constitui por alunos de universidades de todo país, possibilitando um desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes. O MEJ nasceu na França em 1967, com alunos do curso de administração da *L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales*, no Brasil a primeira empresa júnior surgiu em 1988, na Fundação Getúlio Vargas (FGV) (BETTONI; SILVEIRA; SILVA, 2011).

O movimento cresceu tanto que o Brasil se tornou o país com o maior número de EJ's no mundo, com aproximadamente 1,2 mil empresas. Para representar esse número tão expressivo, foi fundada em 2003, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores, designada por Brasil Júnior. Ela é a instância máxima representativa do MEJ no país (ROCHA et al., 2020, p.04).



A lei Nº 13.267, de abril de 2016 possibilita a criação, organização e atuação de empresas como a Batuque, com seu funcionamento ligado diretamente a instituições de ensino superior. De acordo com Matos (1997), Empresas Juniores são instrumentos de extensão da graduação a fim de compreender de forma ampla o aprendizado de conhecimentos básicos através de uma comunicação ágil com a sociedade e como um caminho para ampliação de conhecimentos extracurriculares para os estudantes, de projetos a participação na gestão de empresa.

A inserção da empresa nesse movimento possibilita alunos do ensino superior a vivência na prática com projetos reais com contato direto com clientes, aprendendo mais sobre gestão e empreendedorismo com a supervisão de professores do seu curso de graduação. Cada projeto gera uma nova experiência para os participantes da empresa quanto a contato com clientes, desenvolvimento de artefatos e também quando a gestão dos projetos realizados.

Ligada ao movimento desde 2017, a Batuque Design sempre tem como missão proporcionar vivência profissional e empreendedora a estudantes de Design, através de projetos inovadores e soluções de problemas, contribuindo por meio do Design, com o crescimento de empresas de maneira sustentável. Constituída por três níveis principais de organização: (1) Nível estratégico, com uma diretoria executiva dentro da empresa; (2) Nível tático, seus gerentes; (3) Nível operacional, formado por seus assessores e projetistas. Por mais que a instituição possua três níveis de organização, a mesma contém uma estrutura organizacional linear e não piramidal, com todos os membros da empresa executando pelo menos um projeto ao longo de sua jornada dentro da empresa, independentemente do nível onde está inserido.

A organização tem como interesse a prospecção de projetos nos três âmbitos do design encontrados no curso da Universidade Federal de Alagoas, são eles design gráfico, design de produtos e design de interiores. Para participar desses projetos é necessário se tornar um membro ativo da empresa, passando por um processo seletivo onde ao final do mesmo o participante se tornar um *Trainee*, podendo ou não serem promovidos a membros efetivos ao final do programa de seleção. São compreendidos nesse processo alunos do curso de graduação do segundo ao sétimo período sem a necessidade de domínio de ferramentas ou programas de criação, já que um dos objetivos da Batuque enquanto organização é a capacitação de seus membros para gerar um impacto no mercado ainda em sua formação por meio da vivência empresarial.

Segundo artigo do site Quero Bolsa, em 2021 um participante do MEJ poderia ingressar no mercado de trabalho até quatro vezes mais rápido em comparação aos alunos não participantes. Um dos diferenciais citados pela publicação é o desenvolvimento de *soft skills* pelos integrantes das empresas juniores durante o período imerso no movimento com habilidades comportamentais desejadas pelas empresas do mercado de trabalho. Ainda na publicação, Beatriz Nascimento, presidente da Brasil Júnior, afirmou que a participação no MEJ possibilita um desenvolvimento profissional e uma experiência pessoal em questões relacionadas ao empreendedorismo e até mesmo à inovação de empresas já existentes, já que o movimento possibilita um destaque profissional para aqueles que participam.

Para o jovem universitário, práticas como o MEJ pode possuir grandes benefícios, com a atuação em horários flexíveis sem interferência na sua graduação, possibilitando outras atividades dentro do espaço acadêmico e também a realização de rede de trocas com alunos de outros cursos, gerando uma convivência e diálogo com profissionais de diversas áreas.

Para os integrantes da empresa que fizeram parte do grupo focal realizado neste trabalho, a empresa tem um grande diferencial na sua experiência em gestão. Segundo um dos participantes do grupo três a inserção na empresa é um diferencial já que:

**Participante 9:** [...] A gente como batuque é privilegiado de poder tá tendo essa experiência enquanto estudantes, porque, já aconteceu com todos aqui, o professor tá falando sobre algo e você já vivenciou essa situação porque está tendo essa vivência como empresa, mas não é uma coisa que é passado como graduação. [...] são muitas questões que a gente não aprende na faculdade, a gente aprende na prática, em que a gente é privilegiada como batuque, mas que na graduação não existe.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Além disso, também foi possível verificar como a participação no movimento empresa júnior mudou a perspectiva dos participantes quanto a pontos levantados neste trabalho como fator de apreensão de jovens designer, a precificação de projetos de design no estado de Alagoas:

**Participante 3:** Antes da batuque eu não fazia menor de como precificar qualquer serviço de design, porque é uma coisa muito abstrata, mas agora quando eu preciso precificar esse tipo de coisa, é muito baseado no que a gente cobra e no que eu posso cobrar, tipo, eu como pessoa fazendo isso sozinha sem a ajuda de toda uma

empresa, tipo, no que eu posso, então agora é muito mais tranquilo, mas antes eu via que muita gente precificava por hora, e sinceramente eu nunca entendi como isso funciona, porque, primeiro eu não sei quanto tempo eu vou levar, por mais que eu faça isso cem vezes, as cem vezes vão ser tempos totalmente diferentes e é muito complicado você chegar no cliente e falar “ah não, eu vou cobrar cinquenta reais a hora”, sendo que eu não sei quantas horas eu vou levar para fazer isso, sabe? Então eu acho que quando você tem um preço fixo estabelecido na sua mente, baseado em alguma coisa, é muito melhor.

**Participante 2:** Quanto batuque pelo menos, a gente tem formas para se ajudar nessa parte de precificação, a gente como batuque tem outras empresas juniores de design no Brasil.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Ainda no grupo focal realizado com os integrantes da Batuque, notou-se a compreensão de como atividades extracurriculares, além da graduação podem beneficiar os alunos:

**Participante 1:** [...] se na faculdade tudo é meio limitante, a gente tem que buscar outras coisas, como a empresa júnior, como grupos de extensão, como empresas modelos, tipo, tudo que você pode fazer fora da caixa, fora da sala de aula, é válido, porque aí você se redescobre de alguma maneira, tanto para o design quanto para outras coisas, porque na empresa a gente não aprende só sobre nossa área em si, mas sobre gestão, sobre gestão de pessoas, sobre conhecimento, sobre liderança, a gente desenvolve outras competências que só agregam ao nosso trabalho, então acho que assim, pensar fora da caixa, tá sempre antenado, buscar conhecimento de diversas formas, sempre é válido para agregar nossa construção enquanto profissional.  
(Fala coletada durante o Grupo Focal 3. Realizado em 01.11.2019)

Assim, fica notória a importância de organizações como a Batuque Design, fornecendo um contato com a prática profissional no espaço acadêmico, ressaltando a importância do aprendizado na teoria aprendida na sala de aula, desenvolvendo-a no dia-a-dia de atuação na empresa, possibilitando uma constante melhora pessoal e profissional e promovendo práticas relacionadas ao empreendedorismo ainda no âmbito universitário.

## 5.2 Frente Coletivo

O Frente Coletivo é uma organização formada em 2020 por um grupo de estudantes do curso de Design na Universidade Federal de Alagoas com o objetivo de agrupar pessoas que já trabalhavam juntas na faculdade e que possuíam ideias

semelhantes de oferta de design para a sociedade. Sem capital, seus integrantes começaram a ofertar trabalhos gratuitos com o intuito de construir uma gama de trabalhos realizados enquanto instituição e montar um portfólio forte para assim conseguir prospectar novos clientes. Segundo o grupo de Colaboradores em Rede e Organizações (CORO, 2014):

A compreensão do coletivo como fortalecimento de objetivos e potenciais, além da dissolução de problemas e divisão de etapas e mão de obra de trabalho, sem que com isso o individual se dilua, é o próprio desafio do homem global e sua prática na cultura contemporânea. Não se trata de massificação igualitária e utópica, mas igualdade de condições e possibilidades geradoras. É o coletivo que afirma a individualidade e a potencializa em direção a uma relação aberta com o mundo. (CORO, 2014).

A ideia do coletivo sempre foi mostrar que existe design de qualidade em Alagoas, levar o aprendizado da academia para a população e conseguir educá-la de seus benefícios para as empresas e negócios. Com um conceito de grupo de quem defende uma causa de tomar a dianteira, o coletivo se mostra como genuinamente alagoano, composto por jovens designers, ainda estudantes durante o processo de criação do coletivo, que possuíam como um dos objetivos enriquecer o cenário local através de projetos que incentivassem pessoas a obterem resultados positivos, “construir capacidades e implantar procedimentos práticos que contribuam para o desenvolvimento de economias sustentáveis por meio de ações, ferramentas e estratégias voltadas às mudanças profundas nos estilos de vida atuais” (SILVA e SANTOS, 2009).

A Jornada começou em janeiro de 2020 conectando trabalhos dos membros com um principal objetivo enquanto negócio: estar pronto para ajudar empresas e pessoas a tomarem a dianteira no mercado com toda a potência e conhecimento que o design proporciona. Os membros acreditam que a parceria com os clientes, durante todo o processo de criação, é o melhor caminho para o crescimento em conjunto.

Com o propósito de tornar o design possível, de fácil acesso e ao alcance de pessoas de todo o estado, um dos pontos levantados pelo coletivo é o fortalecimento da cultura local, sempre trabalhado em suas publicações nas redes sociais. O grupo busca, crescer junto aos parceiros, com foco no desenvolvimento do cenário local e na inserção de serviços de qualidade no mercado alagoano. Através da ideia de um design possível, feito de forma responsável e real, eles trazem a profissão como um

vetor de transformação, ativo socialmente e economicamente viável, aplicando o design para desenvolver produtos, auxiliar na gestão e estratégia de negócios e fortalecer a comunicação de seus clientes, fortalecendo e articulando os negócios locais.

Além disso, o grupo apresenta uma metodologia colaborativa, acreditando que junto a participação dos clientes nas fases do projeto podem produzir trabalhos de melhor resultado. Com essa metodologia, o coletivo reafirma o processo de tomada de decisão de uma forma democrática e horizontal, onde todos que fazem parte têm um papel importante para o crescimento e fortalecimento do coletivo.

No processo de criação, o cliente faz parte de todas as etapas criativas, desde o briefing até a etapa final, já que o grupo acredita que o mesmo pode contribuir para todo o projeto, adquirindo um conceito de co-design ou design colaborativo onde o trabalho é tomado não apenas de forma mercadológica, mas também obtido a partir da participação dos envolvidos:

"Codesign, também conhecido como design colaborativo, é uma forma de pesquisa em design que envolve os usuários finais no processo de criação de um produto, plataforma, publicação ou ambiente. Os designers de hoje em dia aprenderam que os usuários são especialistas em seus próprios domínios. Muitos designers atualmente veem a si próprios não como controladores do resultado final, mas sim como desencadeadores de um processo que envolve ativamente um público." (LUPTON, E., 2013, p. 96).

Dessa forma, visando entender as necessidades dos clientes, realizando projetos claros e personalizados para o problema que é encontrado no briefing inicial, resultando em uma solução adequada para aquele problema, o coletivo consolida-se na procura de estratégias para melhorar o desempenho, deixando o cliente sempre informado sobre o que está acontecendo e o que está sendo produzido, descomplicando a comunicação entre designer e cliente e mostrando o que é o design.

Para os participantes, a forma de ingresso no mercado através do coletivo foi um grande diferencial para sua vivência atual de mercado, com o aprendizado ainda na academia de temas que são poucos abordados dentro desta:

**Participante 3:** O Frente foi tão bom que quando eu trabalhei com outras empresas eu me frustrei, é isso que eu descrevo enquanto experiência. Porque a gente é tão organizado que quando ver como

as pessoas lidam com as empresas dela você fica "o que você está fazendo?".

**Participante 1:** Mesmo com a faculdade eu não tinha tanta noção de mercado, acho que de clientes o Frente ajudou muito, a lidar com pessoas, eu sei gerir projetos, eu sei estipular prazos, sei dizer para as pessoas qual o horário que vamos nos comunicar, qual o portal de comunicação, tudo isso eu aprendi.

(Fala coletada durante o Grupo Focal 4. Realizado em 16.01.2023)

No início a premissa do Frente foi impactar o mercado local, porém os integrantes perceberam a dificuldade em adentrar um mercado onde o design não é entendido, mesmo com a proposta de levar um design alcançável e que as pessoas poderiam obter trabalhos de design sem um valor exorbitante. Assim, os mesmos usufruíram da oportunidade para alavancar portfólios e currículos, a fim de alcançar empregos na área que trouxesse seu sustento enquanto seguiam alinhados ao propósito do coletivo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como analisado e compreendido no trabalho, a criação de organizações por estudantes universitários de design em Alagoas pode exercer uma influência significativa no desenvolvimento profissional e na inserção dos mesmos no mercado de trabalho. Através da metodologia híbrida utilizada, foi possível compreender as dificuldades encontradas pelos estudantes no processo de compreensão do dia-a-dia do profissional de design e as formas de inserção no mercado de trabalho.

Quando observado, por exemplo, a Batuque Design, uma empresa júnior de Design da Universidade Federal de Alagoas, é possível ver como a rotina da empresa é comprometida em aplicar os conhecimentos obtidos em sala de aula na prática. Fazendo parte do Movimento Empresa Júnior (MEJ), tem como missão proporcionar vivência profissional e empreendedora a estudantes de Design com uma organização linear, buscando projetos nos três âmbitos do design que o curso da faculdade onde está inserida oferece. A participação em projetos reais e o contato direto com clientes são uma oportunidade única para os alunos, e a supervisão de professores do curso de graduação é fundamental para o desenvolvimento dos estudantes. Assim, a Batuque Design se mostra como uma instituição importante para um crescimento sustentável e para o desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes.

Assim como a Batuque, o Frente Coletivo é uma organização formada por estudantes de Design na UFAL, que nasceu com a ideia de unir pessoas com objetivos e ideias semelhantes no que diz respeito ao oferecimento de design para a sociedade. Seu objetivo de fortalecer a cultura local e trazer a profissão como um vetor de transformação econômica e social é pautada por uma metodologia colaborativa, que permite a participação dos clientes nas fases do projeto e reafirma o processo democrático e horizontal de tomada de decisão. O Frente Coletivo acredita no crescimento conjunto com os clientes e no fortalecimento da comunicação e estratégia de negócios locais, e fortalece a ideia de criação em conjunto, em coletivo com foco no desenvolvimento profissional de seus integrantes.

Dessa forma, os estudos de caso realizados demonstraram que a combinação entre a formação acadêmica e a aplicação prática no ambiente organizacional criado pelos estudantes pode ser uma importante ferramenta para o desenvolvimento profissional e inserção no mercado. É importante destacar que, apesar de ainda existir desafios, a criação de organizações por estudantes universitários é uma forma efetiva de preparação para o mercado de trabalho, contribuindo para o desenvolvimento da profissão de design em Alagoas.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALIANA, Isabella. **Movimento Empresa Júnior ajuda jovens a entrar 4x mais rápido no mercado**. <https://querobolsa.com.br/>. Disponível em: <<https://querobolsa.com.br/revista/movimento-empresa-junior-ajuda-jovens-a-entrar-4x-mais-rapido-no-mercado>>, 2022. Acesso em: 08 fev. 2023.
- BETTONI, E. M.; SILVEIRA, E. X; SILVA, H. F. N. **Práticas gerenciais em gestão do conhecimento: um estudo da aplicação em empresas juniores**. Informação & Informação, v. 16, n.1, p. 72-87, jan./jun. Londrina, 2011.
- BOMFIM, Gustavo. **"Idéias e formas na história do Design: Uma Investigação estética"**. UFPB, João Pessoa, 1995, datilografado.
- BOMFIM, Gustavo. **Metodologia para desenvolvimento de projetos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1995.
- BONSIEPE, Guy. **Tendências e antitendências no design industrial**. In: MORAES, Dijon; CELASCHI, Flaviano (Orgs.). Caderno de estudos avançados em design: design e humanismo. Barbacena: edUeMG, 2013. p. 61-69. (Vol. 7).
- BREEN, Bill. **Masters of design**, In: Fast Company Magazine 83, junho de 2004.
- BUCHANAN, R. Conference. In: LIMA, G. C. **Design: objetivos e perspectivas**. Rio de Janeiro: PPDESDI/ UERJ, 2005.
- BÜRDEK, B.E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução Freddy CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Editora Blucher, 2008.
- CAUTELA, C.; ZURLO, F. **Relazioni produttive: design strategia nell'impresa contemporanea**. Milano, Aracne, 2006.
- CELASCHI, F. **La cultura del progetto per il sistema dei beni culturali**. In: F. CELASCHI; R. TROCCHIANESI (org.), Design & Beni culturali. Milano, Edizioni POLI. design, p. 19-31, 2004.
- DESIGN COUNCIL**. Disponível em: <[www.designcouncil.org.uk](http://www.designcouncil.org.uk)>. Acesso em: 08 fev. 2023.
- DMI – Design Management Institute**. Disponível em: <[www.dmi.org](http://www.dmi.org)>. Acesso em: 08 fev. 2023.



FRANZATO, Carlo. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa**, 2010.

FRANZATO, Carlos. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa**. Strategic Design Research Journal, 3(3): 89-96 setembro-dezembro, 2010.

FRASCARA, Jorge. **Communication Design – principles, methods and practice**. New York: Allworth Press, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5a ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOMES, M. E. S.; BARBOSA, E. F. **A técnica educativa de grupos focais para obtenção de dados qualitativos**. Educativa, 1999.

IBGE. **Desemprego no Brasil**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>, 2022. Acesso em: 15 jan. 2023.

KAY J, **Foundations of corporate success: how business strategies add value**. Oxford: Oxford University Press, 1993.

LIBÂNIO, Cláudia; AMARAL, Fernando. **Aspectos da gestão de design abordados em dissertações e teses no Brasil : uma revisão sistemática**. Revista produção on-line [recurso eletrônico]. Florianópolis, SC. Vol. 11, n. 2 (abr./jun. 2011), p. 565-594.

LIMA, Edna C. **“Design Gráfico, um conceito em discussão”**. Anais do P&D Design 96. p.25-33, 1996.

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

LUPTON, E. D. I.Y. **Design It Yourself**. Princeton Architectural Press; Edição: 1, 2013.

MATOS, F. **A empresa júnior no Brasil e no mundo: o conceito, o funcionamento, a história e as tendências do movimento EJ**. São Paulo, SP: Martin Claret, 1997.

MORGAN, D. **Focus group as qualitative research**. Qualitative Research Methods Series Londres: Sage Publications, 1997.

MOURA, Mônica. **Interdisciplinaridades no Design Contemporâneo**. Capítulo publicado no Livro Metodologias do Design: Inter-Relações. Moura, Mônica In: Menezes, M e Paschoarelli, L.C. (orgs.) Metodologias do Design: Inter-Relações. SP: Estação das Letras e Cores, 2011, v.1, pp.274-290

NIEMEYER, L. **Design no Brasil: Origens e instalações**. 3.ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007. Série Design.

ROCHA, L. F.; ROCHA, L. M. O.; SANTOS, M. A. S.; BRABO, M. F.; REBELLO, F. K.; MARTINS, C. M. **Empreendedorismo universitário: Avaliação do perfil do Movimento Empresa Júnior em uma Instituição Federal de Ensino Superior na Amazônia**. Research, Society and Development, v. 9, n.8, e57984787, 2020.

ROSÁRIO, Francisco. **Estrutura de Mercado da Economia Criativa em Alagoas**. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/AL/Anexos/ESTUDO%20ECONOMIA%20CRIATIVA%20AL%202021.pdf>, 2020.

SEBRAE. **Panorama Geral do Segmento do Design no Brasil: O Design no Contexto da Economia Criativa**. Disponível em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/\\$File/5679.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/$File/5679.pdf), 2015.

Sem autor. **Profissão designer: conheça as possibilidades desse mercado**. <https://blog.anhembionline.com.br/>. Disponível em: <https://blog.anhembionline.com.br/profissao-designer/#:~:text=Uma%20das%20op%C3%A7%C3%B5es%20que%20t%C3%AAs%20as%20possibilidades%20nesse%20mercado%3F> >, 2021. Acesso em: 15 jan. 2023.

SENAI. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Firjan/SENAI. Disponível em <https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>, 2019.

SHAUGHNESSY, Adrian. **Como ser um designer gráfico sem vender sua alma**. São Paulo: SENAC, 2010.

SILVA, Jodo; SILVA, Danilo; SILVA, José; PASCHOARELLI, Luis. **O futuro do design no Brasil**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

SILVA, Jucelia S. Giacomini; SANTOS, Aguinaldo dos. **O conceito de sistemas produto/serviço: um estudo introdutório.** III Encontro de Sustentabilidade em Projeto do Vale do Itajaí, 2009.

STICKDORN, Marc.; SCHNEIDER, Jacob. **Isto é design thinking de serviços.** Tradução de Mariana Bandarra. Porto Alegre: Bookman, 2014.

Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

ZURLO, Francesco. **Un modello di lettura per il Design Strategico.** La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea. Dottorato di Ricerca in Disegno Industriale – XI ciclo. Politecnico di Milano, Milano, 1999. 247 p.

## APÊNDICES

### APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO ONLINE - REFINAMENTO PÚBLICO ALVO

**Responda essas perguntas sobre Design Gráfico e diremos quando você vai se formar**

Uma mão no teste e outra no diploma

#### **Pergunta 1: Mas primeiro, você se identifica como...**

- Mulher Cis
- Mulher Trans
- Homem Cis
- Homem Trans

Outra:

#### **Pergunta 2: E tua idade?**

*(Texto em resposta curta)*

#### **Pergunta 3: Qual tua formação?**

- Tô começando ainda
- Mais perto do que longe
- Uma mão no TCC outra no diploma
- Formadíssim@

#### **Pergunta 4: Como você se enxerga?**

- Super empreendedor
- Tendo um salário fixo e pagando meus boletos tô bem
- Arrumando um estágio eu já tô feliz
- Quero ser RICA

#### **Pergunta 5: E no mercado, como você se vê?**

- Tô montando meu portfólio ainda
- Sou puro network
- Trabalho tanto no quarto que não lembro o rosto da minha família

- Morro de medo de me lançar no mercado

**Pergunta 6: Você tem receio de não saber como divulgar seu trabalho no meio de tantos designers?**

*(Resposta em escala de 1 a 10 onde: 0 é "MUITO!" e 10 é "Nada, rola até um trabalho conjunto!")*

**Pergunta 7: Hora de conseguir clientes, como você se sente?**

*(Resposta em escala de 1 a 10 onde: 0 é "Posição Fetal" e 10 é "Preparadíssim@")*

**Pergunta 8: E na hora de montar uma proposta?**

*(Resposta em escala de 1 a 10 onde: 0 é "Tem que fazer isso?" e 10 é "Proposta já tá pronta!")*

**Pergunta 9: Consegui um cliente! Devo formular contrato?**

- Claro! Sempre bom ter documento assinado, não é mesmo?
- Acho que contrato verbal já tá ótimo
- Eu acho uma boa, mas tenho medo de ofender o cliente
- Deus me livre, trabalho demais

**Pergunta 10: Na hora de lidar com o cliente, você...**

- Somos mais que amigos, friends
- Falo um "oi sumido" sempre que posso
- Só o inevitável
- Cliente? kkk, que cliente?

**Pergunta 11: E pra cobrar isso, como você faz?**

- Ou tudo no início ou sem jobs
- 50% antes e 50% depois, melhor prevenir do que remediar
- 100% no final quando tá tudo pronto para entregar
- Tranquilo, pode me pagar quando puder

**Pergunta 12: Depois de tanta luta, chegamos ao fim do projeto, um feedback do cliente é importante para você?**

*(Resposta em escala de 1 a 10 onde: 0 é "Que nada" e 10 é "Demais!")*

Todas as 70 respostas para as respectivas perguntas foram compiladas e disponibilizadas pelo link:

[https://drive.google.com/drive/folders/1nbn6LAG12ANdos4MpitlhEN6qdnRvkTh?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1nbn6LAG12ANdos4MpitlhEN6qdnRvkTh?usp=share_link)

## **APÊNDICE 2 - QUESTIONÁRIO BASE - GRUPOS FOCALIS**

**Pergunta 1:** Qual seu nome, sua idade, sempre morou na cidade de Maceió e já atuou como designer?

**Pergunta 2:** Como você enxerga o mercado alagoano para o designer?

**Pergunta 3:** Você acredita que esse é um mercado em ascensão?

**Pergunta 4:** O que te fez querer ser designer em Alagoas?

**Pergunta 5:** Você possui dificuldade em prospectar clientes?

**Pergunta 6:** Você sente falta de aprender mais sobre gestão profissional ainda na faculdade?

**Pergunta 7:** Na hora de montar uma proposta, você tem dificuldade?

**Pergunta 8:** Para você, o contrato é necessário?

**Pergunta 9:** O feedback do cliente ao fim do projeto é importante para você?

**Pergunta 10:** Você tem mais alguma dificuldade quanto a ser designer e se inserir no mercado que a gente não falou até agora?

As perguntas acima descritas variam de acordo com cada grupo focal e qual a finalidade de cada uma, porém todas as perguntas base foram realizadas a fim de obter dados comparativos entre os grupos.

## APÊNDICE 3 - TRANSCRIÇÃO DOS GRUPOS FOCAIS

### Grupo Focal 1

Grupo focal realizado com alunos do primeiro período de Design da UFAL.

**Moderador:** Bom dia, primeiro eu gostaria que vocês se apresentassem, falassem sua idade, se são daqui de Maceió e se já atuaram como designer, como freelancer ou em outro aspecto.

**Participante 1:** Eu não tenho experiência nenhuma com o design, eu tenho 26 anos e sou daqui Maceió, quer dizer, eu sou de Recife, mas fui criado em Maceió.

**Participante 2:** Tenho 22 anos, não tenho experiência nenhuma também em relação ao design.

**Participante 3:** Nascido na Bahia, mas criado aqui mesmo em Maceió, tenho 26 anos, acho que tenho alguma experiência em design porque eu já trabalhei em alguns projetos para lojas, tipo criar marca, logotipo, essas coisas, só.

**Participante 4:** Tenho 18 anos, eu não tenho muita experiência em design, mas eu tenho um pouco de experiência com ilustração, porque eu trabalho muito com desenho e eu pinto também, aí eu gosto dessa questão das cores e da combinação disso, da arte.

**Participante 5:** Eu tenho 23 anos, minha experiência com design, é só com design gráfico, já fiz alguns freelas assim, mas eu também não tenho muita experiência, é o básico assim que sei usar dos programas e é isso.

**Participante 6:** Eu não sou daqui de Maceió, eu sou do interior, tenho 19 anos e nunca trabalhei com design e a experiência que tenho é pouquíssima.

**Participante 7:** Eu tenho 18 anos, eu nunca trabalhei com design, não tenho experiência e é isso.

**Participante 8:** Eu tenho 18 anos e não tenho nenhuma experiência como designer e sou daqui de Maceió.



**Participante 9:** Eu tenho 16 anos, não tenho nenhuma experiência com design, já fiz algumas ilustrações também, mas só por lazer e eu não sou daqui de Maceió, eu sou de Arapiraca e tô aqui para fazer a faculdade.

**Participante 10:** Tenho 19 anos, também não tenho nenhuma experiência com design, só por lazer mesmo, tentar procurar algumas coisas pra ver se aprende, mas, só isso.

**Participante 11:** Tenho 20 anos, sou de Maceió e não tenho nenhuma experiência com design.

**Participante 12:** Tenho 19 anos, sou de Maceió, não tenho nenhuma experiência com design, só procurava algo nesse ramo por hobby.

**Participante 13:** Tenho 29 anos, sou de Santa Luzia do Norte, eu trabalho com artes, porém eu não sei se posso encaixar como sendo trabalho com design, é mais trabalho com MDF, cerâmica e pinturas em geral.

**Participante 14:** Tenho 21 anos, eu sou daqui de Maceió mesmo e eu não tenho nenhuma experiência com o design.

**Participante 15:** Tenho 22 anos, sou de Maragogi e no momento acho que não tenho muita experiência com design, trabalhei bem pouco para algumas pequenas empresas lá na minha cidade, mas só isso mesmo.

**Participante 16:** Tenho 22 anos e nunca trabalhei com design.

**Participante 17:** Tenho 24 anos e a única conexão que eu tenho com o design é ilustração que faço como hobby mesmo, desenhar no dia-a-dia, mas nada como experiência real, assim, do design.

**Participante 18:** Tenho 22 anos, eu não tenho experiência como designer, mas eu tenho ilustrar, gosto de fazer ilustrações, as vezes participo de alguns eventos pequenos aqui, locais, também já fiz participação com no (mural da vera?) que é um projeto do estúdio pau-brasil.

**Participante 19:** Tenho 18 anos, sou daqui de Maceió, e minha única experiência como designer é na confecção de alguns cartazes, folhetos e materiais do tipo para pequenas peças e projetos literários.

**Moderador:** Massa, eu queria que vocês me falassem um pouco como vocês enxergam o mercado alagoano para o design.

**Participante 9:** Eu acho que o mercado alagoano em si ele não é tão, ele não oferece tantas oportunidades assim, até porque eu conheço alguns designers e quase todos estão trabalhando com outra coisa ou só fazendo freela e essas coisas e eu acho que dentro do estado não é tão, assim, a oportunidade não é tão grande como fora, eu penso que fora do estado, mas para São Paulo, Rio de Janeiro, essas cidades maiores, a oportunidade seria bem maior.

**Participante 7:** Então, eu diria que o mercado para mim é praticamente inexistente porque eu nunca ouvi falar sobre nada relacionado a design aqui dentro do estado, sempre ouvi falar de pessoas trabalhando com design fora, até em lugares no Brasil, acho muito, assim, não é muito como você ouvir pessoas trabalhando com design dentro do Brasil em muitos lugares, é mais concentrados nas grandes capitais, com São Paulo, Rio, são lugares que têm mais espaço comercial, então aqui nos arredores eu nunca ouvi falar, não tenho repertório.

**Participante 4:** Eu concordo com essa colocação de mercado praticamente inexistente, porque às vezes tem gente que nem sabe o que é design, eu quando falei para a minha família que ia fazer design, não sabia nem o que era isso, falaram que eu ia me formar para pedir esmola, então você já vê que as pessoas não sabem direito, também não conhece.

**Participante 6:** Complementando o que ela falou, tipo, as pessoas realmente, tipo, nem sequer sabem o que é design, quando eu fui contar para a minha família que eu ia cursar design, eles tipo basicamente falaram “ah, seu primo, fulano de tal, conhecido da gente trabalha com isso e não fez faculdade” – alguém fala trás “porque não faz arquitetura?” – é, e esse fulanos que eles disseram que fazem design sem precisar de faculdade, são basicamente pessoas que vendem cartão de visita.

**Moderador:** Então, eu ia perguntar a vocês se vocês acreditam que é um mercado em ascensão, mas pelo o que vocês falaram não existe esse mercado... (todos riem).

**Participante 5:** Mas eu acho, eu acho que assim, em Alagoas ainda não é forte o design, mas eu diria que está em ascensão porque assim, se você se destacar e trazer algumas coisas, um design gráfico, algo visual diferente que não tem por aqui,

você pode fazer sucesso e ganhar dinheiro com isso, então acho que por não ter tanto campo para design você tem a liberdade de poder se destacar mais, sabe? Mas eu acho que ainda é muito fraco por aqui.

**Moderador:** Dito isso, o que fez com que vocês quisessem se tornar designer aqui em Alagoas?

**Participante 1:** É, eu pesquisando sobre um curso que seja mais ligado a área de desenho essas coisa, aqui na UFAL, o único que tinha, ligado assim para produzir, seria o design, os outros seriam mais licenciatura para você estudar, ensinar, essas coisas, aí esse daí foi o meu motivo.

**Participante 2:** O meu foi mais voltado a design de interiores, devido eu ter uma carga referente a arquitetura, sexto período, aí foi o que me levou, me impulsionou a fazer design, que é mais, como se fosse mais um conhecimento.

**Participante 3:** Bem, como eu já trabalhava assim com arte, artes plásticas, eu tava procurando como o amigo aqui, algum curso que fosse prático, mas que me desse aí uma base profissional para eu trabalhar com o mínimo do que eu gosto, o mínimo, porque eu sei que design não é arte visual, mas enfim, foi mais por esse interesse de... essa afinidade e tamo vendo qual é a do design.

**Participante 4:** Também essa questão de ser uma coisa mais ligada com arte, mas também eu acho muito interessante da comunicação visual e também a parte de ilustração, animação e coisa do tipo, eu acho muito interessante essa toda essa parte de comunicação visual, de você passar uma ideia só você utilizando arte.

**Participante 5:** Antes de entrar em design eu fazia engenharia civil, eu sempre gostei muito dessa parte de exatas, só que eu não me dei bem com a parte de cálculo estrutural, e aí o que eu vi no design foi uma área que eu poderia fazer projetos com objetivos a cumprir, eu senti mais como isso, não tanto a parte artística, eu vejo muito a parte da arte, mas eu vejo mais como realização de projetos para cumprir um objetivo e aí foi isso que me chamou a atenção para o design.

**Participante 9:** Como eu falei antes, eu acho que eu pensei nesse curso porque eu já tinha uma mente que meio que sair do estado, e eu sempre quis trabalhar com editorial de revista, com modelagem 3D, filmes de animação, essas coisas, então assim, eu acho que eu penso muito alto pra um lugar como o nosso estado, não que

aqui seja ruim, mas que para eu conseguir alcançar meus objetivos, eu tenho que sair daqui, então é isso.

**Participante 18:** É, eu escolhi assim design porque eu vendo, assim, da parte de ilustração e tal, que é algo que me agrada muito, mas, eu confesso que tava meio perdido quanto a faculdade, que eu saí de medicina veterinária, mas aí eu percebi que eu gostava dessa parte de tá criando, produzindo e que tava me fazendo bem, e aí eu acabei vindo parar aqui no design.

**Participante 19:** Eu escolhi design aqui em Maceió porque, eu vim do IFAL, eu fiz edificações, aí lá eu tive contato com engenharia, arquitetura, só que eu me senti, eu gostei, só que eu me senti um pouco preso, e o design eu achei que ia ter mais a liberdade e que eu me sentiria melhor, e é o que tá acontecendo até agora, e foi isso um dos motivos para eu ter escolhido esse curso e tá então nessa universidade.

**Moderador:** Eu acredito que essa pergunta vai tá mais destinada a quem já realizou projetos. Vocês possuem dificuldade em prospectar clientes? (explicou brevemente sobre o que é prospecção)

**Participante 5:** Eu tenho dificuldade, acho que a parte da divulgação né, todos os freelas que eu consegui foi por indicação de amigos, ou amigos pedindo para fazer algum trabalho, eu não tive nenhum que “ah, eu vi seu trabalho em tal lugar”, “me indicaram você” nunca foi assim, foi sempre com relação com algum amigo ou contato em comum, então acho que eu tenho dificuldade sim com essa parte de prospectar clientes.

**Moderador:** Vocês acham que um contrato é importante para um projeto de design? (explicou brevemente sobre um contrato)

**Participante 7:** O contrato é para o cliente não desistir de última hora e você não perder seu tempo de trabalho, né?

**Moderador:** Seria para você basear seu projeto, vou fazer isso, isso e isso, por esse valor durante esse período, para deixar tudo assegurado, você acredita que isso é importante pro design?

**Participante 7:** Sim, com certeza, porque é muito fácil a pessoa chegar na hora e ela ver que não tá do jeito que ela queria e em vez de ela conversar com a pessoa para reformular o projeto ela simplesmente desiste e vai procurar outro profissional.

**Participante 5:** Eu acho que o contrato pra você é bom, que você estabelece a meta de fazer aquele projeto, mas também é uma segurança que seu cliente não vai desistir do nada e você perder seu tempo no projeto.

**Participante 17:** Por outro lado, também é importante pra gente, né? Porque a pessoa coloca tipo “ah, eu quero fazer algo, esse projeto” aí não diz prazo, o prazo pro infinito e você fica “eu vou começar quando” sabe? Também tem esse lado.

**Participante 18:** É, assim, eu acho que é importante essa questão do prazo, tanto para o cliente para ele ver e se ele quiser mudar de opinião e ajustar logo o que tiver que fazer dentro daquele determinado tempo, como pra gente, que às vezes a gente começa a ter muitas ideias e aí começa a divagar muito assim, e aí quando a gente tem um prazo a gente tá “não, eu tenho que fazer isso, nesse tempo, pra ter q acabar” pronto, e vai ser isso, entendeu?

**Moderador:** Tá, a gente falou sobre prospectar clientes, falou sobre contrato, não falamos ainda sobre proposta, como montamos uma proposta? Vocês tem dificuldade em fazer? Fazer o briefing, entender o que o cliente precisa, precificar aquilo para o cliente, vocês possuem essa dificuldade de precificar o seu design?

**Participante 5:** Você não encontra na internet assim, referências exatas de quanto cobrar por uma identidade visual, ou algo do tipo, então, sempre tive muita dificuldade de precificação, principalmente porque eu sou iniciante, então não vou cobrar um valor de um profissional, então eu sempre abaixo, é, e o processo do briefing eu também nunca achei uma metodologia para seguir, para ter contato com o cliente sobre qualquer área, assim, se for fazer design de uma comida, de uma roupa, de uma coisa que seja um padrão a seguir de como fazer o briefing com o cliente, então eu tenho dificuldade com isso, tanto com o briefing, como precificação.

(Moderador pergunta aos participantes se eles conhecem um pouco sobre briefing, sobre proposta para o cliente e explica brevemente sobre ambos. Como a ampla maioria não conhecia sobre, não souberam como opinar sobre o assunto)

**Moderador:** Então, vamos lá, vocês acreditam que o feedback do cliente é importante ao final do projeto?

**Todos:** Sim!

**Participante 6:** O feedback do cliente no final é bastante importante porque tipo, não adianta de nada você só fazer o trabalho e tipo “tá, já fiz, tome” aí o cliente pega e, tipo, se ele gostar, rolar um feedback bom, pode ser que ele recomende, que ele mostre para as pessoas “ah, olha só que trabalho incrível que tal pessoa fez” e tipo, seu trabalho vai ficar se espalhando por aí, quanto mais positivo o feedback que você receber, mais destaque você ganha, não é só entregar o trabalho e pronto, e eu acho que pro próprio psicológico da pessoa, você fazer um projeto e ter um feedback positivo, você se incentiva a sempre fazer melhor e mais, então eu acho que é muito importante o feedback sim, por causa disso.

**Participante 18:** Eu acho importante porque tanto pra gente saber, tipo, por exemplo, o cliente não gostou de alguma coisa e aí você vê que tipo, não tá fazendo aquilo legal, de repente tentar aprimorar com algum curso depois ou algo do tipo, e também pra você saber mais assim, tipo, o que as pessoas mais gostam no local, tipo, o público que vem a você, o que é que eles olham nas coisas que você faz e tipo “ah eu vou querer contratar esse designer para fazer uma identidade visual para mim” ou algo do tipo.

**Participante 19:** É tipo a sua identidade influenciando a forma que as pessoas querem fazer a identidade delas, né?

**Moderador:** Eu queria saber de vocês quais são as principais dificuldades que encontram com o design agora que vocês estão começando, que vocês têm agora na cabeça.

**Participante 9:** Assim, eu acho que pelo menos para mim, a minha maior dificuldade é que eu tenho 0 noções dos programas que se usa pra fazer as coisas, então acho que vai ser bem difícil para mim para aprender tudo, para poder dominar essa técnicas e tal, mas, não sei, acho que por enquanto é só isso, é meio que você se esforçar para tentar fazer o seu melhor e aí, é difícil né? A gente sabe que é difícil, a gente já tá vendo que é difícil, mas... é, acontece.

**Participante:** Uma grande dificuldade que eu tô tendo desde então é o fato mercado não ser algo linear e algo que você possa mensurar, você trabalha com pessoas, desejo de pessoas, imaginações para serem colocadas através de você e que você não tem como esperar ser algo, você não tem como idealizar de antes, você só tem que trabalhar quando você já tem as informações, então fica meio difícil você estimar

como vai ser o seu trabalho e como você vai trabalhar com aquilo se você não tem noção de com quem você está trabalhando de como vai ser esse trabalho, do que estão te pedindo, então é algo complexo demais para colocar de um modo mais simples, diferente dos outros trabalhos.

**Participante 1:** Eu compartilho dos mesmos problemas dos aplicativos lá, para poder saber como fazer os trabalhos, também tenho a dificuldade de desenho, eu tenho bastante dificuldade, da criatividade também, para criar, eu tô tentando estimular minha criatividade mas é bem ruim, eu acho que já pra entrar no mercado de trabalho, eu acho que como a cultura aqui de Maceió como de Alagoas como um todo, é de conhecimento, com pessoas da área, se você não tem fica difícil de entrar, aqui tudo é conhecimento, e eu não tenho (risos).

**Participante 4:** O que a Participante 9 falou sobre programas eu também sinto essa dificuldade, porque mesmo eu sempre desenhando, eu tô sempre procurando saber sobre colorimetria, porque eu pinto e tudo, eu uso muito esses materiais tradicionais, a mão, e que não se usa muito em dia, e eu fico tentando integrar mais na arte digital e é uma dificuldade, um processo que eu tô tentando superar.

**Participante:** Eu acho que fugir do óbvio é uma dificuldade muito grande, porque além de toda sua mentalidade, toda sua bagagem cultural, que você tenta se afastar para criar uma coisa nova, tem a do cliente também que é toda outra bagagem, você tem que satisfazer tanto você quanto o cliente e acho que isso é uma dificuldade muito grande.

**Participante:** A minha dificuldade é colocar a ideia no papel, tipo, eu tenho a ideia, eu tenho milhões de ideias, mas até eu selecionar elas, tipo, selecionei, mas como é que eu vou transmiti-la do melhor jeito possível? Eu não domino os programas, eu nunca tive contato, então é mais um problema para mim, então é isso que tá me abalando até agora.

**Participante:** Bom, uma dificuldade que eu sinto, como eu não sou acostumada a esse ramo, é justamente ter os conhecimentos necessários, eu sei que eu tô no início, e que eu vou aprender, mas também fica aquela coisa “e se eu não aprender? ”, “e se eu não aprender da maneira adequada? ”, então para me satisfazer e satisfazer o cliente vai ficar um pouco mais complicado.

**Moderador:** Mais alguém quer falar um pouco mais sobre a dificuldade que vocês enfrentam agora e sobre as dificuldades que talvez vocês possam enfrentar no futuro? Então acho que é isso pessoal, obrigado pela participação.

—

## **Grupo Focal 2**

Grupo focal realizado em formato de entrevista devido a disponibilidade dos participantes, alunos do último período de design gráfico na UNINASSAU.

**Moderador:** Primeiro eu queria saber teu nome, a tua idade, se você é daqui de Maceió e o que você acha do mercado alagoano para o design.

**Participante 1:** Eu tenho 23 anos, nasci no Rio de Janeiro, mas sempre vivi aqui minha vida toda, e tipo, a maior dificuldade do mercado é tipo as empresas e os empresários entenderem, tipo, a importância de ter um designer na sua empresa, sabe? Porque tipo, eu acho que atualmente eu acho que 80% dos empresários não sabem o que é um designer, entendeu? Chegou ao ponto de eu colocar em uma apresentação quando eu vou apresentar tipo, um trabalho de social media, e tal, eu ter que colocar nos slides, na apresentação, o que é um designer e qual o papel de um designer, entendeu? Para que as pessoas falem “caramba! É isso que um designer faz? “ E a galera confunde muito com publicitário, pensa que é tudo a mesma coisa, designer e publicitário, que tá sempre fazendo a mesma coisa, tipo marca, peça de social media, que é o que geralmente eles acham que a gente faz, eu acho que a maior dificuldade é essa.

**Moderador:** Tu já trabalhou como designer, freelancer e etc?

**Participante 1:** Atualmente trabalho como freelancer e já tive um estúdio com a galera, não rolou muito e já trabalhei num estúdio de publicidade.

**Moderador:** Tu acredita que o mercado daqui de Alagoas está em ascensão?

**Participante 1:** Não sei, não diria em ascensão, sabe? Mas tipo, eu acho que encaminhando para que chegue em ascensão, porque se cada um, designers, fizermos o nosso papel, de tipo, mostrar a importância, mostrar, a gente tem como chegar em um ano ou dois anos no máximo, em ascensão no mercado, entendeu? Com as empresas de verdade procurando os designers.



**Moderador:** O que te fez querer ser designer aqui em Alagoas?

**Participante 1:** Eita poxa, o que me fez fazer design... rapaz, é tipo, eu nunca gostei muito de colégio, sendo bem sincero, sempre fui um aluno na média, média seis, eu tirava seis, e tipo, sendo bem sincero, eu queria tipo uma parada que ficasse bem distante da escola, nada de geografia, história, física, química, medicina nem pensar. Aí tipo, eu sempre andei de skate a minha vida toda, desde os meus quinze anos, e como eu era ruim, não sabia andar de skate, até hoje não sei, e sempre fui meio gordinho, a galera falava “ah, bota o gordinho pra filmar”, “bota ele pra filmar, a gente dá umas manobras ali e pá” e daí eu comecei sempre a filmar e pegar gosto, sabe? Gostei da parte de audiovisual e tal e atualmente é o que, tipo, eu tento trabalhar, não é o que me dá o sustento, mas eu tento sempre pegar a parte de audiovisual, tô fazendo um curso de motion design, que eu também gosto bastante e tamo aí.

**Moderador:** Tu tem alguma dificuldade na hora de montar sua proposta, de precificar o teu design?

**Participante 1:** Pra caralho! Muito vei, muito, muito, muito! Tipo mostrar pra o cliente que o preço que eu tô cobrando é um preço justo, sabe? Porque é aquela velha piada, né vei, é batido, mas é isso “ah, o meu sobrinho faz” sempre tem isso vei, “ah, você vai sentar no computador, vai fazer uma arte pra mim, vai fazer minha logomarca, isso é uma coisa de 10 a 20 minutos e você quer me cobrar 800 reais, 600 reais” entendeu? É uma coisa que para eles não tem sentido, a dificuldade principal é essa.

**Moderador:** Tu acha que precificar aqui em Alagoas ainda é uma coisa muito difícil, já que a gente não possui uma base de preço estabelecida?

**Participante 1:** Também, também tem isso, como a gente não tem aquela base, que geralmente o pessoal de São Paulo, Rio de Janeiro, tem, é, acho que é isso, também influência bastante.

**Moderador:** Tu acha que um contrato é importante na hora de fechar um projeto?

**Participante 1:** Cara, importante é, muito né, claro, porque tipo... mas tipo, não assegura muito não, né? Eu já tive uns com a galera e não assegura muito não, sei lá... a pessoa não se sente totalmente segura, realmente resguardado, sabe? A pessoa faz pra tentar ter uma barreira a mais de proteção, mas...

**Moderador:** Você acredita que o feedback do cliente é muito importante?

**Participante 1:** Acho, acho que é tipo uma forma de para outros clientes feedbacks anteriores, e uma coisa que vi na palestra, acho que foi semana passada, não, acho que foi duas semanas atrás, a questão de feedback e a questão de fotos reais dos produtos, sabe? Se você produz alguma coisa, mostra pro cliente, sei lá, bota num busão, ou bota num carro, ou bota num shopping (mockups), fotos reais do produto também é muito bom, assim como o feedback.

**Moderador:** Eu tava olhando a grade de vocês e vi que vocês possuem matérias sobre gestão profissional, como empreendedorismo e uma sobre portfolio e sobre desenvolvimento profissional, você acredita ser importante ter essas materiais ainda na faculdade?

**Participante 1:** Acho que si, são bastante válidas, acho muito difícil a pessoa chegar assim, no último período de design, 6º período e não ter nenhum portfólio, nada para poder se apresentar para alguém, mas tipo, é válido, eu acho interessante.

**Moderador:** Você tem mais alguma dificuldade quanto a ser designer e se inserir no mercado que a gente não falou até agora?

**Participante 1:** Acho que não, acredito que é isso mesmo.

**Moderador:** Então acho que isso, obrigado!

—

**Moderador:** Primeiro eu queria saber teu nome, a tua idade, se você é daqui de Maceió e o que você acha do mercado alagoano para o design.

**Participante 2:** 21 anos, e eu sou daqui de Maceió. Atualmente eu acho que o mercado alagoano ele vem crescendo, mas ele ainda não é o suficiente para quem está aqui, tem algumas pessoas que trabalham aqui a algum tempo que já conseguem receber um salário meio que bom, mas para quem tá iniciando, a faixa de salário é muito baixa, e o reconhecimento aqui ainda é um pouquinho... meio que escasso, entendeu? para quem tá iniciando, e eu tive algumas experiências, perguntei a alguns amigos também, e na hora de fazer um estúdio, juntar para fazer um estúdio, a dificuldade maior é achar cliente que confie no nosso trabalho, por ser estudante, eu acho que é isso.

**Moderador:** Tu acredita que esse é um mercado em ascensão? Aqui em Alagoas?

**Participante 2:** Acho que sim, não só em Alagoas, porque mesmo estando em aqui a gente pode pegar trabalhos de fora e ser reconhecido, que nem o ilustrador Cristiano Suarez, ele é uma grande referência para a gente daqui, não só ele também, o estúdio Reça, eles são uma grande referência porque eles trabalham aqui e também pegam trabalhos de fora.

**Moderador:** Tu tem muita dificuldade na hora de montar proposta? De precificar para o seu cliente, de achar que ele vai dar um feedback negativo quanto ao valor proposto?

**Participante 2:** Sempre! Porque dependendo da região pode ser um preço, mas nem sempre se sabe esse preço, essa média da faixa. Geralmente quem vem me procurar para fazer, a faixa que ele pode pagar é muito abaixo da faixa que eu cobro, e eles meio que não entendem o preço que eu tô cobrando e toda vez eu tenho que ficar sempre explicando a importância do design, o porquê de eu estar fazendo aquilo, porque ele precisa daqui, porque ele precisa de uma marca, porque ele precisa ser reconhecido e acho que isso é um trabalho contínuo.

**Moderador:** Depois de apresentar a proposta, do cliente aceitar, tu acha que um contrato é importante para firmar esse processo?

**Participante 2:** Sim, para nenhuma das duas partes saírem prejudicadas, explicar tudo direitinho para que ele não fique com nenhuma dúvida, para depois a gente meio que ter uma legalidade caso algo não for pago, e também mesmo que a gente não faça nossa parte ele também possa cobrar, entendeu?

**Moderador:** Tu acha que o feedback do cliente, lá no final do projeto, é muito importante?

**Participante 2:** É, com certeza! O feedback dele e a gente continuar ajudando ele mesmo depois do trabalho ter finalizado, que é o pós-venda.

**Moderador:** Eu vi aqui que vocês têm matérias sobre portfólio, gestão profissional, tu acha importante essas matérias? Seria um incentivo de como você se inserir nesse mercado?

**Participante 2:** Portfólio é o básico, né? Que a pessoa precisa ter através do portfólio eu já consegui muitas vagas, muitas propostas, só por ele tá bem estruturado e por

ele tá bonitinho, daí eu acho uma matéria definitivamente importante para quem tá saindo, porque a gente tá saindo agora, e é essencial.

**Moderador:** Massa, eu acho que é isso. Brigado!

—

**Moderador:** Primeiro eu queria que tu me falasse teu nome, a tua idade, se tu é daqui de Maceió e se tu já atuou como designer.

**Participante 3:** Eu tenho 20 anos, sou natural de Maceió mesmo, já atuei como freelancer e atualmente estou estagiando num estúdio de design aqui, no Reca.

**Moderador:** Como tu acha que é o mercado alagoano para o design?

**Participante 3:** O mercado alagoano, ele é um mercado muito complexo na verdade, porque a gente tá em uma certa transição de uma grande maioria que não entende o valor ainda, que não sabe o que é, quando você fala que é designer ela pergunta se você desenha alguma coisa, é uma grande realidade, ou então confunde você com uma gráfica e a galera mais nova, que tá entrando aí, herdando negócios de pais e tal, com uma cabeça mais nova, que tem uma certa noção do que é o trabalho de design e já ver um valor maior, essa parcela ainda é muito pequena em comparação a grande maioria.

**Moderador:** Mas tu acha que esse é um mercado em ascensão?

**Participante 3:** Eu diria que ele está crescendo, mas ele cresce a passos muito lentos, eu acho que em comparação a outros centros, eu acho que ele tá em abaixo do, vamos dizer da forma que ele tá subindo, ele tá subindo bem devagar, mas acredito que ele esteja subindo.

**Moderador:** Tu tem alguma dificuldade na hora de montar uma proposta, de precificar, entregar essa proposta ao cliente e ter receio de um feedback negativo quanto ao valor?

**Participante 3:** Tenho, tenho porque é um cuidado que tem que ter na verdade em entender qual a capacidade daquele cliente de o que ele pode pagar na verdade, e em relação ao nosso trabalho, porque também não pode cobrar tão baixo e não ser reconhecido pelo trabalho, e também não pode cobrar tão alto ao ponto dele não conseguir pagar, por mais que ele entenda o valor, se for uma coisa que tá fora do

orçamento dele também não é bom pra ele, e também a gente não quer prejudicar o cliente, quer só ajudar no caso.

**Moderador:** Tu acha que o contrato é importante nesses casos? Fiz a proposta, ele aceito, realiza contrato? É importante?

**Participante 3:** Com certeza, na verdade eu acho que contrato é essencial, mas às vezes a gente acaba deixando passar, quando é coisa pequena, por exemplo quando é um cartão de visitas e tal que passa despercebido, mas a gente tá sempre sujeito, tanto a gente, como o cliente, tá sujeito a se prejudicar de alguma forma, por exemplo com um pagamento não feito, ou um trabalho não entregue, então um contrato sempre é bom para assegurar a galera.

**Moderador:** Depois do contrato, de fazer o projeto, você acha importante um feedback do cliente?

**Participante 3:** Eu acho muito importante, eu sempre gosto de receber feedback em relação a tudo que faço, como trabalhos da faculdade e tal, porque eu acho que nunca é 100% sabe? Eu acho que sempre tem alguma coisa que a gente pode melhorar, alguma coisa que a gente pode mudar para o próximo, ou então para o mesmo trabalho, por mais que por exemplo, vamos supor, um material que tenha sido entregue, talvez pro futuro ele (cliente) possa pedir uma nova leva, de cartão de visitas por exemplo, e eu posso mudar alguma coisa, já teve um caso inclusive de um cliente, que a gente fez o cartão de visita dele, no estúdio da gente, na Lumo, que foi com o pessoal daqui da faculdade que a gente começou, acabaram os cartões dele e ele pediu de novo o cartão, só que aí a gente pode, claro que a gente conversou com o cliente, a gente poder um pouquinho desse cartão para deixar ele mais agradável.

**Moderador:** Eu vi que aqui na faculdade, vocês têm algumas matérias relacionadas a gestão profissional, tipo portfólio, empreendedorismo, você acha que é importante isso ainda na faculdade?

**Participante 3:** Eu acho muito importante na verdade, até porque nem todo mundo quer sair daqui como força de trabalho, de ir lá e fazer parte de agências e tal, muita gente tem vontade de montar seu próprio negócio, ou então de viver sua carreira sozinho, de freelancer e tal, quer sei lá, viajar pelo mundo e pegar trabalho remoto, e eu acho que essas matérias, não são suficientes ainda, precisam de muito mais, mas

ajudam a pessoa a ter um norte de como se gerenciar, porque você ter uma empresa não é tão fácil como a maioria das pessoas acham, que é você abrir a empresa e ficar frito, não, não é assim, então é muito importante você ter essa ajuda.

**Moderador:** Tu tem alguma outra dificuldade da qual ainda não falamos aqui, que podem impactar na sua vida como um futuro designer?

**Participante 3:** Minha maior dificuldade hoje, acredito que seja captar clientes, porque como eu disse, o mercado daqui de Alagoas ainda é muito formado por pessoas que não entendem o valor, não sabem o que é, e você convencer essa pessoa a deixar de pagar 100 reais em uma gráfica rápida para fazer uma marca, do que fazer um projeto, é muito difícil ainda, então minha maior dificuldade seria captar e convencer esses clientes.

**Moderador:** Certo, é isso, muito obrigado pela participação!

---

**Moderador:** Primeiro eu gostaria de saber o nome de vocês, a idade, se são daqui de Maceió, se já atuaram como freelancer e o que vocês acham do mercado alagoano para o design.

**Participante 4:** 23 anos, o mercado aqui é meio difícil, muito difícil em relação ao design, porque o pessoal quando ver design pensa que vai fazer tudo por um preço muito baixo, não valoriza o valor que a gente tem, assim, vejo muita dificuldade nisso, principalmente quando a gente quer trabalhar em projetos grandes só que é limitado demais aqui,, aí eu sinto falta.

**Participante 5:** Tenho 23, e eu também vejo, tipo, o cliente ele acha que é tudo muito fácil, o design, e quer resultado rápido, preço baixo, então é isso aí (risos).

**Moderador:** Vocês acreditam que esse mercado está em ascensão?

**Participante 4:** Aqui, meio que tá em ascensão, em partes, né? Porque assim, não tem como eu falar de forma geral, porque ainda estou sendo introduzida, tive algumas experiências, que não foram muito boas, com cliente que ainda nem pagou, sabe? A gente tem um pouco de dificuldade de explicar a importância, é meio difícil explicar qual a importância, as pessoas entenderem a importância do design, acaba sendo um grande foco explicar qual o meu trabalho para tentar convencer, aí a gente tá nessa

guerra de achar um método de tentar explicar para que as pessoas compreendam e comecem a valorizar a importância.

**Participante 5:** Parece um processo interminável de ficar, sabe? Acaba um trabalho e já começa outro.

**Moderador:** Para vocês, é muito difícil montar uma proposta, precificar isso, designar prazos entre outras coisas?

**Participante 4:** Em relação a prazos não, mas em relação aos valores, sim, porque o valor de mercado daqui é diferente, muito mais baixo que nos outros lugares, de São Paulo, Brasília, a gente abriu um estúdio, eu e o pessoal da sala, e a gente via a tabela de preço de outros estados e comparava e abatia, e ainda assim a gente teve muita dificuldade, muita dificuldade em relação a acertar valores, fazer orçamento, e tem cliente que chega “não, eu quero uma logo tal, assim e assim”, aí não entende que tem que fazer uma reunião, sentar, saber o que quer, fazer um questionário, para daí ter um prazo, aquilo tudo, né? “Quero isso para ontem” não, não é assim, é um projeto, né?

**Participante 5:** Eu acho que seja uma dificuldade precificar projeto, até porque tem que ter uma discussão com o cliente, difícil fazer ele aceitar eu acho, por isso que é bom fazer contrato, né?

**Moderador:** Já era o próximo ponto da nossa conversa (risos), o contrato é importante então?

**Participante 4:** Importantíssimo! E sempre antes de iniciar o projeto pagar 50% e pagar 50% depois, porque quando a gente começa a executar, assim que a gente põe a mão na massa, a gente já tá perdendo tempo, já tá botando em prática o nosso trabalho.

**Participante 5:** Nesse ramo rola muito calote, né? Infelizmente...

**Participante 4:** A pessoa pensa “ah, pegar e fazer um desenho” e pronto, não, a gente faz toda uma pesquisa.

**Moderador:** Vocês possuem dificuldade em prospectar clientes?

**Participante 4:** Temos, em relação ao pós-venda também, muito mais em relação ao pós-venda.

**Moderador:** Que também engloba a parte do feedback, né? Vocês acreditam que é importante essa parte do feedback, seja ele positivo ou negativo?

**Participante 4:** Em relação ao monitoramento do cliente, eu tenho dificuldade muito grande em relação a isso.

**Participante 5:** Eu acredito que sim, inclusive acho que é um mercado que depende muito da fidelidade do cliente, de recomendação também.

**Moderador:** Eu vi aqui, que vocês possuem na grade algumas matérias quando a gestão profissional, tipo montar portfólio, sobre desenvolvimento profissional, empreendedorismo, vocês acham que essas matérias são importantes para a gestão profissional?

**Participante 4:** São extremamente importantes, porque é como a gente vai mostrar o que sabe fazer, e tem que saber como mostrar, sabe? Isso é muito importante porque é a gente como profissional, não mais como aluno.

**Participante 5:** Inclusive a imagem que eu tinha do mercado era bem diferente antes dessas matérias, então é bem legal passar por isso.

**Moderador:** Vocês possuem outra dificuldade que não mencionamos aqui, quanto a mercado? Quanto a ser designer?

**Participante 4:** Tem pra o designer que também é artista, tem muita dificuldade em relação a isso, como eu trabalho com ilustração por exemplo, tem cliente que acha que é só fazer o desenho e pronto, não é bem por aí, né?

**Participante 5:** É o famoso “meu sobrinho faz”, né?

**Participante 4:** É bem por aí, aí a gente tem muita dificuldade, muita, muita mesmo, principalmente quanto a valores.

**Moderador:** Eu acho que é isso gente, vocês têm mais alguma coisa pra falar?

**Participante 4:** Eu acredito que essa nova geração, é a galera que vai ocupar mesmo, assim, na profissão, e eu tenho muita fé nisso.

**Moderador:** Pronto gente, é isso, queria agradecer vocês e até a próxima.



—  
**Moderador:** Eu queria saber de vocês o nome, a idade, se são daqui de Maceió e se já trabalham como designer.

**Participante 6:** Tenho 27 anos, não comecei a trabalhar como designer, tô tentando, já tive algumas prospecções na área, mas não fiz nada profissional ainda.

**Participante 7:** Tenho 21 anos e eu também nunca tive experiência profissional na área, ainda.

**Participante 8:** Tenho 27 anos e já trabalhei em algumas agências aqui em Maceió.

**Moderador:** Queria saber de vocês, o que vocês acham do mercado alagoano para o design?

**Participante 8:** Eu acho um mercado bom, mas que pode melhorar muito ainda, sabe? É isso.

**Participante 6:** Eu acho um mercado um pouco fechado, ele tem uma certa abertura, mas ele precisa abrir um pouco mais, eu sinto essa dificuldade na hora de conseguir um projeto.

**Participante 7:** Eu acho que a dificuldade já foi maior, tem crescido muito.

**Moderador:** Então é um mercado em ascensão pra tu?

**Participante 7:** Acredito que sim, tem crescido muito.

**Moderador:** Na hora de montar a proposta, vocês sentem dificuldade em prospectar o cliente, saber quanto precificar aquele projeto, sobre a periodicidade dele, vocês têm dificuldade quanto a isso? Que também possa ser uma dificuldade para quem ainda não se inseriu no mercado?

**Participante 8:** Eu acho que a maior dificuldade é a precificação aqui em Maceió, porque às vezes você tentar cobrar um valor justo e o cliente acha que é a entrega é pouca, não valoriza seu trabalho, acredito que essa seja a maior dificuldade aqui

**Participante 6:** Sim, às vezes a gente quer cobrar um preço certo, mas o cliente diz “não, porque meu sobrinho faz um preço mais em conta, que não sei o que, tá caro”

**Participante 7:** Acho que falta ainda as pessoas descobrirem o que é design, né? E a gente apresentar também o que é design para elas, essa é a maior dificuldade, porque na questão relacionada principalmente ao preço, a gente não consegue cobrar o valor justo porque elas não conhecem, e acho que tipo assim, não é nem questão de valorizar, é questão de conhecimento mesmo, que elas não têm, que acham que são coisas fáceis, exatamente o lance do sobrinho, mas não é.

**Participante 6:** Acham que é sentar na frente do computador, apenas desenhar, e pronto, acham que é só isso

**Moderador:** Vocês acham importante um contrato?

**Todos:** Sim

**Participante 7:** Evita muita coisa, né?

**Participante 6:** Evita problemas futuros, protege tanto o cliente, quanto o profissional.

**Participante 8:** Eu acho importante fazer o contrato até para você ficar resguardado, pra não tomar calote.

**Moderador:** Depois de fazer o projeto, vocês acham que o feedback do cliente é importante?

**Participante 6:** Também, também porque a pessoa já tem uma noção do que tem que melhorar, do que não tem, é importante sim.

**Participante 7:** Ajuda na experiência do próprio designer, né? Tipo para ele não ficar sempre estagnado na mesma, ele vai sempre tá procurando melhorar, eu acho que como designer a gente tem sempre que evoluir a gente não pode parar se não a gente fica pra trás com relação a concorrência e aos demais.

**Moderador:** Eu tava vendo aqui a grade de vocês e vi que vocês possuem matérias como empreendedorismo, sobre portfolio e desenvolvimento profissional, vocês acham que essas matérias são importantes?

**Participante 8:** Eu acho importante, eu acho até que deveria ter mais matérias sobre como você saber precificar, sobre saber fazer um briefing legal para o cliente, sabe? Falta muito isso ainda aqui.

**Moderador:** Vocês possuem mais alguma dificuldade da qual não mencionamos nessa conversa que vocês querem falar um pouco mais?

**Participante 7:** Em relação ao próprio empreendedorismo, eu acho que uma matéria que a gente teve, passou muito rápido, a gente não consegue obter bagagem sobre experiência de mercado, não é um preparo 100%, sabe? É uma coisa passada por cima, pincelada e tal, não é aprofundado, sabe? Tipo, falta muita coisa ainda, quando a gente acabar a faculdade a gente fica meio inseguro, sabe?

**Participante 8:** Outra dificuldade aqui é quando você vai começar na agência, primeiro emprego que você vai, o dono da agência já quer que você saiba tudo, sabe? Você ainda tá na faculdade, ainda está aprendendo e ele quer que você seja o fodão, e às vezes você não é, sabe? Tá ali para aprender também.

**Participante 7:** Até para trabalhar mesmo, é um mercado que as pessoas querem as coisas muito rápidas e quando a pessoa tá na faculdade, pelo conhecimento passado, a gente sabe que projeto leva tempo, e as pessoas querem projeto pra ontem, isso também é uma dificuldade muito grande, de provar que não é algo muito rápido, que precisa ser estudado, trabalhado, acho que é isso.

**Moderador:** Então gente, acho que é isso, obrigado por participar!

—

**Moderador:** Então gente, primeiro eu gostaria de saber o nome de vocês, a idade, se sempre morou aqui em Maceió e se já atuou como designer, seja como freelancer ou em estúdio, etc...

**Participante 9:** Tenho 22 anos, eu ainda não atuei como designer, eu ainda não fiz nada profissional, só trabalhos acadêmicos mesmo.

**Participante 10:** Eu tenho 20 anos, sou daqui de Maceió mesmo e também nunca atuei de forma profissional, só trabalhos acadêmicos.

**Moderador:** O que vocês acham do mercado alagoano para o design?

**Participante 9:** Eu acho que falta divulgação dessa área, eu acho que não é algo que se fala muito, tipo, tanto que eu percebo que quando as pessoas têm o primeiro contato elas acham estranho, tipo “realmente precisa disso” algo desse tipo.

**Participante 10:** As pessoas, pelo menos aqui na região, não tem muito interesse justamente por essa falta de divulgação, as pessoas não conhecem o que é o curso, elas não sabem o que um designer faz, então acaba se tornando muito simplista para elas e acaba tendo essa mentalidade de que não deve ser grande coisa, e eu acho que é por isso que reunindo todas essas coisas, faz com que não seja uma profissão tão valorizada no estado.

**Moderador:** Vocês acreditam que é um mercado em ascensão?

**Todos:** Sim

**Participante 9:** Você percebe que em outros lugares, outros estados que são um pouco mais desenvolvidos, onde as pessoas têm mais essa informação, elas já conhecem e sabem a importância de um designer, sabem que isso pode fazer uma diferença na sua empresa, na sua marca.

**Participante 10:** Se a gente comparar, por exemplo, aqui em Maceió mesmo, se a gente olhar, antigamente não existiam muitas fachadas de empresas e lojas no comércio, que aparentavam ter esse toque mais profissional, você ver a marca de alguns lugares por aqui, você percebe que tem um tipo de valor diferente, que teve um profissional por trás que pensou naquilo, torna mais atraente, e hoje em dia você ver isso com mais frequência, então eu acho que tem potencial sim para crescer.

**Moderador:** Vocês acham que haverá, quando vocês se inserirem no mercado, dificuldade em montar proposta, precificar os projetos e de talvez receber feedback negativo do cliente quanto ao valor estipulado?

**Participante 9:** Sim, bastante, eu falo isso pelas pessoas que já vieram aqui e falaram isso pra gente, tipo palestras e tal e sempre falam que as pessoas acham muito caro, eles acham algo raso.

**Participante 10:** Mas isso vem justamente de que eles não conhecem, eles não enxergam a gente como profissionais, não veem o que a gente tá fazendo como serviço, é tipo “nossa faz isso aqui pra mim” ele acham que é uma coisa muito simples, que é uma besteira, e aí quando a gente cobra o preço, pra eles é muito caro, mas é uma coisa que tem que educar as pessoas, isso tem que ter muita paciência.

**Moderador:** Vocês acham o contrato importante para o designer?

**Participante 10:** Sim, definitivamente! É a sua garantia, porque vocês várias histórias onde você simplesmente não pode acreditar na palavra das pessoas, você combina de fazer algo, muitas pessoas que vieram para aqui dar palestra falaram, eles começavam a fazer algo e do nada a pessoa desistia, ou não queria pagar, então o contrato é justamente essa garantia de que você vai ser remunerado.

**Participante 9:** Acho, não só como uma garantia sua, mas que quando você tem algo como um contrato você passa mais confiança para a pessoa.

**Participante 10:** Passa credibilidade.

**Participante 9:** Não é algo tão avulso.

**Moderador:** Vocês acham que o feedback lá no final do projeto é importante?

**Participante 10:** Acho que sim, acho que isso dá uma dimensão do trabalho que você fez, eu acho que é importante.

**Participante 9:** Sim, porque a gente que tá dentro desse universo acaba as vezes deixando as coisas passarem, que às vezes outras pessoas de fora conseguem enxergar e a gente não.

**Moderador:** Eu vi que na grade de vocês tem algumas matérias quanto a gestão profissional, vocês acham importante isso ainda na faculdade?

**Participante 10:** Sim, principalmente porque a gente tá entrando no mercado, então acho que isso dá um aval muito grande para a gente conseguir se inserir e se manter.

**Moderador:** Vocês possuem alguma dificuldade agora ou gostariam de falar sobre algo que possa ser uma dificuldade futura que a gente não falou sobre?

**Participante 9:** Acho que teria dificuldade em dar valor às coisas, em tipo cobrar, eu não sei como se especula algo desse tipo.

**Participante 10:** Acho que meu ponto é o mesmo do participante 9, no geral eu tô bem.

**Moderador:** Então é isso gente, queria agradecer vocês por participarem!

—

### **Grupo Focal 3**

Grupo realizado com integrantes da empresa júnior Batuque Design.

**Moderador:** Primeiro eu gostaria que vocês me falassem seu nome, sua idade, e se sempre morou na cidade de Maceió e se já atuou como designer, seja como *freelancer* ou como projetista aqui na empresa.

**Participante 1:** Maceió, já trabalhei na batuque e tive algumas poucas experiências fora, como desenvolver alguns trabalhos, mais para pessoas próximas e conhecidas.

**Participante 2:** 22 anos, Maceió, já fiz um estágio, já fiz projetos na batuque e é isso.

**Participante 3:** Eu tenho 20 anos e eu tô iniciando na batuque agora, então meu primeiro projeto começou tem pouco tempo, mas eu já trabalho como *freelancer* tem um tempão, então é isso.

**Participante 4:** Tenho 26 anos e meu contato com design, de trabalhar, fazer projetos, só na batuque mesmo.

**Participante 5:** 23 anos, já trabalhei, tô na batuque e já fiz alguns projetos para pessoas mais próximas por fora.

**Participante 6:** 22 anos, Maceió, tô na batuque a quase 2 anos, já fiz *freela* e estágio.

**Participante 7:** Tenho 20 anos, sou de Maceió, entrei a pouco tempo na batuque, tô no meu primeiro projeto mas já fiz alguns projetos de *freela* para pessoas próximas e algumas não tão próximas também.

**Participante 8:** 19 anos, já fiz projetos pela batuque e também já fiz *freela* para pessoas próximas e não tão próximas e também estágio.

**Participante 9:** 22 anos, Maceió e eu já fiz projetos pela batuque e fora para pessoas bem, bem próximas.

**Participante 10:** 22 anos, daqui de Maceió, eu executei projetos na batuque, tive uma bolsa dentro da Ufal e estou no meu segundo estágio.

**Participante 11:** 19 anos, sou de Maceió, fiz projetos na batuque, fiz alguns *freelas* também e tô estagiando.

**Participante 12:** Maceió, tenho 20 anos e só fiz projeto na batuque mesmo.

**Moderador:** Agora que já conheço todos, eu queria que vocês me falassem um pouco como vocês enxergam o mercado alagoano de design.

**Participante 1:** Então, eu acho que uma coisa que a gente aprendeu muito esse ano, foi que é bem difícil agregar valor, as pessoas entenderem a necessidade, de contratar por exemplo um designer gráfico, porque é muito também da percepção delas de que qualquer um pode fazer isso, como “ah, o meu sobrinho faz”, “o cara da gráfica faz”, e também um pouco de “ah, eu acho que assim tá bom”, é o gosto dessa pessoa, sabe?, ela não entende que tem um trabalho, um estudo ali por trás que vai desenvolver o que é necessário para aquela pessoas. Então é muito difícil partir do ponto de que as vezes a gente tenta vender uma coisa e a pessoa não vê necessidade, e é uma linha muito tênue entre você dizer “olha, seu negócio está ruim” ou “olha, isso aí pode melhorar”, podem acontecer muitos mal-entendidos aí e a gente pode acabar sendo rude e a pessoa se sentir ofendida de alguma forma, então nossa maior dificuldade é essa, não é um produto que você oferece que tipo a pessoa sabe que precisa, que ela entenda a necessidade do design.

**Participante 11:** Eu acho que é como a Luana falou, a gente tem um problema em educar o nosso cliente para ela saber que é preciso contratar um designer, eles não entendem que é preciso, eles não entendem o porquê de pagar esse preço, para a pessoa sentar no computador e fazer alguns desenhos, não entendem que, sei lá, fazer um *mockup* é uma coisa a mais, “não mais só vai mudar isso”, eles não entendem e tem muita gente e acho que é isso é muito ruim mesmo, muita gente que faz design gráfico, muito horrível, não é uma coisa estudada, a pessoa diz “quero um negócio assim e assim” ela vai lá e faz, sei lá em quais ferramentas, não sei se em ferramentas que são destinadas para isso, mas ela fazem e o cara diz “é isso que eu queria mesmo” e pronto, acabou e não muda sabe, é só pra dizer que tem e isso prejudica a gente que é designer.

**Participante 7:** Eu acho que há muitas pessoas nesse mercado, mas muitas não qualificadas, que são formadas em outras áreas, publicidade por exemplo, eu vejo até pessoas em ciências da computação, que é a pior (todos riem), administração também, todas essas áreas, então eu acho que o problema não é a quantidade, que até existe, mas é qualificação dessas pessoas.

**Participante 10:** É assim, desde o começo eu sempre tentei procurar trabalho na área de design porque eu sabia que era isso que eu queria fazer, então assim, tipo, eu sempre tentei juntar um portfólio apresentável e desde o começo eu percebia que não tinha vaga, primeiro não tinha vaga porque as pessoas não entendiam como requisitar um profissional para realizar aquilo, elas não entendiam que profissional faria aquilo, e depois eu percebi que nesses aplicativos que mostram solicitações de vaga de empregos, que até começou a surgir vagas, mas muito como *social media*, então eles perceberam que o mercado estava crescendo naquele sentido e aí você percebe que poucas vagas falam o nome designer, fala muito *social media*, onde a gente se encaixa nesse sentido porque a gente sabe executar, mas gente ver um déficit disso, e você vê muitas vagas de estágio, ou seja, o que eu percebo é que as pessoas não entendem que aquilo tem que ser um profissional, sabe? Que aquela área tem que ser requisitada e bem avaliada dentro de uma empresa, então eu vejo que tá crescendo, as pessoas estão começando a entender, a gente, nós designers, estudantes de graduação, formados, entrando nessas vagas a gente pode educar essas pessoas a entender que o profissional que faz aquilo é o designer e que ele faz muitas outras coisas que ajudam dentro de uma empresa, mas falta muita vaga de emprego, de tipo, você ficar lá e não só como estágio que ele vai te trocar por outra pessoa daqui a pouco.

**Participante 2:** A participante 10 que contemplou bastante, ela falou várias coisas que eu concordo, mas aí um pouco que eu gostaria de salientar é que, a nossa dificuldade também, é que há muitos publicitários que realizam trabalhos muito bons, sabe?, eu conheço uma pessoa que faz jornalismo mas que tem muito conhecimento, faz coisas muito, muito boas mesmo e é justamente essa diferenciação, sabe?, tipo, qual a diferença que o cara vai ter, por quê meu diploma vai valer mais, teoricamente, do que o conhecimento da outra pessoa e as coisas que ela produz? Eu acho que é muito da valorização, de tipo, se você tá com uma doença, você só procura um médico, você não procura qualquer pessoa, você procura um médico, por que sabe que ele vai resolver seu problema, mas se você precisa fazer um logo, para as pessoas qualquer um que faça alguma coisa bonita já tá valendo, então é muito disso, por que quando são assuntos teoricamente mais graves, mais sérios, tem que ser um profissional, mas acham que isso aqui não precisa ser um profissional, eu acho que é o cliente entender essas camadas mais profundas, do estudo, do porque aquilo ali foi



feito assim, e muito de valorizar o que a gente já fez, o nosso estudo na universidade não é à toa.

**Participante 9:** Eu vejo também que muitas pessoas que contratam o serviço que um designer são pessoas que ou são próximas de um designer ou próximas de alguém que conhece um designer, eu acho que não tem uma procura autônoma das pessoas porque elas não entendem o porquê elas precisam e qual a diferença e também porque elas não entendem os processos, elas não entendem o porquê um designer vai fazer uma identidade visual em sei lá, 20 dias, quando uma gráfica rápida, entrega tudo isso com cartão de visita em 3/5 dias, eles não sabem, não entendem essa diferença e muitas vezes eles questionam, questionam valor, enfim, várias coisas por não entender, então eu acho que muitas das pessoas, que pelo menos eu já vi, que procuram o serviço de um designer é porque é próximo ou alguém indicou, por elas, elas não sabem muito bem o porquê que elas precisam.

**Participante 11:** Voltando um pouquinho pra fala da participante 10, realmente a gente não vê vaga de emprego tipo efetivo mesmo para quem é designer, tem muitos estágios, e eu tô estagiando agora, comecei a pouco tempo e uma coisa que vejo que me incomoda muito, e que vejo que não é só lá, é que a galera não quer contratar uma pessoa, um designer formado, tipo um funcionário mesmo e fica colando estagiário para ser o designer do local entendeu, para fazer todo o trabalho que era pra uma pessoa que vive para fazer isso fazer, e eles tem isso né de “ah, não quero contratar uma pessoa formada, é só pra fazer uns negocinho aí” que é muita coisa, e dão salariozinho de estagiário para essa pessoa, porque não acha muito importante, é muito desvalorizado.

**Participante 7:** Eu queria abrir um pouco mais o leque para falar, porque eu acho que o pessoal falou muito sobre a parte gráfica do design, mas lembrando também de interiores e produtos que é o que aprendemos na nossa graduação, pelo menos na Ufal, que de interiores esse mercado já está totalmente ocupado por arquitetos, acredito que a maioria, até mesmo quando entra na faculdade se quer interiores vai tentar mudar para arquitetura, porque nem tem espaço para você atuar como interiores praticamente e de produto também, aqui em Maceió eu sinto que tem um déficit muito grande, tudo é exportado de fora, e o que tá aqui, que a gente tem muitos

designers de produto bons, são pra fora, falando da nossa cultura, falando do nosso artesanato e tudo mais, mas sempre exportando e nunca ficando aqui, a pessoa pode até continuar aqui mas isso não é conhecido pela população alagoana, porque não entende o porquê aquilo seria valioso, o porquê do valor final do produto e também pensando que déficit aqui do mercado de Alagoas é que todos os trabalhos que foram falados pelo pessoal anteriormente são de empresas de nichos totalmente diferentes de design, que precisam do nosso serviço, porque a área de design é uma área que contempla todo mundo praticamente, nos dias atuais a gente precisa de design em tudo, sempre foi assim e agora a gente estuda sobre isso, então fica mais fácil de entender que precisa de design em tudo, e aí um déficit muito grande do mercado, que vejo, é não ter empresas, são poucas, conheço a reca, reca né que fala?, o reca, somente, somente que eu saiba assim que é uma empresa de design, então esse é o maior déficit que vejo, se eu quiser trabalhar com design realmente, resolução de problemas e não só com a parte de execução de um software ou alguma coisa assim, eu não tenho esse mercado aqui, um design estratégico e tudo mais, eu sei de algumas empresas que tão começando, mas são todas muito novas e todas muito... assim, não possuem uma visão geral, não é uma coisa conhecida por pessoas que não são designers, pouquíssimas das pessoas sabem dessas empresas.

**Participante 10:** E assim, complementando um pouquinho do que a participante 7 disse também, sobre interiores e produto, o meu sonho era fazer produto e eu desisti porque eu vi que não tinha como eu atuar aqui, e tipo eu não queria sair de Alagoas, eu queria continuar aqui, então eu tive que mudar de opção pra conseguir sobreviver aqui no mercado de Alagoas, e assim, da minha experiência que eu tive, já tive 2 estágios, tive muita sorte, até na bolsa, tudo bem que meu chefe lá não era muito designer, mas de trabalhar com designers, de tipo trabalhar com gente que entende o que é aquilo e eu tive muita sorte comparado a outras pessoas que estão estagiando, e tipo eu sempre visei isso, tipo, esses estágios que consegui, sempre foi uma prioridade pra mim, trabalhar com algum designer, porque aquela pessoa, me compreenderia no trabalho que eu tô fazendo e apesar de *social media* não ser a coisa que eu mais quero fazer da vida, mas pelo menos é uma experiência boa para mim porque eu estou trabalhando com uma pessoa que entende o que eu faço e para mim seria muito exaustivo trabalhar com uma pessoa que desmerece o que eu faço, sabe?

**Participante 2:** Ah, eu também gostaria de salientar outra coisa, por mais que exista pouco design aqui em Maceió, o pouco que tem ainda é muito elitista, eu penso muito de que as agências de design, estúdios, empresas, o que for de design, eles estão só na parte baixa da cidade, então a maioria da cidade, a parte que mais precisa do design é a parte que não é suprida por ele, as grandes empresas e restaurantes, sei lá o que for daqui de Maceió, tem designers que cuidem, mas e todo o resto da população? É para eles que a gente, pelo menos enquanto batuque, fica tentando educar e tentando insistir, porque são eles que mais precisam alavancar seus negócios e tudo mais, eu acho que seria o público que mais precisa do design, é o público que menos ver.

**Moderador:** Vocês acreditam que falta, em algum aspecto, ensino quanto a gestão profissional na faculdade, como por exemplo: como lidar com cliente, precificação e etc?

\*Todos falam sim simultaneamente\*

**Participante 1:** Sim, eu acho que, não tem o que falar, foi autoexplicativo o sim (todos riem), eu acho que uma coisa que a gente fala muito é que a gente recebe orçamento infinito para produzir as coisas – na faculdade -, daí isso não dá nenhuma perspectiva de realidade, assim, como eu posso pensar criativamente para me encaixar na realidade do cliente, é muito do tipo “faz aí um negócio, vai da tudo certo”, daí as vezes você desenvolve algo que às vezes é totalmente inviável, bota um vaso sanitário de 60 mil reais, porque não importa, é só um projeto, e aí faz muita falta, já que essa conexão com a realidade não existe, a gente é bem isolado em geral e faz muita falta de você entender, até eu entrar na batuque eu achava que não ia ganhar dinheiro com design mesmo não, eu pensava muito “será que um dia eu vou ganhar dinheiro com isso?”, e aí eu morria de medo, eu pensava que eu ia ter q arrumar um jeito de ganhar dinheiro com outra coisa se isso não desse dinheiro e eu acho que se eu não estivesse na empresa eu ainda teria essa perspectiva, foi lá dentro que aprendi muito sobre gestão e autoconhecimento e uma infinidade de coisas pra poder dizer que dá pra fazer, mas até então para mim era um zero assim, eu realmente não achava que dava pra ganhar dinheiro.

**Participante 2:** Eu acho que sim, falta, o que a gente mais ver assim, superficialmente, é o design estratégico no sétimo período, empreendedorismo no

oitavo, eu acho muito raso, falta sim muita coisa, a gente só ver sobre isso no final do curso, e eu acho que pela minha visão da FAU, é que nós somos estudantes muito individualistas e que acham que vão ficar em casa fazendo seus *freela*, ou no escritorzinho só fazendo sua demanda e ponto, e eu acho que talvez por isso também muita gente se prostitua por um preço qualquer ou que a gente mesmo quanto designer não ajuda, sabe? Porque a gente aceita muito o que já tem, mas aí na minha visão do porque muita gente também não entra na batuque é muito de querer tá nessa situação individualista mesmo de “eu faço meus *freelas* e tô bem, não preciso trabalhar em equipe”, mas é muito disso uma visão que só tive na empresa mesmo, na batuque, não tive fora, a universidade peca muito, ela pode formar bons executores, bons acadêmicos, mas profissionais aptos para o mercado de trabalho, eu acredito que não.

**Participante 5:** É, é muito disso que as participantes 1 e 2 falaram, a faculdade passa pra gente um conteúdo muito voltado para a área acadêmica, a prova disso é que eu tava montando as metodologias da batuque com dois dos nossos três professores orientadores e eu escutei da boca deles que nossa metodologia deveria ser uma metodologia voltada para o mercado e de que muito do que era passado na sala não se adequava a realidade do mercado, então, assim, destoa bastante, e até na nossa vivência mesmo, pegando *freela*, estando dentro da batuque, lidando com clientes, destoa bastante da realidade.

**Participante 9:** Concordo com que todos falaram, eu ainda não paguei as matérias de design estratégico e empreendedorismo, mas pelo que eu já ouvi, pelo que eu sinto, tem um déficit muito grande e a gente não aprende a lidar com as pessoas, que é o que a gente vai fazer na nossa profissão, que é lidar com clientes, tão para executar ou para solucionar o problema deles e também uma coisa que eu percebo muito é que por mais que na faculdade você por exemplo tenha clientes fictícios, no final vocês estão projetando para o professor e para o que ele gosta e não para aquilo que vocês estaria hipoteticamente projetando, que é péssimo porque você acaba ignorando conceito e várias coisas que você planejou para aquele projeto, porque no final das contas o que mais vai importar é que você passe na matéria e pronto, porque é isso que o professor quer, enfim, também falta muito, que acho que é uma coisa do curso em geral isso da gente entender como funciona o mercado completamente, e aí é uma coisa que a gente como batuque é privilegiado de poder tá tendo essa

experiência enquanto estudantes, porque, já aconteceu com todos aqui, de o professor tá falando sobre algo e você já vivenciou essa situação porque está tendo essa vivência como empresa, mas não é uma coisa que é passado como graduação, como deveria ser passado, e aí no final vão ter pessoas que são formadas em design que sabem executar muito bem, que são operários, mas não sabem lidar com pessoas e fazer toda a outra parte, porque design não é só executar o projeto em si, existem muitas outras coisas envolvidas, você precisa saber lidar com cliente, você precisa conversar, você precisa ter um contrato, enfim, são muitas coisas, independente da área do design em que cada um vai querer atuar, mas enfim, são muitas questões que a gente não aprende na faculdade, a gente aprende na prática, em que a gente é privilegiado como batuque, mas que na graduação não existe.

**Participante 10:** Vou pegar um link com essa última fala da participante 9, todos sabemos que temos que lidar com clientes em algum ponto da nossa vida profissional, como acontece com vocês? Vocês possuem dificuldade em prospectar esses clientes?

**Participante 2:** De uma forma pessoal, eu nunca tive muito problema em falar com pessoas, em lidar com clientes, a minha dificuldade era em ser independente e tipo sou eu que tomo a decisão, sabe? Ser essa pessoa que vai dizer que “não, esse preço eu não baixo mais não” “é esse preço sim e ponto final”, eu demorei um pouco para entender que eu tinha o “poder” de dar o desconto ou de não dar o desconto, de me impor, ou não, sabe? Eu acho que essa foi minha maior dificuldade, o primeiro de tudo foi entender até onde eu poderia ir ou não, o que é que eu falo com o cliente o que é que eu não falo e depois entender isso, mas pessoalmente eu nunca tive essa dificuldade em falar com cliente não.

**Participante 3:** Então, por enquanto todos os meus contatos com clientes foram por indicação e nenhum desses foi físico, eu nunca cheguei a ir até o cliente diretamente e mesmo os clientes que já tive eu nunca cheguei a ter uma reunião física com eles, foi tudo virtual, e minha maior dificuldade em relação a isso era, a partir do momento que ele me lançava o problema, eu saber precificar e saber dar um tempo, estabelecer um prazo, porque eu sabia que eu conseguia fazer se eu tirasse um tempo, eu saberia que eu conseguia fazer em uma tarde, só que dentre outras coisas na minha vida eu sabia que eu não ia conseguir ter esse tempo total disponível para conseguir fazer em

uma tarde, então eu não conseguia medir o quanto de tempo eu levaria para poder fazer, que fosse vantajoso para mim e vantajoso pro cliente, com relação a precificação a maioria das pessoas que vinham para mim, eram conhecidos de conhecidos ou conhecidos meus, e tem aquele negócio da boa vizinhança, você tem medo de botar um valor justo porque sabe que aquela pessoa não vai querer pagar e você ficar mal falada e acabar não possuindo essa boa vizinhança, então acabava que não que eu quisesse me prostituir, mas eu era obrigada, porque, ou eu estava precisando de dinheiro, muitas das vezes não era por isso, mas sim porque eu queria trabalhar, porque eu sentia essa necessidade trabalhar, mas ao mesmo tempo eu queria valorizar o trabalho que eu estava entregando sendo que aquela pessoa que estava me contratando não queria me pagar por ele, então minha maior dificuldade era como conversar e convencer ao cliente de que o que ele estava comprando, o serviço que ele estava comprando era um serviço que valia aquele valor e valia aquele tempo.

**Participante 2:** Eu queria fazer um adendo, eu estava aqui pensando agora que eu nunca tive problema de falar em nome da Batuque, mas eu não lembro das vezes que eu cheguei a prospectar coisas pessoais, eu acho que para mim é mais fácil eu ter uma empresa por trás, sabe? Que eu só botar minha cara a tapa, porque é meu nome no final, como tem a batuque como todo, por mais que eu sou a pessoa que vou lá e decido, tem outras pessoas comigo, se o negócio der merda, tem mais gente comigo e quando eu estou sozinha eu fico meio tipo... (expressão de receio).

**Participante 1:** Isso que a participante 2 falou é muito verdade, tipo, quando eu vou batuque: empoderadíssima, quando eu vou sozinha, bate um medo, sabe? Um medo! Mas eu acho que uma coisa que eu também aprendi muito e que mescla muito com o que foi falado anteriormente, é que eu tenho vontade de trabalhar em grupo, eu não tenho mais vontade de trabalhar só, eu não tenho vontade de me lançar no mercado sozinha, tenho vontade de me unir a pessoas com um propósito a frente, seja ele qual for, e acho que isso potencializa, a gente está sempre se ajudando, a gente unir áreas também, tipo, “ah, eu estudo design, eu posso me conectar a alguém que faz publicidade, posso me conectar a alguém que faz jornalismo”, é isso que enriquece o trabalho das empresas que a gente ver dando certo, startup, ou o que seja, que tenham designers envolvidos, elas são multiáreas e é isso que eu acho muito rico e legal dentro disso, a possibilidade também amplia, a gama de clientes, o que você vai

oferecer, como você vai oferecer o serviço, acho que isso potencializa e eu tenho muita vontade, é de tipo unir, unir com outras pessoas, não fazer sozinha, mas se precisar fazer sozinha eu meio que já sei o caminho das pedras porque a gente tem feito isso na batuque a muito tempo, né? Então, prospectar a gente sabe, mas não é, não o pode ser, o foco principal, prospecção ativa, a gente fala muito disso, não pode ser o que você vai ganhar mais dinheiro, não é, aí a gente tem que ter outras estratégias por trás para conseguir desenvolver de boa, é isso.

**Participante 11:** A participante 2 falou que é tipo ótimo ir em nome da batuque porque a gente está tipo totalmente seguro, a gente tem um contrato top, a gente tem a quem recorrer, mas quando você vai só é que o bicho pega, porque vem os clientes super autoritários, donos da verdade e você tá tipo assim, acuada, e ele faz o que quer com você, até você entender “não, pera aí, eu sou a autoridade nesse assunto, mais do que ele”, e até você chegar nesse momento de você realmente se impor para esse cliente e dizer “esse é meu preço” e se ele não quiser pagar, paciência, não precisa, e falta da gente, não é bem o que tu perguntou, mas falta da gente, dos designers *freelancers*, fazer o negócio direito, sabe? Não fazer por fazer “ah, é só um *freela*” e pegar umas migalhinhas como a participante 1 falou, mas tipo, fazer um contrato, se assegurar, fazer o negócio direito, entendeu? Pra não ficar lascado, porque se a pessoa não tiver tudo muito estabelecido, o cliente vai fazer você de gato e sapato, de qualquer maneira, não tem como.

**Participante 1:** E assim, da minha experiência como *freelancer*, foram de pessoas que foram vendo o meu portfólio, eu sempre tentei mostrar muito para ver, eu nunca consegui fazer prospecção ativa sozinha, e as pessoas iam descobrindo que eu fazia aquele tipo de trabalho e aí tive experiências boas e experiências ruins, de tipo, pessoas me desvalorizarem mesmo, vim falar comigo, tipo parentes, e aí eu falar “não, tá, é tanto”, e a pessoa “você vai me cobrar? ” (Alguém ao fundo fala “já estou cobrando”), é! E ainda fala “só por isso? ” Com aquela cara, e aí isso, tipo, já me fez me sentir muito mal de tipo, eu começar a baixar o preço, quando outras pessoas vinham falar comigo eu começava a baixar o preço, porque tipo, eu queria ter essa experiência de contato com o cliente, mas aí sim, conforme eu fui fazendo o meu trabalho e não precisando mais trabalhar como *freelancer*, e não precisando aceitar mais esse tipo de trabalho, a pessoa vinha e ela já sabia que eu ia pedir um preço justo pelo meu trabalho, e aí, hoje em dia, as pessoas que vem falar comigo já meio

que conhecem essa área do designer e sabe que vou cobrar um preço justo, e aí tive poucas experiências de trabalhar como freelancer, mas hoje em dia já é um pouco melhor, tipo, hoje em dia quando é ruim, já sei que a pessoa é ruim eu digo “olha, não vai dar para fazer um trabalho para você, porque você vai pedir um preço que eu não vou conseguir te atender, e é isso, não vou trabalhar como gráfica (rápida), se você quiser meu serviço, pelo preço justo, a gente faz.”

**Participante 6:** Eu já esqueci o que eu ia falar, mas é sério, é tipo, muito difícil mesmo de tipo prospectar ativamente como eu designer, sem tipo ter uma empresa por trás e tal, eu acho que os *freelas* que chegam é mais voltado tipo para contato mesmo que tenho com as pessoas ou indicação, mas a ideia de vender uma solução personalizada mesmo, vou fazer uma identidade visual, vou fazer padrão para posts, mas tipo, vou fazer foto e vídeo institucional e tipo tentar vender o pacote junto, tentar vender realmente uma solução personalizada, tipo de um projeto que não é só meu, é meu e de outra pessoa, ou tipo essa pessoa precisa de um designer, para algum serviço que ela contratou, e ela contrata um designer por fora, tipo eu, por fora, meu contato direto com o cliente não existe, é isso.

**Participante 1:** Uma coisa também que eu penso, é que eu não queria trabalhar com o público que eu trabalho na batucada na vida real, eu não gosto dos nossos clientes no ponto (todos riem), eu não gosto do fato de quando eles chegam lá dificilmente eles entendem e valorizam a gente (todos ainda riem), ainda é, ainda é muito de isso “é como eu quero, é do jeito que eu quero, você só vai executar e tals”, ainda não há, eu acho que nasce, se cria muita agência lá por baixo ainda, por que o público é uma classezinha que tem a modinha, que tem a tendência, que tá ligado nas coisas e tal e como Maria Clara falou, tem essa escassez da parte alta da cidade, do entendimento, dessa coisa de “vou ensinar e tal”, eu não curto isso, entendo a necessidade, mas é sofrido, tá todo dia lutando, tipo “eu vou ensinar, eu vou ensinar, eles vão entender”, tipo, sabe aquelas ideias de que no final das contas eu acho que quando você ver que todo mundo tá fazendo você vai acabar fazendo, essa necessidade eu acho que vai surgir disso, não acho que a gente vai tipo ensinando as pessoas, sabe? É meio cansativo e frustrante, e é isso.

**Moderador:** A gente falou muito sobre essa parte de montar a proposta, de como a gente a gente deve precificar esse produto, porque nosso produto tem preços



diferentes de acordo com cada necessidade, então na hora de montar uma proposta, vocês montam tranquilamente, ou vocês possuem dificuldade em precificar os projetos, lidar com feedback negativo do cliente quanto ao valor e outras coisas mais?

**Participante 3:** Antes da batuque eu não fazia menor de como precificar qualquer serviço de design, porque é uma coisa muito abstrata, mas agora quando eu preciso precificar esse tipo de coisa, é muito baseado no que a gente cobra e no que eu posso cobrar, tipo, eu como pessoa fazendo isso sozinha sem a ajuda de toda uma empresa, tipo, no que eu posso, então agora é muito mais tranquilo, mas antes eu via que muita gente precificava por hora, e sinceramente eu nunca entendi como isso funciona, porque, primeiro eu não sei quanto tempo eu vou levar, por mais que eu faça isso cem vezes, as cem vezes vão ser tempos totalmente diferentes e é muito complicado você chegar no cliente e falar “ah não, eu vou cobrar cinquenta reais a hora”, sendo que eu não sei quantas horas eu vou levar para fazer isso, sabe? Então eu acho que quando você tem um preço fixo estabelecido na sua mente, baseado em alguma coisa, é muito melhor.

**Participante 10:** Então, quanto a precificar, assim, eu levava muito a batuque como referência, para tipo, quando alguém me pedia um trabalho, eu, muitas vezes eu consultei a Maria Clara e perguntei quanto a gente havia cobrado quando foi fazer tal coisa, aí eu usava muito o preço da batuque como base, por que eu pensava que se eu sou uma projetista de lá, o meu preço tá valendo o que eu vou cobrar porque a pessoa é praticamente a mesma pessoa que vai executar, e também porque a batuque trabalha com um preço abaixo do mercado e eu seria uma estudante que ainda estaria fazendo graduação, então para mim, ripo a batuque foi uma luz porque é muito difícil, porque tipo, por quanto você faz uma diagramação de 20 páginas se perguntarem agora?, tipo, você sabe se você cobraria vinte reais ou duzentos reais? Eu não faço ideia se cobraria vinte ou duzentos reais.

**Participante 1:** E outra, as pessoas não divulgam essas coisas, nem o professor, as pessoas não passam essa informação, tipo, a gente fez um evento, que era como vender seu peixe e eu vi aquelas meninas da arquitetura falando horas e em nenhum momento ficou claro o quanto elas cobravam, as pessoas não falam vei, valores, é um segredo de estado, e daí você nunca vai saber, você vai ter que investigar, porque os professores não falam vei, tipo “gente, em média isso custa de tanto a tanto” tipo, um

exemplo, projeto gráfico, se desse uma média, tipo, isso pode ir disso a isso, sabe? Ir dando essas dimensões enquanto a gente vai executando projeto seria de grande ajuda né, porque realmente, valor é uma coisa que não é discutida, não é uma coisa discutível, as pessoas têm muito tabu ainda de falar preço e tal.

**Participante 4:** Sempre falam assim “depende, depende de cada projeto”, porém eles não dão uma base, elas não dão nada, não dão um valor.

**Participante 11:** Eu acho que também pelo falo deles não atuarem no mercado tanto assim sabe, porque são professores e tem aquele negócio de só trabalharem para a universidade.

**Participante 4:** Mas é igual àquela questão de que teve a palestra lá, de como vender seu peixe, elas trabalham com isso, mas elas não falaram, ela não falou.

**Participante 3:** Tipo como se tivesse concorrência e elas tivessem pensando “eu não quero que eles cobrem o que eu cobro”, menos ou mais do que eu cobro.

**Participante 5:** Eu acho que assim, muitas das vezes não rolam a questão de parceria, assim, é um tanque de tubarões mesmo e cada um sobrevive do jeito que pode.

**Participante 2:** Eu acho que é uma coisa que teoricamente seria simples dos professores ensinarem sabe? Porque eu demorei para entender a precificação, mas quando eu pensei “poxa, como poderia ser uma forma justa para isso? Ah, eu poderia ir na Associação Brasileira de Design Gráfico, olhar as tabelas deles, fazer uma proporção” sabe? Não tem como a gente ter um preço certo e único, mas é o mais perto que eu consigo chegar de uma base, entende? E é isso que eu falo, os professores eles tem coisas que eles podem passar, tipo eles poderiam falar para os alunos que existe uma Associação que possui uma tabela de precificação e que eles poderiam procurar saber, que são coisas que são simples na teoria, que nem isso a gente sabe, a gente faz coisas sabe, tipo as matérias de projetos, elas são muito grande, para você projetar um robô, em PO2 por exemplo, a gente nunca que vai saber o quanto cobrar por isso, uma vez uma professora falou que produto se cobra por hora, mas quantas horas eu uso para fazer esse negócio? E quanto é a hora? Sabe? Aí para outra matéria a gente faz uma identidade visual, com diversas

aplicações e quanto é que custa isso aqui, sabe? Não sei, isso aqui é um trabalho, mas nunca ouvi falar assim.

**Participante 10:** Eu lembrei agora de uma conversa que eu tive com a participante 2, que tipo eu fui convidada por um estúdio para talvez trabalhar lá e eu fui pesquisar um pouco sobre eles e eu vi que eles colocam preço no site, o preço está lá no site, tem preço estabelecido para identidade visual para *naming*, para tudo, e tem o a definir, e daí eu achei incrível, eu até mostrei para a participante 2 quando encontrei, e tipo, só pra você ter uma ideia que tipo, na batuque a gente cobra duzentos reais por *naming*, eles cobram mil e quinhentos reais por *naming*, e a gente ficou “meu deus, vale isso?”, tipo, ninguém nunca disse pra gente, e é por isso que a gente não tem base.

**Participante 2:** A gente quanto batuque pelo menos, a gente tem formas para se ajudar nessa parte de precificação, a gente como batuque tem outras empresas juniores de design no Brasil, a gente pega todas elas fazem uma média, baixa um pouquinho o preço porque aqui é Alagoas, mas a gente como individual é triste.

**Moderador:** Beleza, montamos a proposta, definimos o preço, cliente aceitou, é necessário realizar um contrato mesmo para projetos pequenos?

**Participante 1:** Com certeza! Olhe, uma coisa que aprendi é que contrato é vida, contrato ele te salva vei, é sério, tipo, eu cometi um erro, eu fui fazer um freela, um serviço, aí eu fui lá no escritório da moça, eu fechei e tal, fiz o contrato e deixei pra assinar depois vei, e fui deixando e comecei o trabalho, e aí no final eu fiz três alternativas, fui para uma quarta, ela não gostou de nada e disse “o cara da gráfica vai fazer de graça para mim, deixa para lá, depois a gente usa esse dinheiro em outra coisa”, e aí eu fiquei “não, esse dinheiro era apenas metade do pagamento e tal, sabe? E eu fique “poxa, ela não assinou o contrato”, mas também como tinha lá proposta de serviço que eu mandei e a gente fechou a partir disso, ainda tinha isso para me assegurar, mas, bicho, isso é muito importante, era um valor pequeno até, muito inferior ao que a gente cobraria na empresa por exemplo, mas vei, é dinheiro, qualquer coisinha, qualquer mal-entendido pode ser um “ei, eu quero meu dinheiro de volta”, sério não vale a pena o estresse, assegura totalmente o que você vai entregar, como você vai entregar, o seu dinheiro certo para ninguém depois questionar o seu trabalho, o seu serviço.

**Participante 11:** E fora que eu acho que o contrato responsabiliza mais o cliente, tipo, ele sabe que ambos estão seguindo regras e que ele não vai poder subir em cima de você porque tem um contrato assegurando tanto ele como você, e aí ele sabe até onde ele pode pisar e aí você consegue fazer o seu trabalho mais tranquilamente.

**Participante 11:** Se com o contrato o cliente quer subir nas suas costas e ainda ficar sambando, imagina sem o contrato.

**Participante 9:** E fora que você precisa assegurar sua imagem como designer, se você não assegurar isso, tipo, você se proteger, ele pode fazer o que ele quiser, e faz, e você não tem prova nenhuma disso, e não tem como se assegurar, né?

**Participante 1:** Até as atas de reunião que utilizamos na batuque, é tipo para reafirmar que naquela reunião foi acordada entre partes aquilo, e que é aquilo que será seguido, porque tem cliente que chega pra falar que aprovou, vira as costas, chega em casa, se arrepende e quer voltar atrás e aquilo já seu a segurança de que “não lindo, você já assinou aqui oh, tá aprovado”, e já ocorreu de cliente voltando atrás e a gente pode recorrer a isso de aplicar uma multa que estava no contrato, sem isso a gente ia perder tempo e dinheiro, sabe?

**Participante 10:** E até assim, tipo nas agências em que eu trabalhei, por mais que, claro eles fazem um contrato no começo, mas como a gente não trabalha com uma coisa mais duradoura, uma coisa mensal, onde a empresa fica ali vinculada a você por quase um ano, não dá para você fazer contrato mensais, mas é tipo, existe essa necessidade de mostrar que a pessoa aprovou, eu trabalhava lá e toda alteração a gente tinha que fazer o cliente enviar por e-mail que aquela alteração estava aprovada ou não, porque isso dá problema em até empresas grandes, tipo, de você provar que a pessoa te deu a resposta, porque é muito comum do cliente voltar atrás, e aí, tipo, até agências grandes tem esses problemas, imagina a gente.

**Moderador:** Massa, daí terminamos o projeto, bonitinho, a gente vai receber um feedback do cliente, vocês acham que é realmente necessário esse feedback?

**Participante 1:** Sim, porque a partir desse feedback, a gente tem uma noção da qualidade do que a gente entregou, né, se foi satisfatória para ambas as partes, e até para a gente ter uma dimensão um pouco mais de que as vezes a gente acha que

super mandou bem, e o cliente não teve essa sensação da parte dele, né? Então eu acho que é uma coisa que faz você entender como é que está sua situação, e é como a gente calcula isso na batuque, a gente tem noção de que ele vai promover ou não nosso trabalho, porque para um cliente virar um detrator é muito fácil, qualquer deslize ele pode falar mal de você e sujar sua imagem e não indicando seu trabalho, e isso tem um peso muito grande, tipo, você vai perder cliente, você vai perder nome, e o boca-a-boca ainda é a coisa que mais vende em todos os tempos de tudo, desde que o mundo é mundo, então é importantíssimo o feedback, eu apoio o feedback.

**Participante 7:** Eu acho que é uma coisa importante nessa questão do feedback, é que a gente primeiro comentou aqui, todo mundo ficou “ah, se fosse para prospectar para mim mesma, de forma ativa, eu fico muito mais nervosa e normalmente eu não faço e é mais questão de indicação”, então o feedback sempre é essa questão de você sempre melhorar para ser indicado, como a Luana falou, e com essa indicação você consegue mais clientes, consegue subir o nome no mercado e tudo mais, então acho que o feedback é necessário em todas as áreas na verdade.

**Moderador:** Mais alguém gostaria de falar sobre? Então gente, acredito seja isso, por hora, queria saber se vocês possuem algum ponto do qual não abordamos aqui e que é uma dificuldade para vocês ainda ou que quando vocês entraram no curso vocês tinham na cabeça que seria um empecilho para se inserir no mercado e etc.?

**Participante 10:** É, uma dificuldade para mim, eu acho que foi encontrar onde eu poderia trabalhar, tipo, até o reca ir lá na ufal fazer a palestra, eu não fazia ideia que tinha uma agências e estúdios de design aqui, eu não fazia ideia, hoje em dia eu já tenho muitos estúdios dos quais eu admiro e eu nunca parei para pensar que, tipo, empresas possuíam um trabalho de mídia bonito e eu não sabia quem fazia aquilo, sabe? Aqui, e hoje em dia, tipo, eu vejo, mas era uma dificuldade que eu sentia tipo, ninguém me falou sobre essas agências.

**Participante 2:** Eu concordo muito com a participante 10, é muito de o curso não entender, assim, qual o papel dele no mercado, sabe? A gente se formar pensa “tá, o que eu vou fazer agora? Eu só tenho essa opção de ir para um escritório de design fazer o meu? Quais áreas eu posso atuar? O que mais o design pode fazer? ”, eu acho que isso ainda dentro da faculdade ainda é muito escasso, da gente ter uma visão de Alagoas e conseguir se encaixar, se ver em alguma dessa posição.

**Participante 1:** Eu acho que pelo fato de seu trabalho ser muito voltado em como ajudar as pessoas, eu penso que a gente tem que sempre se antecipar ao que é imposto a gente, então, se na faculdade tudo é meio limitante, a gente tem que buscar outras coisas, como a empresa júnior, como grupos de extensão, como empresas modelos, tipo, tudo que você poder fazer fora da caixa, fora da sala de aula, é válido, porque aí você se redescobre de alguma maneira, tanto para o design quanto para outras coisas, porque na empresa a gente não aprende só sobre nossa área em si, mas sobre gestão, sobre gestão de pessoas, sobre conhecimento, sobre liderança, a gente desenvolve outras competências que só agregam ao nosso trabalho, então acho que assim, pensar fora da caixa, tá sempre antenado, buscar conhecimento de diversas formas, sempre é válido para agregar nossa construção enquanto profissional, não ficar só esperando que nosso professor que tá lá, e achando que é obrigação dele dá tudo e se ele não der a gente não vai dar certo como profissional por causa disso, sabe?

**Moderador:** Mais alguém gostaria de falar mais alguma coisa? Então agradeço a participação de todos! Até a próxima!

—

#### **Grupo Focal 4**

Grupo realizado com integrantes do Frente Coletivo.

**Moderador:** Oi gente, tudo bem? bem-vindos ao grupo focal, esse grupo tem como objetivo compreender como vocês estão pós formação e inserção no mercado de trabalho. Vou fazer algumas perguntas, a partir do guia que eu e minha orientadora chegamos a um tempo atrás e que vai servir como pauta para esse grupo focal. Queria que vocês me falassem o nome, a idade e se são do estado de Alagoas.

**Participante 1:** Tenho 25 anos, sou natural de Maceió/AL e atualmente resido em Brasília/DF.

**Participante 2:** Tenho 25 anos e sou de Maceió/AL

**Participante 3:** Tenho 24 anos, eu sou de Maceió/AL e atualmente eu tô em Curitiba/PR.

**Moderador:** Certo, queria primeiro saber: o que vocês acham do mercado alagoano para o design?

**Participante 2:** Péssimo pelo amor de deus.

**Participante 1:** KKK. é pra ser sincera?

**Moderador:** É pra ser sincero.

**Participante 2:** Horrível, não paga bem é trabalho que só a porra, todas as agências querem que você seja explorado, fora que a melhor agência daqui faz você trabalhar nove horas seguidas, seguidas não, mas nove horas ao dia, e é isso, todas são uma bosta, qualquer agência que trabalha com design ou publicidade aqui é uma merda.

**Participante 1:** Minha experiência com o mercado alagoano é que ele não entende o que é o design, é um mercado que ainda não sabe o que design faz, é um mercado que funciona a base basicamente das redes sociais ainda, se você quiser seguir outras áreas você tem muita dificuldade em seguir no mercado de Alagoas, eu trabalho desde 2021 para 2022, eu acho, eu trabalho com empresas de fora de Alagoas, porque as empresas de Alagoas não pagavam bem e exploravam, e eu não aguentava mais fazer trabalhos para coisas que eu não acreditava.

**Participante 3:** Eu acho que eu fui a única que não teve muita experiência com empresas de Alagoas, eu só trabalhei em uma startup basicamente. A minha opinião, vendo meus amigos reclamarem de empresas é que por ter poucas opções, as empresas exploram do jeito que elas quiserem porque sabem que elas nunca vão ficar sem pessoas trabalhando pra elas, e na época que eu trabalhei para essa startup, tipo, no começo era muito bom, eu achava que eu ia morrer trabalhando lá porque eu penso baixo [risos], mas tipo depois você começa a ver questões de desorganização, questão de atraso de salário, a gente era pago assim em comida, sabe? “vou dar um tortilete aqui” e cinco meses me devendo, aí fui demitida e cinco meses me devendo, então assim, porque não era a base de carteira né, era a base de contrato, aí também é foda.

**Participante 2:** Mas eu acho que essa questão do mercado alagoano não saber design é uma coisa muito geral, porque eu trabalho pra São Paulo e as pessoas ainda não sabem o que é design.

**Participante 1:** Mas em São Paulo tem empresas que sabem, mas em Alagoas não tem nenhuma, sabe?

**Participante 2:** Mas essa questão, por exemplo, aquela empresa que você trabalhava, era de design mas até o chefe às vezes se passava nas coisas que um design faz.

**Participante 1:** É isso que tô falando, em Maceió não tem nenhuma, em São Paulo tem. Tá, vou citar uma a Africa por exemplo, uma empresa gigante, tem em Maceió não tem nenhuma, São Paulo óbvio que não vão ser todas, tipo São Paulo é incrível uau todo mundo sabe o que fazer, não, mas tem.

**Participante 3:** eles não sabem nem o que a gente faz, tanto que nas vagas eles querem social media, mas a gente é designer, tipo sei lá, redator e a gente é designer.

**Participante 1:** Ou eles querem uma pessoa que faça tudo, né? Porque eles querem economizar um trabalho de cinco profissionais em um só, é o que eu vejo muito nas vagas.

**Participante 3:** é, tipo se eu fosse contratada para uma vaga de diretora de arte, eu não quero tá fazendo legenda pra postagem e eu fazia isso pras coisas e ficava tipo “ué, por quê?”

**Participante 2:** Mas o que eu acho mesmo é que falta, sei lá, é um estudo em noção, as empresas precisam melhorar, as pessoas conversam sobre o que precisa melhorar, só que vem demanda, vem publicitários, vem o marketing digital e destrói todos os sonhos dos designers.

**Participante 1:** No fim das contas a culpa é do capitalismo. Próxima pergunta.

**Moderador:** Vocês acreditam que o mercado de design em alagoas está em ascensão?

**Participante 1:** Defina estar em ascensão, hoje tem mais vagas? hoje tem mais vagas! eu acho que da nossa turma, se a pessoa estiver desempregada é porque ela não tá se esforçando muito, sabe? porque tem vaga, paga péssimo provavelmente, mas tem muita vaga, se ascensão for nesse sentido, tipo, a procura por profissional tá em alta. Mas se ascensão for no sentido plano de carreira, a pessoa se estabilizar enquanto designer, não está não.



**Participante 2:** É, isso aí, as empresas aqui não valorizam a questão da qualidade. É apenas, demanda e sai, demanda e sai, se for essa questão de ter um bom, um mercado com um bom design eu vou chegar e falar "não temos", temos profissionais muito bons mas que são podados.

**Participante 1:** E que trabalham pra fora kkk [risada irônica]

**Participante 3:** inclusive queria.

**Moderador:** O que fez vocês quererem ser designers, quando vocês ainda estavam em Alagoas?

**Participante 2:** A porra da capricho, eu culpo a bosta daquela revista, que ódio.

**Participante 1:** A capricho em 2012, eu acho, falou que design era a profissão do futuro.

**Participante 3:** Quando eu entrei pra design eu pensava mais em interiores, do que gráfico.

**Participante 1:** Eu queria moda.

**Participante 3:** Tanto que eu ia pra arquitetura, mas aí eu vi design e pensei "ah, interessante, e fui" mas eu sai gostando mais de gráfico do que de interiores.

**Participante 2:** Sempre achei o design uma coisa muito legal e pra mim, uma pobre coitada, trabalhar com criatividade era uma coisa muito legal, mas de acordo com o tempo que a gente tinha na faculdade, tinha um mês pra fazer um projeto? isso era ótimo, isso era lindo, e foi isso.

**Participante 3:** É porque eu acho que trabalhar com criatividade ainda é muito legal quando você não tem toda a cobrança.

**Participante 1:** No fim das contas eu não sabia o que queria, eu não sabia que queria design, eu queria fazer moda, daí não passei na faculdade de moda, aí eu fiquei "ah eu vou fazer design" porque me disseram que eu era criativa então vou fazer, daí eu entrei e foi assim.

**Participante 2:** Eu pensei em design depois de pensar em fazer arquitetura, mas aí eu fui ver a grade curricular de arquitetura e não gostei.

**Participante 3:** Eu vi na grade desenho, fotografia, aí eu pensei "deve ser legal", mas não tive fotografia.

[risos]

**Participante 2:** Mas, foi isso, era uma questão que ia crescer no mercado, que realmente está crescendo no mercado e o que me fez querer, é uma coisa nova que infelizmente eu não sabia que era tão desvalorizada quando eu iniciei, mas foi isso, era uma coisa nova, eu ser criativa e querer trabalhar com isso, com criatividade.

**Participante 3:** Mas o pior é que eu não me vejo trabalhando com outra coisa.

**Participante 1:** Eu não me vejo trabalhando com outra coisa.

**Participante 2:** Eu me vejo trabalhando como moda ainda, mas acho que a moda é mais um hobby, se eu fosse rica.

**Participante 3:** Assim, eu trabalho com arte, mas pra mim tem relação.

**Participante 1:** Por mais que às vezes eu pense "ah eu deveria ter feito medicina" eu não deveria ter feito medicina, não era pra mim.

**Moderador:** Queria saber agora, como vocês sentiam antes do frente em apresentar uma proposta e ter uma apresentação com o cliente e como vocês se sentem agora depois do frente?

**Participante 1:** O frente influenciou 100%.

**Participante 2:** Na verdade o frente é bem melhor do que a empresa que eu trabalho hoje, na questão de enviar briefing, fazer briefing, de organizar o primeiro contato com o cliente e até o contato entre correto entre cliente e frente, porque eu vejo que nas agências é que não é normal, não é normal você tá recebendo 11h da noite uma msg de cliente, não é normal você tá recebendo 6h da manhã um cliente reclamando de milhares de coisas, não é normal o cliente chegar e pedir pra refazer uma coisa e você ter que entregar essa coisa em 1h porque foi o que o cliente pediu, então acho que nesse quesito o frente é bem melhor, por que as pessoas respeitavam essa parte.

**Participante 3:** Ah vei, eu já tive duas experiências que era tipo, eu não tinha contato nenhum com o cliente, a gente não mandava briefing, a gente não fazia nada, o chefe só chegava e falava "então to precisando de um negócio assim assim e assado" e eu

faço, tipo era isso, no escuro, você tem que fazer e breu. E a outra experiência era eu lidar diretamente com o cliente, literalmente, a pessoa que me contratou não fazia nada, tipo eu tinha que ficar conversando no whatsapp, a pessoa chegava e pedia alteração depois do expediente e conversava como se eu fosse uma amiga dela, até demais, eu achei as duas péssimas, as duas precisavam ter um limite.

**Participante 2:** O limite é: quem criou a conversa comercial via whatsapp deveria ser processado, preso e sei lá o que peste deveria fazer com essa pessoa, porque o whatsapp não é local de você ter conversas de trabalho e nem conversas sobre trabalho.

**Participante 3:** É melhor por e-mail né? Mas as vezes, eu quase nunca checo o e-mail.

**Participante 1:** Aí é um problema seu também, ah garota tem que checar.

**Participante 3:** Não, tipo assim, eu olho ele todo dia mas eu não fico tipo “estou aqui abrindo esse e-mail”.

**Participante 1:** Mas não é pra ser, não é pra ser mesmo, tipo, a pessoa vai te mandar e aí você vai abrir.

**Participante 3:** No caso dessa urgência que o whatsapp criou, eu me sinto mal quando vejo que a pessoa mandou um e-mail de noite e eu to respondendo de manhã.

**Participante 2:** Mas a questão de usar as próprias plataformas do google, o google também tem chat, então deixa lá o espaço, até tal hora tal hora usaria esse chat, que deveria ser o normal até pras pessoas.

**Participante 1:** Respondendo a pergunta, eu me sinto muito apta a fazer isso hoje em dia, a gente chegou no frente com um conhecimento muito básico da faculdade, a gente teve que aprender muita coisa na prática, que nem nos estágios que a gente teve ensinaram isso pra gente e eu acho que a gente aprendeu tudo muito rápido, tipo assim, a gente teve três cases iniciais antes de começar o frente de verdade, e eu sinto que depois desses três, tipo assim, a gente se ligou que a gente precisava ter um briefing, um formulário escrito e não era um só, precisava de um formulário e um visual porque a gente percebeu essa necessidade nos nossos clientes, então acho

que a gente aprendeu tudo muito rápido, criou uma metodologia para o frente que funciona, que a gente chegava nas empresas que a gente trabalhou e falava tipo assim “vei, porque você não faz isso? Isso é tão fácil”. Acredito que a participante 2 passou pela mesma situação quando começou no lugar que ela trabalha agora. Eu sei como funciona, eu sei como dá certo, porque a gente aprendeu muito rápido na prática, a gente teve uma adaptação muito fácil. Eu me sinto hoje muito capaz de gerir, não sei, uma equipe por exemplo, depois do Frente, porque a gente aprendeu a lidar com pessoas e aprendeu a lidar entre a gente também.

**Participante 2:** Mas eu acho que isso depende muito da empresa querer escutar, porque, de novo, porque quando a gente pega o designer ideal, e pega o meio de publicidade e marketing é dedo no cu e gritaria.

**Participante 1:** Não, mulher, com certeza, a pergunta era se a gente se sente apta, mas pode falar mal do seu trabalho [risos].

**Participante 2:** Eu me sinto muito apta, tanto que todo mundo na faculdade era aquele negócio “nossa, o designer fora de Maceió, em São Paulo, nossa Curitiba, nossa Recife, meu deus do céu são pessoas extremamente qualificadas” eu lido com gente burra o dia inteiro, é tão simples fazer isso, é tão simples se organizar num horário, tão simples fazer essa questão de design de serviços da própria empresa pra saber como é que vai fazer funcionar tudo, isso é o básico pra você saber como sua equipe funciona, mas assim, pessoal é burro né.

**Participante 3:** Eu acho que a única coisa que o Frente ainda não me deixou ter medo é de fazer orçamento, porque eu ainda acho péssimo, porque não sei se tô muito acima muito abaixo.

**Participante 1:** Acho que é um reflexo do mercado de design alagoano.

**Participante 3:** porque acho que a galera não se conversa

**Participante 2:** Porque quando você ganha inicialmente dois mil reais pra um trabalho de design, você se sente com que moral pra chegar e cobrar num branding um valor certo dele. Tipo você encontra isso, dois mil reais pra você trabalhar durante um mês.

**Moderador:** Quando vocês estavam na faculdade, vocês sempre tiveram aquela dificuldade, trabalhar com projetos que não tinham orçamento. Daí vocês chegaram no mercado e quais foram as dificuldades que vocês enfrentaram? São as mesmas que vocês enfrentam atualmente depois do coletivo?

**Participante 2:** No início foi mais o choque mesmo, não só o choque, mas acho que a gente, esse grupo, teve toda uma preparação pra entrar no mercado mas de ver que não é desse jeito, que não vão pagar o valor que nosso trabalho merece, por exemplo: um trabalho que a gente faz na universidade de branding completo com pontos de contato, com papelaria, com mídia custa dez mil reais, mas a gente não tem condições nenhuma de cobrar dez mil reais por um projeto de branding em Maceió, ninguém, literalmente ninguém vai pagar dez mil reais a não ser que seja um órgão do governo e olhe lá.

**Participante 1:** Nós somos profissionais formados e a gente consulta a tabela de precificação da Associação dos Designers Gráficos do DF pra ter uma noção e ainda abaixar o valor, sabe? A gente faz “ah eles tão cobrando cinco mil? Então vou cobrar dois” e é bem abaixo, não é metade, então é complicado, é um pensamento que é difícil de tirar eu acho.

**Participante 2:** Porque isso acontece até em outras questões, como quando a gente estudou por exemplo, interiores com uma professora que ela falava que tinha tabela pra arquitetura, com um valor padrão mas que as pessoas não respeitavam, as pessoas faziam valores abaixo que era pra poder pegar trabalhos, então isso não é uma coisa apenas de design, é uma coisa geral, as pessoas não valorizam o trabalho, não sabem quanto custa o trabalho, querem pagar 100 reais pra uma marca.

**Participante 3:** Acho que a culpa nem é só das pessoas, também é dos profissionais que fazem um logo por cinquenta reais.

**Participante 2:** Amiga, mas é a questão das pessoas precisarem de dinheiro, eu não vou chegar e falar pra uma pessoa que tá fazendo cinquenta reais a marca, que tá precisando de dinheiro e falar “caralho vei, péssimo isso que você tá fazendo” tipo, é chato? É, só que ele vai fazer o que se ele precisa disso?

**Participante 3:** Então, tudo bem se ele fizer isso, a pessoa vai dizer “porque você tá cobrando duzentos e cinquenta quando outra pessoa tá cobrando cinquenta, você não tá cobrando demais não?”

**Participante 1:** vou falar aqui, tava lendo hoje e daí o livro tava falando assim, a gente tem dificuldade de diferenciar fazer uma logo de fazer design e isso ficou na minha cabeça, porque realmente a gente encrenca muito com a galera, se a gente for ver socialmente, a pessoa precisa de um logo pra vender o brigadeiro dela, sabe? Ela não vai ter mil reais pra uma pessoa fazer, daí uma pessoa cobrar cinquenta reais e foda também porque ela precisa desse dinheiro e aí a gente fica nesse caos e a gente fica “tá vei faça essa logo aí de cinquenta reais que provavelmente vai ser um ícone que você pegou no google e rasterizou e mudou o nome pra uma fonte cursiva que provavelmente vai ser isso, porque isso não vai ser design, design é muito mais que isso, design é um pensar, design é um projetar, a gente não consegue porque fazer isso seria muito mais caro e aí a gente baixa o que a gente sabe fazer pra sobreviver, pra poder ganhar um dinheiro, sabe? Comida, fazer a feira.

**Participante 2:** As pessoas acham que isso é muito normal e normalizam muito isso, porque tem dias que eu tenho um horário normal de trabalho, seis horas pra fazer três variações de logo com aplicação, mas tipo, eu não vou pensar em três conceitos, vou pensar em abrir o behance, ver três referências que estão baseadas nisso e pronto vai ser isso, mas não é uma coisa pensada, não é uma coisa que é para o cliente, não é uma coisa que foi projetada e estudada.

**Participante 1:** A gente tem muitas capacidades e habilidades que a gente tem que não usar porque se não a gente vai gastar tempo demais e não vai ser reconhecido financeiramente e a gente precisa ser reconhecido financeiramente.

**Participante 2:** Por exemplo, eu julgo sim grandes empresas que tem uma logo péssima, uma identidade visual péssima, velho você teve muito dinheiro, com certeza você teve um prato no restaurante que custa caro, porque você usou essa fonte gratuita. Mas um pequeno comerciante que só quer vender o pastelzinho dele, eu não vou chegar e falar “porra, tá uma merda isso aí” vou pensar, mas ele só tem condições de fazer isso aí. Eu não vou pegar meu tempo, que eu não tenho e disponibilizar e dar esse suporte, mas é isso.

**Moderador:** vocês acreditam que em Alagoas isso acaba sendo mais difícil ainda do que em outros estados, já que a gente não tem uma base de precificação definida?

**Participante 1:** Sim.

**Participante 2:** Mas acho que nenhum lugar tem uma base de precificação definida, tipo tem esse negócio da adegraf mas as pessoas tão voando com relação a tempo e dinheiro.

**Participante 1:** Você acha que talvez por que não é uma profissão regulamentada?

**Participante 2:** Pode ser.

**Participante 1:** A gente não tem sindicato amiga.

**Participante 2:** Mas essa a questão amiga, as pessoas não sabem que design não é uma profissão regulamentada, tanto que quando eu falo que não é as pessoas perguntam “sério?”.

**Participante 1:** Não amiga, tô falando em relação ao preço, você não acha que a gente tem problema em precificar por não ser uma profissão regulamentada?

**Participante 2:** A tá.

**Participante 1:** Não das pessoas, da gente, a gente sem fica, toda vez que a gente vai fazer um freela é indo no grupo “gente, quanto cobro pra fazer tal coisa e tal coisa?” porque você não tem noção.

**Participante 2:** Mas também porque a gente fez nossa base de precificação de acordo com o local que a gente tá atendendo a pessoa.

**Participante 3:** Mas eu não acho ruim não gente, chegar nos outros e perguntar quanto cobra, a gente devia conversar mais sobre isso.

**Participante 1:** Sim, com certeza, tô falando assim, a gente recorre ao grupo de amigos

**Participante 3:** Até porque quando a pessoa não conversa, vai aceitando coisas, como por exemplo, um amigo meu aceitou entrar numa vaga que era minha, daí ele

aceitou receber menos e eu fiquei “porque?” sabe? E aí tipo, ele só soube disso porque ele saiu da vaga e eu fui falar com ele, mas tipo, se ele tivesse falado comigo ele saberia.

**Participante 1:** Eu acho maluco as pessoas terem esse tabu de conversar sobre salário, conversem sobre salário. E não só sobre salário, mas sobre salário e responsabilidades também, porque você vai fazer tudo isso e você vai ganhar um salário mínimo? Então a resposta talvez seja não só Alagoas, mas seja Alagoas porque é o mercado que a gente conhece.

**Moderador:** Como foi pra vocês ingressar no mercado de trabalho ainda na faculdade?

**Participante 1:** Foi fácil, pra mim foi muito fácil, consegui o estágio que eu queria, saí da faculdade com um emprego, nunca fiquei sem emprego, então foi fácil. Com certeza o frente foi um facilitador disso.

**Participante 2:** Eu acho que a faculdade prepara bem a gente pro mercado de trabalho na teoria da questão profissional mas não prepara a gente para questões como precificação.

**Participante 3:** O Frente foi tão bom que quando eu trabalhei com outras empresas eu me frustrei, é isso que eu descrevo enquanto experiência. Porque a gente é tão organizado que quando ver como as pessoas lidam com as empresas dela você fica "o que você está fazendo?".

**Participante 2:** Na parte de lidar com cliente o Frente foi um diferencial sim, influenciou bastante.

**Participante 1:** Mesmo com a faculdade eu não tinha tanta noção de mercado, acho que de clientes o Frente ajudou muito, a lidar com pessoas, eu sei gerir projetos, eu sei estipular prazos, sei dizer para as pessoas qual o horário que vamos nos comunicar, qual o portal de comunicação, tudo isso eu aprendi.

**Moderador:** Bom, foi isso gente. Agradeço a disponibilidade de vocês para participar. Até a próxima!



### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (T.C.L.E.)

Você está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa dos pesquisadores \_\_\_\_\_  
 A seguir, as informações do projeto de pesquisa com relação a sua participação neste projeto:

1. O estudo se destina a \_\_\_\_\_
2. A importância deste estudo é a de \_\_\_\_\_
3. Os resultados que se desejam alcançar são os seguintes: \_\_\_\_\_
4. A coleta de dados começará em \_\_\_\_\_ e terminará em \_\_\_\_\_
5. O estudo será feito da seguinte maneira: \_\_\_\_\_
6. A sua participação será nas seguintes etapas: \_\_\_\_\_

Eu \_\_\_\_\_, tendo compreendido perfeitamente tudo o que me foi informado sobre a minha participação no mencionado estudo e estando consciente dos meus direitos, das minhas responsabilidades, dos riscos e dos benefícios que a minha participação implicam, concordo em dele participar e para isso eu DOU O MEU CONSENTIMENTO SEM QUE PARA ISSO EU TENHA SIDO FORÇADO OU OBRIGADO.

Maceió, de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Assinatura ou impressão datiloscópica do(a) voluntário(a) ou responsável legal e rubricar as demais folhas	Nome e Assinatura do Pesquisador pelo estudo (Rubricar as demais páginas)