

Comunicação, tempo e IA: um novo ritmo na prática do design?

Ricardo Pereira Rodrigues — rprodrigues@escs.ipl.pt

ESCS-IPL — Escola Superior de Comunicação Social do Politécnico de Lisboa

LIACOM — Laboratório de Investigação Aplicada em Comunicação e Média

Covilhã, 9 de Fevereiro, 2026

Sumário

Contexto e Objetivos

A prática do Design na era da aceleração

IA e IA Generativa: um novo ritmo tecnológico

Abordagem metodológica

Resultados

Considerações finais

Contexto

- Experiência pessoal: curadoria algorítmica da informação/conteúdos.
- Prática docente: a entrada da inteligência artificial (AI) na sala de aula, reconfigurando o processo de ensino-aprendizagem.
- Prática docente: verifica-se a incorporação crescente de conteúdos sintéticos (imagem, texto e audiovisual) nos projetos desenvolvidos pelos estudantes.

Estas transformações apontam para uma mudança estrutural no campo do design, tornando necessária a recolha de evidências empíricas e uma análise crítica das práticas emergentes.

Objetivos

1. Analisar o impacto da IA na prática do design (processos, níveis de integração, tempo e tomada de decisão).
2. Identificar o surgimento de novas competências profissionais.
3. Mapear as atividades e as ferramentas mobilizadas.

A prática do Design na era da aceleração

Num contexto em que o design, tradicionalmente aberto à incorporação tecnológica, enfrenta hoje um ritmo de transformação sem precedentes que inaugura novas temporalidades nos processos, as tecnologias digitais encurtam os prazos e digitalizam o fluxo de trabalho.

A prática do Design na era da aceleração

Cross (1999) defende que a investigação em IA no domínio do design pode seguir diferentes direções:

- O desenvolvimento de fluxos que apoiem os processos de pesquisa e criativo.
- A emulação, através do desenvolvimento de tecnologias capazes de projetar de forma autónoma.

IA e IA Generativa: um novo ritmo tecnológico

Num contexto de design assistido por IA, a tecnologia é compreendida como um assistente criativo no processo.

Zhu et al. (2024) salientam que o trabalho com recurso à IA tem sido pouco explorado na literatura. Neste âmbito, os sistemas de IA têm a capacidade de automatizar tarefas de design e de oferecer inúmeras possibilidades para a criação de soluções baseadas em dados (Stige et al., 2024).

Metodologias em design: Design Thinking e Double Diamond

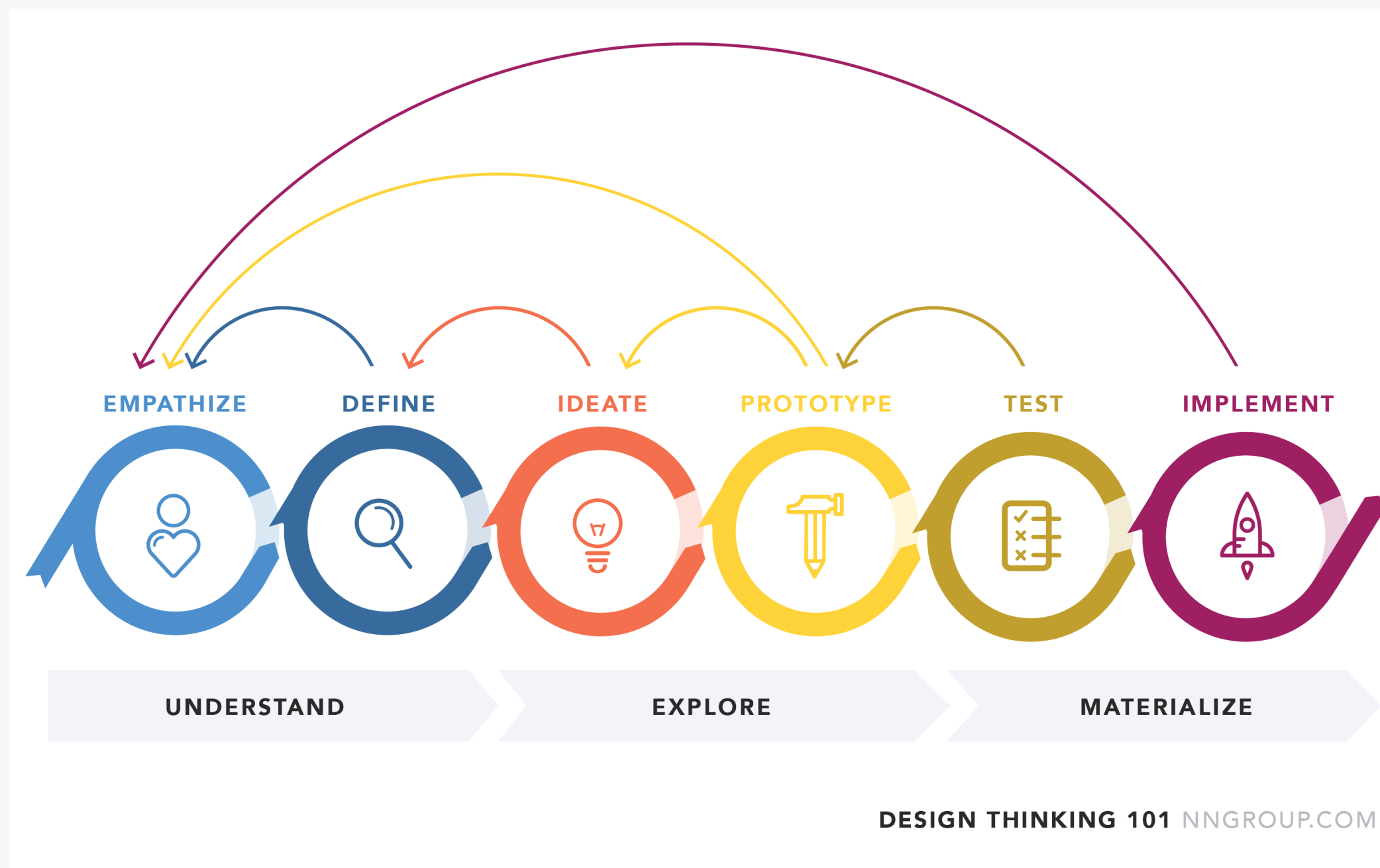


Figura 1: Representação síntese de Design Thinking (NNGROUP.COM)

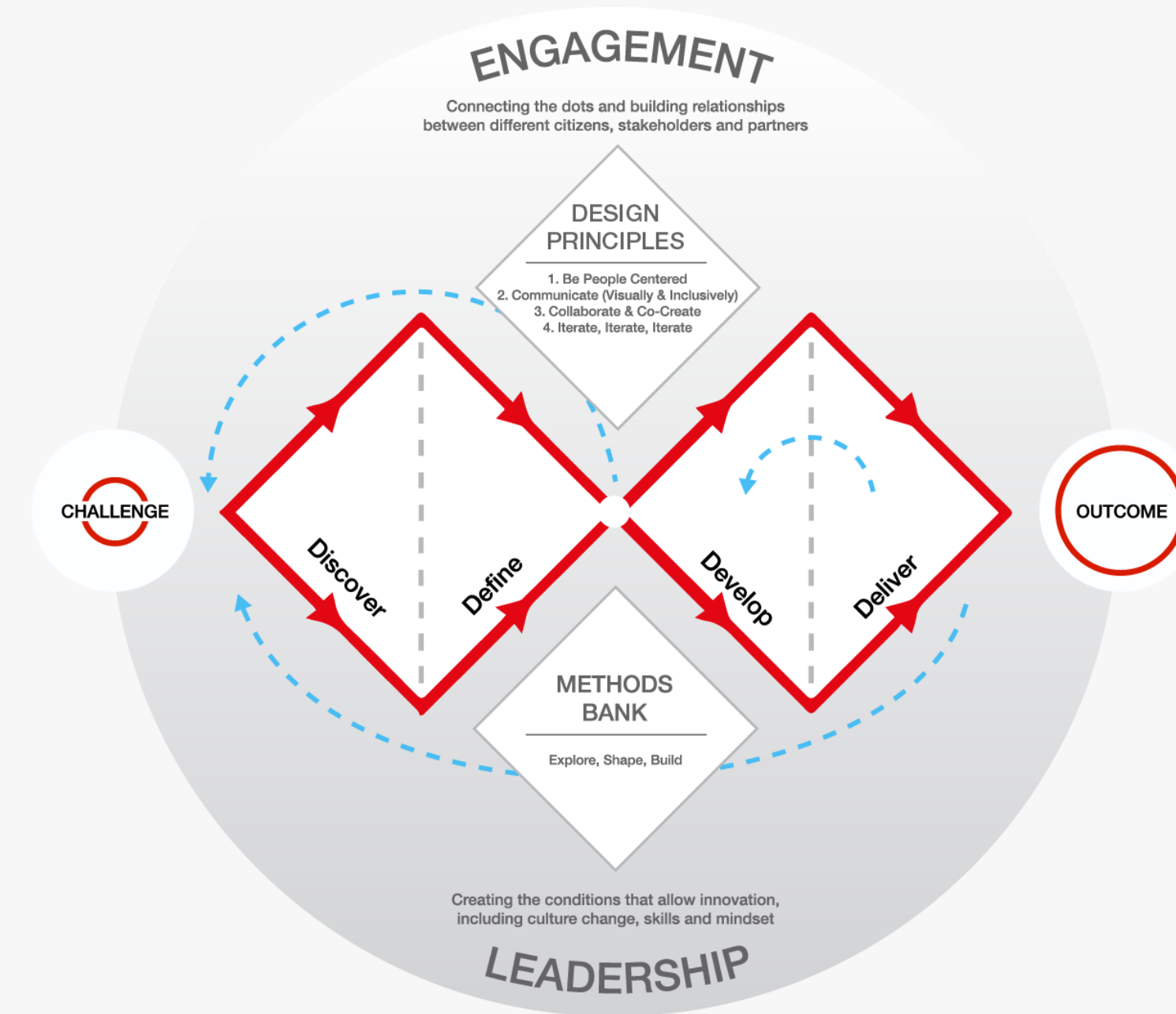


Figura 2: Representação do Double Diamond do British Design Council

Abordagem metodológica

Métodos mistos, de caráter sequencial e orientados para a triangulação de dados e fontes:

1. Revisão sistemática da literatura.
2. Observação participante.
3. Entrevistas semiestruturadas realizadas por videoconferência (Microsoft Teams).
4. Análise temática, orientada para a identificação de padrões recorrentes (convergências), complementaridade e dissonâncias entre profissionais, categorias centrais e dimensões emergentes.

Abordagem metodológica: observação participante

A partir da experiência de ensino-aprendizagem:

- Observação sistemática dos comportamentos, interações e práticas no contexto natural da sala de aula (aulas laboratoriais).
- Acompanhamento do processo de trabalho de design, em particular nos momentos de decisão e interação entre estudantes e docentes, de modo a recolher dados sobre práticas reais que nem sempre são explicitadas verbalmente.



Abordagem metodológica: entrevista semiestruturada

Participante	Idade	Anos experiência	Contexto de prática	Áreas(s) atuação
D1	41	18	Universidade pública Freelancer	Educação; Design Multimédia
D2	40	20	Universidade pública Freelancer	Educação; Design Multimédia; <i>Design</i> 3D e Animação
D3	33	15	Universidade pública <i>Freelancer</i>	Educação; <i>Brand Strategy</i> ; Design Gráfico; <i>Web Design</i> e Tipografia
D4	31	9	Consultora (multinacional)	<i>User Experience Design</i> ; Design de Interfaces
D5	40	17	Cliente (sector da banca)	Educação; <i>User Experience Design</i> ; Design de Interfaces
D6	41	20	<i>Freelancer</i>	Educação; Mentoria; <i>User Experience Design</i> e <i>Design de Interfaces</i>
D7	40	18	Agência publicidade (multinacional)	Direção de Arte; <i>User Experience Design</i> e Design de Interfaces
D8	37	15	Universidade pública Consultora	Educação; Front-end; Design de Interfaces e User Experience Design
D9	33	12	<i>Freelancer</i> <i>Start-up</i>	Design gráfico; Design de Interfaces e User Experience Design
D10	47	22	Universidade pública	Educação; Design de produto; User Experience Design e Design de Interfaces



Abordagem metodológica: análise de conteúdo (1/2)

Categoria	Subcategoria	Descrição geral
Contexto profissional	Formação académica; percurso profissional; tipologia da organização onde exerce a profissão; especialização; área(s) de atuação.	Caracterizar o perfil sóciodemográfico e compreender o contexto da prática profissional.
Processo de trabalho	Descrição de metodologia de trabalho; Design Thinking; Double Diamond; Design Centrado no Utilizador; Ágil.	Descrição do processo de trabalho e identificação de metodologias de projeto específicas.
Integração da IA	Identificar o início de utilização; motivações; ferramentas; pesquisa; análise de dados; benchmarking ou análise da concorrência; <i>brainstorming</i> ; geração de ideias; <i>moodboards</i> ; exploração visual; layout; criação de conteúdos; criação de imagens; criação de textos; revisão de textos; edição de textos; apoio à escrita criativa; iteração; gestão de projeto; apresentação de propostas.	Compreender o contacto e a adoção da IA, mapeando práticas, níveis de adoção e formas de integração da IA nas fases do processo criativo e/ou projetual dos profissionais.



Abordagem metodológica: análise de conteúdo (2/2)

Categoria	Subcategoria	Descrição geral
Competências, tempo e tomada de decisão	Formação; requalificação; <i>upskilling</i> ; <i>reskilling</i> ; novas competências; técnicas; conceptuais; sentido crítico; culturais.	Identificar percepções de alterações no ritmo de trabalho e refletir sobre as novas mudanças nas competências e/ou necessidades de formação ou capacitação dos profissionais ao adoptar estas tecnologias.
Autoria, originalidade e inovação	Autoria; originalidade; inovação; uso responsável; transparência.	Percepções dos profissionais sobre o impacto da IA na autoria, na originalidade dos resultados e nos processos de inovação, evidenciando tensões entre controlo humano, geração algorítmica e responsabilidade criativa.
Percepção do uso da IA	Assistente criativo; apoio; complementaridade; exploração; curiosidade; limitações; alteração nos processos; ameaças Vs. oportunidades; eficiência; optimização; aceleração; velocidade; produtividade.	Percepções dos profissionais sobre a IA no contexto do design. Identificação das tensões existentes entre o entusiasmo pelas possibilidades e o receio de ser substituído ou tornar-se irrelevante.



Resultados principais (1/2)

Integração da IA	Competências	Temporalidade
Utilização majoritariamente operacional e não intensiva, centrada em tarefas como o apoio ou complementaridade à pesquisa, recolha de informação, análise de dados, geração de imagens de referência e produção de texto.	A introdução da IA na prática do design pode proporcionar o desenvolvimento de novas competências, que por sua vez podem ser aplicadas em diferentes áreas.	A emergência do "paradoxo da eficiência" ocorre quando a IA encurta os tempos de execução de tarefas mecânicas, mas parte da poupança é absorvida pela aprendizagem, validação ou integração em mais projetos.
Identificação de três perfis de uso: (1) pontual; (2) regular; (3) estrutural. Estando este último concentrado em profissionais que estão inseridos em empresas de maior dimensão e multinacionais.	Conhecer e procurar proficiência em diferentes tipos de ferramentas por finalidade, reduzindo a dispersão de práticas.	A qualidade do trabalho só melhora quando o tempo poupado é reinvestido na direção criativa, edição, contextualização e redefinição de <i>prompts</i> .
As barreiras à integração ou adoção generalizada estão relacionadas com a falta de formação especializada em IA. Em simultâneo, proliferam utilizações pontuais e opacas de IA, frequentemente sem protocolos que assegurem a necessária monitorização humana/profissional.	Aprender a lidar com a imprevisibilidade, que se manifesta através da incerteza quanto ao que a IA pode fazer, à eficácia do seu desempenho e à complexidade dos resultados que estes sistemas podem gerar.	
	<i>Prompt Design</i> : instruções fornecidas aos sistemas de IA (em particular aos modelos generativos) para orientar os resultados produzidos de forma intencional, eficaz e controlada. Substitui parcialmente a execução manual e exige um pensamento estratégico, semântico e visual.	



Resultados principais (2/2)

Autoria, originalidade e inovação	Percepção do uso da IA	Ferramentas mais referenciadas
A IA como um acelerador de ideias, mas também um nivelador estilístico.	▪ Pesquisa. ▪ Compilação, síntese e organização de informação. ▪ Análise e processamento de documentos e organização de informação. ▪ <i>Benchmarking</i> (análise da concorrência). ▪ <i>Brainstorming</i> / ideação / geração de ideias. ▪ Testar novas perspectivas. ▪ <i>Problem-solver</i> / desbloquear pensamento. ▪ Tradução automática. ▪ Transcrição de entrevistas. ▪ Revisão de textos. ▪ Geração de conteúdos (audiovisuais, imagens e textos). ▪ Assistência na programação de código. ▪ Automatização de algumas das tarefas diárias. ▪ Aprendizagem constante. ▪ Co-criação com IA (co-designer) ▪ Oponente socrático (contrapor pressupostos e gerar outras hipóteses). ▪ Tutoria.	▪ ChatGPT (OpenAI) ▪ Claude (Anthropic) ▪ Copilot (Microsoft) ▪ Figma Make (Figma) ▪ Gemini (Google) ▪ Krea.ai (Krea Ai Inc.) ▪ Lovable (Lovable Labs Incorporated) ▪ Magic Patterns (North Park Labs, Inc.) ▪ NotebookLM (Google) ▪ Perplexity (Perplexity AI Inc.) ▪ UX Pilot ▪ WPP Open (WPP)
Repetição de padrões algorítmicos.		
A utilização de IA deve ser devidamente indicada, especificando a ferramenta utilizada.		
Os sistemas de IA tendem a concordar e reforçar as decisões do designer.		

Considerações finais (1/3)

- A IA funciona principalmente como uma ferramenta de apoio à gestão e à análise de informação, apoio à criatividade, não substituindo, na maioria das tarefas, a intervenção humana do designer, nomeadamente no pensamento crítico.
- Acelera etapas do processo automatizando tarefas repetitivas.
- O conhecimento e o domínio das ferramentas de IA são atualmente esperados como parte das novas competências.
- Entre os desafios identificados estão a necessidade de manter o trabalho original e a importância de ser transparente com os clientes e utilizadores sobre a forma como a IA é utilizada ou foi aplicada.

Considerações finais (2/3)

Num cenário de design assistido por IA, esta pode ser utilizada para:

1. Compreender o contexto do problema (recolha e análise de dados, criação de instrumentos de recolha de dados e sugestão de ideias iniciais).
2. Ajudar a definir as orientações do projeto.
3. Desenvolver soluções para o problema (prototipagem).
4. Testar o impacto ou a recetividade das soluções encontradas.

Considerações finais (3/3)

- À medida que estas tecnologias se tornarem cada vez mais presentes e integradas nos softwares de autoria utilizados pelos designers, a IA poderá não substituir o designer, mas sim alterar a forma como trabalha.
- Para refletirmos em conjunto sobre o impacto destas tecnologias, colocam-se duas questões centrais:
 - Queremos apenas trabalhar mais depressa ou queremos trabalhar melhor?
 - Se a IA acelera os processos de trabalho, cabe ao designer decidir quando, como e por que razão é necessário abrandar.

Bibliografia

- Barros, G. (2023). Prompting criatividade: A influência de sistemas de inteligência artificial no processo criativo do design de comunicação (Dissertação de mestrado em Design Gráfico). Escola Superior de Artes e Design, Instituto Politécnico de Leiria.
- Çeken, B., & Akgöz, B. (2024). The impact of Artificial Intelligence on Design: the example of DALL-E. Sanat ve Tasarım Dergisi, 14(1), 374-397. <https://doi.org/10.20488/sanattasarim.1506116>
- Cross, N. (1999). Natural intelligence in design. Design Studies, 20(1), 25–39. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(98\)00026-X](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(98)00026-X)
- Dutra, G. de O., & Brendler, C. F. (2025). Inserção da inteligência artificial no design: revisão sistemática de literatura. Pensamentos Em Design, 5(1), 60–81. <https://doi.org/10.36704/pendes.v5i1.9876>
- Ferreira, Ângela. (2023). Inteligência Artificial no Design de Comunicação em Portugal: Estudo de Caso sobre as Perspetivas de 10 Designers Profissionais de pequenas e médias empresas. Rotura – Revista De Comunicação, Cultura E Artes, 3(2), 114-133. <https://doi.org/10.34623/k2dr-bf60>
- Ford, J., Jain, V., Wadhwani, K., & Gupta, D. G. (2023). AI advertising: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 166, 1-15. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114124>
- Holmström, J. (2022). From AI to digital transformation: The AI readiness framework. Business Horizons, 65, 329-339. doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.03.006>
- Hu, C., Ni, C., Wang, T., Xiong, A., & Tian, R. (2024). An Exploration on How Advertising Contents Are Produced in The Era of Artificial Intelligence. Creativity and Innovation, 8(6), 98-103. doi:10.47297/wspciWSP2516-252716.20240806
- Song, M., Chen, H., Wang, Y., & Duan, Y. (2024). Can AI fully replace human designers? Matching effects between declared creator types and advertising appeals on tourists' visit intentions. Journal of Destination Marketing & Management, 32(2), 1-12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100892>
- Stige Å, Zamani ED, Mikalef P, Zhu Y (2024), "Artificial intelligence (AI) for user experience (UX) design: a systematic literature review and future research agenda". Information Technology & People, Vol. 37 No. 6 pp. 2324–2352, doi: <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2022-0519>
- Zhu Z, Lee H, Pan Y and Cai P (2024) AI assistance in enterprise UX design workflows: enhancing design brief creation for designers. Front. Artif. Intell. 7:1404647. doi: 10.3389/frai.2024.1404647