



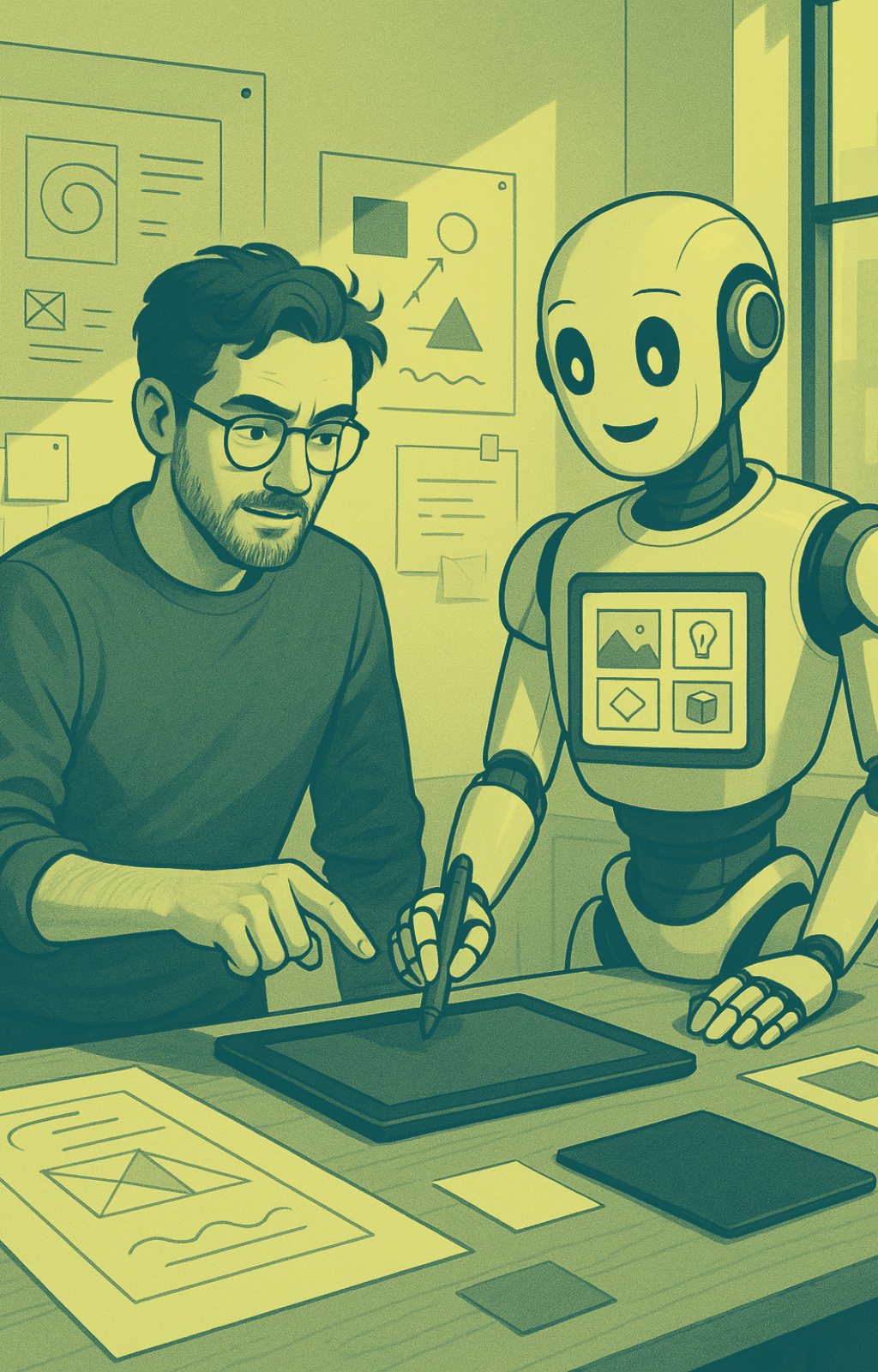
CASAL CRIATIVO

IA FAZ O CORRE,
DESIGNER DÁ O TOM

fernando
alonso

CASAL CRIATIVO

IA FAZ O CORRE,
DESIGNER DÁ O TOM

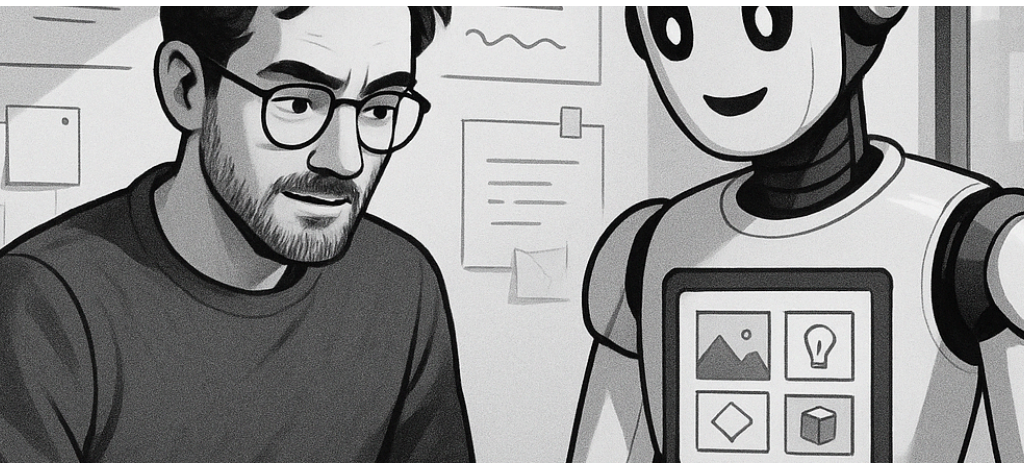


2025 - voxlibri

Nenhuma parte desta edição pode ser reproduzida por qualquer meio sem a expressa e consentimento por escrito dos detentores do copyright.

CASAL CRIATIVO

IA FAZ O CORRE,
DESIGNER DÁ O TOM



ROTEIRO E ARGUMENTO

fernando alonso

PRODUÇÃO DO TEXTO

fernando alonso
chatGPT 4

REVISÃO E ADAPTAÇÃO

fernando alonso

ILUSTRAÇÃO

chatGPT 4

DESIGNER

fernando alonso

EDITORA

voxlibri

DEDICATÓRIA

Para todos os designers que entenderam que não
precisam ser super-humanos.
Que não é fraqueza pedir ajuda.
Nem trapaça usar IA.
Esse livro é pra você que já perdeu tempo em
pesquisa, fritou no briefing,
e pensou: "Se eu tivesse alguém pra dar uma
mão agora..."
Pois bem: agora tem.
A IA chegou pra agilizar o corre.
Mas quem dá o tom, o ritmo e a alma do projeto...
ainda é você.
Esse livro é pra lembrar que parceria
boa é aquela que soma, não que substitui.
E que, no fim das contas, um casal criativo pode
mesmo dar match —
desde que cada um saiba seu papel.

INTRODUÇÃO

CASAL CRIATIVO

IA FAZ O CORRE,
DESIGNER DÁ O TOM

Dizem que os opostos se atraem. E, no mundo do design, parece que foi isso mesmo que aconteceu: de um lado, o **designer** — conceitual, sensível, cheio de referências e crises existenciais. Do outro, a **IA** — prática, acelerada, sem tempo pra enrolação, cuspidando variações visuais como quem fritar pastel. No começo, foi só um flerte. Uns prompts aqui, umas variações ali... e pronto: estava formada uma dupla improvável. O designer queria entender. A IA queria entregar. Um queria pensar. A outra, produzir. E foi aí que começaram os conflitos. Esse livro é sobre essa relação.

Não é um manifesto apocalíptico contra a IA.

Também não é um guia "faça tudo com IA e demita seu designer". É um papo direto sobre como usar a IA como ferramenta — sem esquecer que o olhar, o conceito e a direção continuam sendo responsabilidade de quem pensa design. A IA pode até fazer o corre. Ela pesquisa, sugere, compila, mistura e devolve em tempo recorde. Mas o designer, esse sim, precisa dar o tom. Porque é o tom que conecta, emociona, diferencia. E isso, pelo menos por enquanto, ainda é humano. Se você é designer e anda se perguntando se ainda tem lugar pra você nesse novo mundo, esse livro é seu. Se você é curioso, estudante ou cliente e quer entender como separar hype de valor real, sente aí também.

Aqui ninguém vai salvar o mundo.
Mas talvez a gente salve um bom briefing.

CAPÍTULOS

01

QUANDO O DESIGNER CONHECEU A IA

O primeiro encontro. A curiosidade. O susto.

02

FICAMOS. MAS FOI SÓ UMA IDEIA?

O momento “isso é sério?”.

03

A PRIMEIRA DR: IA NÃO SALVA BRIEFING RUIM

Quando o problema não era o outro, era a comunicação.

04

DIVIDINDO AS TAREFAS: QUEM FAZ O QUÊ?

IA agiliza. Designer direciona.

05

CUIDADO COM A TRAIÇÃO CRIATIVA

O plágio disfarçado e a ética no relacionamento.

06

O CLIENTE NO MEIO DO CASAL

Alinhar expectativas, sem perder o respeito.

07

TERAPIA DE CASAL: COMO AJUSTAR A CONVIVÊNCIA

Ferramentas, workflows e boas práticas.

08

ESTAMOS PRONTOS PARA O PRÓXIMO PASSO?

Futuro, evolução e convivência pacífica.

09

MANUAL DA BOA CONVIVÊNCIA

Checklist e insights finais para um relacionamento saudável.

01

QUANDO O DESIGNER CONHECEU A IA

Tudo começou com um prompt. Um pouco de curiosidade, outro tanto de medo. O designer viu a IA chegando como quem invade o studio sem bater na porta — e ficou dividido entre expulsar ou contratar. Neste capítulo, revisitamos o primeiro impacto da IA no design, os ruídos iniciais e a dúvida que paira no ar até hoje: isso é parceria ou golpe?

O PRIMEIRO ENCONTRO: ENCANTAMENTO, PÂNICO E PROMESSAS DEMAIS.

Ninguém se esquece do primeiro contato. Você abriu o Midjourney. Ou talvez foi o DALL·E. Escreveu algo como “logotipo minimalista com tipografia retrô futurista e símbolo de borboleta pixelada” – e bum! Em segundos, apareceu uma imagem bonita, quase do jeito que você queria. Soou como mágica. Um misto de excitação e... pavor. “Ferrou. Vão me substituir.”

E é justo. A IA entrou no studio do designer sem pedir licença, sem pagar o café, e ainda querendo sentar na cadeira de diretor de arte. Rapidamente surgiram vídeos no TikTok, tutoriais no YouTube, promessas de “crie sua marca em 30 segundos com IA”. O mercado, como sempre, adorou o atalho. Mas os designers... nem tanto.

A IA fez o corre. Literalmente. Enquanto você ainda tentava montar um moodboard com referências decentes, ela já cuspiu vinte variações, três slogans, cinco mockups e um PDF que parecia saído da Dribbble.

E então veio a pergunta que ainda paira como um cheiro de solvente mal ventilado:

Onde é que eu entro nessa história?

O IMPACTO IMEDIATO: ENTRE O HYPE E A CRISE EXISTENCIAL

Não foi só velocidade.

A IA mexeu com o ego do designer.

Afinal, sempre fomos os “criativos”. Aqueles que pensam o que ninguém pensou, que criam o que ninguém viu. Mas agora a IA está gerando ideias visuais com base em milhões de referências em segundos — e sem parar pra tomar café.

Mas vamos respirar fundo aqui.

Porque nesse momento, o mais perigoso não é a IA. É o encantamento cego com os resultados superficiais.

A IA pode impressionar, sim.

Mas sabe o que ela não faz?

- Ler entrelinhas do cliente.
- Perceber que o “vermelho” pedido, na verdade, é bordô afetivo da infância.
- Notar que aquele logotipo “simples” precisa funcionar num balcão de padaria suando no interior da Bahia.

A IA gera imagem. Não conceito.

Ela faz bonito, mas não sabe por que está fazendo. E é aí que você, designer, ainda é insubstituível. Se conseguir entender isso a tempo.

DESIGNERS E CANAVIAIS: A METÁFORA DA COLHEITADEIRA

Ouvi certa vez uma analogia que caiu como um raio:

“O designer hoje está para a IA como o cortador de cana estava para a colheitadeira.”

Não dá pra brigar com ela. Mas dá pra aprender a usá-la.

E é exatamente isso. A IA não é o fim do designer — é o fim de um **modelo ultrapassado** de execução manual, repetitiva, mecânica.

Se antes o mercado pagava pela mão que arrastava vetor e vetor, agora ele espera que você pense o projeto como um todo, **direcione com inteligência e use as ferramentas a seu favor.**

A colheitadeira eliminou a força bruta. Mas quem aprendeu a operá-la, virou especialista. Quem entendeu o processo, virou gestor. Quem ficou parado com o facão, perdeu o bonde.

O INÍCIO DA PARCERIA: NÃO É AMOR, MAS PODE VIRAR UM BOM NEGÓCIO

Esse capítulo não é uma carta de amor à IA.
É o início de um contrato de convivência.

Porque sim, ela pode ser útil:

- Na pesquisa de referências (e em larga escala).
- Na geração de variações visuais para brainstorming.
- Na prototipagem rápida de ideias.
- Em testes visuais para defesa de conceito.
- Na criação de visões iniciais para apresentações ao cliente.

Mas cuidado:

Se você não tiver clareza
do que quer, a IA vai te
afogar em opções vazias.

É tipo pedir conselhos de moda pra um algoritmo que só conhece desfiles de 2008: ele vai entregar algo bonito... mas fora de contexto.

O PERIGO DO DESIGNER- APERTADOR- DE- BOTÃO

E aqui está o ponto crítico: se o designer **não assumir seu papel estratégico**, vai virar só mais um operador de IA — alguém que descreve imagens e espera a mágica acontecer.

Mas IA não salva briefing ruim.

Não entende cultura local.

Não tem sensibilidade para contexto.

Não sabe que a cliente é teimosa e odeia azul porque o ex só usava camisa azul.

Você sabe.

Você pode.

Você pensa.

E isso, ainda, não tem prompt que substitua.

RESUMO

- O primeiro impacto da IA para o designer foi real — e desconcertante.
- Ela acelera, impressiona e faz o corre.
- Mas o tom, o conceito e a direção criativa ainda são sua função.
- A IA pode ser sua estagiária mais rápida — desde que você não abra mão de ser diretor.
- Não lute contra a IA como um cortador de cana com raiva da colheitadeira.
- Aprenda a dirigir a máquina. E a escolher o campo certo pra colher.

02

FICAMOS. MAS FOI SÓ UMA IDEIA?

A IA começou a entregar rápido. Demais. Era bonito, colorido, surpreendente. Mas... era raso. Neste capítulo, a gente investiga o risco de confundir velocidade com qualidade e questiona: estamos apaixonados por imagens ou por ideias? *Spoiler:* não é a mesma coisa.

QUANDO O DESLUMBRE PASSA E COMEÇA O TESTE DE CONVIVÊNCIA.

Todo relacionamento tem a fase do encanto.

A IA entregava rápido, bonito, polido. Fazia aquele layout com cara de Behance em segundos.

E você pensava:

"Onde estive toda a minha vida?"

Mas aí passou o efeito especial.

Você olhou de novo pras criações geradas e pensou:

"Tá... mas o que isso tem a ver com o projeto?"

É aí que começa o segundo ato dessa história.

A fase em que a pergunta muda de

"o que ela entrega?"

para

"isso realmente serve?"

A ARMADILHA DO DESLUMBRE VISUAL

Vamos ser sinceros:

o que a IA gera é sedutor.

Tem contraste. Tem harmonia. Tem estética de case.

Mas falta algo que talvez você nem saiba nomear de primeira:

INTENÇÃO.

Design não é só imagem bonita.

Design é ideia aplicada, contexto, estratégia visual.

É resolver um problema com forma.

E isso exige decisão, não só variação.

A IA, por melhor que seja, não decide.

Ela oferece. Sugere. Mistura.

Mas a direção?

Ainda precisa vir de alguém com critério.

É como namorar alguém incrível no Instagram: tudo parece perfeito, até vocês terem que montar um móvel do IKEA juntos.

É ali que você descobre se o encaixe vai além do filtro.

TESTE DE REALIDADE: IA NÃO PENSA EM CONCEITO

Vamos imaginar:

o cliente quer um logo para uma marca de pão artesanal. Ele diz que quer algo “rústico, mas moderno, com alma brasileira”.

Você joga um prompt generoso na IA. Ela devolve cinco logos. Um tem trigo. Outro tem uma espiga de milho. Outro tem uma mão segurando um pão estilizado.

Tudo bonito. Mas tudo genérico.

A IA entendeu o tema. Mas não entendeu o contexto.

Ela não sabe que o dono é neto de padeiro, que a padaria fica numa rua com tradição italiana e que o pão carro-chefe é o ciabatta de fermentação natural.

Ela não entende o que faz aquele projeto ser único.

Você entende.

Ou pelo menos, **deveria entender**, se tiver feito um briefing decente.

O RISCO DA PASTEURIZAÇÃO CRIATIVA

Ao usar IA sem direção, você entra no pior cenário:

variações bonitas de uma ideia fraca.

Você sai do projeto com 20 opções visuais... que não se sustentam. São clones bem-apresentados de uma ideia sem alma.

E aí vem o perigo real:

o cliente escolher uma opção só porque ela parece "profissional", mesmo que não diga nada.

Isso é o que a IA faz melhor: imitar padrão.

O que ela não faz?

Criar ruptura com propósito.

E sem isso, você tem um monte de layouts que parecem criados por quem **decorou design**, mas **nunca entendeu design**.

QUANDO A IA SE TORNA O VÍCIO DO INDECISO

Outro efeito colateral:
o designer inseguro vira dependente da IA.

**Está com dúvida?
Gera mais 20 versões.**

Não sabe o que escolher? Muda o prompt.
O cliente não gostou? Tenta mais uma leva.

E o projeto vira um loop de tentativa e erro, sem filtro,
sem direção, sem fim.

Um vício visual.

E o pior: o cliente acha que isso é o processo.

Spoiler:
não é.

Designer bom faz escolhas.

Refina. Direciona. Diz "isso sim" e "isso não".

IA pode até ajudar com volume, mas quem precisa dizer
onde está o valor é você.

ENTÃO... TEM FUTURO?

Teeeeeeem.

Mas só se você deixar o romance platônico de lado e assumir o papel de liderança no processo criativo.

A IA pode estar ao seu lado
— desde que você não largue o volante.

Porque a verdade é simples:

**ela trabalha muito,
mas não sabe onde quer chegar.**

Você sabe.

Ou deveria saber.

RESUMO

- A fase do deslumbre passa — e revela os limites da IA.
- Bonito ≠ funcional. Visual ≠ conceito.
- IA não entende contexto, não traz intenção, não conhece o cliente.
- Usar IA sem direção é gerar volume em cima do vazio.
- O verdadeiro diferencial continua sendo seu olhar — crítico, seletivo e estratégico.
- IA ajuda. Mas sem você, ela só enche o Figma de lixo bonito.

03

A PRIMEIRA DR: IA NÃO SALVA BRIEFING RUIM

A IA não tem culpa se o pedido era vago, confuso ou mal direcionado. Aqui a gente fala de briefing — aquele momento em que tudo pode dar certo ou virar caos visual. Se o cérebro do projeto está doente, não adianta injetar IA. Ela vai só acelerar o erro.

QUANDO O PROBLEMA NÃO ERA A IA — ERA O QUE VOCÊ PEDIU PRA ELA FAZER.

Todo casal passa por uma DR.

E, no nosso caso, ela chega quando a IA começa a devolver coisa estranha. Você pede uma marca minimalista pra um projeto de consultoria financeira... e ela te entrega algo que parece o logo de um game indie japonês dos anos 90.

Você se irrita. Culpa a IA. Diz que ela não entende nada. Mas aí bate a dúvida: será que foi ela que não entendeu... ou fui eu que não soube explicar?

Spoiler:

a IA não tem culpa. Ela só entendeu exatamente o que você escreveu.

E aí, meu amigo, entra o briefing — esse velho conhecido do design que muita gente ainda trata como um formulário chato ou uma formalidade dispensável.

BRIEFING RUIM, IA PERDIDA

A IA depende completamente de input de qualidade.

Ela não lê subtexto.

Não percebe intenção implícita.

Não saca tom emocional.

Ela precisa que você seja cirúrgico no que quer.

Só que o designer médio... não é.

E o resultado?

A IA faz o que sabe: entrega variações com base em referências genéricas, sem contexto, sem propósito.

Você pediu "marca jovem e moderna"?

Beleza, toma aí 30 logos com fontes bold, traço orgânico e um ícone de foguete, porque "jovem e moderno" pra IA é isso.

**Se você joga chavão,
ela devolve clichê.**

O BRIEFING QUE FUNCIONA: MAIS QUE PALAVRAS BONITAS

Bora ser direto:

**Briefing não é só o que o cliente fala.
É o que ele não fala também.**

É papel do designer:

- Traduzir o que o cliente diz em linguagem visual.
- Explorar as entrelinhas.
- Entender o mercado, o público, a emoção por trás do pedido.

Quer que a IA te ajude?

Então alimente ela com coisa boa.

Descreva o projeto com profundidade. Diga o que não quer. Mostre o que já foi tentado. Traga contexto. Fale da história da marca, da cultura do público-alvo, do impacto desejado.

**Quanto mais claro o seu norte,
mais valiosa a IA se torna.**

O PROBLEMA DO PROMPT GENÉRICO

Prompt genérico = resultado genérico.

Pedir pra IA "**criar um logo criativo**" é o equivalente a pedir pra um chef "fazer um prato gostoso". O que é gostoso? Salgado? Doce? Vegano? Japonês? Com lactose?

A IA vai te servir qualquer coisa bonita
— e você vai culpar ela por não ter acertado o gosto.

Seja preciso.

Exemplo ruim:

"Crie um logo minimalista para uma startup de tecnologia."

Resultado: um monte de triângulos e fontes sem serifa.

Exemplo bom:

"Crie uma proposta de logo para uma startup de cibersegurança voltada ao público B2B, com presença digital sólida, que transmita segurança, inovação e simplicidade. Evite símbolos óbvios como escudos ou cadeados."

Viu a diferença?

A IA ainda vai gerar coisa genérica? **Talvez.**

Mas você já restringiu o caminho.

Você está conduzindo o processo.

A CULPA NÃO É DA IA. MAS TAMBÉM NÃO É SÓ DO CLIENTE.

Designer que culpa o cliente por briefing ruim está terceirizando responsabilidade.

É seu trabalho fazer as perguntas certas.

Você tem que ser chato. Insistente. Curioso.
Tem que ir além do "gostei" e do "quero algo moderno".

A IA te entrega o que você alimenta. Se você não fizer a ponte entre cliente e máquina, ela vai construir uma ponte de papel — bonita, sim, mas inútil.

O NOVO PAPEL DO DESIGNER: FACILITADOR DE SENTIDO

Na era da IA, o designer precisa subir um degrau:
menos executor, mais facilitador.

Você vira o intérprete entre o cliente e a tecnologia.

Você traduz ideias em linguagem compreensível para
humanos e para máquinas.

Você conduz.

Refina.

Corta o excesso.

Escolhe o que presta.

Esse é o verdadeiro valor hoje: não o clique no botão,
mas a clareza no que se pede dele.

RESUMO

- A IA só é boa com um briefing bom.
- Genérico entra, genérico sai.
- O designer continua essencial: como intérprete, estrategista e filtro.
- Prompt bem feito exige contexto, direção e limites.
- Reclamar da IA sem revisar seu briefing é como culpar o forno por um bolo que você esqueceu de adoçar.

04

DIVIDINDO AS TAREFAS: QUEM FAZ O QUÊ?

Chega de crise por divisão desigual de tarefas. A IA faz o corre: pesquisa, coleta, variações, testes. Mas quem define a direção, o tom, o porquê de cada escolha, ainda é o designer. Neste capítulo, traçamos os limites de atuação de cada parte — com ferramentas, workflows e exemplos práticos.

IA AGILIZA. DESIGNER DIRECIONA. TODO MUNDO GANHA. MENOS O CAOS.

Se você já trabalhou com alguém que “faz de tudo”, sabe como isso costuma acabar: tarefas mal distribuídas, decisões emboladas, ninguém sabe quem define o quê e o projeto vira um liquidificador sem tampa.

É o que tem acontecido em muitos studios que começaram a usar IA sem combinar o jogo.

Resultado?

Designers frustrados, IAs sobrecarregadas (sim, no sentido figurado) e um monte de material bonito, mas sem identidade.

Hora de organizar a casa.

Neste capítulo, a gente traça a linha: o que é função da IA? O que continua sendo papel do designer? E como usar essa parceria de forma inteligente — e não como muleta?

TAREFAS IDEAIS PRA IA FAZER (E FAZER BEM)

A IA não pensa, mas sabe trabalhar. Ela adora execução, repetição e variações em massa.

Aqui estão tarefas que você pode (e deve) delegar a ela:

Pesquisa de referências visuais

- Geração de moodboards automáticos com base em estilos, temas e palavras-chave.
- Análise de paletas cromáticas em projetos similares.
- Detecção de tendências visuais em tempo real.

Geração de variações para brainstorming

- Testar diferentes composições tipográficas.
- Combinações visuais a partir de prompts bem direcionados.
- Gerar “pistas visuais” para você refinar.

Cuidado: não confunda isso com versões finais. A IA entrega rascunhos estilizados, não decisões.

Prototipagem rápida

- Montar mockups automatizados de peças em contexto (cartões, embalagens, etc).
- Simular aplicações para ajudar em defesa de conceito com o cliente.

TAREFAS QUE CONTINUAM SENDO DO DESIGNER (E NÃO ABRO MÃO)

A IA não entende o negócio. Não sente o público. Não saca ironia. Não percebe emoção.

Aqui estão as áreas onde o designer ainda reina soberano — e precisa continuar presente.

Criação e direção de conceito

- Definir o “porquê” do projeto.
- Traduzir valores da marca em soluções visuais.
- Alinhar expectativa, tom e intenção com o cliente.

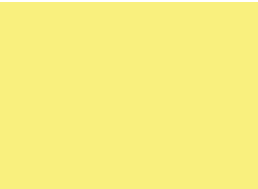
IA não traduz sensibilidade. E nem cultura. Ela pode te dar um monte de solução “bonita”, mas a ideia central — a alma do projeto — ainda depende de você.

Tom de voz visual e curadoria estética

- Escolher o que funciona e o que não.
- Criar conexões simbólicas coerentes.
- Eliminar o excesso gerado pela IA e montar a versão que faz sentido.

Curadoria é um novo superpoder.

O designer deixa de ser “quem cria tudo” e vira “quem escolhe o que realmente importa”.



TAREFAS QUE CONTINUAM SENDO DO DESIGNER (E NÃO ABRO MÃO)

Relacionamento com o cliente

- Fazer as perguntas certas.
- Traduzir expectativas em briefing.
- Defender decisões com argumento, não só com visual bonito.

O cliente não quer só ver.
Ele quer entender o porquê.

E essa conversa ainda é 100% humana.

UM WORKFLOW POSSÍVEL: DIVIDINDO SEM PERDER CONTROLE

Aqui vai uma sugestão de workflow prático, testável, pra você adaptar no dia a dia:

1 - Briefing claro (criado por você, com base em escuta ativa).

2 - Geração de moodboard com IA, a partir de palavras-chave, estilo e referências.

3 - Criação de variações com IA, com prompts objetivos (como vimos no Capítulo 3).

4 - Curadoria das ideias geradas, filtrando o que serve.

5 - Construção do conceito: você alinha, amarra e define o que entra no projeto.

6 - Protótipos/mocks com IA, pra defender visualmente.

7 - Apresentação ao cliente, com narrativa feita por você — e não por uma ferramenta.

Esse modelo não substitui você.

Ele te amplifica.

Te dá mais tempo pra pensar.

E menos tempo arrastando vetor por obrigação.

A IA É A SUA ESTAGIÁRIA DE LUXO. TRATE COMO TAL.

Ela trabalha rápido, sim.

Mas não tem critério.

Ela entrega sem reclamar, sim.

Mas não entende nuance.

Ela obedece.

E é por isso que **você ainda precisa liderar.**

Trate a IA como o estagiário talentoso e barulhento que precisa de direção clara.

Não como um oráculo.

Não como rival.

E, por favor, não como salvadora.

RESUMO

- A IA é ótima em pesquisa, variações e prototipagem – mas ruim em decidir.
- O designer ainda é o cérebro do projeto: pensa, escolhe, defende.
- Workflows mistos (IA + você) são mais produtivos e mais estratégicos.
- Seu novo papel exige menos execução burra e mais curadoria com intenção.
- Quem domina o processo não é quem sabe apertar mais botão – é quem sabe onde está indo.

05

CUIDADO COM A TRAIÇÃO CRIATIVA

Será que é mesmo seu esse layout? Aquela imagem veio de onde? Aqui a discussão é sobre ética, autoria e os riscos de confiar cegamente em ferramentas que se alimentam do trabalho alheio. Um capítulo que vai deixar você desconfiado até da sombra da sua paleta.

A IA É RÁPIDA, MAS PODE ESTAR COPIANDO NA SUA CARA.

Você pede pra IA gerar um logo para um projeto de cosméticos veganos.

Ela entrega.

Lindão.

Refinado.

Parece coisa da Lush com pitadas da Aesop.

Você apresenta pro cliente, que ama.

Fecha.

Fatura.

Meses depois, você recebe um e-mail dizendo que aquele mesmo ícone já apareceu em outro projeto da Argentina — só que criado dois anos antes.

Surpresa:

você foi traído.

Pior:

foi cúmplice da traição.

A IA NÃO CRIA DO ZERO. ELA COLHE — E MISTURA.

Essa é a parte que muita gente ainda não entendeu:

IA generativa não parte do nada.

Ela se alimenta de bancos gigantescos de imagens, projetos, obras registradas, fotos de portfólio, conceitos autorais

— **tudo isso coletado em escala massiva.**

Muitas vezes sem autorização dos criadores originais.

O que ela entrega não é plágio direto, mas um remix sofisticado.

E aí está o perigo:

ela não avisa de onde veio cada referência.

CASOS REAIS: JÁ ACONTECEU E TÁ ACONTECENDO

Depoimento de Rafael Nunes, designer de marcas (SP):

“Usei um gerador de logos pra testar ideias iniciais pra uma marca de moda. Uma das variações ficou ótima. Quando mostrei no grupo, um amigo me mandou o link de uma marca da França com símbolo praticamente idêntico. Eu nem sabia que existia. Nunca mais usei IA sem antes fazer uma pesquisa reversa de imagem.”

Isso não é caso isolado.

Em 2023

A Getty Images processou a Stability AI (criadora do Stable Diffusion) por uso indevido de imagens protegidas por direitos autorais para treinar IA.

Em 2024

Ilustradores japoneses denunciaram que seus estilos estavam sendo replicados por IA, com detalhes tão precisos que parecia trabalho manual.

E A LEI, O QUE DIZ?

No Brasil, a **Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98)** protege qualquer obra intelectual original — inclusive logos, ilustrações, composições gráficas. Se você, mesmo sem intenção, usa algo derivado de uma obra protegida, **pode responder por uso indevido**.

E mais:

como a IA não é pessoa, ela não pode ser titular de direitos autorais.

Ou seja:

o que ela gera só é seu se não violar os direitos de outra pessoa.

E isso, na prática, é um campo minado.

Nos EUA, o Escritório de Direitos Autorais (U.S. Copyright Office) já publicou parecer oficial:

"Obras geradas inteiramente por IA, sem intervenção humana substancial, não são passíveis de registro autoral."

Traduzindo:

Se você joga um prompt, recebe uma imagem e acha que aquilo é "seu"... não é bem assim.

ENTÃO QUER DIZER QUE USAR IA É ARRISCADO?

Não.

Quer dizer que usar IA **sem
consciência** é arriscado.

Você pode (e deve) usar IA no processo.

Mas:

- Evite usar a imagem gerada como produto final sem adaptação.
- Não use IA como fábrica de logo. Use como rascunho, ponto de partida.
- Faça sempre uma pesquisa reversa de imagem (Google Lens, Tineye).
- Prefira IA que seja treinada com banco de dados livre de direitos autorais (como o Adobe Firefly).
- Seja transparente com o cliente sobre o que foi feito com IA — e o que foi criação sua.

O PERIGO DO “ESTILO ROUBADO”

Outro ponto delicado:

**o uso de estilos de artistas vivos sem
autorização.**

Pedir à IA “**crie um logo no estilo do Stefan
Sagmeister**” ou “**desenho vetorial no traço do Banksy**”
é tecnicamente possível

– mas eticamente podre.

É como encomendar um quadro e pedir pra IA imitar o
traço de um artista que ainda está vendendo sua
própria arte.

**Roubar o estilo de alguém é como usar a
roupa de outra pessoa no seu portfólio.**

O VERDADEIRO DIFERENCIAL: IDENTIDADE COM ÉTICA

No fim das contas, o designer que se destaca não é o que recria visual bonito, mas o que:

- Traz soluções originais,
- Respeita autoria,
- Cria com contexto,
- E defende ideias com clareza.

O mercado já está começando a separar quem usa IA com inteligência de quem só repete prompt genérico e entrega trabalho reciclado.

RESUMO

- A IA não cria, ela recompõe com base em dados existentes.
- Há riscos legais e éticos sérios no uso inconsciente de IA.
- Faça curadoria, pesquise origem, e nunca use como entrega final sem filtro.
- Evite imitar estilos de artistas vivos — isso é apropriação, não homenagem.
- IA não é atalho pra criatividade. É ferramenta pra potencializar a sua.

06

O CLIENTE NO MEIO DO CASAL

“O designer usou IA? Então por que cobrar esse valor?” — Se você já ouviu isso, este capítulo é pra você. Vamos falar sobre como educar o cliente, explicar o processo e mostrar que IA não é milagre, é ferramenta. E que bom design continua valendo cada centavo.

COMO USAR IA SEM DESVALORIZAR SEU TRABALHO (OU PERDER O CLIENTE)

Cenário clássico:

Você apresenta a proposta visual do projeto.
O cliente adora. Fica empolgado. E aí solta a bomba:

■ **"Você usou inteligência artificial nisso?"**

Você responde:

■ **"Sim, em parte do processo."**

E ele rebate, com a cara meio torta:

■ **"Mas... então por que eu tô pagando por isso se foi a máquina que fez?"**

Bem-vindo ao centro da DR tripla:

you, the AI and the client in the middle.

A FALSA IDEIA DE QUE IA = TRABALHO FÁCIL

O grande mito que ronda a IA no design é esse:

**“Se foi feito com IA, deve ter sido fácil,
rápido e automático. Logo, barato.”**

Só que o cliente não vê o processo, só vê o resultado.

E aí, **se você não explicar o que foi feito**, ele supõe que o projeto foi gerado como um print de Instagram com filtro pronto.

**É sua responsabilidade mostrar que IA foi
ferramenta, não protagonista.**

COMO POSICIONAR A IA SEM DESVALORIZAR O PROJETO

Use esse mantra:

**“A IA fez parte do processo.
A direção foi minha.”**

Você pode até usar analogias na conversa com o cliente, tipo:

- “A IA é como uma calculadora: ela resolve mais rápido, mas sou eu que sei qual conta fazer.”
- “Ela acelera as opções, mas quem escolhe a certa sou eu.”
- “É como usar um drone pra fotografar. O drone voa — mas eu é que escolho o enquadramento.”

O cliente precisa entender que seu trabalho está no pensamento, nas escolhas, na direção criativa.

A IA só agiliza.

Não decide.

Não conceitua.

Não argumenta na reunião.

MAS DEVO CONTAR QUE USEI IA?

Sim. E com naturalidade.

Transparência gera confiança.

E você pode usar isso a seu favor:

- Mostre como a IA otimizou o tempo de desenvolvimento.
- Explique como ela foi usada para gerar opções e ampliar repertório visual.
- Diga que isso permitiu focar mais tempo no conceito e menos em tarefas mecânicas.

Transforme a IA em valor agregado, não em ameaça.

Exemplo prático de discurso:

“Usei IA para explorar possibilidades visuais com mais rapidez. Isso me permitiu testar abordagens que talvez demorassem dias – e com isso consegui investir mais tempo no refinamento da solução que te apresentei.”

Simples. Honesto. E claro.

COMO RESPONDER À FAMOSA PERGUNTA: “MAS NÃO FICOU MAIS FÁCIL COM IA?”

Ficou.

Mas não ficou menos complexo.

Essa é a resposta.

Sim, o trabalho ficou mais ágil em algumas etapas.
Mas pensar, dirigir, montar narrativa visual, adaptar ao público-alvo — nada disso a IA resolveu.

**“Não cobro pela execução,
cobro pelo pensamento.”**

O valor está no conceito, não no clique.

Quem entende isso, valoriza seu trabalho.
Quem não entende, provavelmente nunca valorizou
mesmo.

QUANDO O CLIENTE QUER USAR IA SOZINHO

Outro cenário comum: o cliente vê o que a IA faz e pensa:

“Ué, então por que eu mesmo não uso e economizo?”

Aqui, você precisa deixar claro que:

- IA gera imagens. Mas não garante coerência com marca, posicionamento ou público.
- Ela entrega volume. Mas não faz curadoria.
- Ela obedece comandos. Mas não cria soluções estratégicas.

Use exemplos.

Mostre comparações entre o que um prompt entrega e o que você refinou a partir dele.

Faça o cliente perceber a diferença entre imagem genérica e proposta com intenção.

RESUMO

- Cliente precisa entender que IA foi ferramenta, não substituição.
- Transparência constrói autoridade e reforça seu papel como estrategista.
- Use analogias simples para explicar sua atuação no processo.
- Reforce que a IA agiliza etapas, mas o valor continua na decisão criativa.
- Mostre, com exemplos, o que acontece quando se usa IA sem direção — e o que muda quando entra um designer no jogo.

07

TERAPIA DE CASAL: COMO AJUSTAR A CONVIVÊNCIA

É possível trabalhar
junto e evitar brigas.
Aqui a gente entra no
modo prático: quais
ferramentas usar,
quando chamar a IA,
quando dar um tempo.
Um capítulo para quem
quer uma relação
funcional, produtiva e
sem crises existenciais
a cada prompt.

NEM TUDO É AMOR, MAS DÁ PRA CONVIVER SEM TRETAR.

Ok, vocês se conheceram, ficaram, brigaram, passaram pela fase do “cliente no meio do rolo” e agora... bem, agora chegou a hora de resolver a convivência.

Porque trabalhar com IA é isso: um relacionamento que exige limites claros, comunicação direta e, às vezes, uma dose de paciência.

Esse capítulo é o guia prático que faltava pra essa relação não virar um triângulo tóxico entre você, a IA e o deadline.

PASSO 1:

DEFINA O PAPEL DA IA NO SEU PROCESSO

Antes de qualquer coisa, você precisa decidir como a IA entra no seu studio.

Ela não é funcionário fixo.

Nem freelancer.

Nem guru espiritual.

Ela é assistente técnica.

E como toda assistente, funciona melhor quando sabe o que precisa fazer — e o que não é da alçada dela.

Perguntas que você pode (e deve) se fazer:

- Em quais partes do processo a IA pode agilizar sem afetar a qualidade?
- Em que momentos ela mais ajuda: pesquisa? brainstorming? protótipos?
- Onde ela atrapalha ou confunde mais do que resolve?

Diagnóstico feito = meio caminho andado.

PASSO 2:

CRIE UM “WORKFLOW MISTO” REALISTA

Aqui vai um modelo funcional de fluxo híbrido que você pode testar no dia a dia:

1 - Briefing afiado

Nada de “moderno e bonito”. Use perguntas boas. Entenda o contexto.

2 - Pesquisa visual com IA

Gere moodboards, explore estilos, amplie o olhar.

3 - Brainstorm de possibilidades com IA

Use ferramentas generativas pra testar caminhos visuais.

4 - Curadoria e filtro por você

É aqui que você entra de verdade. Refina. Corta. Escolhe.

5 - Construção de conceito

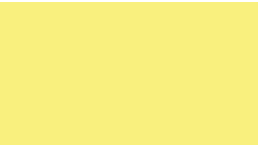
Agora sim: defina estrutura, narrativa visual e argumentos.

6 - Prototipação com IA

Simule uso prático (aplicações, variações, versões contextuais).

7 - Apresentação com storytelling

Você fecha a entrega como sempre: com cabeça, intenção e direção.



PASSO 2: CRIE UM “WORKFLOW MISTO” REALISTA

Esse fluxo pode ser adaptado, estendido ou encurtado.

Mas ele tem um eixo claro:

IA ajuda, você lidera.

PASSO 3:

ESTABELEÇA LIMITES PARA NÃO SE PERDER NO MEIO DO PROMPT

Um **erro comum**: querer resolver tudo com IA.

Se você começa a jogar prompt atrás de prompt tentando “chegar no conceito certo”, tá usando IA como muleta, não como apoio.

A IA ajuda a caminhar, mas não decide pra onde você vai.

Dica prática:

Limite o tempo e a quantidade de variações por projeto.

Exemplo:

"Vou testar 10 prompts diferentes, no máximo. Depois disso, paro e filtro."

Isso te obriga a pensar mais e gerar menos lixo visual.

PASSO 4:

DOCUMENTE SEU PROCESSO HÍBRIDO

Isso aqui vai salvar sua pele — com o cliente, com você mesmo e com a memória futura.

Crie um modelo de **ficha de projeto** que inclua:

- **Trechos do briefing original**
- **Print dos melhores resultados da IA**
- **Suas anotações e comentários sobre escolhas**
- **Esboço da proposta final**
- **Racional da entrega**

Quando alguém perguntar “mas o que foi feito por você e o que foi a IA?”, você mostra, com clareza, o caminho percorrido.

Isso é profissionalismo. E blindagem.

RESUMO

- A IA é uma assistente. Não é sócia nem terapeuta.
- Defina onde ela entra e onde você precisa assumir o volante.
- Use ferramentas de forma estratégica — e com limites.
- Crie um fluxo realista, híbrido e documentado.
- Mais importante que gerar rápido é decidir com critério.

ESTAMOS PRONTOS PARA O PRÓXIMO PASSO?

A IA vai aprender a criar conceito? Ter bom gosto? Saber o que o cliente realmente quis dizer quando pediu algo “moderno e retrô ao mesmo tempo”? Não sabemos. Mas dá pra prever tendências, discutir riscos e se preparar para o que vem.

Spoiler:
quem pensa, sobrevive.

A IA VAI EVOLUIR. E VOCÊ?

Chegamos naquele ponto da relação em que a pergunta bate forte:

“E agora, vamos morar juntos... ou cada um segue seu caminho?”

Spoiler:

não tem caminho sem IA.

O próximo passo não é opcional — **é inevitável.**

A única escolha real que o designer tem é como vai se posicionar diante disso:

como **protagonista** ou como **espectador**.

O FUTURO JÁ NÃO É MAIS SOBRE GERAÇÃO DE IMAGEM

Até agora, a IA vem surpreendendo com o visual.

Mas os grandes **movimentos** que vêm por aí estão mirando outra coisa: **decisão** e **contexto**.

Empresas como **OpenAI**, **Adobe**, **Runway** e **Google** já estão testando modelos que conseguem:

- Analisar identidades de marca e sugerir peças novas coerentes.
- Avaliar a linguagem de um layout e adequar o tom à audiência.
- Rastrear referências e construir "conceitos visuais" a partir de padrões culturais.

Estamos falando de IAs que vão começar a **simular pensamento estratégico** — ou pelo menos parecer que estão fazendo isso.

Vamos chamar de “designer-AI 2.0”: não só uma máquina que faz arte, mas que tenta decidir o que funciona melhor com base em dados de comportamento, tendência e estilo.

MAS CALMA: PARECER NÃO É SER

Antes do pânico, respira.

A IA pode simular contexto, mas ela ainda não tem:

- Vivência.
- Contradição.
- Intuição.
- Subjetividade.

Ela pode cruzar dados.

Mas ela **não sabe** o que é estar numa reunião com um cliente inseguro, cheio de trauma com a agência anterior, que não quer uma abelha no logo porque tem traumas com insetos.

Ela não lê ambiente.

Ela não percebe o olhar do cliente quando você fala "conceito".

Ela não cria com afeto.

Ainda não.

E é aí que mora o seu maior trunfo: o olhar humano.

Esse olhar que é feito de cultura, repertório, escuta e sensibilidade.

O QUE O DESIGNER PRECISA DESENVOLVER AGORA

Se a IA vai continuar evoluindo em execução, você precisa evoluir em direção.

Aqui vão os novos skills que vão separar os designers genéricos dos **insubstituíveis**:

Curadoria crítica

Saber escolher o que serve e o que não serve.
Filtrar ruído. Defender estética com argumento.

Narrativa de projeto

Saber contar por que o design está assim.
Conectar forma com função, com emoção e com negócio.

Escuta estratégica

Aprender a ouvir o cliente além do que ele diz.
Interpretar necessidade, insegurança, desejo.

Foco em resultado, não só em visual

O design que sobrevive é o que resolve problema,
engaja público, gera ação.
Bonito é ótimo. Mas funcional é indispensável.

Capacidade de orquestração

Conectar IA, estratégia, cliente, marca e cultura em uma entrega coerente.
Você vira maestro. A IA é só um dos instrumentos.

SE VOCÊ NÃO EVOLUIR, A IA ASSUME O QUE VOCÊ DEIXOU VAZIO

O mercado é pragmático.

Se o designer não mostra valor além da entrega visual, o cliente vai testar a IA.

Se você só entrega o que a IA também entrega, vai ser comparado em preço, não em qualidade.

Mas se você:

- Cria conceito,
- Conduz o processo,
- Atua como consultor,
- Educa o cliente,
- E entrega visual com sentido,

... então ninguém vai conseguir te substituir com um botão.

RESUMO

- A IA vai continuar evoluindo: mais contexto, mais decisão, mais “esperteza”.
- Seu diferencial agora é humano: crítica, empatia, vivência, direção.
- Designer que pensa vira líder. Designer que só executa, vira botão.
- Não lute contra a IA. Evolua ao lado dela.
- O futuro não é “com ou sem IA”. É quem comanda o processo.

09

MANUAL DA BOA CONVIVÊNCIA

Uma DR final pra selar a paz. Aqui você encontra dicas, práticas recomendadas e alertas para manter seu processo criativo afiado — com IA na equipe, mas não no volante.

REGRAS SIMPLES PARA UMA RELAÇÃO CRIATIVA, PRODUTIVA E SEM DR

Se você chegou até aqui, **parabéns**.

Você sobreviveu ao impacto da IA, passou pela fase do deslumbramento, encarou a ética da coisa, educou o cliente, ajustou o workflow e olhou pro futuro de frente.

Agora, pra encerrar, aqui vai o que todo casal criativo precisa:

Um acordo de convivência.

Nada de cláusulas contratuais.

Só regras claras, diretas, baseadas em tudo que vimos até aqui.

OS 10 MANDAMENTOS DA RELAÇÃO DESIGNER + IA

1 - Terás a IA como aliada, não como substituta.

Ela corre por você, mas não pensa por você.

2 - Não farás do prompt tua única fonte de inspiração.

Se depender só da IA pra criar, você já perdeu a mão.

3 - Honrarás o briefing acima de tudo.

IA sem briefing bom é arma carregada na mão de quem não mira.

4 - Serás transparente com o cliente.

Contar como usa a IA mostra ética — e reforça seu valor como direção criativa.

5 - Não te deixarás seduzir por visuais vazios.

Bonito sem propósito é como relacionamento sem conversa: impressiona, mas não sustenta.

OS 10 MANDAMENTOS DA RELAÇÃO DESIGNER + IA

6 - Farás curadoria como um editor de revista premium.

Separar joia de entulho é o novo diferencial.

7 - Não plagiarás, nem permitirás que a IA o faça por ti.

Estilo não se rouba. Se admira, se referencia, se reinventa — com respeito.

8 - Educarás o cliente com paciência (e firmeza).

IA não é motivo pra desvalorizar o projeto. Mostre o que é processo e o que é direção.

9 - Dominarás o fluxo misto com maturidade.

Você é o maestro. A IA é um instrumento. E seu portfólio é a sinfonia.

10 - E acima de tudo: protegerás teu olhar crítico.

Esse é teu bem mais valioso. O único que a IA não consegue copiar.

DICAS PRÁTICAS PRA LEMBRAR NO DIA A DIA

- Use IA no início. Refine no meio. Finalize com a sua cabeça.
- Crie pastas: “inspirou”, “gerou”, “funcionou”, “rejeitei”. Isso ajuda na curadoria e na organização.
- Mantenha logs dos melhores prompts e do racional por trás de cada escolha.
- Evite “brincar de IA” durante a entrega de projeto — isso te tira do foco e cria ansiedade de produção.
- E lembre-se: você não precisa usar IA em tudo. Use quando fizer sentido.

**SE FOR PRA DECORAR
UMA FRASE SÓ, QUE
SEJA ESSA:**

**“A IA faz o corre. O
Designer dá o tom.”**

Esse livro começou com essa ideia — e termina reafirmando ela com convicção.

Não é sobre brigar com a tecnologia.

É sobre liderar o processo criativo, mesmo com uma ferramenta poderosa ao seu lado.

Quem pensa, direciona.

Quem só gera, substitui.

Você decide em qual grupo vai estar.

EPÍLOGO

PARA ALÉM DOS PROMPTS

Porque pensar nunca sai de moda.

No fim das contas, o que a IA fez foi tirar o design da sua zona de conforto.

Ela acelerou processos, gerou imagens impressionantes, bagunçou o mercado e deixou um monte de gente em crise existencial. Mas também abriu espaço pra uma conversa que estava engasgada fazia tempo:

por que, afinal, você faz design?

Se foi só pelo “fazer bonito”, sinto dizer: o botão já te superou.

Mas se foi porque você acredita em ideias com intenção, em forma com função, em estética com argumento, então o jogo ainda é seu.

O mundo vai continuar mudando. A IA vai evoluir.

Mas o que nunca vai sair de moda é gente que sabe pensar, sentir, ouvir, decidir, criar com propósito.

E talvez, no fim das contas, esse seja o verdadeiro próximo passo da relação: **usar a IA como ferramenta para ser um designer ainda mais humano.**

Fechamos aqui com um acordo silencioso:

Você continua pensando, e ela continua correndo.

Agora vai lá.

Tem muita criação te esperando — e agora você tem mais uma aliada no processo.

OUTROS CAMINHOS. MESMO PROPÓSITO.

Se este livro falou com você, talvez outros também falem.

Cada obra desta coleção nasce de um ponto de tensão:
entre o que projetamos e o que sentimos,
entre o que comunicamos e o que entregamos,
entre o que o mundo espera... e o que escolhemos oferecer.

São livros diferentes.

Mas todos têm o mesmo compromisso:

**provocar, destravar, questionar – e convidar você a criar
com mais verdade.**

Explore os outros títulos.

Eles continuam a conversa que começamos aqui.

Com outras perguntas. Outras dores. E novas provocações.

