

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO DESIGN: PERCEPÇÕES PROFISSIONAIS E IMPLICAÇÕES VISUAIS MAPEADAS EM 2024

ALVARO RITTER QUEVEDO¹,
CILENE ESTOL CARDOSO²

¹Universidade Federal de Pelotas – ritteralvaro@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – cilenestol@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Inteligência Artificial (IA) tem se consolidado como um dos principais vetores de transformação do século XXI, com impacto direto na prática, entregas e organização do trabalho. No campo do Design, essa influência é ainda mais sensível, pois envolve dimensões criativas, técnicas e éticas que afetam diretamente a forma como produtos, serviços e experiências são concebidos.

O avanço das ferramentas de IA generativa, como ChatGPT, Midjourney, Adobe Firefly e DALL·E, alterou o cotidiano profissional. Designers passaram a lidar com um repertório ampliado de possibilidades estéticas e operacionais, mas também com dilemas sobre autoria, o valor da criatividade humana e a regulação de processos mediados por algoritmos.

No Brasil, como em outros contextos, o debate segue em consolidação. Em que medida a IA amplia a criatividade sem comprometer a originalidade e os direitos? Ao mesmo tempo, cresce a necessidade de o designer se reposicionar diante de *datasets* opacos e modelos de geração: que mediações, critérios e responsabilidades essa prática passa a exigir?

Como lembra Santaella (2023), a IA é também um fenômeno cultural, pois reconfigura modos de pensar e produzir sentido. Norman (2023) reforça a urgência de um *Humanity-Centered Design*, que avalie impactos sociais e ambientais. Já Meirelles (2013) e Wurman (2005) sustentam o Design da Informação como estratégia para tornar legível a complexidade contemporânea. Apesar disso, falta uma síntese visual das percepções em prática, que traduza o que profissionais estão vivendo no cotidiano.

Para responder a esse cenário, este artigo deriva de estudo qualitativo realizado no âmbito do TCC (QUEVEDO, 2024). Foram realizadas oito entrevistas semiestruturadas com designers de nichos e faixas etárias diversas, selecionados por amostragem intencional e por conveniência, com comparabilidade mínima entre perfis; as entrevistas foram codificadas de A a H. As falas passaram por análise temática e os achados foram sintetizados visualmente em mapeamentos relacionais. O objetivo foi duplo: registrar a visão de profissionais atuantes sobre oportunidades, riscos e impactos e experimentar a linguagem do Design da Informação como meio de sintetizar e comunicar o debate de forma acessível.

O artigo que segue apresenta esse percurso e seus resultados, destacando os mapas produzidos como instrumentos de leitura e reflexão crítica sobre o futuro da profissão no cenário recente.

2. METODOLOGIA

A pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa e exploratória, combinando duas etapas principais:

1. Revisão bibliográfica – contemplando autores como Santaella (2023), Norman (2023), Tufte (2007), Wurman (2005) e Meirelles (2013), a fim de fundamentar conceitos sobre IA, ética no Design e visualização da informação.
2. Entrevistas em profundidade – realizadas com oito profissionais de Design, selecionados por amostragem intencional e por conveniência, com perfis diversos e comparabilidade mínima entre áreas de atuação e faixas etárias, buscando captar percepções sobre oportunidades, riscos e impactos da IA em suas práticas.

O roteiro das entrevistas contemplou quatro eixos: impacto no processo de design; aplicações práticas; riscos e desafios; evolução da profissão e competências. No corpo do texto, utiliza-se a forma “(Entrevista X, 2024)” para referir falas das entrevistas, codificadas de A a H. As respostas foram submetidas a análise temática, com identificação de padrões, palavras-chave e recorrências, e os achados foram sintetizados visualmente em mapeamentos relacionais.

Como metodologia projetual, adotou-se o Duplo Diamante do Design Council (2005), estruturando o processo em quatro fases:

- Descobrir – levantamento de percepções teóricas e empíricas.
- Definir – categorização das respostas e delimitação de eixos temáticos.
- Desenvolver – experimentação de diferentes representações gráficas.
- Entregar – produção final de um mapeamento relacional integrado.

Essa abordagem buscou articular rigor analítico e clareza visual, convertendo dados qualitativos em uma representação informacional acessível.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Percepções sobre a IA no Design: as entrevistas revelaram percepções ambivalentes. Entre os aspectos positivos, destacaram-se:

- Agilidade nos processos criativos – a IA foi vista como ferramenta que reduz etapas operacionais e abre espaço para exploração de alternativas visuais.
- Ampliação do repertório – sistemas generativos servem à experimentação estética e como ponto de partida para projetos.
- Suporte estratégico – a IA contribui para a tomada de decisão, por meio de ideação e triagem de alternativas, e para a leitura de tendências de mercado.

Por outro lado, emergiram preocupações significativas:

- Autoria e originalidade – dúvidas sobre a legitimidade de criações geradas com auxílio de IA.

- Questões éticas – uso de bases de dados sem consentimento, risco de plágio e apropriação indevida de estilos.
- Deslocamento do valor percebido do trabalho e insegurança de mercado – receio de que a automação reduza o reconhecimento do trabalho humano, impactando o mercado de design.

Participantes relataram receio de padronização do mercado com IA, mencionando soluções genéricas e repetição de estilos (Entrevista A, 2024; Entrevista C, 2024). Esse duplo movimento – de entusiasmo e receio – reforça a necessidade de uma postura crítica diante da integração da IA no campo criativo.

O mapeamento relacional, derivado das entrevistas, organiza os achados em quatro eixos principais (oportunidades, riscos, impactos no papel do designer e desafios éticos e sociais) e, sobretudo, torna visíveis as relações entre eles. A visualização mostra, por exemplo, como autoria se conecta a ética e regulação, enquanto a ideia de suporte à decisão dialoga com o reposicionamento do designer como curador e mediador de processos criativos. O mapa não prescreve normas; ele oferece uma leitura de conjunto do momento observado em 2024.

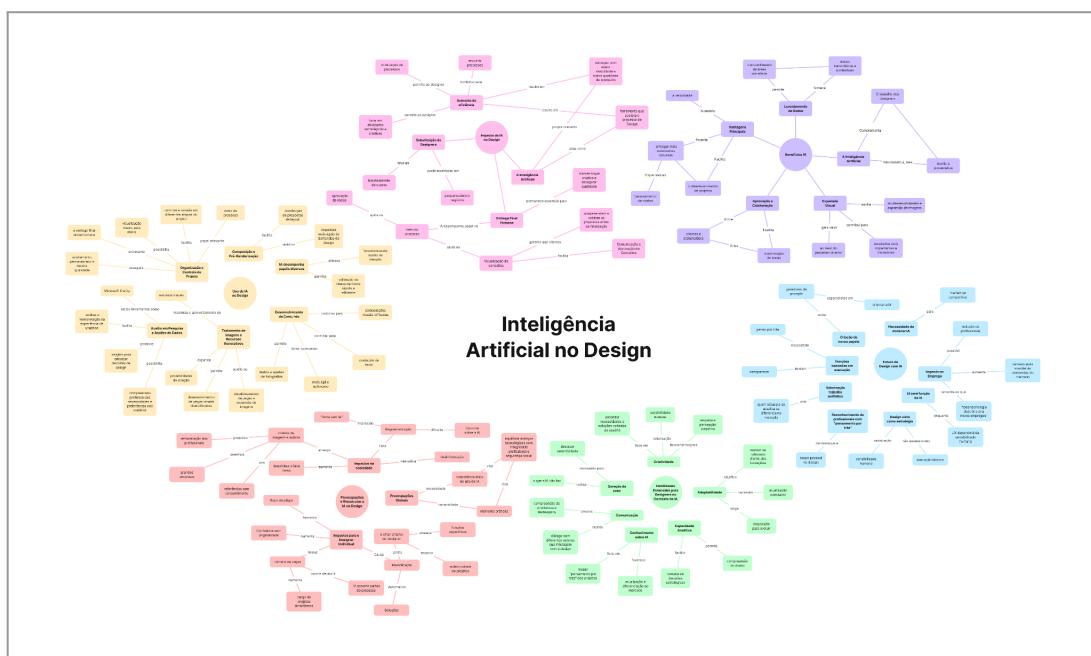


Figura 1 - Mapeamento Relacional com Visão Geral dos Conceitos Abordados na Pesquisa.

Fonte: Elaborado pelo autor. Material suplementar: TCC completo e mapa em alta; acesse por

<https://ritteralvaro.com/ia-design-2024.pdf>

O Design da Informação foi fundamental para traduzir dados dispersos em representações claras; em linha com Tufte (2007), a visualização agrupa valor ao revelar conexões que o texto não evidencia. Em paralelo, o design centrado na humanidade (*Humanity-Centred Design*), em Norman (2023), amplia a avaliação para impactos sociais e ambientais, evitando uma discussão restrita à eficiência técnica. Nesse cruzamento, o mapa funciona como instrumento de leitura crítica para equipes e cursos, útil ao debate e à atualização contínua, sem caráter normativo.

4. CONCLUSÕES

A pesquisa indica que a Inteligência Artificial está redesenhando o campo do Design, ao mesmo tempo em que gera entusiasmo e inquietações. As entrevistas mostraram ganhos de repertório e agilidade, mas também preocupações persistentes com autoria, ética e valorização da profissão. O mapeamento relacional, como resultado metodológico, funcionou como instrumento para sintetizar essas percepções, ampliar a compreensão coletiva e fomentar debate crítico.

Como leitura do momento observado em 2024, os achados sugerem que o futuro do Design dependerá da capacidade de profissionais adotarem posturas éticas, críticas e criativas, atuando também como curadores e mediadores entre tecnologia e sociedade, com integração responsável orientada por autenticidade, diversidade e sustentabilidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Joana Guilares de; CORREIA, Paulo Rogério Miranda. Como fazer bons mapas conceituais? Estabelecendo parâmetros de referências e propondo atividades de treinamento. *Revista Brasileira de Pesquisa em Educação em Ciências*, v. 13, n. 2, 2013. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4571950/mod_resource/content/1/Aguiar%2C%202013%20%20%20Mapas%20Conceituais.pdf. Acesso em: 24 ago. 2024.

DESIGN COUNCIL. Double Diamond: a universally accepted depiction of the design process. Londres, 2005. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>. Acesso em: 25 ago. 2024.

LORENZ, Bruno Augusto; FRANZATO, Carlo. *Design em rede*. São Paulo: Blucher, 2018.

MEIRELLES, Isabel. *Design para a visualização de informação*. São Paulo: Blucher, 2013.

NORMAN, Donald A. *Design for a Better World: meaningful, sustainable, humanity-centered*. Cambridge, MA: The MIT Press, 2023.

QUEVEDO, Alvaro Ritter. *Mapeamento gráfico sobre o uso de inteligência artificial no design em 2024*. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design Gráfico) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2024. Disponível em: <https://ritteralvaro.com/ia-design-2024.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2025.

SANTAELLA, Lucia. *A inteligência artificial e a cultura*. São Paulo: Paulus, 2023.

TUFTE, Edward R. *The Visual Display of Quantitative Information*. 2. ed. Cheshire, CT: Graphics Press, 2007.