

DEU BRANCO.
IAgora?

fernando alonso

DEU BRANCO.

IAgora?

2025 - voxlibri

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

DEU BRANCO. IAgora?

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 criativos que já encararam o abismo
branco de uma tela vazia,
o cursor piscando como se dissesse: “E aí,
genialidade, cadê você?”

Pra quem já sentiu que a ideia sumiu, que a
referência fugiu,
e que o prazo tá rindo da sua cara.

E, principalmente,
pra você que teve a humildade (ou o desespero)
de chamar a IA pra conversar.
Não como inimiga. Mas como parceira.
Como aquele empurrão que você precisava
quando a mente travou.

Esse livro é pra lembrar que o branco passa.
E que agora, com IA...
passa até mais rápido.

INTRODUÇÃO

SE DEU BRANCO, BEM-VINDO AO CLUBE.

Você senta na frente do computador.
Briefing aberto, timeline piscando, café esfriando.
E nada.

O cursor pisca como se estivesse te julgando.
A mente, antes cheia de ideias, agora parece um deserto pós-apocalipse com Wi-Fi.
Você tenta puxar referência, tenta mexer em layout antigo, tenta abrir o Behance pela quinta vez...
Nada flui. Nada encaixa. Deu branco.

Se você já passou por isso — e se tá com esse livro na mão, a chance é grande — saiba que não tem nada de errado com você.
Criatividade não é torneira.
É rio. E às vezes o leito seca.
A diferença entre os que travam e os que seguem em frente não é talento.
É saber o que fazer quando o fluxo para.

E aí entra a IA.

Mas calma.
Esse não é mais um livro-foguete sobre como “a inteligência artificial vai revolucionar o design”.

A ideia aqui não é te transformar em tech evangelista nem te ensinar a apertar botão.

A proposta é explorar, com humor e senso crítico, como a IA pode ser uma baita parceira no momento mais ingrato da criação: o travamento.

INTRODUÇÃO

Este livro é pra você que:

- Já olhou pra tela e pensou “não sei nem por onde começar”.
- Já usou IA no design e achou incrível... ou frustrante.
- Já ficou inseguro se podia ou não usar aquilo que a IA gerou.
- Já sentiu que seus projetos estavam meio repetitivos, previsíveis.
- Já quis rir da própria crise criativa, mas não tinha com quem.

O que você vai encontrar aqui:

- Técnicas práticas pra sair do bloqueio usando IA
- Exemplos de prompts provocativos
- Reflexões sobre ética e autoria
- Exercícios com o nonsense como ferramenta
- Um papo reto sobre direção criativa
- E metáforas boas o bastante pra virar post no Instagram

Tudo isso com leveza, ironia quando precisar,
e respeito total ao que você é:

um criador que pensa, sente e se reinventa.

Se você veio aqui esperando respostas prontas, talvez erre o caminho.

Mas se veio buscar **perguntas melhores,**
novos pontos de partida

e uma forma mais humana (e divertida) de lidar com a IA,
então abre aí na primeira página.

Tem um branco esperando pra ser colorido.

CAPÍTULOS

- 01 O BRANCO CRIATIVO NÃO É FRESCURA
- 02 ANTES DE PEDIR AJUDA, RESPIRA
- 03 AGORA SIM: IA, ME DÁ UMA LUZ
- 04 PROMPT NÃO É MÁGICA: É MAPA
- 05 NÃO É PRA USAR, É PRA REAGIR
- 06 EXPLORE ALÉM DA SUA BOLHA VISUAL
- 07 TRAVOU DE NOVO? TESTA O ABSURDO
- 08 OK, DESTRAVEI. E AGORA?
- 09 IA PODE OU NÃO PODE?
E O CLIENTE, E OS DIREITOS?
- 10 VOCÊ NÃO VAI VENCER A IA.
MAS PODE TRABALHAR COM ELA

CAPÍTULO 01

O BRANCO CRIATIVO NÃO É FRESCURA

Você não está com preguiça. Você está travado. E a tela vazia não perdoa ninguém. Neste capítulo, falamos sobre como e por que o branco aparece — e como parar de tratar isso como falha pessoal.

O SILÊNCIO ENTRE IDEIAS TAMBÉM É PARTE DO PROCESSO

Você acorda, já sabendo que hoje tem entrega.
O projeto está aberto. A música está rolando. O café até
esfriou.
Você olha pra tela.
A tela olha de volta.

Nada acontece.

Você tenta uma paleta, volta.
Testa uma tipografia, apaga.
Abre o Pinterest, fecha o Pinterest, abre de novo, entra
no Instagram, passa três stories e já esqueceu o que
estava fazendo.

E aí vem o pensamento sórdido, aquele que só aparece
quando você está vulnerável:

“Será que eu perdi a mão?”

“Será que era só sorte?”

“E se eu nunca mais conseguir criar algo bom?”

Esse é o **branco criativo**. Mas o nome engana.
Porque não é branco.
É denso. É carregado. É barulhento por dentro.

O TRAVAMENTO NÃO É FALTA DE IDEIA

É excesso de cobrança.

Muita gente acha que travar é não ter nada. Mas quase sempre, é o contrário:

é ter ideias demais, dúvidas demais, filtros demais, autocensura demais.

É estar tão obcecado por acertar que o medo de errar paralisa tudo.

Você quer que o projeto seja bom. Original. Bonito.

Coerente. Único. Que funcione em 6 cores e num banner em preto e branco.

Que o cliente ame.

Que os colegas respeitem.

Que dê orgulho de postar.

Que entre pro portfólio.

E que pague os boletos.

É muita expectativa pra um cérebro só.

TRAVAR É UM GRITO SILENCIOSO DO SEU PROCESSO CRIATIVO

Você não está "dando desculpa".

Você está tentando proteger o que tem de mais precioso: a sua capacidade de criar com sentido.

O bloqueio é o aviso que vem antes do colapso.

É o "preciso respirar" antes do "vou embora".

É o "espera um pouco" do seu cérebro tentando reordenar as peças do quebra-cabeça.

Respeitar o branco é respeitar sua trajetória criativa.

E mais: é aceitar que, às vezes, não vai vir.

E tudo bem.

MAS O MERCADO NÃO RESPEITA O TEMPO INTERNO

Aqui está o problema real:

o cliente não quer saber.

O prazo não espera.

O pitch não vai se reagendar sozinho porque "você não tava inspirado".

E é aí que mora a crueldade da nossa profissão:

a gente vende algo subjetivo com um modelo de entrega objetivo.

Você é cobrado por consistência...

...num trabalho que depende de momentos de caos criativo.

E AÍ VEM A IA: NEM SALVADORA, NEM VILÃ

Neste livro, a IA não é a estrela. Nem a inimiga.

Ela é a personagem que entra **no momento certo da crise**, não pra substituir, mas pra sacudir o cenário.

Ela serve pra mostrar algo que você não veria sozinho naquele momento.

Não porque você é incompetente, mas porque você está com o campo de visão travado.

Ela pode:

- Jogar ideias absurdas pra te fazer rir e sair da tensão.
- Gerar composições que você nunca testaria por insegurança.
- Abrir caminhos que você vai recusar – mas só por vê-los, você destrava outros.

Isso não é plágio.

Não é atalho.

É estratégia criativa.

TRAVAR É HUMANO. DESTRAVAR TAMBÉM PODE SER

Tem gente que precisa caminhar.

Tem gente que escreve palavras soltas.

Tem gente que xinga, come chocolate, ouve Nina Simone.

E tem gente que abre um prompt e digita:

“Logotipo para uma pizzeria no espaço que só entrega aos domingos à noite.”

Nada disso vai pro projeto. Mas vai pra você.

Criar é um gesto de permissão.

E às vezes, o branco vem porque você está esperando autorização pra começar.

O QUE ESSE LIVRO QUER TE DIZER LOGO DE CARA:

Você não está sozinho.

Não está perdido.

E, principalmente: **não está acabado.**

Travamento criativo é parte do ciclo.

É uma pausa necessária, às vezes dura, às vezes cansativa
– mas nunca definitiva.

E se existe uma ferramenta que pode te ajudar a sair dessa
com leveza e liberdade, por que não usar?

RESUMO

- O branco criativo é uma pausa carregada de pressão e medo.
- Ele vem mais de autocobrança do que de falta de ideia.
- O mercado não respeita isso, mas você pode aprender a respeitar.
- A IA entra como provocadora, não como solução mágica.
- Travar é natural. Destruar é questão de estratégia.
- E a gente vai falar muito sobre isso daqui pra frente.

CAPÍTULO 02

ANTES DE PEDIR AJUDA, RESPIRA

Nem sempre é hora de acionar IA, Pinterest ou o grupo dos amigos. Às vezes, o desbloqueio começa em silêncio.

Aqui, listamos formas analógicas (e humanas) de reaquecer o cérebro antes do prompt.

A CRIATIVIDADE TAMBÉM PRECISA DE SILÊNCIO, NÃO SÓ DE ESTÍMULO

A cena é familiar: você trava, já sente a pressão bater no peito, abre a IA e manda um prompt qualquer só pra ver se algo aparece.

"Logo moderno, minimalista, cores sóbrias."

"Cartaz retrô com vibes futuristas e textura de papel queimado."

"Cria algo pra mim, tô sem cabeça."

Você joga as palavras no prompt como se estivesse pescando ideia no escuro.

Mas, na real, o que seu processo criativo precisava era outra coisa: **um respiro.**

O IMPULSO DE CORRER PRA IA É COMPREENSÍVEL. MAS NEM SEMPRE É ÚTIL

Porque vamos ser sinceros: **o ato de criar com IA é viciante.**

Ela entrega rápido. Impressiona.
Dá uma falsa sensação de produtividade.

Mas esse "rush" visual pode ser só isso mesmo: **pico de estímulo, sem direção.**

Você se distrai da dor criativa, mas não resolve a origem.

ÀS VEZES, O CÉREBRO SÓ QUER ESPAÇO PRA PENSAR SEM COBRANÇA

Sabe o que parece improdutivo, mas desbloqueia mais do que mil prompts?

- Tomar banho.
- Fazer café.
- Lavar louça.
- Caminhar sem música.
- Ficar olhando pro teto.
- Escrever à mão qualquer coisa.

Isso não é enrolação.

É **reconfiguração cognitiva**.

Criar exige processamento em segundo plano.

E o problema é que a gente aprendeu a viver só no primeiro plano — o da performance.

O QUE A IA NÃO ENTREGA: O VAZIO FÉRTIL

A IA é ótima pra gerar variações, composições, até provocações.

Mas ela não sabe o que te **move**.

Ela não tem os seus ruídos, suas manias, seu olhar enviesado, sua bagagem emocional que transforma um briefing bobo em algo memorável.

E é aí que mora o perigo de correr cedo demais pra ela: você pula a parte onde poderia **sentir a direção antes de pedir a execução**.

TÉCNICAS DE “DESPRESSURIZAÇÃO CRIATIVA”

Antes de abrir o Midjourney, o DALL-E ou qualquer IA, tente isso:

1. O Desligamento Forçado (sim, você vai se odiar no começo)

Saia da tela. Desconecta.

Coloque um timer de 15 minutos e vá fazer algo físico: andar, varrer, cortar papel.

Seu cérebro vai querer voltar. Ignore. Ele vai se ajustar.

2. A Lista Inútil

Pegue papel e caneta. Escreva ideias ruins de propósito.

Título ruim, cor errada, estilo datado.

Isso tira a pressão do “tem que ser bom” e ativa o fluxo criativo.

3. A Pergunta Quebradora

Em vez de “o que eu vou criar?”, pergunte:

“O que eu quero provocar com esse projeto?”

Isso muda o foco do visual para o propósito.

4. O Mudo Interno

Fique 5 minutos em completo silêncio. Sem música, sem tela, sem fala.

Só ouvindo o que ainda está aí dentro.

5. A Caçada de Sentido

Navegue no seu próprio trabalho anterior.

Releia projetos antigos.

Muitas vezes, o que você precisa já saiu de você uma vez.

E pode sair de novo.

IA DEPOIS. SEMPRE DEPOIS. NUNCA PRIMEIRO.

A IA é ferramenta.

Mas a matéria-prima – a pergunta certa, o incômodo real, o desejo de expressar – essa é sua.

E ela precisa de um minuto pra respirar antes de ser traduzida em comando.

RESUMO

- Nem todo travamento se resolve com estímulo.
- A IA é boa de entrega, mas ruim de escuta.
- Seu cérebro precisa de tempo, espaço e silêncio pra criar.
- O vazio tem valor. A pausa tem função.
- A IA entra depois que você entra em você.

CAPÍTULO 03

AGORA SIM: IA, ME DÁ UMA LUZ

Quando o branco insiste, o prompt pode dar o empurrão. Neste capítulo, você aprende a usar a IA como provocadora de ideias — sem expectativa de perfeição, só de movimento.

VOCÊ PAROU. RESPIROU. ENTENDEU O QUE QUERIA. AGORA DEIXA A IA PROVOCAR

Depois do branco criativo e da pausa consciente, chega a hora de chamar reforço. Mas agora, **sem culpa e sem pressa**.

Porque nesse momento, a IA não entra como salvadora. Ela entra como **fáisca**.

A fáisca não é o fogo, mas pode ser o começo.

E é isso que a IA oferece aqui: **um início**.

Uma provocação visual ou textual que cutuca seu processo criativo.

A IA NÃO TRAZ RESPOSTAS. TRAZ ESPELHOS

Você digita um prompt.

A IA devolve imagens, frases, sugestões.

Algumas são interessantes. Outras são lixo.

Mas todas têm um valor: **te mostrar o que você quer
– ou o que você definitivamente não quer.**

É como quando você prova uma roupa feia e diz “não, isso eu não sou”.

Paradoxalmente, isso **ajuda a descobrir o que você é.**

A PROVOCAÇÃO VISUAL COMO FERRAMENTA CRIATIVA

Muita gente ainda usa IA como se fosse uma fábrica de logos.

Mas a inteligência está em usá-la como um gerador de fricção.

Uma IA não precisa te entregar a solução.

Ela só precisa te provocar a ponto de você dizer:

"Isso me incomodou."

"Isso me fez rir."

"Isso tá quase... mas não."

"E se eu juntasse isso com aquilo?"

Bem-vindo ao fluxo.

Esse momento entre o "quase" e o "ainda não" é onde nasce a faísca real.

COMO USAR IA DE FORMA INTELIGENTE NO DESBLOQUEIO

Aqui vão **4 formas estratégicas de usar IA** quando você já passou pelo respiro e agora quer provocar seu cérebro de novo:

1. O Prompt-Explosão

Digite o oposto do que você está tentando fazer.

Exemplo:

Se o projeto pede um logo institucional limpo, peça:
"Logo caótico, distorcido, feito por um robô bêbado dos anos 80."

Você não vai usar isso. Mas o absurdo **abre sua mente pra possibilidades esquecidas.**

2. O Combina-e-reage

Peça à IA que misture estilos, épocas ou referências que você nunca combinaria.

"Identidade visual inspirada em origami japonês e visual de games de luta dos anos 90."

"Cartaz com a estética de filmes noir, mas com cores neon psicodélicas."

**Nem sempre sai algo bom.
Mas quase sempre sai algo que cutuca.**

COMO USAR IA DE FORMA INTELIGENTE NO DESBLOQUEIO

3. O “E se...?” visual

Use a IA pra gerar variações do que você já criou.

“Gere 5 variações mais ousadas dessa paleta.”

“Transforme esse layout numa versão brutalista.”

“Recrie isso como se fosse de uma banda punk fictícia.”

Você não está buscando a versão final. Está buscando o **susto criativo**.

4. O provocador de texto

Se o branco for conceitual (você não consegue nem pensar na ideia central), use IA como brainstorming de palavra-chave:

“Me dê 10 metáforas visuais para a palavra ‘renascimento’.”

“Ideias de nome que envolvem ‘tempo’ e ‘memória’ com pegada contemporânea.”

“Frases de impacto para um projeto que quer resgatar o afeto.”

A IA não é autoral. Mas te ajuda a lembrar da sua autoria.

RESUMO

- A IA entra quando você está pronto pra reagir – não pra se esconder.
- Use-a como provocadora, não como fábrica.
- Teste absurdos, misturas, contrastes.
- O que importa não é o que ela entrega. É o que você sente ao ver o que ela entregou.
- A criação continua sendo sua. A IA só descongela o fluxo.

CAPÍTULO 04

PROMPT NÃO É MÁGICA: É MAPA

Se você não sabe onde quer ir, qualquer imagem serve. Aqui mostramos como fazer prompts que geram resultados que realmente ajudam a sair do branco — e não criam só mais confusão.

SE VOCÊ NÃO SABE ONDE QUER IR, QUALQUER IMAGEM SERVE. E PROVAVELMENTE VAI SER RUIM

Você já deve ter passado por isso:

Você digita um prompt com as palavras que acha mais genéricas possíveis, tipo:

“Logotipo moderno, criativo, com toque artístico.”

E o que vem?

Uma salada visual com cara de briefing mal entendido.

Porque é isso mesmo: **o prompt é o briefing da IA.**

E briefing ruim = resultado ruim.

Com ou sem IA.

IA NÃO ADIVINHA. ELA OBEDECE

Ao contrário da sua cabeça criativa, que intui, interpreta e associa, a IA só responde ao que você mandou.

Ela **não entende o que você quis dizer**.

Ela só entende o que você efetivamente disse.

Se você for **vago**, ela vai ser **genérica**.

Se você for **confuso**, ela vai ser **caótica**.

Se você for direto, ela vai te dar algo com mais chance de ser útil — ou pelo menos provocativo.

O PROMPT COMO FERRAMENTA DE CLAREZA CRIATIVA

Aqui está o pulo do gato:

às vezes, escrever um bom prompt já é, por si só, um exercício de destravamento criativo.

Ao tentar explicar pra IA o que você quer ver, você se força a pensar:

- Que clima quero transmitir?
- Que estilo conversa com essa ideia?
- Que referências não quero?
- Qual o peso da cor?
- E se fosse mais leve?
- Mais ousado?
- Mais irônico?

Ou seja, você está **se ouvindo** enquanto formula o pedido. E isso, por si só, já vale o esforço.

PROMPT BOM É AQUELE QUE TEM INTENÇÃO. NÃO VOLUME

Não adianta fazer prompts quilométricos cheios de palavras soltas se você mesmo não sabe o que está buscando.

Prompt não é lista de compras.

Prompt é **direção com personalidade**.

Aqui vão alguns exemplos:



Genérico e fraco:

“Logotipo criativo e moderno, com cores interessantes.”

Resultado?

Um monte de genérico com cara de rebranding da Vivo.



Direcionado e provocador:

“Logotipo para projeto social urbano, com traços manuais, paleta terrosa e sensação de abraço visual. Evitar visual de ONG genérica.”

Resultado?

Mesmo que não venha o logo certo, o que vem tem alma.

PROMPT BOM É AQUELE QUE TEM INTENÇÃO. NÃO VOLUME



Vago e prolixo:

“Design bonito para cartaz moderno com um visual que seja bem impactante mas também sofisticado e que não fique muito exagerado com equilíbrio de tudo.”

Resultado?

Uma IA tão confusa quanto você.



Direto e provocador:

“Cartaz para evento noturno sobre ancestralidade afro-brasileira. Estilo vintage com textura de papel e tipografia inspirada em lambe-lambe.”

Agora sim:

tem contexto, tem visual, tem pista emocional.

TÉCNICAS PRA CONSTRUIR PROMPTS MAIS ELABORADOS

1. Pense como um diretor de arte

Descreva a sensação, a composição, a luz, a “vibe” da coisa.

2. Diga o que não quer

Excluir estilos é tão importante quanto indicar.

“Evitar aparência infantil.”

“Nada com cara de IA genérica.”

3. Use analogias visuais

“Como se fosse criado por um arquiteto bêbado em Berlim nos anos 20.”

“Estilo que pareceria um rascunho de Da Vinci misturado com glitch art.”

Sim, é subjetivo. Mas a IA adora isso — e você também.

4. Fale como um designer fala

Nada de linguagem de robô. Escreva como se estivesse explicando pra um colega de equipe.

Humaniza. E funciona.

IA NÃO LÊ SUA MENTE. MAS PODE LER SUA INTENÇÃO

O prompt é o começo de um diálogo.

Não um pedido no drive-thru.

E como todo bom diálogo, ele melhora com:

- Contexto
- Clareza
- Tom emocional
- Limites bem definidos
- E, às vezes, um pouco de poesia

RESUMO

- Prompt ruim é reflexo de ideia mal formada.
- A IA não é mágica – é obediente.
- Prompt é direção. Não é roteiro final.
- Saber pedir é parte do processo criativo.
- Prompt bom não garante resultado final, mas garante reação útil.

CAPÍTULO 05

NÃO É PRA USAR, É PRA REAGIR

A imagem que a IA gera não é a resposta. É o gatilho. Este capítulo mostra como reagir ao que a IA entrega e transformar isso em uma trilha criativa própria.

O VALOR DA IA NÃO TÁ NO QUE ELA GERA. TÁ NO QUE ELA TE PROVOCA

A maior armadilha pra quem começa a usar IA no design é pensar assim:

“Uau, olha esse resultado!
Posso usar direto no projeto!”

Não. Pode não.

Pelo menos não se você ainda valoriza autoria, direção e critério criativo.

Porque aqui vai a real:

o que a IA entrega é um ponto de partida.

Não o ponto de chegada.

A IA NÃO CRIA, ELA CHUTA – COM BASE EM DADOS

Ela mistura referências, padrões, estilos, tudo a partir de um prompt.

É como um liquidificador de visuais.

E às vezes ela acerta.

Mas acertar, nesse contexto, **não é criar**.

É combinar coisas que já existiam.

O PAPEL DO DESIGNER AQUI É REAGIR. REFINAR. REDIRECIONAR

A IA joga uma ideia. Você responde com:

- “Isso aqui tá fora do tom.”
- “Essa imagem me deu uma ideia melhor.”
- “Gostei da forma, mas não da cor.”
- “E se eu inverter o conceito?”
- “Isso é quase... mas falta algo.”

Esse ‘quase’ é ouro.

Porque é aí que o seu olhar criativo entra.

É aí que você deixa de ser um operador de IA e volta a ser designer com direção.

REAGIR É MAIS DIFÍCIL QUE ACEITAR. MAS É O QUE TE DIFERENCIA

É fácil se encantar com o que a IA mostra.

É bonito, é rápido, é tentador.

Mas usar direto o que veio **te coloca na zona cinzenta entre designer e despachante visual.**

Reagir exige:

- Critério
- Propósito
- Coragem pra mexer no que já veio "pronto"

E isso não se automatiza. Ainda bem.

EXEMPLOS REAIS DE REAÇÃO CRIATIVA

IA entrega:

Uma composição incrível, mas com uma tipografia que remete à estética cyberpunk, enquanto o projeto é sobre memória afetiva rural.

Designer reage:

“E se eu mantiver essa composição, mas trocar a tipografia por algo caligráfico e adicionar uma textura de papel antigo?”

Boom. Personalidade. Direção. Emoção.

IA entrega:

Um layout ousado que você nunca teria tentado. Mas tem coisa demais acontecendo.

Designer reage:

“Essa ousadia tem força. E se eu simplificar os elementos mantendo o ritmo visual?”

Boom. Autoria. Curadoria. Presença.

IA NÃO RESOLVE. MAS TE OBRIGA A DECIDIR

Cada entrega da IA é uma pergunta não verbal:

“Você quer isso?”

“Faz sentido?”

“Combina com o projeto?”

“Com o briefing?”

“Com seu olhar?”

E o seu sim ou não é o que **faz de você o designer.**

Sem essa resposta ativa, você só virou
espectador da ferramenta.

O ERRO DE OURO

Quando a IA erra... e você sente algo.

Às vezes, o que a IA entrega é errado.

Muito errado.

Mas esse erro te cutuca. Desperta uma memória, uma sensação, uma vontade.

Aproveite.

**O erro é, muitas vezes,
o portal para a ideia certa.**

RESUMO

- A IA entrega rascunhos ricos, não obras prontas.
- O designer tem que reagir, ajustar, reinterpretar.
- Usar direto sem critério é abandonar o papel criativo.
- O erro da IA pode ser o melhor gatilho que você tem.
- Criatividade está na reação, não na aceitação.

CAPÍTULO 06

EXPLORE ALÉM DA SUA BOLHA VISUAL

Se sua referência é sempre a mesma, seu bloqueio também será. A IA pode te colocar em contato com estilos, estéticas e culturas que você nunca pensaria em buscar. Use isso a seu favor.

SE SUA REFERÊNCIA É SEMPRE A MESMA, SEU BLOQUEIO TAMBÉM VAI SER

Você tem seus estilos favoritos.
Seus layouts de conforto.
Suas cores de estimação.
Aquele grid que sempre funciona.
Aquele tipografia que “nunca falha”.

Tudo isso é ótimo...

...até o momento em que começa a soar repetido.

Não só pro cliente.
Pra você mesmo.

E aí o branco vem não porque você não tem ideia.

Mas porque **só consegue pensar igual ao que já pensou.**

A IA PODE SER SEU GUIA PARA FORA DO SEU CERCADINHO ESTÉTICO

Aqui está a sacada:

A IA é um agregador de culturas visuais.

Ela não tem apego, não tem zona de conforto, não tem trauma de crítica.

Você pede, ela mistura.

Você mistura, ela entrega.

Você nega, ela propõe de novo.

E nesse ciclo, você descobre coisas que **soaria idiota pedir pra um colega** – mas com a IA, pode testar sem vergonha.

VOCÊ ESTÁ PRESO NA SUA BIBLIOTECA VISUAL?

Faça o teste:

- Já percebeu que seus últimos cinco projetos têm a mesma paleta?
- Já usou aquela mesma fonte serifada retrô umas dez vezes?
- Já viu seu portfólio e pensou: “tá bonito, mas... meio igual?”

Se sim, bem-vindo ao **loop criativo silencioso**.

É confortável, é produtivo, mas com o tempo, **te deixa previsível**.

IA COMO PORTAL PARA O IMPENSADO

Use a IA pra criar inputs que você nunca daria a si mesmo.
Eis alguns caminhos:

Cultura fora do radar:

“Cartaz com estética de cinema iraniano dos anos 70.”

“Design de embalagem inspirado em arte popular congolesa.”

“Identidade visual com base em tapeçaria tradicional andina.”

Referência cruzada de linguagens:

“Layout de site como se fosse dirigido pelo Wes Anderson.”

“Apresentação institucional com estética de revista punk soviética.”

“Infográfico com o estilo de pintura romântica.”

IA COMO PORTAL PARA O IMPENSADO

Elementos de universos paralelos:

“Logo para uma escola de magia do século 22.”

“Interface de app criado por alienígenas pós-humanos.”

“Cartaz de evento gastronômico de comida feita por robôs que sentem culpa.”

Sim, parece piada.

Mas é **nesses delírios dirigidos que o novo nasce.**

VOCÊ NÃO PRECISA USAR. MAS PRECISA VER

A ideia aqui não é usar tudo que a IA te der.
Mas deixar ela abrir portas que você não teria
coragem de abrir sozinho.

Talvez **90%** do que ela te mostrar seja **absurdo**.
Mas aqueles **10%** podem conter o pixel da **faisca**.

E às vezes, **um insight deslocado vale mais que uma
galeria inteira de projetos esteticamente corretos.**

Dica prática:

Crie o hábito de gerar um projeto por semana só com
inputs fora da sua zona de conforto.

Chame isso de “exercício de estranhamento”.
Você não vai postar, não vai vender, não vai mostrar
pro cliente.

Vai só **treinar seu olhar pra ver o que ainda não viu.**

RESUMO

- Seu gosto visual pode virar armadilha criativa.
- A IA tem acesso a estéticas que você nunca viu – e pode te mostrar.
- Delírio e nonsense também são ferramentas criativas.
- Você não precisa aceitar tudo, mas precisa se permitir ser cutucado.
- O novo incomoda antes de encantar.

CAPÍTULO 07

TRAVOU DE NOVO? TESTA O ABSURDO

IA também serve pra gerar bobagens incríveis. Às vezes, uma ideia ridícula destrava algo sério. Aqui, falamos sobre o uso intencional do nonsense pra quebrar padrões mentais.

ÀS VEZES, O CAMINHO PRA IDEIA BOA PASSA PELA IDEIA IDIOTA

Você já tentou de tudo:

- Parou.
- Respirou.
- Fez prompt inteligente.
- Explorou referência fora da caixa.
- Meditou com respiração nasal e alinhamento de chakras.

E mesmo assim... **nada**.

O fluxo criativo morreu e tá de recesso.

Seu cérebro virou um funcionário público cansado numa repartição sem ar-condicionado.

E a IA? Parece que tá com preguiça também.

É agora que entra o absurdo.

O ABSURDO COMO FERRAMENTA

Sim, ferramenta.

Parece loucura, mas existe uma lógica aqui:
quando você tenta acessar a criatividade pelo caminho racional, mas esse caminho tá bloqueado, o melhor jeito de entrar é pela janela do nonsense.

A quebra de lógica ativa conexões inesperadas.

Tira a mente da rigidez.

E, o mais importante: **faz você rir.**

E **rir** – você talvez tenha esquecido disso
– **é um baita desbloqueador mental.**

EXEMPLOS DE PROMPTS ABSURDOS (E MARAVILHOSAMENTE LIBERTADORES):

- “Logo para uma empresa que vende vento engarrafado para unicórnios.”
- “Cartaz de um culto fictício que adora abacaxis flutuantes.”
- “Interface de app pra meditar enquanto foge de zumbis.”
- “Identidade visual de um restaurante onde só se pode comer olhando pro teto.”
- “Site institucional de uma cidade submersa onde peixes são políticos.”

Você não vai usar isso.
Mas talvez vai rir.

E rir... abre espaço.

O “EFEITO PASTELÃO CRIATIVO”

Quando você se permite criar algo ridículo,
você desarma o juiz interno.

O crítico sai da sala por uns minutos.

E aí, nesse espaço mais leve, **a ideia
verdadeira entra de fininho.**

á aconteceu com você?

De estar de bobeira, brincando com uma ideia
idiota... e de repente BOOM —

veio a solução real?

Esse é o efeito pastelão.

A graça tira o peso.

E sem peso, a mente cria.

USE A IA COMO PALHAÇO DE LUXO

Você pode transformar a IA numa espécie de **“clown criativo”** particular.

Peça pra ela gerar:

- Combinações bizarras.
- Estéticas contraditórias.
- Personagens impossíveis.
- Produtos que não fazem o menor sentido.

E depois, use esse absurdo como provocação:

“Por que isso me deu raiva?”

“Por que isso me fez rir?”

“Por que isso... funciona?”

Até o que parece inútil pode conter pistas.

TÉCNICAS PRÁTICAS DE DESTRAVAMENTO PELO RIDÍCULO:

1. O Desafio da Ideia Ruim:

Crie 3 ideias **deliberadamente ruins**.

Depois, tente resgatar um elemento bom em cada.

2. O Prompt Zorra Total:

Peça à IA algo que claramente vai dar errado.

Ex: "Uma apresentação de PowerPoint sobre brócolis dançantes."

Veja o que sai. Reaja.

3. O Remix do Nada a Ver:

Pegue dois projetos antigos e combine visualmente como se fossem um só.

Ex: "A campanha da padaria + a identidade do podcast feminista."

Vai dar ruim.

Mas talvez dê bom.

RESUMO

- O absurdo liberta.
- Criar besteira também é criar.
- O humor desativa o crítico e ativa o criador.
- A IA pode ser sua parceira de zoeira estratégica.
- O que parece inútil pode ser um portal.

CAPÍTULO 08

FICA TRANQUILO, NINGUÉM VAI VER O QUE VOCÊ PEDIU

Criar com IA pode gerar vergonha (“eu pedi um pato ninja de terno pra tentar achar um tom visual”). Mas tudo bem. O laboratório criativo é lugar de erro e caos. Aqui é zona livre de julgamento.

IDEIA BOA NÃO VALE NADA SE NÃO VIRA DECISÃO

Você **destravou**.

A mente **voltou** a girar.

As ideias **apareceram**.

A IA **ajudou**.

As referências **vieram**.

Você até **curtiu** umas variações.

E agora vem o que, pra muita gente, é o maior desafio do processo criativo:

afunilar.

TER MUITAS IDEIAS PODE SER TÃO PARALISANTE QUANTO NÃO TER NENHUMA

Você está diante de 12 opções de layout.

3 paletas incríveis.

2 slogans geniais.

E uma vontade louca de fazer “um pouco de cada”.

Mas se tudo vira “um pouco”,

nada vira “inteiro”.

E aqui, a IA pode ser até um problema:

ela te oferece tantas possibilidades que o risco é

you **confundir quantidade com qualidade.**

AGORA VOCÊ PRECISA TROCAR O CHAPÉU DE EXPLORADOR PELO DE DIRETOR

Até aqui, você estava no modo:

- Provocar
- Reagir
- Gerar
- Explorar
- Testar
- Brincar

Mas agora é hora de:

- Escolher
- Refinar
- Justificar
- Finalizar
- Defender

É aqui que o designer aparece.

Porque IA boa, qualquer um pode ter.

**Mas direção boa só vem de quem tem repertório,
bagagem, e coragem de bancar uma escolha.**

DO FLUXO À FORMA: COMO TRANSFORMAR CAOS EM CLAREZA

1. Recorte com brutalidade

Escolha **um caminho só**.

Pode doer. Mas é necessário.

Você pode guardar as outras ideias.

Mas **não tente encaixar tudo**.

2. Reduza o ruído

Olhe pro que a IA gerou e pergunte:

“O que aqui é firula visual?”

“O que aqui é só efeito?”

“O que aqui comunica de verdade?”

Retire o excesso.

O bom design **respira**.

DO FLUXO À FORMA: COMO TRANSFORMAR CAOS EM CLAREZA

3. Refine com intenção

Agora é o momento de aplicar seu olhar de designer:

- Ajustar grid
- Trabalhar proporção
- Cuidar da hierarquia visual
- Escolher a tipografia certa
- Pensar no uso real

Nada disso a IA faz direito.

É você que dá acabamento.

4. Pergunte sempre: por que isso importa?

Cada escolha deve ter um “porquê”.

“Essa cor transmite o valor da marca?”

“Esse estilo é coerente com o público?”

“Essa imagem reforça ou distrai?”

Responder essas perguntas te coloca **na liderança criativa.**

IA AJUDA. MAS QUEM ASSINA É VOCÊ.

A IA pode acelerar, inspirar, cutucar, provocar.
Mas **quem aprova é você.**

Quem diz “é isso aqui” é você.
Quem responde ao cliente, ao público e à crítica –
é você.

E isso é bom.

Porque, no fundo, é isso que te faz designer.

Não é só saber usar ferramentas.
É saber fazer escolhas.

RESUMO

- Destruir é só metade do caminho.
- Criar sem escolher é só girar no mesmo lugar.
- Direção exige foco, cortes e justificativa.
- A IA gera. O designer decide.
- No fim, quem assina o projeto é você.

CAPÍTULO 09

IA PODE OU NÃO PODE? E O CLIENTE, E OS DIREITOS?

Neste capítulo, falamos sem enrolação sobre os limites, os riscos e as boas práticas no uso da inteligência artificial no design. Com exemplos reais, orientações claras e bom senso na veia, você vai entender onde está pisando — e como se proteger, sem perder agilidade nem criatividade.

ANTES DE USAR NO PROJETO FINAL, VOCÊ PRECISA USAR... A CABEÇA

Você criou um layout lindo com ajuda da IA. Usou imagens geradas, textos provocados, ideias que surgiram de prompts inspirados.

E agora bate aquela dúvida:

“Posso mesmo entregar isso pro cliente?”

“Isso é meu?”

“E se alguém processar?”

“E se o cliente perguntar: ‘Foi você que criou isso?’”

“E se o universo conspirar contra mim e eu for cancelado no Behance?”

Calma. Respira.

Vamos por partes.

A IA NÃO TEM AUTORIA. MAS VOCÊ TAMBÉM NÃO É 100% AUTOR DO QUE ELA GEROU

Vamos direto ao ponto:

o que a IA cria não tem dono legal.

Na maioria dos países (inclusive o Brasil), a obra feita inteiramente por uma IA **não pode ser registrada como de autoria humana** — porque não foi feita por um humano.

Mas isso não quer dizer que você não pode usar.

QUANDO VOCÊ USA A IA COMO FERRAMENTA — E NÃO COMO FÁBRICA — O JOGO MUDA

Se a IA gerou algo baseado em suas ideias, curadoria, direção e edição, você não está “passando a mão” em nada.

Você está **dirigindo um processo criativo híbrido** — e isso é válido, ético e (hoje) aceito na prática profissional.

A treta começa quando você:

- Usa imagens 100% geradas sem nenhum retoque
- Finge que criou tudo do zero
- Usa referências protegidas por copyright no prompt
- Apresenta material IA como obra exclusivamente sua sem informar o cliente

Ou seja:

o problema não é a IA.

É o jeitinho.

E OS BANCOS DE IMAGEM COM IA? POSSO USAR?

Depende da plataforma. Algumas boas práticas:

Pode:

- **Adobe Firefly** (usa imagens licenciadas e tem foco comercial)
- **Canva com IA integrada** (tem termos específicos que garantem uso editorial e comercial limitado)
- **Imagem gerada com seu próprio banco de referências, num sistema local de IA**

Cuidado:

- **Midjourney:** você paga, mas ainda há debate sobre uso comercial seguro.
- **DALL·E:** uso permitido, mas sempre verifique se você modificou a imagem.
- **Stable Diffusion:** depende da fonte de dados usada no modelo.

Se vai pro cliente, documente tudo.

E, quando possível, **crie com base na imagem gerada**, em vez de usar ela crua.

E O CLIENTE, O QUE PRECISA SABER?

Você não precisa anunciar:

“Olá, sou designer e usei IA no seu projeto.”

Mas também não pode mentir.

A honestidade é uma baita blindagem ética:

- “Usei IA como apoio para estudar variações visuais.”
- “As imagens foram inspiradas por composições geradas por IA e retrabalhadas.”
- “Esse conceito nasceu de uma provocação visual que refinei com base nas diretrizes do projeto.”

Isso mostra que você domina a ferramenta e tem direção.

A LEGISLAÇÃO AINDA ESTÁ PEGANDO NO TRANCO

No Brasil, **ainda não existe uma regulamentação clara sobre autoria de imagens geradas por IA.**

O que existe é interpretação. E cada juiz, cada contrato, cada caso... é um universo.

O que vale hoje é:

- Evite imagens com rostos famosos ou obras reconhecíveis.
- Use ferramentas que têm termos de uso claros.
- Tenha sempre uma camada de criação sua sobre o material.

E se for algo sensível:

Peça autorização por escrito do cliente sobre o uso de IA como parte do processo.

Isso pode salvar seu CPF e sua paz.

RESUMO

- IA pode ser usada sim, mas com consciência.
- O que ela gera **não é automaticamente seu** — depende do quanto você interveio.
- Use ferramentas com termos de uso comerciais claros.
- Seja transparente com o cliente (sem drama).
- E lembre-se: ética não é medo. É **respeito pelo processo**.

CAPÍTULO 10

VOCÊ NÃO VAI VENCER A IA. MAS PODE TRABALHAR COM ELA

Inspirado na metáfora do cortador de cana diante da tecnologia, este capítulo encerra o livro com uma visão prática e encorajadora: a IA não veio pra te derrubar, mas pra mudar seu lugar no processo. O futuro do designer está na direção — não na força bruta. E quem sabe operar a máquina, continua no comando.

A COLHEITADEIRA CHEGOU. O QUE VOCÊ VAI FAZER: CHORAR OU PILOTAR?

Um dia, um amigo te diz:

“O designer diante da IA é como o cortador de cana diante da colheitadeira.”

E você fica com isso na cabeça.

Pesado, né?

Dá quase uma pontada no ego criativo.

Mas aí, se você pensa melhor, vê que tem duas formas de encarar essa metáfora:

Versão 1:

“Meu trabalho acabou. A máquina faz mais, mais rápido e não cansa. Tô fora.”

Versão 2:

“A máquina é forte, mas burra. Eu tenho visão. Tenho direção. Então talvez eu deva aprender a operar esse bicho.”

E é aqui que mora o futuro do design com IA.

NÃO É SOBRE PERDER ESPAÇO. É SOBRE MUDAR DE LUGAR

Você não vai mais ser o cortador.

Vai ser o cara que:

- Decide onde começa a colheita.
- Ajusta a altura da lâmina.
- Corrige a rota.
- Interrompe se vê risco.
- E no fim, diz se tá bom ou precisa refazer.

Esse cara tem valor.

Muito valor.

Porque a colheitadeira pode cortar,
mas não entende o sabor da cana.

O FUTURO PRECISA DE DESIGNERS QUE SAIBAM DIZER “NÃO”

A IA vai seguir oferecendo:

- Logos prontos
- Paletas genéricas
- Tipografias bacanas
- Textos que quase funcionam

E o designer do futuro vai precisar:

- Recusar o “quase bom”
- Lapidar o “promissor”
- Reimaginar o “cru”
- Dirigir o processo do início ao fim

Se você só aperta botão, você não é designer.
Você é operador.

Mas se você **escolhe, interpreta, transforma**,
então você continua no jogo
– e com vantagem.

IA NÃO SUBSTITUI. IA ACELERA

Mas só quem tem direção aproveita a velocidade.

Um carro de Fórmula 1 não é ameaça pra quem anda a pé.

É ameaça pra quem **não sabe guiar**.

A IA acelera tudo.

Mas se você não sabe pra onde ir,
vai só bater mais rápido.

**A diferença entre colapso e potência
está na direção.**

O VERDADEIRO VALOR DO DESIGNER AGORA É ESSE:

- Saber fazer boas perguntas.
- Saber criar bons prompts.
- Saber ler o contexto de um projeto.
- Saber quando a IA não serve.
- Saber onde entra o humano.
- Saber o que emociona.
- Saber dizer: "isso tem alma, isso não."

E isso, até agora,

só você sabe fazer.

RESUMO

- A IA não é inimiga. É ferramenta.
- Quem briga com a colheitadeira, perde.
- Quem aprende a pilotar, vira indispensável.
- O design com IA exige menos músculo e mais direção.
- E no fim, quem dá o tom... ainda é você.

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.



