



Faculdade de Comunicação

Departamento de Audiovisuais e Publicidade

Felipe Daia Leão Santos

**Inteligência Artificial como ferramenta de design publicitário:**

capacidades e limitações das ferramentas de IA

Brasília

2024

FELIPE DAIA LEÃO SANTOS

**Inteligência Artificial como ferramenta de Design Gráfico Publicitário:**  
capacidades e limitações das ferramentas de IA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Comunicação (UnB), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda

Orientador: Luciano Mendes de Souza

Brasília

2024

## Resumo

A comunicação sempre teve uma relação próxima com a tecnologia, se transformando junto das ferramentas disponíveis para seus profissionais. Com a recente popularização das ferramentas de Inteligência Artificial Generativas, e a facilidade de acesso à elas pelo público, surge a dúvida de se elas irão mudar o modo como praticamos comunicação. Procurando por esta resposta pela perspectiva de um profissional da publicidade, especificamente do design publicitário, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) questiona se já é possível inserir as IAs Generativas no trabalho de um designer publicitário. A resposta seria explorada no produto deste trabalho, um manual com o objetivo de instruir o leitor no uso de ferramentas de IA selecionadas, com exemplos práticos de trabalho de design e como as IAs Generativas interagem com eles. O manual também conta com a fundamentação teórica que explica o que é Inteligência Artificial, além de explorar problemas e controvérsias em relação à legalidade e moralidade de seu uso. Em adição, três projetos de design com clientes reais, e a própria produção do produto foram executados e documentados, com o uso de IAs Generativas durante o trabalho para servir de exemplo aos leitores do produto. O resultado final serve como um ponto de partida para designers e comunicólogos em geral que desejam aprender a usar IAs Generativas.

**Palavra-Chave:** Inteligência Artificial; Design Publicitário; Manual; Ética na Comunicação.

## Abstract

Communication has always had a close relationship with technology, evolving alongside the tools available to its professionals. With the recent popularization of Generative Artificial Intelligence tools and their easy accessibility to the public, the question arises: will they change the way we practice communication? Seeking an answer from the perspective of an advertising professional, specifically in advertising design, this Graduation Thesis (TCC) questions whether it is already possible to incorporate Generative AI into the work of an advertising designer. The answer would be explored in the product of this work: a manual aimed at instructing the reader on how to use selected AI tools, with practical design work examples and how Generative AI interacts with them. The manual also includes the theoretical foundation explaining what Artificial Intelligence is, while exploring the legal and moral issues and controversies surrounding its use. In addition, three design projects with real clients, as well as the production of the manual itself, were executed and documented, using Generative AI during the process to serve as examples for the manual's readers. The final result serves as a starting point for designers and communication professionals who wish to learn how to use Generative AI.

**Keywords:** Artificial Intelligence; Advertising Design; Manual; Communication Ethics.

## Sumário

Resumo.....	3
<b>Sumário.....</b>	<b>5</b>
<b>Lista de Figuras.....</b>	<b>6</b>
1. Introdução.....	7
1.1. Problema de Pesquisa.....	9
2. Justificativa.....	9
3. Objetivos.....	10
4. Embasamento teórico.....	10
4.1 O que é Inteligência Artificial?.....	10
4.2 IA Generativa.....	12
4.3 Direitos Autorais.....	14
4.4 Ética.....	16
5. Metodologia.....	19
5.1 Manual.....	19
5.2 Trabalhos de Design.....	19
5.3 IAs Utilizadas.....	21
5.3.1 Midjourney AI.....	22
5.3.2 Adobe Firefly.....	28
5.3.3 Microsoft Copilot.....	31
6. Desenvolvimento.....	35
6.1 Estudos de Caso.....	36
6.1.1 Chalé Dali Di Cavalcante.....	37
6.1.2 Bloco 3.....	50
6.2 Trabalho Freelancer.....	63
6.3 Artes do Manual.....	65
6.4 Redação do Manual.....	68
6.4.1 Tom e Dicção.....	68
6.4.2 Conteúdo.....	69
6.4.3 Diagramação.....	70
7. Considerações Finais.....	71
Referências bibliográficas.....	73
Apêndice.....	76

## Lista de Figuras

Figura 1 - O Dilema do Bondinho.....	15
Figura 2 - Imagem gerada por Inteligência Artificial do Papa Francisco usando roupas e acessórios de luxo.....	22
Figura 3 - Chat do Discord com o Bot do Midjourney.....	24
Figura 5 - Resultado do prompt “Monkey holding a balloon”.....	25
Figura 6 - Resultado de ampliação de imagem.....	26
Figura 7 - Resultado das variações V1.....	27
Figura 8 - Interface do Firefly, com resultado do prompt.....	29
Figura 9 - Imagem alimentada no Contorno e resultado gerado usando o mesmo prompt da Figura 8.....	30
Figura 10 - Imagem alimentada em Estilos e resultado gerado.....	30
Figura 11 - Resultados do prompt “Monkey Holding a Balloon” com os Estilos “Barroca”, “Tinta a Óleo” e “Eclético” selecionados.....	31
Figura 12 - Página inicial do Copilot.....	32
Figura 13 - Resultado da pesquisa “Give me 5 recipes for chocolate cake”.....	33
Figura 14 - Resultados do Copilot para o prompt.....	34
“Monkey holding a balloon”.....	34
Figura 15 - Resultado de um prompt pedindo 5 fontes para.....	35
um salão de beleza feminino.....	35
Figura 16 - Exemplos de imagens obtidas durante a pesquisa.....	39
Figura 17 - Obra dos três arcos.....	40
Figura 18 - Resultados do Midjourney AI 1.....	41
Figura 19 - Imagem encaminhada para os clientes 1.....	42
Figura 20 - Resultados do Midjourney AI 2.....	43
Figura 21 - Resultados escolhidos.....	44
Combinando elementos visuais e as cores destes resultados com os morros vistos no documentário, um esboço de logo foi desenvolvido manualmente com um programa de arte gráfica vetorizada, o Adobe Illustrator. A primeira versão deste	

esboço está na Figura 22.....	44
Figura 23 - Imagem encaminhada para os clientes 2.....	45
Figura 24 - Generative Recolor.....	46
Figura 25 - Resultados do Midjourney 3.....	47
Figura 26 - Esboço Incompleto.....	47
Figura 27 - Esboço Completo.....	48
Figura 28 - Entrega Final Logos Chalé Dali Di Cavalcante.....	49
Figura 29 - Entrega Final Paleta de Cores Chalé Dali Di Cavalcante.....	50
Figura 30 - Resultados do Copilot.....	52
Figura 31 - Resultados diversos do Midjourney e Firefly.....	53
Figura 32 - Resultado do Midjourney 4.....	54
Figura 33 - Silhueta do esboço e textura de tijolo.....	55
Figura 34 - Configurações do Firefly e resultado.....	56
Figura 35 - Esboço B3 Final.....	57
Figura 36 - Fotografia de um projetor de cinema antigo e Tesourinhas de Brasília..	58
Figura 37 - Tentativas de Referência com Midjourney e Firefly.....	58
Figura 38 - Esboço final da logo projetor e tesourinha.....	59
Figura 39 - Referência soviética de mulher gritando.....	59
Figura 40 - Fundo do esboço.....	60
Figura 41 - Resultados do prompt de figura.....	61
Figura 42 - Esboço final da logo com uma mulher gritando.....	61
Figura 43 - Sugestão do Cliente.....	62
Figura 44 - Logo Final do Bloco 3.....	62
Figura 45 - Quatro artes para Mercado RPG criadas com ajuda de IA.....	64
Figura 46 - Dois resultados de IA que inspiraram a capa do manual.....	66
Figura 47 - Capa Final.....	66
Figura 48 - Exemplos de Imagem de IA (esquerda) seguidas pela arte de capítulo que inspiraram (direita).....	67

## 1. Introdução

Publicidade e tecnologia existem em uma relação simbiótica desde o advento desses dois campos de estudo e trabalho. No começo da história humana, nossos corpos eram nosso meio de comunicação, mas à medida que inventamos a linguagem e a escrita, passamos a escrever em pedra e papiro. Antes da escrita, a comunicação era limitada à presença das mentes que a carregavam. Depois de sua criação, um comunicado poderia ser anotado, transportado, até mesmo conservado. Eventualmente, o alcance da comunicação foi se expandindo com certas tecnologias como a imprensa, o rádio, a televisão e, mais recentemente, a internet.

“Outra relação entre publicidade e tecnologia é sua produção. As primeiras palavras eram escritas com tempo e esforço usando cinzel em pedra, eventualmente foi facilitada pelo uso do papel e tinta. A imprensa de Gutenberg abriu as portas para a produção e distribuição de informação em massa, e a publicidade seguiu nesse caminho.

Os designers gráficos do século passado, como Paul Rand, usavam instrumentos físicos como lápis, caneta, tinta, prensa, entre outros, para confeccionar seus trabalhos manualmente (RAND, 2016). Hoje em dia, por mais que instrumentos físicos ainda sejam muito usados, o uso de softwares de computador é o padrão em muitas áreas de criação do mercado publicitário.

Com tudo isso dito, é de se esperar que o design publicitário passará por novas transformações no futuro, à medida que novas tecnologias são inventadas e acolhidas pelos profissionais .

Este trabalho de conclusão de curso visa explorar a utilidade da próxima revolução tecnológica: as Inteligências Artificiais, coloquialmente conhecidas como IAs. Nos últimos tempos, ela teve avanços significativos em sua utilidade e acessibilidade, inicialmente muito atrativa nos mercados de análise e processamento de dados, mas agora mostrando seu potencial em criação de conteúdo artístico. Durante minha pesquisa, irei participar de produções publicitárias reais como um designer gráfico, usando IAs acessíveis para o público geral, como o GPT-4 e o Midjourney, para a execução de meu trabalho. O intuito deste experimento é investigar a extensão das capacidades dessas ferramentas, descobrindo o que elas

podem oferecer a um profissional de publicidade e quais limitações elas têm na atualidade.

### 1.1. Problema de Pesquisa

Como um designer de publicidade pode fazer uso das ferramentas de Inteligência Artificial generativas?

## 2. Justificativa

É importante estar atualizado nas mais avançadas tecnologias que possam afetar sua área de estudo e trabalho. O profissional, e a sua profissão, muitas vezes são moldados pelas ferramentas que lhe são disponibilizadas.

A Inteligência Artificial está se provando ser uma inovação revolucionária em diversos campos, e é apenas uma questão de tempo até que ela seja uma parte integral do processo criativo publicitário, assim como os programas de edição de imagem e vídeo são quase universalmente utilizados nesse campo.

Muitas entidades corporativas de grande porte já demonstram interesse e até mesmo incentivam o uso desses sistemas. A Coca-Cola abriu um concurso para a produção de imagens geradas por IA auxiliadas por uma IA de texto, onde as imagens resultantes deveriam ser publicadas com a logo ou produtos da marca incluídos. Campeões deste concurso até teriam suas imagens usadas em propagandas da marca (COCA-COLA, 2023). Essa mesma empresa já usou essas ferramentas em uma publicidade visual chamada *Masterpiece*, onde a Inteligência Artificial é usada como um filtro inteligente para replicar o estilo de artistas históricos em cima dos visuais originais da propaganda.

Mesmo que não sejam adotadas através de todo o cenário publicitário, é seguro assumir que no mínimo um nicho de criação com IAs vai se estabelecer, e que será mais uma arma no arsenal da criação, trazendo novas oportunidades para um trabalho mais completo, dinâmico e efetivo.

### **3. Objetivos**

Com a capacidade das ferramentas criativas de Inteligência Artificial bem reconhecidas, e o início do interesse e até mesmo da utilização delas no universo da criação publicitária, torna-se importante explorar e registrar em detalhe o emprego delas em atividades reais de um publicitário na área de criação. Assim ficam determinados os objetivos desta pesquisa:

Objetivo geral:

- Produzir um manual que possa instruir um designer e/ou diretor de arte no uso de ferramentas de Inteligência Artificial no trabalho publicitário por meio de análise, elaboração de conceitos e exemplos.

Objetivos Específicos:

- documentar em detalhe como as ferramentas disponíveis beneficiaram o trabalho em questão de tempo, qualidade e conveniência, e quais foram as falhas ou faltas.
- analisar as diferentes IAs disponíveis para utilização, o que elas oferecem, seus custos, competidores e relevância para o publicitário.
- questionar a ética e legalidade do uso dessas ferramentas.

### **4. Embasamento teórico**

#### **4.1 O que é Inteligência Artificial?**

John Haugeland, um professor de filosofia das Universidades de Pittsburgh e Chicago, define a Inteligência Artificial de um modo um tanto quanto emotivo, mas que não deixa de ser apurado.

Segundo Haugeland, IAs são o “emocionante esforço de fazer computadores pensar... máquinas com mentes, no sentido completo e literal.” (HAUGELAND, 1985, p. 2, tradução nossa)<sup>1</sup>. Essa definição se repete no pensamento de diversos

---

<sup>1</sup> “the exciting new effort to make computers think...machines with minds, in the full and literal sense.”

estudosos, estes originados de diferentes campos relevantes como filosofia, psicologia e, é claro, ciência da computação.

Alan Turing é o renomado matemático e cientista da computação responsável pela decodificação de mensagens alemãs durante a Segunda Guerra Mundial e considerado por muitos o pai da computação. Porém, uma outra grande contribuição que Turing nos trouxe foi o Teste de Turing. Este teste consiste em selecionar uma pessoa para interrogar dois indivíduos anônimos, exceto que um desses indivíduos é um computador, enquanto o outro é um humano. Se o interrogador for incapaz de distinguir quem é uma máquina e quem não é, este computador passou o Teste de Turing (POSSA, 2023)

Apesar da fama do Teste de Turing, neste trabalho vamos partir do princípio estabelecido por Stuart Russell e Peter Norvig, dois renomados cientistas da computação que partem mais da definição anterior básica de “máquinas que pensam” e constroem um pouco mais acima disso. Os dois reúnem as concepções de IA de diferentes textos acadêmicos e os organizam em quatro grupos que definem o conceito de Inteligência Artificial quanto ao seu processo de pensamento e suas ações.

- IA que pensa como um humano;
- IA que age como um humano (o Teste de Turing entra aqui);
- IA que pensa racionalmente;
- IA que age racionalmente.

É importante deixar claro que estes quatro não são quatro tipos distintos de IAs, mas sim quatro parâmetros diferentes e separados que um sistema computacional deve alcançar para ser considerado uma Inteligência Artificial.

As complexidades que distinguem cada uma dessas categorias vão muito além do foco deste estudo e não são necessárias para seu entendimento. O importante é seguir com o parâmetro escolhido pelos autores como o mais completo, que é “IA que age racionalmente”, ou como eles chamam, agente racional. Uma IA agente racional é uma Inteligência Artificial que age para alcançar o melhor resultado, ou, quando há incerteza, o melhor resultado esperado (NORVIG; RUSSEL, p. 4, 2021).

Então, em resumo, uma Inteligência Artificial é um sistema computacional capaz de raciocínio próprio, capaz de atuar em cima de uma atividade e raciocinar o melhor caminho para obter o melhor resultado possível. Mais tarde no trabalho, fica evidente que apesar de muitas IAs atuais serem capazes de fazer raciocínios lógicos, e até mesmo desenvolver resultados novos a partir dos parâmetros definidos pelos seus criadores, suas capacidades ainda são extremamente limitadas pelo poder de processamento dos computadores, as limitações humanas de seus programadores, a quantidade e complexidade de dados que ela tem como base para operar, e um entendimento ainda incompleto do conceito de inteligência, de uma perspectiva biológica, psicológica e filosófica.

#### 4.2 IA Generativa

A aplicação dessa nova tecnologia vem em diferentes formas. Inteligências Artificiais existem como Motores de Pesquisa (por exemplo, Google), veículos automatizados (Waymo, Tesla), algoritmos de recomendação (Amazon, Netflix), entre muitas outras alternativas.

Porém, o tipo de IA central para esse estudo e que será usado no desenvolvimento do produto é a IA Generativa. Ela é definida da seguinte maneira:

IA Generativa se refere ao grupo de técnicas e modelos de Inteligência Artificial projetadas para aprender os padrões e a estrutura subjacentes de um conjunto de dados e gerar novos pontos de dados que poderiam fazer parte do conjunto de dados original. Especificamente, durante seu treinamento, um modelo gerativo tenta estimar a distribuição de probabilidade dos dados (PINAYA, et al, 2023, tradução nossa).<sup>2</sup>

Resumindo, IA Generativa é um grupo de modelos e técnicas programados na IA para que ela seja capaz de aprender os padrões de um conjunto específico de dados, e gerar dados novos que poderiam ser parte do conjunto original. Elas geralmente utilizam um *prompt*, uma informação introduzida pelo usuário que indica para a IA o resultado esperado, como ponto de partida para o seu trabalho.

---

<sup>2</sup> “Generative AI refers to a set of artificial intelligence techniques and models designed to learn the underlying patterns and structure of a dataset and generate new data points that plausibly could be part of the original dataset. Specifically, during training, a generative model tries to estimate the probability distribution of data”

Para melhor exemplificar como isso funciona, podemos observar uma explicação dada pela OpenAI<sup>3</sup>, uma organização de pesquisa em Inteligência Artificial. Em um conjunto de dados compostos por 1.2 milhões de imagens, uma IA Generativa de imagens é capaz de reconhecer o conteúdo de cada uma dessas imagens; assim, quando dela for requisitada a criação de uma nova imagem, ela utiliza esse conjunto como base de referência para o resultado.

Os processos específicos de como a IA vai de um banco de dados enorme até uma imagem inédita varia dependendo do Modelo Generativo desenvolvido para essa IA. Um dos modelos da OpenAI se chama Generative Adversarial Network (GAN), onde a IA tem duas redes, um gerador e um discriminador. O gerador cria imagens baseadas no banco de dados, enquanto o discriminador separa imagens criadas pela IA das imagens reais do banco de dados. A IA usa a diferença entre as imagens geradas e as imagens reais para criar imagens ainda mais fiéis (KARPATY, 2016).

Outro modelo popular, usado pela OpenAI, mas também por outras ferramentas de IA populares como o Bing Copilot, é o Large Language Model, que aprende como comunicar com o usuário usando o repertório enorme da internet como referência. Ele basicamente tenta adivinhar qual é a melhor próxima palavra na hora de construir um texto baseado em como essa palavra já foi usada por humanos na internet (PASIK, 2023).

Um elemento comum entre todas as IAs Generativas abordadas pelo trabalho, e importante aprender, é a presença de *prompts*. Traduzido diretamente pelo Google tradutor como “incitar” ou pela Adobe em sua IA Generativa de imagem como “solicitar”, escrever um *prompt* é o ato de estruturar um texto que possa ser interpretado por uma Inteligência Artificial (DIAB, 2022). A estrutura e conteúdo do *prompt* dependem da função da ferramenta de IA, como por exemplo, o *prompt* de uma IA de imagem é uma descrição do visual final da imagem, enquanto o *prompt* de uma IA de texto pode ser uma pergunta ou uma conversa. A funcionalidade dos *prompts* vai ficar mais evidente nos capítulos de metodologia e desenvolvimento. O trabalho também manterá o uso em inglês do termo pois ainda não existe uma tradução adotada pelas ferramentas de IA e seus usuários, principalmente pelo fato

---

<sup>3</sup> <https://openai.com>

de que muitas dessas ferramentas ainda não disponibilizam versões traduzidas para o português.

Em geral, as IAs Generativas são ferramentas de geração de conteúdo, funcionando a partir de banco de dados usados como referência, e um modelo que irá transformar esses dados referenciados em novo conteúdo, seja ele textual, imagético ou até mesmo sonoro. Apesar de recente, esta tecnologia demonstrou avanços surpreendentes desde o início de sua popularização em 2020 com o lançamento do Chat GPT-3. Em momentos recentes, vimos grandes saltos vindo de algumas dessas ferramentas. Em 15 de Fevereiro, 2024, a OpenAI anunciou o Sora<sup>4</sup>, uma IA capaz de gerar vídeos. Dia 21 de Dezembro, 2023, o Midjourney AI (Gerador de Imagens) lançou sua versão 6, ainda mais fiel ao pedido do usuário, ficando conhecido por conseguir reproduzir cenas de filmes e séries muito parecidas à imagem original (FRANZEN, 2023).

#### 4.3 Direitos Autorais

A questão dos direitos autorais, junto com a questão ética, é a mais difícil de se abordar quando se fala sobre o uso de Inteligência Artificial Generativa.

Como explicado anteriormente, IAs Generativas utilizam um enorme banco de dados, seja de imagens, sons ou textos para gerar um novo conteúdo a partir desse banco e parâmetros definidos pela IA e o usuário. Em casos como o Adobe Firefly<sup>5</sup>, uma IA Generativa de arte, o banco de imagens utilizado é o Adobe Stock, um repositório de imagens próprias da empresa, onde seus artistas são compensados pelo uso das imagens tanto por download quanto por uso pela IA. Em uma entrevista, o Vice-Presidente de Mídia Digital da Adobe assegura os usuários da segurança de uso comercial das imagens geradas pelo Firefly, até mesmo proclamando que a empresa irá se envolver em casos legais para proteger o uso de imagens geradas pela IA (STOKEL-WALKER, 2023).

Agora, em muitos outros casos, a situação é diferente. Uma ferramenta de IA popular é o Midjourney, também generativa de imagem. O banco de dados usado pelo Midjourney vem da LAION<sup>6</sup>, uma organização sem fins lucrativos alemã, que

<sup>4</sup> <https://openai.com/sora>

<sup>5</sup> <https://firefly.adobe.com>

<sup>6</sup> <https://laion.ai>

organizou milhões de links de imagens em um banco de dados, que é acessado pela IA para a geração de suas imagens novas. Essas imagens vêm de diversos cantos da internet, e são catalogadas pela LAION por meio de seus URLs (*Uniform Resource Locator*, ou o endereço web). Assim como descrito no próprio site da organização, esse uso não configura como violação de direitos autorais por parte da LAION.

A questão que nasce disso é a seguinte: grande parte das imagens acessadas por este banco é propriedade de seus respectivos autores ou detentores. O Midjourney estaria violando alguma lei de direito autoral ao utilizar uma imagem, mesmo que em pequena parte, como referência para a geração de uma nova imagem?

Outra questão é mais importante para este estudo: quem é autor da imagem produzida pela IA? O usuário da ferramenta? Os programadores, ou talvez a IA em si? Ou ninguém?

No momento da publicação deste trabalho, a lei brasileira tem pouco envolvimento nesse assunto. O caso mais proeminente de leis de regulamento de IAs veio em Fevereiro de 2024, quando o TSE alterou a Resolução nº 23.610/2019 (Dispõe sobre a propaganda eleitoral) para incluir restrições e proibições em relação a tecnologias de Inteligência Artificial (BRASIL, 2019). Mais relevante a este trabalho é a proibição do uso de *Deepfakes* (uma técnica de Inteligência Artificial para falsificar a voz e imagem de indivíduos), e a obrigação de aviso sobre o uso de IA na propaganda eleitoral.

Enquanto diferentes artistas, principalmente nos Estados Unidos, iniciam processos contra os criadores dessas IAs em acusações de violação dos direitos autorais, nenhum desses casos chegou a alguma conclusão ainda. No Brasil, essa questão da violação de direitos autorais continua apenas no mundo da discussão e especulação entre artistas e profissionais do direito.

Agora em relação à questão da autoralidade, a Lei nº 9.610, em seu artigo 11 diz que “autor é a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica” (BRASIL, 1998). É seguro dizer que a Inteligência Artificial, legalmente, não pode se configurar como uma pessoa física. Assim, fica a dúvida se a autoria recai sobre o usuário da ferramenta ou seus proprietários. Porém, segundo o artigo 45 da mesma

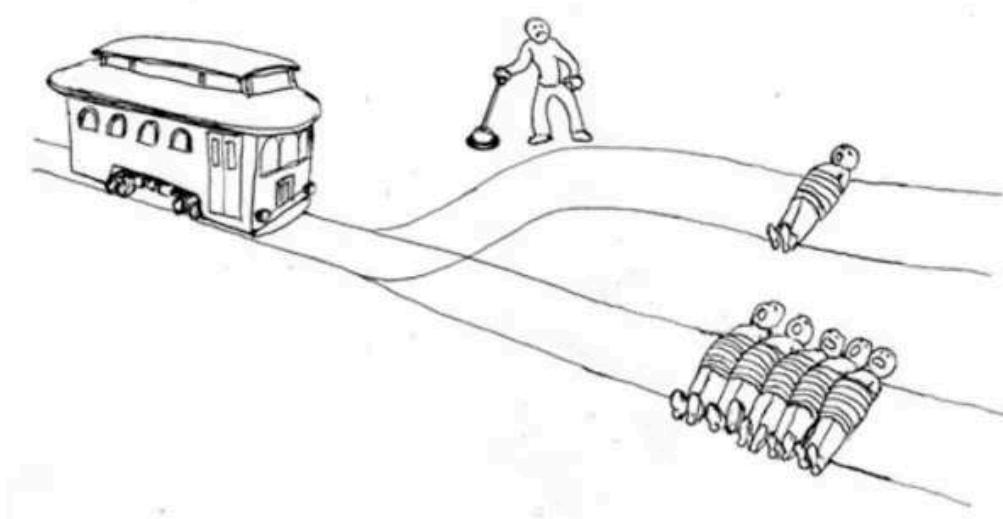
lei, uma obra com autor anônimo ou desconhecido se torna parte do domínio público, então essa pode ser uma possibilidade. É assim que ficou decidido nos Estados Unidos, em diferentes casos onde tentativas de ganhar direito autoral sobre imagens geradas por IA foram negadas pelo júri (KNIBBS, 2023).

As leis que regulam o uso de IA vão se desenvolver nos próximos anos. No momento atual, qualquer um interessado no uso dessas ferramentas terá de ficar atento às notícias e discussões relacionadas, e adequar o uso das IAs Generativas à medida que novas medidas legais são tomadas. Agora que provada sua utilidade, é muito improvável que essas ferramentas sejam inteiramente proibidas, mas elas demonstram a capacidade de uso para o mal, assim, o esperado é que medidas legais para regular o seu uso sejam tomadas.

#### 4.4 Ética

O Dilema do Bonde é um clássico dilema ético que propõe o seguinte cenário:

**Figura 1 - O Dilema do Bondinho**



Fonte: New York Magazine.

Um bondinho desenfreado está a segundos de atropelar cinco pessoas. Porém você está ao lado da alavanca que mudará o curso do trilho, mas levará a morte de uma outra pessoa. Este dilema põe a responsabilidade do leitor de escolher entre

deixar o curso natural da situação ocorrer, mesmo que resulte na morte de cinco inocentes, ou tomar uma atitude ativa de poupar a vida desses cinco, porém se colocando como diretamente responsável pela morte de um inocente que não teria morrido se não fosse por seu envolvimento.

Este dilema causa debate desde sua primeira exposição em 1967, e tomou uma nova dimensão no cenário de Inteligência Artificial. Hoje em dia, IAs são empregadas em muitos campos diferentes, e um destes é a indústria automobilística. Empresas como a Waymo<sup>7</sup> e a Tesla<sup>8</sup> por exemplo, em 2024 já introduziram carros com funções de pilotagem guiada ou puramente controlada por IA (KERR, 2024).

Em Ética na Inteligência Artificial, o autor Mark Coeckelbergh pega essa realidade de carros automatizados e aplica ao Dilema do Bonde. Digamos que um carro pilotado por IA detecta uma criança no seu caminho, e deduz que tem duas opções: atropelar a criança, ou desviar em direção à uma parede e arriscar a vida de seu passageiro. Qual seria a escolha “certa”? (COECKELBERGH, 2020).

O escopo do uso de IAs Generativas não chegou ao ponto de demonstrar riscos às vidas de alguém, mas suas capacidades podem ser desastrosas com falta de cuidado.

Em um exemplo, em 2023 tivemos o caso popular onde uma imagem do Papa Francisco usando um grande casaco branco, não tão típico de sua aparência popular, circulou as redes sociais, enganando inúmeras pessoas até serem informadas que a imagem era uma geração de IA (pela Midjourney AI, especificamente) (VINCENT, 2023). Agora em um exemplo profundamente pior, neste ano de 2024, outras IAs de geração de imagem já foram usadas para criar imagens pornográficas de menores de idade (PADILLA, 2024).

O motivo pelo qual o TSE foi tão rápido para regular o uso de IAs em campanhas eleitorais é justamente pelo seu potencial uso para disseminação de *fake news*. Os Deepfakes, por exemplo, podem ser usados para criar discursos e vídeos falsos que podem manchar a imagem dos candidatos.

---

<sup>7</sup> <https://waymo.com>

<sup>8</sup> <https://www.tesla.com>

Outro problema ético demonstrado por IAs generativas é a propagação de vieses preconceituosos. Como a referência de dados da maioria dessas IAs de imagem é a internet em geral, elas podem pesar para os mesmos preconceitos demonstrados em lugares como as redes sociais. Em um caso específico, a IA de imagem da empresa Meta<sup>9</sup> se demonstrou incapaz de criar um casal de um homem asiático com uma mulher branca. Ela, ainda muito frequentemente, acaba por estereotipar as pessoas descritas como asiáticas como pessoas do leste asiático (Japão, China) tipicamente com olhos puxados e peles claras, apesar da diversidade étnica desse continente (SATO, 2024)

Como discutido anteriormente em Direitos Autorais, algumas IAs de imagem referenciam imagens da internet, de autoria de diversos artistas, fotógrafos, internautas, etc. Uma técnica empregada por muitos usuários das ferramentas de IA é introduzir o nome de algum artista popular em seu *prompt*, com a expectativa de gerar uma imagem que segue o estilo visual, as técnicas e a estética do artista referenciado. Isso levanta uma série de questionamentos e uma indignação da comunidade artística em cima não só das possíveis violações de direitos autorais, mas também da possibilidade que as IAs estão “roubando” oportunidades de emprego e contrato desses artistas. Sem contar o esforço que um artista passa para desenvolver sua fama e experiência, só para uma IA conseguir replicar usando suas obras como referência. O entendimento de muitos é que essas IAs estão produzindo obras que impactam positivamente um público leigo nas costas desses artistas.

Novos levantamentos éticos em torno das Inteligências Artificiais Generativas aparecem constantemente, e devem continuar no futuro próximo. É um novo campo tecnológico que chama muita atenção e tem aplicações em diversos setores de trabalho. É natural que existam muitos medos e ansiedades por volta do que essas ferramentas são capazes de fazer, o impacto que elas terão em nossa sociedade em geral, mas também na vida de cada indivíduo.

Ponderar sobre o uso ético das IAs é uma tentativa de guiar esse novo mundo na direção de um ganho positivo. O que este trabalho tenta demonstrar é que elas são uma ferramenta adicional para o trabalho do designer gráfico, complementando algumas etapas e processos e possivelmente elevando a qualidade do produto final.

---

<sup>9</sup> <https://imagine.meta.com>

Esse ideal é invalidado se o artista que deveria estar usando essas ferramentas é substituído por elas, e é também invalidado se o uso das IAs quebra as barreiras legais e éticas de nossa sociedade.

## 5. Metodologia

### 5.1 Manual

Este trabalho se fundamenta na construção do produto, o “Manual de Inteligência Artificial para Designers”.

Com o intuito de introduzir, contextualizar e instruir designers sobre IAs Generativas, o manual conta com um capítulo introdutório dando uma explicação geral sobre Inteligência Artificial e as IAs Generativas. Também conta com um capítulo de contextualização sobre cada IA Generativa específica usada no manual, contendo seu histórico, suas funções, utilidades, limitações e problemas, além dos requisitos de acesso a essa IA. Antes de se aprofundar sobre o uso de cada uma dessas IAs, o manual apresenta um capítulo sobre uma reflexão do uso ético dessas ferramentas.

Os últimos capítulos são a parte principal do manual, contendo alguns estudos de caso que detalham, do começo ao fim, o grau de participação das ferramentas de IA no processo de criação. Alguns desses casos englobam projetos de design com clientes reais, contando com um briefing inicial, o processo de desenvolvimento das artes, as alterações do cliente (se tiver) e a entrega dos produtos finais. Outros são projetos ou experimentos pessoais, onde as IAs também foram usadas para o design, com uma explicação desse uso e o resultado final.

Adicionalmente, após cada estudo de caso, um capítulo curto inclui utilidades adicionais das IAs para um designer. Isso inclui técnicas, dicas e recomendações complementares que não foram utilizadas nos estudos de caso.

### 5.2 Trabalhos de Design

Os dois estudos de caso incluídos no manual tiveram processos semelhantes de realização. Baseados em experiências prévias de trabalho em agência publicitária e

trabalhos *freelancer*, o trabalho todo pode ser resumido a um processo de seis fases: *briefing*, pesquisa, esboços, *feedback*, desenvolvimento dos produtos e entrega final.

Na fase inicial, o *briefing*, o designer reúne-se com os clientes para discutir os produtos desejados. Tão importante quanto as informações sobre o produto final, são informações sobre a marca em questão, então as primeiras perguntas cercam o histórico, função e personalidade da marca. O histórico resume a história da marca desde sua fundação até o momento atual. A função é uma explicação de seus serviços e produtos, e suas operações diárias. Por último, a personalidade é um exercício onde o designer e o cliente atrelam traços de personalidade humana à marca, por exemplo, profissional, jovial, infantil, engraçado, sério, coletivo, etc. Essa personificação auxilia o trabalho do designer em escolher os elementos visuais das artes, escolhendo elementos visuais que irão repassar a personalidade da marca na imagem (ADOBE EXPRESS, 2023).

O resto do *briefing* aborda os produtos em si, incluindo especificações técnicas (mídia, formatação, meios e materiais de divulgação), os objetivos das artes (conteúdo, público alvo) e seus visuais (texto, elementos gráficos, cores). Os clientes são incentivados a encaminhar referências para o designer, incluindo qualquer marca, arte, conteúdo em geral que apresente algum elemento que possa servir de inspiração para as peças finais.

Na segunda fase, pesquisa, o designer pesquisa e reúne diferentes elementos que possam servir de inspiração para os seus esboços. Esses elementos podem ser diversos, desde trabalhos anteriores do próprio designer, até trabalhos de outros profissionais. Imagens, vídeos, artigos, notícias todos podem servir de inspiração para o trabalho, geralmente tendo alguma relação com as informações obtidas no *briefing*. O intuito da pesquisa nunca é copiar o que é obtido, mas sim alimentar as ideias do designer e até mesmo ensinar a ele novas técnicas ou recursos que ele possa usar neste trabalho.

A terceira fase é a de esboços, onde o designer monta diversas propostas a serem consideradas para as artes finais. O trabalho dedicado a essa fase é menor em comparação à fase de desenvolvimento dos produtos, o necessário é apenas criar o conceito visual inicial, demonstrando a essência de cada proposta.

Após a apresentação de cada esboço, a primeira onda de *feedbacks* dos clientes vai direcionar o designer a continuar com uma das propostas ou trazer novas opções. Esses *feedbacks* são observações e opiniões sobre os esboços, detalhando o que o cliente gosta ou não gosta, seguido por sugestões e idéias que tenham se desenvolvido a partir das propostas. Se os clientes gostarem de uma das propostas, o designer parte para a próxima fase. Se não, ele recomeça a fase de esboços até retornar a outra fase de *feedbacks*.

O desenvolvimento dos produtos é a fase de terminar os esboços selecionados, levando-os ao seu estado final. O designer pode compartilhar o progresso com os clientes para que possam opinar sobre a qualidade e pedir mudanças no decorrer desta fase. É importante pontuar que o que qualifica como arte final muda dependendo do projeto. Em alguns casos é composto por apenas uma ou mais peças principais, como uma logo ou publicação. Em outros, uma ou mais peças principais podem ter produtos acompanhantes, como um guia de identidade visual, alternativas de uma logo, alternativas de uma publicação, etc.

Na última fase, de entrega final, o designer apresenta todas as peças do trabalho. Uma fase extra de *feedback* pode acontecer aqui, levando a ajustes e mudanças pequenas na peça, mas a expectativa é de que qualquer alteração grande já tenha sido feita nas fases de esboço, *feedback* e desenvolvimento dos produtos. Assim que os clientes ficam satisfeitos, os produtos são entregues em seus formatos combinados e o processo do trabalho está completo.

### 5.3 IAs Utilizadas

É importante saber não só como usar uma ferramenta de IA, mas também saber escolher qual ferramenta é a melhor para um trabalho. O número disponível no mercado já é extenso e continua crescendo neste momento em que essa tecnologia vem se tornando cada vez mais popular e ainda não alcançou seu potencial máximo.

Já foi mencionado que as Inteligências Artificiais Generativas têm atuado em diferentes áreas de produção artística: algumas produzem texto; outras, imagens; algumas produzem sons e música. Algumas ainda são focadas em usos

especializados, o Grammarly<sup>10</sup> por exemplo, é usado para correção e melhoria de gramática em inglês, ou a Logomakerr<sup>11</sup> que, como o nome indica, é usada para a geração de logos.

Cada uma dessas IAs também tem seus próprios métodos de operação. A maioria funciona a partir de *prompts*, mas algumas estruturam a construção desses *prompts* de maneira diferente, muitas vezes introduzindo a opção de parâmetros para dar mais controle na construção de um resultado final.

A seguir, será detalhada cada IA usada no trabalho, com um resumo de seu modo de operação e a melhor metodologia encontrada durante o percurso deste trabalho.

### 5.3.1 Midjourney AI

Midjourney AI é uma IA Generativa de imagens, que usa o banco de dados LAION, e é uma das mais populares utilizadas no momento. Muitos casos de controvérsia levantados contra IAs Generativas são direcionados ao Midjourney, ou foram causados por uma imagem gerada por ele, como o caso das fotos do Papa usando um casaco de luxo.

**Figura 2 - Imagem gerada por Inteligência Artificial do Papa Francisco usando roupas e acessórios de luxo**



Fonte: Wikipédia.

---

<sup>10</sup> <https://app.grammarly.com>

<sup>11</sup> <https://logomakerr.ai>

Com atualizações constantes, cada uma melhorando ainda mais as capacidades de seus modelos de geração, esta IA é uma das mais versáteis e efetivas em relação à qualidade de seus resultados.

Um de seus maiores problemas é sua plataforma de uso. Enquanto a maioria de suas alternativas tem um site próprio, podendo oferecer uma melhor experiência de usuário, o Midjourney AI funciona apenas dentro do Discord<sup>12</sup>, um aplicativo de chat e chamadas online. Para usar esta IA, o usuário tem de criar uma conta (gratuita) no Discord e depois associar esta conta ao Midjourney em seu site<sup>13</sup>. O usuário pode então usar a IA em um *chat* direto com o *bot* do Midjourney. *Bot* é o nome coloquial para um sistema automatizado utilizado dentro do Discord. No caso do Midjourney, é seu *Bot* que irá receber os *prompts* e lançá-los nos servidores do serviço, devolvendo o resultado.

Também é importante notar que o Midjourney é um serviço pago. Ele oferece 4 opções de mensalidades, com a mais barata limitando o número de usos em 200 por mês, e o resto permitindo usos ilimitados, apenas ampliando o número de utilizações do modo mais rápido de geração (o Midjourney tem dois modos, *Fast* que gera as imagens de forma mais rápida, e o *Relax* que gera de forma mais lenta), além de quantos *prompts* são gerados simultaneamente.

O plano mais barato começa por 10 USD (dólares americanos) por mês, seguido por 30 USD, 60 USD e 120 USD. Todos estes preços recebem um pequeno desconto se o plano é assinado anualmente. Para o uso neste trabalho, está sendo utilizado o plano de 30 USD, que permite gerações ilimitadas, com uma quantidade decente de gerações rápidas. Por referência, em um período de 23 dias, 1381 imagens foram geradas sem esgotar o uso de geração rápida deste plano.

Agora, em questão de linguagem, o Midjourney em si apenas oferece seu serviço em inglês, ou seja, seu site principal, seus guias oficiais, e as funcionalidades do *Bot* no Discord todos são escritos em inglês. Porém, na hora de escrever um *prompt*, é possível digitá-lo em português. A IA vai vasculhar seu banco de dados por referências catalogadas em português, o que, baseado em alguns testes próprios e relatos na *internet*, funciona adequadamente em muitos casos. Mas é importante

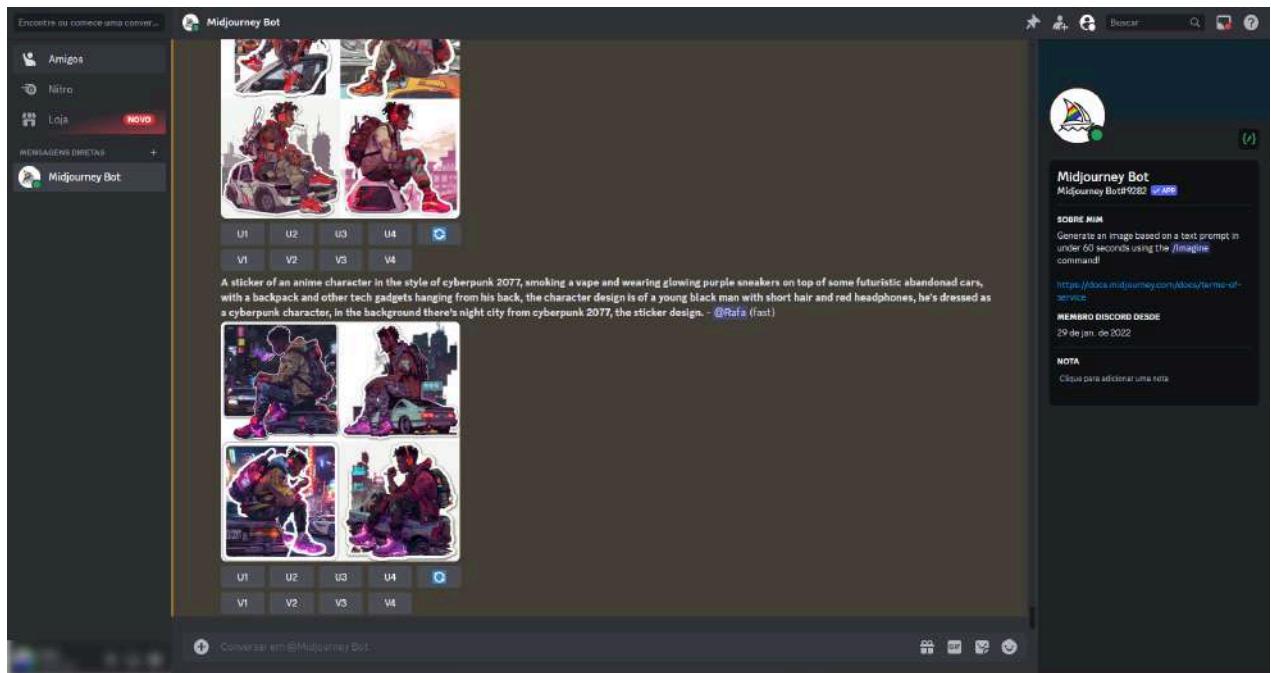
<sup>12</sup> <https://discord.com>

<sup>13</sup> <https://www.midjourney.com/home>

reiterar que, nestes mesmos testes e relatos, os resultados são muito mais variados e eficazes quando o *prompt* é em inglês, pois o banco de dados é muito mais rico em referências nesta língua; o que é esperado devido à dominância do inglês na *internet* ocidental, que é a fonte do banco de dados do Midjourney. Esse elemento linguístico se repete em todas as outras IAs usadas neste trabalho.

Em relação ao processo de geração, o usuário deve primeiro abrir o *chat* com *bot* do Midjourney no Discord.

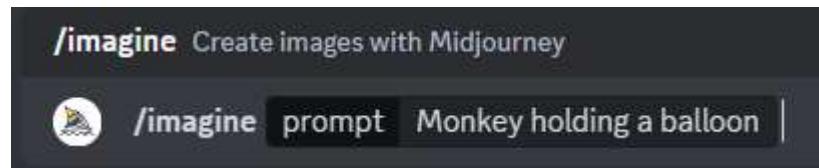
**Figura 3 - Chat do Discord com o Bot do Midjourney**



Fonte: Captura de tela, Discord.

Todas as operações com o Midjourney são iniciadas com um comando. Comandos são iniciados com o dígito “barra” (/) no *chat*, e a medida que você digita o comando, o Discord vai automaticamente oferecer opções disponíveis baseadas nos *bots* presentes no *chat*. Para gerar uma imagem, o comando “/imagine” deve ser digitado, e apertando *Enter* no teclado, o *chat* vai selecionar o modo de geração de imagem. O usuário vai perceber uma alteração na barra do *chat*, agora apresentando um espaço de *prompt* para ser preenchido. É neste espaço que o usuário preenche as informações que irão instruir a geração da imagem. Por exemplo, se preenchermos o espaço com “Monkey holding a balloon” (Macaco segurando um balão), recebemos o seguinte resultado:

**Figura 4 - Exemplo de prompt escrito no chat do Discord**



Fonte: Captura de tela, Discord.

**Figura 5 - Resultado do prompt “Monkey holding a balloon”**



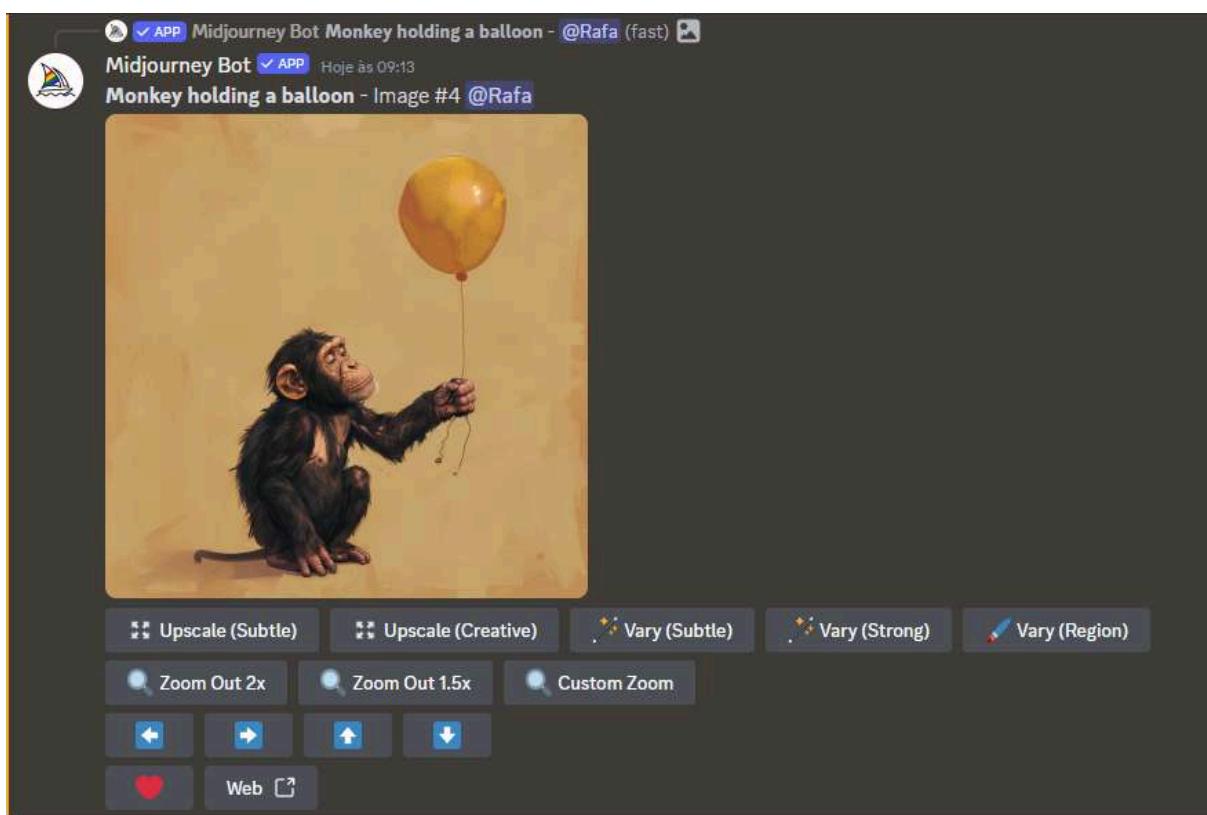
Fonte: Captura de tela, Discord.

Percebe-se que o *prompt* resultou em 4 imagens, não uma. Esse é o padrão para a maioria das IAs Generativas de imagem: disponibilizar mais de um resultado para aumentar as chances de oferecer um que satisfaça o usuário. As letras e números abaixo da imagem são funcionalidades que serão explicadas a seguir.

Supondo que o usuário quer encontrar uma imagem ideal, ou próxima de ideal, de um macaco segurando um balão, ele tem algumas opções de como prosseguir.

Se uma dessas imagens já está perto o suficiente do que ele procura, ele pode selecionar um dos botões U1, U2, U3, ou U4 abaixo da imagem. “U” se refere à *Upscale*, ampliando o tamanho e qualidade da imagem, e o número em seguida se refere a uma das 4 imagens geradas, em ordem de cima para baixo, esquerda para direita. Então se o usuário quiser ampliar para uso a última imagem, a do macaco segurando o balão amarelo, ele deve clicar no botão U4.

**Figura 6 - Resultado de ampliação de imagem**



Fonte: Captura de Tela, Discord.

Após a imagem ser ampliada, o usuário pode selecioná-la no chat e depois selecionar com o botão direito do mouse para salvá-la. Ele também tem uma nova diversidade de opções, incluindo ampliar o tamanho e qualidade ainda mais com *Upscale (Subtle)* ou *Upscale (Creative)*, variar a aparência dessa imagem, escolhendo uma variação sutil com *Vary (Subtle)* ou uma forte com *Vary (Strong)*. Ele também pode variar partes específicas da imagem com *Vary (Region)*. Se os limites da imagem estão muito próximos do sujeito principal ou se ele quiser que

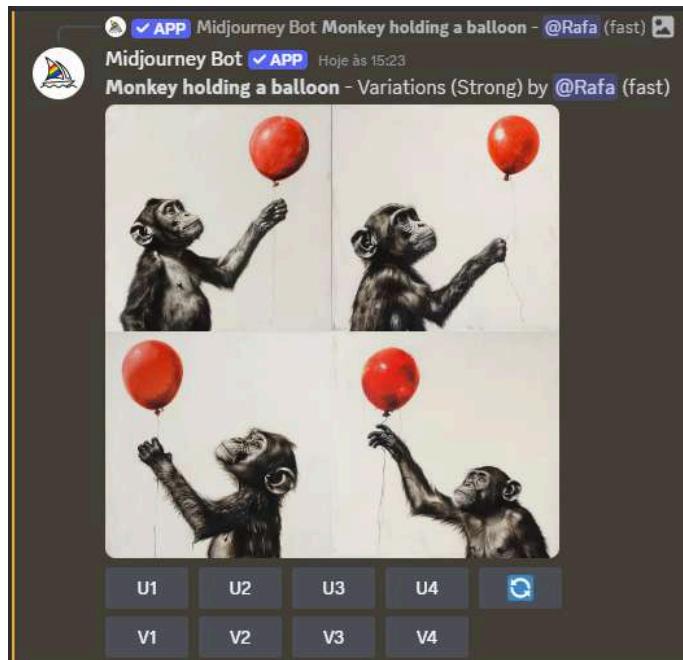
mais elementos sejam adicionados próximos às bordas, ele pode escolher uma das opções de *Zoom*, ou uma das setas azuis, que vão aumentar a imagem na direção selecionada.

Os usos dessas opções são todos dependentes das necessidades do usuário e serão explorados em melhor detalhe à medida que têm utilidade para este trabalho.

Voltando aos resultados na **Figura 5**, caso um dos resultado esteja próximo ao resultado procurado, mas ainda pode melhorar, uma boa opção é variar o resultado próximo com um dos botões V1, V2, V3 ou V4. “V” se refere à *Vary* (Variar) e mais uma vez, 1 à 4 se referem às imagens em ordem de cima para baixo, esquerda para direita.

Clicar em uma dessas opções vai gerar mais 4 opções baseadas na imagem selecionada. Por exemplo, ao selecionar “V1”, 4 novas imagens vão ser geradas a partir da primeira (a de cima à esquerda).

**Figura 7 - Resultado das variações V1**



Fonte: Captura de tela, Discord.

A geração de imagens a partir de um *prompt* somada à criação de variações e finalmente à ampliação de resolução com o *upscale* compõem as funções mais importantes e comumente utilizadas no decorrer deste trabalho. O Midjourney tem uma variedade de funções que auxiliam a obtenção de resultados mais específicos,

como a alimentação de outras imagens para obter um esboço ou um estilo de arte a ser seguido. A explicação dessas funções fica reservada para o momento que elas forem utilizadas, mas até então foi explicado o geral da metodologia em referência ao Midjourney.

### 5.3.2 Adobe Firefly

O Adobe Firefly é em muitos aspectos semelhante ao Midjourney AI. Ele também tem o propósito de geração de imagens a partir de um *prompt*, utilizando um banco de imagens. Os grandes diferenciais práticos do Firefly para o Midjourney são sua disponibilidade, a qualidade de seus resultados, e algumas ferramentas embutidas no Firefly que faltam no Midjourney.

Primeiro, sobre sua disponibilidade, o Adobe Firefly pode ser acessado gratuitamente em qualquer *browser* de internet, porém com limite mensal de 25 prompts, cada um gerando 4 opções de imagem, e todas exportadas com uma marca d'água. Dois pacotes pagos oferecem diversas vantagens, as principais sendo um limite mensal muito maior e a remoção da marca d'água.

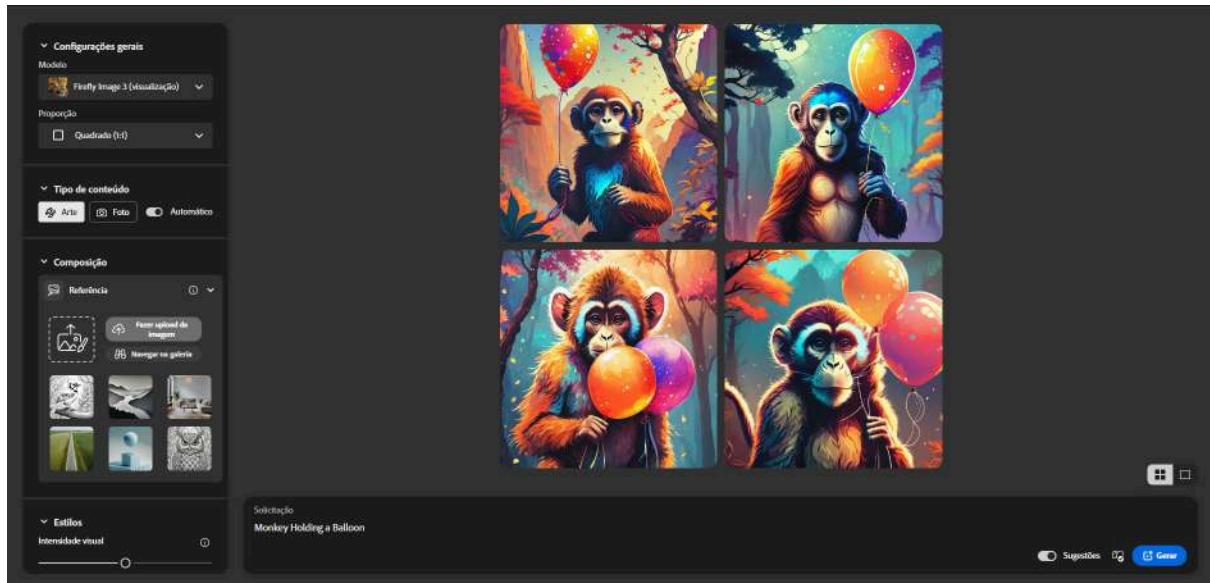
Segundo, sobre a qualidade dos resultados, essa tem ligação direta com o banco de dados utilizados pelo algoritmo do Firefly. Sendo propriedade da Adobe, o Firefly usa as imagens encontradas no Adobe Stock para alimentar o algoritmo de sua IA. Isso significa que seu banco de dados é显著mente menor que o banco LAION do Midjourney AI, possibilitando resultados mais limitados de imagens geradas.

Por último, o Firefly está disponível em seu próprio site, oferecendo uma diversidade de funções e parâmetros que podem ser alterados para ajudar a alcançar o resultado desejado, tudo com uma interface intuitiva de usar. Isso resulta em uma experiência de usuário muito mais confortável de usar que a do Midjourney.

O uso dessa ferramenta é como a maioria das IAs generativas: com a escrita de um *prompt*. O usuário descreve a imagem desejada na barra de *prompt* e seleciona a opção gerar.

**Figura 8 - Interface do Firefly, com resultado do prompt**

**“Monkey Holding a Balloon”**



Fonte: Captura de tela, Adobe Firefly.

Imediatamente vemos as diferenças dos algoritmos e do banco de dados do Firefly em comparação com o Midjourney. Referindo à **Figura 5**, vemos que o mesmo prompt gera imagens com o mesmo conteúdo, mas um estilo estético muito diferente.

As ferramentas mencionadas são o caminho para gerar imagens com um estilo específico. Descendo a barra de interface à esquerda, vamos encontrar as opções de “Composição”, “Referência de Estilos” e “Efeitos”.

Composição permite ao usuário selecionar uma foto ofertada pelo Firefly ou subir sua própria. A imagem selecionada vai servir como referência de contorno para o resultado final, ou seja, a imagem gerada vai tentar posicionar os elementos da imagem final de acordo com os da imagem alimentada.

**Figura 9 - Imagem alimentada no Contorno e resultado gerado usando o mesmo prompt da Figura 8**



Fonte: Etsy Store e Captura de Tela, Firefly

Referência de Estilos vai indicar à IA a estética artística do resultado final, ou seja, o Firefly vai tentar gerar uma imagem com uma identidade visual, cores, técnicas, texturas e outros elementos visuais próximos ao da imagem alimentada.

**Figura 10 - Imagem alimentada em Estilos e resultado gerado**



Fonte: Freepik e Captura de tela, Adobe Firefly.

Finalmente, os Efeitos funcionam de um modo semelhante ao Referência de Estilos, mas dessa vez ao invés de alimentar uma imagem, o usuário seleciona de uma lista grande de palavras-chave referentes a algum estilo, movimento ou técnica artística que vai influenciar o resultado final. Para listar alguns exemplos de Estilos: Cubismo, Maximalismo, *Steampunk*, HQ, *Lowpoly*, Psicodélico, Rabiscos, Tinta a Óleo, Foto Antiga, Olho de Peixe, etc.

**Figura 11 - Resultados do prompt “Monkey Holding a Balloon” com os Estilos “Barroca”, “Tinta a Óleo” e “Eclético” selecionados**



Fonte: Captura de Tela, Adobe Firefly.

Isso engloba a maior parte das funções e capacidades do Adobe Firefly, que apesar de executar a mesma função do Midjourney, seu algoritmo, banco de dados e opções de imagem possibilitam resultados significativamente diferentes. Se disponíveis, o uso das duas IAs simultaneamente melhora as chances de obter uma imagem desejada.

### 5.3.3 Microsoft Copilot

Em uma parceria com a OpenAI (TUNG, 2023), empresa responsável pelo ChatGPT, a Microsoft lança uma nova IA de chatbox (conversa) atrelado à plataforma de pesquisa Bing em fevereiro de 2023. No início essa ferramenta tinha o nome de Bing Chat, eventualmente sendo renomeada para Copilot. No momento de escrita deste trabalho, está IA deixou de existir apenas no site e aplicativo do Bing, e

agora também está presente em qualquer computador com o sistema operacional Windows 11.

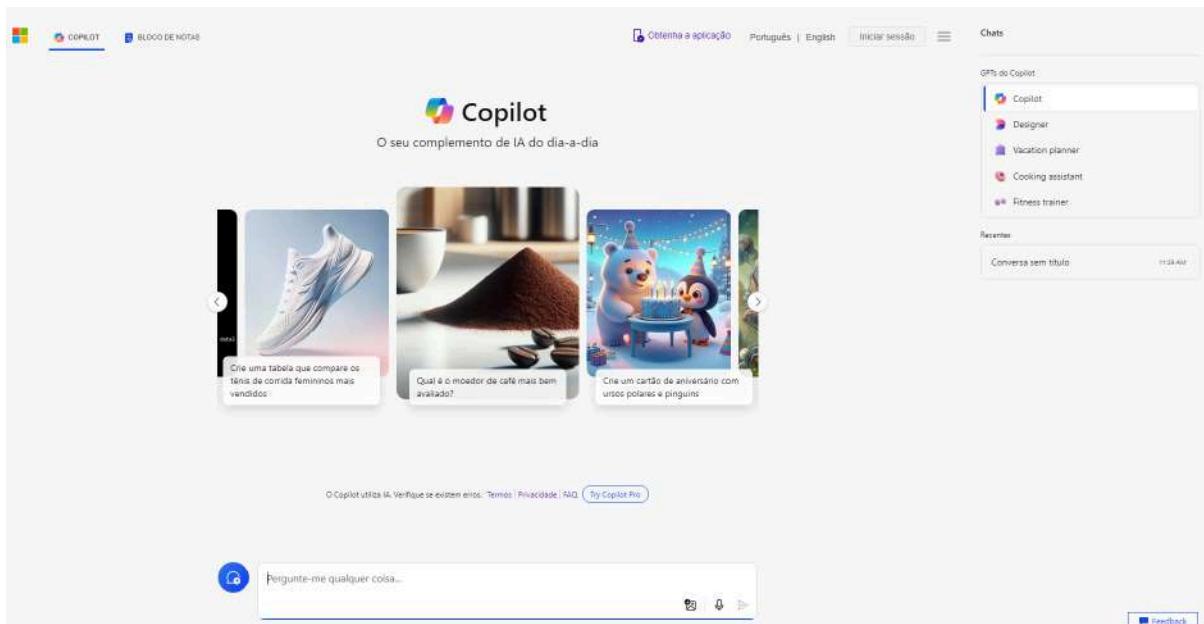
O Copilot opera em um modelo chamado Microsoft Prometheus, este que é construído em cima do modelo GPT-4 da OpenAI. Este modelo é conhecido como um “*large language (LLM)*”, que significa que esta IA tem acesso a um enorme banco de dados de texto, do qual ele usa para escolher quais palavras usar em um texto de resposta ao usuário.

Para acessar o Copilot, o usuário necessita apenas acessá-lo por meio de um computador com o Windows 11, na barra de pesquisa; por meio do Bing, ou diretamente no navegador Microsoft Edge. Este serviço é completamente gratuito.

A função principal do Copilot é servir como um assistente pessoal para o usuário, lhe respondendo perguntas, oferecendo ajuda com informações, buscando conteúdo na internet. A intuição básica é usar o Copilot como uma ferramenta mais complexa de pesquisa, semelhante ao Google e ao próprio Bing.

Sua interface é semelhante a um aplicativo de chat como Whatsapp, onde o usuário pode encaminhar seu *prompt* na barra de baixo.

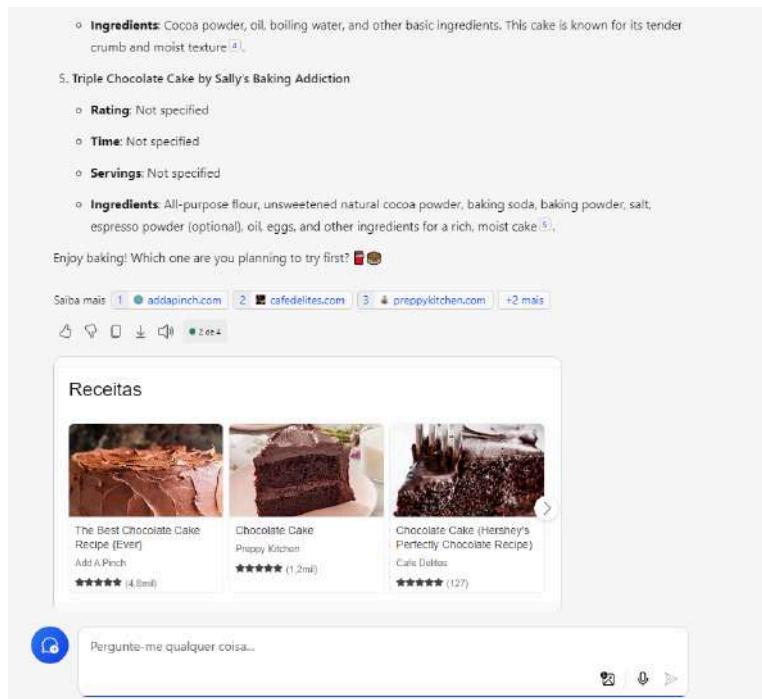
**Figura 12 - Página inicial do Copilot**



Fonte: Captura de tela, Copilot.

Em um exemplo, quando dado a instrução “Give me 5 recipes for chocolate cake” (Me de 5 receitas para bolo de chocolate), o Copilot responde com um resumo de 5 receitas encontradas online, além de anexar o *link* para a página original de cada uma das receitas.

**Figura 13 - Resultado da pesquisa “Give me 5 recipes for chocolate cake”**



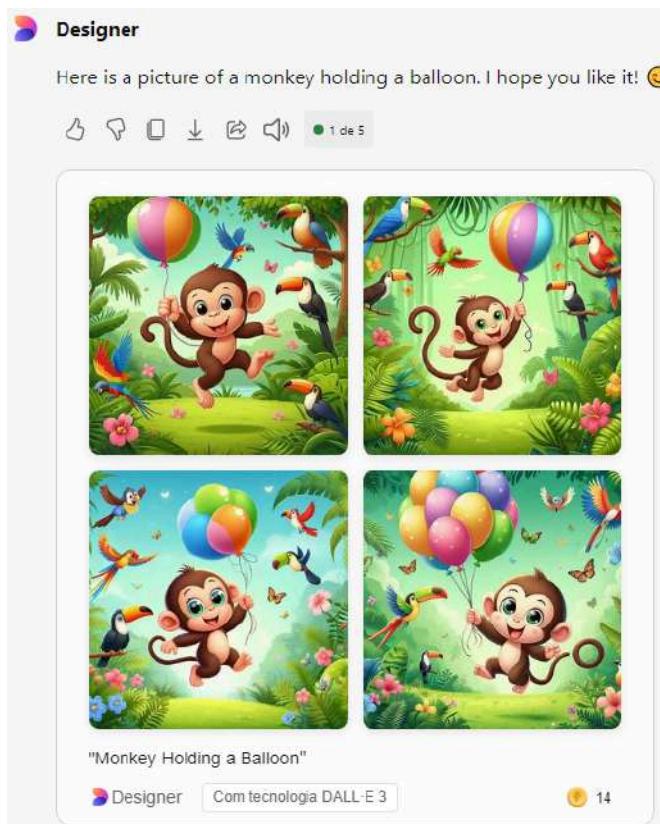
Fonte: Captura de Tela, Copilot.

Um dos pontos positivos do Copilot é justamente o fato que suas respostas são todas baseadas em conteúdo encontrado na internet, assim ele é capaz de providenciar *links* de onde tirou sua informação. Isso não significa que o Copilot é imune ou até mesmo particularmente resistente à desinformação. Seu algoritmo faz um “chute educado” o que pensa ser a resposta mais ideal para o *prompt* do usuário, podendo escolher informação errada ou incompleta por acidente.

Porém, texto e pesquisa não são as únicas utilidades do Copilot. Assim como as duas IAs analisadas anteriormente, ele também possui uma IA generativa de imagem. À direita da página inicial, alguns modos do Copilot podem ser ativados, cada um com um algoritmo melhor programado para funções específicas. Um deles é destinado a criar e pesquisar receitas, outro para ajudar a montar treinos físicos, e o chamado de “Designer” é o de geração de imagens.

**Figura 14 - Resultados do Copilot para o *prompt***

**“Monkey holding a balloon”**



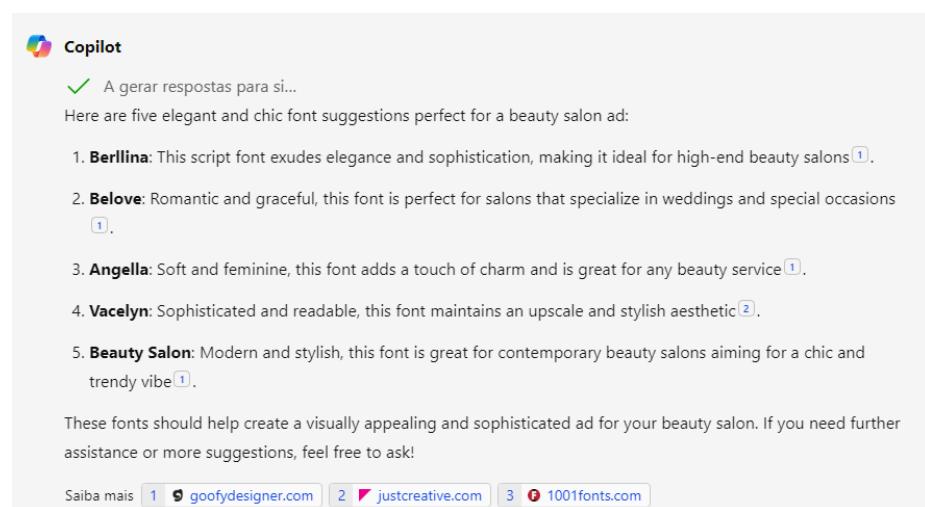
Fonte: Captura de tela, Copilot.

O modelo específico de geração de imagem do Copilot é o DALL-E 3, também da Open-AI, e opera de modo muito semelhante ao Midjourney AI. Baseado em testes feitos antes e durante este trabalho, entre as 3 opções de IA generativa de imagem, o Copilot tem os piores resultados, seja por serem visualmente poluídos e incoerentes, terem uma variedade limitada de estilos e técnicas, e em geral uma qualidade de imagem pior. A geração de imagens é ilimitada e gratuita, mas cada usuário tem um uso limitado de 15 *prompts* rápidos por mês. Sem um *prompt* rápido, a imagem pode demorar minutos para ser gerada. Uma mensalidade paga aumenta o número desses *prompts* rápidos.

O verdadeiro valor desta IA para o trabalho foi como ferramenta de pesquisa. No momento de reunir preferências, o Copilot pode reunir artigos sobre algum movimento ou artista específico. Se pedir, o usuário pode pedir imagens de exemplo sobre esse movimento ou artista. Se houver alguma pergunta específica, por

exemplo as cores predominantes em uma pintura, até mesmo o código de cor específico de alguma peça de arte, ele pode vir com uma resposta. Ele também pode fazer sugestões em momentos de dúvida, por exemplo, quando a procura de uma fonte para um projeto, o usuário pode mandar o Copilot recomendar uma família de fontes que se encaixe em algum tema.

**Figura 15 - Resultado de um prompt pedindo 5 fontes para um salão de beleza feminino**



Fonte: Captura de tela, Copilot.

Em conclusão, o Copilot opera como um assistente digital que pode ser usado como uma fonte de conhecimento e informação. O fato desta IA apontar as fontes de onde tira suas informações ajuda na procura de recursos se as respostas não forem imediatamente satisfatórias. Com um grau de detalhe na hora de escrever o *prompt*, o usuário consegue obter respostas específicas, possivelmente encurtando o tempo de pesquisa de um projeto.

## 6. Desenvolvimento

### 6.1 Estudos de Caso

O foco principal do trabalho e do produto são cerca de dois trabalhos de design de logo. O intuito desses trabalhos era usar IAs Generativas durante todo o processo de criação, desde o esboço até a entrega final, sob o pedido e aprovação de um cliente.

O uso das IAs foi limitado apenas às três exploradas no capítulo de metodologia. A escolha dessas três ferramentas foi dado a um balanço de qualidade, custo e acessibilidade. Essas três são algumas das mais populares e reconhecidas neste mercado emergente, com o Firefly e o Copilot sendo facilmente acessíveis, pelo menos no momento de desenvolvimento do trabalho. O Midjourney, apesar de caro, teve os melhores resultados para uma IA Generativa de imagem, então seu uso foi importante para garantir qualidade nos resultados exibidos tanto no produto quanto nesta memória. Ele também é a ferramenta mais popular e reconhecida, servindo como uma boa IA para ser a primeira apresentada no manual.

Para iniciar os estudos de caso, foi necessário encontrar clientes com necessidade de um profissional de design. A expectativa é que ao conduzir esta parte do desenvolvimento do trabalho de modo idêntico ao trabalho de um profissional *freelancer*, os resultados se demonstrariam legítimos e condizentes com a experiência de designers publicitários que decidam ler o manual e usar ferramentas de IA.

Coincidiu que o modo em que os clientes foram encontrados para o trabalho foram opostos em relação ao indivíduo ativo. No primeiro caso, os clientes estavam à procura de um designer para a criação de uma logo, enquanto no segundo caso, o designer (o autor deste trabalho) percebeu a necessidade dos clientes de ter uma logo e ofereceu o serviço à eles.

Os dois clientes tinham a necessidade da criação de uma logo para suas respectivas marcas. Essa repetição de modalidade no campo de design será compensada pelos trabalhos adicionais que aparecem em seguida, que lidam com a criação de publicações para rede social para uma loja online, e o desenvolvimento

das artes para o manual, dois casos que também foram produzidos com a participação de Inteligência Artificial Generativa.

A cronologia de cada um desses trabalhos começa com as publicações em rede social para a loja, que foram criadas de Outubro de 2023 até Janeiro de 2024. Em seguida os dois estudos de caso, que foram desenvolvidos desde Março de 2024 até Julho do mesmo ano. O último caso foram as artes do manual, que foram desenvolvidas também em Julho de 2024.

Apesar dessa cronologia, o trabalho irá começar pelas duas produções de logo, já que elas foram os estudos principais e mais complexos do trabalho.

#### 6.1.1 Chalé Dali Di Cavalcante

Este caso teve início até mesmo antes do começo deste trabalho. Os clientes, Marcelo Henrique Leão Santos e Flávia Meireles Daia, já estavam interessados na produção de uma logo para sua marca a um tempo. Assim eles estavam mais que dispostos em oferecer essa necessidade como um estudo de caso para o trabalho. Uma reunião presencial, sendo a fase de *briefing*, foi agendada, onde as informações da marca e da logo que seria produzida foram compartilhadas.

Os clientes são um casal brasiliense, donos de um terreno na cidade de Cavalcante, GO. Cavalcante é uma pequena cidade do interior que atrai turistas todos os anos por causa de sua proximidade ao Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, e dezenas de outros pontos de ecoturismo, como rios, canyons, morros e cachoeiras, além do turismo cultural da região, que conta com uma população rural e várias comunidades Calungas (ou Kalunga, que são descendentes de africanos escravizados fugidos e libertos).

Frequentadores da região da Chapada dos Veadeiros, os clientes compraram um terreno em Cavalcante e construíram uma casa de férias para eles. Porém algum tempo depois, construíram também um chalé no fundo do terreno, que poderia ser alugado para turistas. Este serviço de aluguel do chalé é a marca que eles batizaram de Chalé Dali de Cavalcante.

O nome da marca é um jogo de palavras com o nome de dois artistas que os clientes gostam, Salvador Dali e Di Cavalcanti, ao mesmo tempo que também faz referência à cidade que abriga o chalé. Os clientes têm um carinho muito grande pela cidade, que eles visitam desde que eram jovens. Existe também uma “competição” entre Cavalcante e duas outras cidades perto da Chapada dos Veadeiros, São Jorge e Alto Paraíso de Goiás, com Cavalcante sendo a menos popular das três. Este último fato incentivou os clientes a botarem o nome da cidade no nome da marca, com o intuito de divulgar a cidade ao mesmo tempo que divulgam a marca.

A marca deles se propaga principalmente por três meios: Instagram (@chale\_dali\_di\_cavalcanti), Airbnb e por boca a boca. O interesse dos clientes em relação a logo é ter algo para botar no ícone de perfil de sua rede social. Eles também têm a expectativa de crescer a marca, construindo mais chalés e ganhando popularidade o bastante para que o Chalé Dali Di Cavalcante seja reconhecido como um dos melhores lugares para se hospedar na Chapada dos Veadeiros. Para isso, eles precisam de uma logo que ajude a criar esse reconhecimento.

Durante a reunião, eles deixaram bem claro que queriam que a logo fizesse alguma associação com a cidade, ou com a cultura local. A natureza local também é um assunto que lhes interessava, mas em geral, eles não tinham nenhuma imagem idealizada na cabeça, deixando um grau alto de liberdade criativa para o caminho que essa logo tomaria.

Com a fase de *briefing* finalizada, a próxima etapa é a de pesquisa. Baseado nas informações da reunião, o foco foi dado a imagens importantes ou icônicas da cidade de Cavalcante, e a natureza local. Usando o Google como ferramenta de pesquisa principal, uma seleção de fotos e páginas foi organizada.

**Figura 16 - Exemplos de imagens obtidas durante a pesquisa**



Fonte: Google Imagens.

A partir de algumas dessas imagens se iniciou a próxima fase, de esboço. Perto da entrada da cidade, uma obra de arte de autor desconhecido fica localizada ao lado da Avenida Silvino Ferreira, que dá entrada para a parte principal da cidade. A

obra é composta por 3 arcos retangulares ao céu aberto, cada um levemente inclinado para o lado e com as cores branco, verde e vermelho.

**Figura 17 - Obra dos três arcos**



Fonte: A Mochila e o Mundo.

Qualquer turista, ao sair e entrar de Cavalcante, passa ao lado desta obra, e os acostumados a visitar a cidade conhecem bem estes três arcos. O primeiro esboço construído para a marca faria referência a esses ícones antigos e únicos da cidade.

Neste primeiro esboço, entrou o uso de Inteligência Artificial Generativa. O Midjourney AI foi usado para criar uma diversidade de ideias que pudessem alimentar um esboço final.

Primeiro, foi construído um *prompt* que descrevesse a imagem original, como um ponto de partida para futuros *prompts*.

*“Three doorways in the middle of a jungle, lined up. One doorway is white, the other is pink and the last one is green.”*

A tradução é “Três portas no meio de uma selva, alinhadas. Uma porta é branca, a outra é rosa e a última é verde”, e alguns dos resultados estão na **Figura 18**.

**Figura 18 - Resultados do Midjourney AI 1**



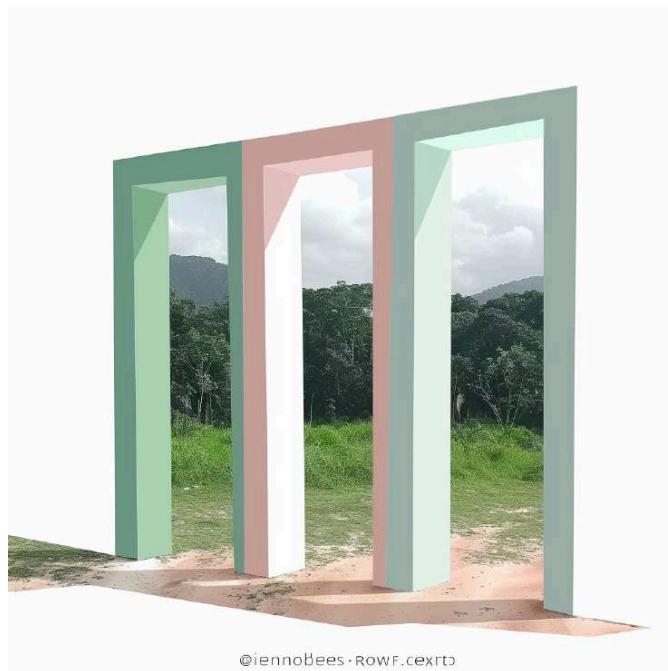
Fonte: Captura de tela, Discord.

Em seguida, o *prompt* para “Logotipo vetorial minimalista de três molduras de portas abertas, vista lateral, uma após a outra. Uma porta é branca, a outra é rosa e a última é verde. Fundo branco” (a partir daqui, *prompts* em inglês serão traduzidos).

Porém os resultados em si não foram tão satisfatórios, então o *prompt* foi repetido, mas desta vez a imagem da **Figura 17** foi alimentada para o Midjourney como referência para os resultados. Eles então foram mais próximos do esperado.

Antes de seguir em frente com este esboço, um dos resultados foi encaminhado por mensagem para os cliente, para saber se eles estavam satisfeitos com a ideia. O intuito era evitar de continuar trabalhando caso os clientes rejeitassem a ideia geral desta versão da logo. A imagem encaminhada foi a **Figura 19**.

**Figura 19 - Imagem encaminhada para os clientes 1**



Fonte: Captura de tela, Discord.

Os clientes reconheceram a ideia, de associar estes arcos icônicos da cidade com a marca, mas no final das contas não queriam fazer essa associação. O motivo principal dado era que a obra estava abandonada, então vai se deteriorar com o tempo, mas eles também não tinham tanto interesse pessoal nela. Assim, este esboço foi descartado.

O próximo esboço foi desenvolvido a partir de uma percepção pessoal sobre o trajeto de carro ao viajar para a Chapada dos Veadeiros. A fase de pesquisa revelou um documentário encontrado na plataforma Youtube intitulado “De arrepia! Veja como o turismo de base comunitária transformou um quilombo Kalunga”<sup>14</sup>, que conta a relação das comunidades Kalungas, que vivem no e ao redor do território da Chapada, com o turismo.

Nos primeiros segundos do vídeo, vemos alguns cenários naturais deste território, incluindo morros e chapadas. Esses visuais trouxeram memórias de experiências pessoas em relação a viagens à Chapada, quando se viaja de carro até Cavalcante. é possível ver casinhas solitárias aos pés dos morros. A ideia deste esboço se

---

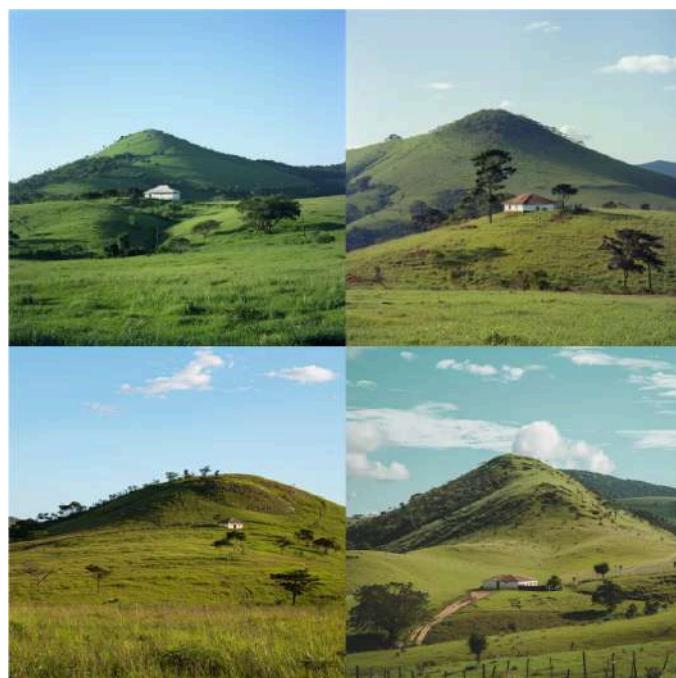
<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=JP4jCqOldMo&t=333s>

tornou então representar um chalé solitário aos pés das formações geográficas icônicas deste parque.

A fase de pesquisa não trouxe tantas referências satisfatórias, faltando imagens das casas rurais da Chapada, então a IA Generativa de imagem Midjourney teve outra utilidade. Construindo um *prompt* detalhado, foi possível gerar imagens de IA que sirvam como referência para o esboço.

O *prompt* “Imagem de longa distância de uma colina íngreme e alta, verde, com uma única casa pequena e branca na sua base, no cerrado brasileiro, Kalungas, Cavalcante”<sup>15</sup> gerou os resultados da **Figura 20**

**Figura 20 - Resultados do Midjourney AI 2**



Fonte: Captura de tela, Discord.

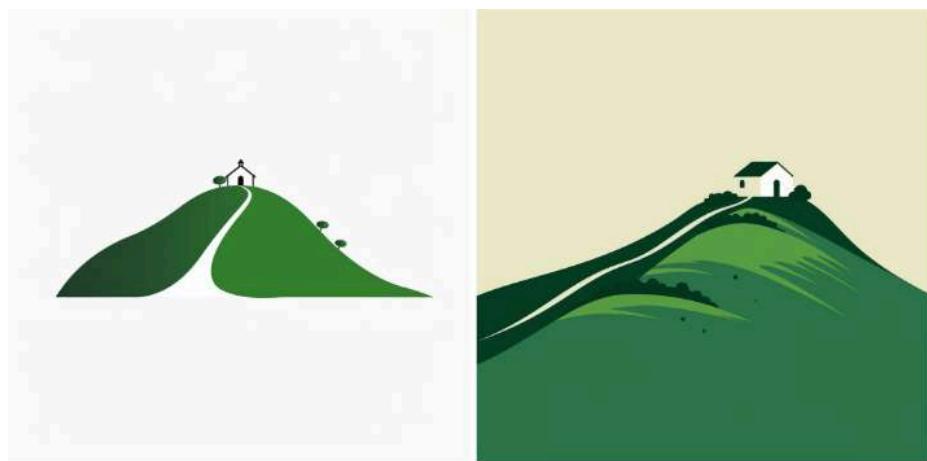
Este *prompt* demonstrou seguir a estética procurada, então o necessário seria apenas alterar seu estilo artístico de uma fotografia para algo mais próximo de uma logo. O prompt foi alterado para “Logotipo minimalista de uma colina íngreme e alta, verde, com uma única casa pequena e branca na sua base, no cerrado brasileiro, Kalungas, Cavalcante. Logotipo vetorial, design simples, logo brasileira.”<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Long distance shot of a steep and tall green hill with a single small white house at its base, on the cerrado brasileiro, kalungas, cavalcante

<sup>16</sup> Minimalist Logo of a steep and tall green hill with a single small white house at its base, on the cerrado brasileiro, kalungas, cavalcante. Vector logo, simple design, brazilian logo

Dois resultados mais relevantes para o esboço foram os da **Figura 21**.

**Figura 21 - Resultados escolhidos**



Fonte: Captura de tela, Discord.

Combinando elementos visuais e as cores destes resultados com os morros vistos no documentário, um esboço de logo foi desenvolvido manualmente com um programa de arte gráfica vetorizada, o Adobe Illustrator. A primeira versão deste esboço está na **Figura 22**.

**Figura 22 - Esboço de logo inicial**



Fonte: De autoria própria.

O último passo desta fase seria decidir uma diagramação e as fontes do texto da logo. Para isso foi usado o Microsoft Copilot, com o segundo *prompt*:

“Estou criando um logotipo para uma conta do Airbnb que aluga chalés pequenos em uma cidadezinha no meio da floresta. O público-alvo são ecoturistas que gostam

de caminhar, ver a natureza e visitar rios e cachoeiras. Já desenhei o logotipo, que é a imagem de uma montanha verde com uma pequena casa branca na base. A última coisa que preciso fazer é escolher um par de fontes para o título da conta. Preciso de duas fontes que combinem bem e representem a vibração da conta. Certifique-se de que a fonte principal seja uma fonte cursiva.”

A resposta do Copilot trouxe algumas opções de fontes interessantes, mas algumas não possuíam permissão de uso comercial, então o *prompt* foi repetido, mas a seguinte frase foi adicionada no final:

“Escolha apenas fontes disponíveis no Adobe Fonts.”

O Copilot conseguiu seguir a instrução adicional. As novas sugestões foram experimentadas, com uma opção final sendo encaminhada para os clientes. Esta opção segue na **Figura 23**.

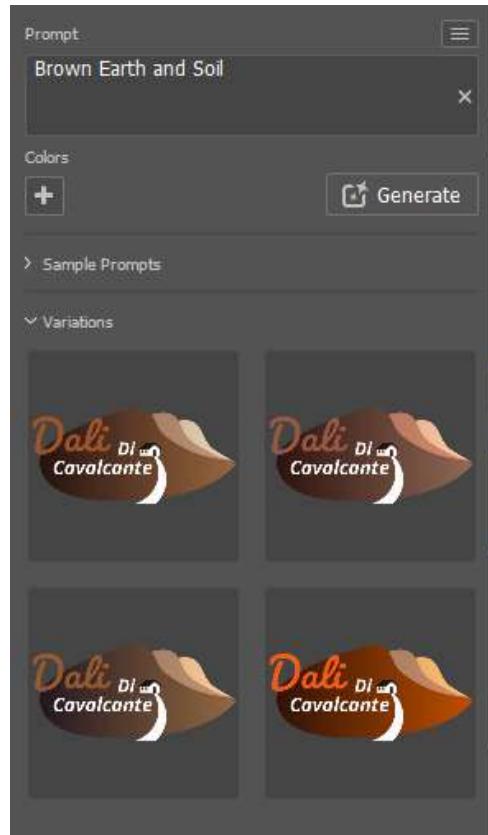
**Figura 23 - Imagem encaminhada para os clientes 2**



Fonte: De autoria própria.

Os clientes gostaram mas ainda tinham ressalvas. Primeiro eles pediram para testar cores terrosas como marrom. Usando uma ferramenta de IA integrada no Adobe Illustrator, o *Generative Recolor*, a mudança de cor foi facilitada. Esta ferramenta também pede um *prompt* que descreva as cores desejadas. O modo como essa ferramenta foi usada pode ser vista na **Figura 24**.

**Figura 24 - Generative Recolor**



Fonte: Captura de Tela, Adobe Illustrator.

O *prompt* na **Figura 24** traduz para “Marrom Terra e Solo”. A IA do Illustrator então oferece quatro opções. A terceira opção (de baixo à esquerda) é escolhida, e ela é encaminhada para os clientes.

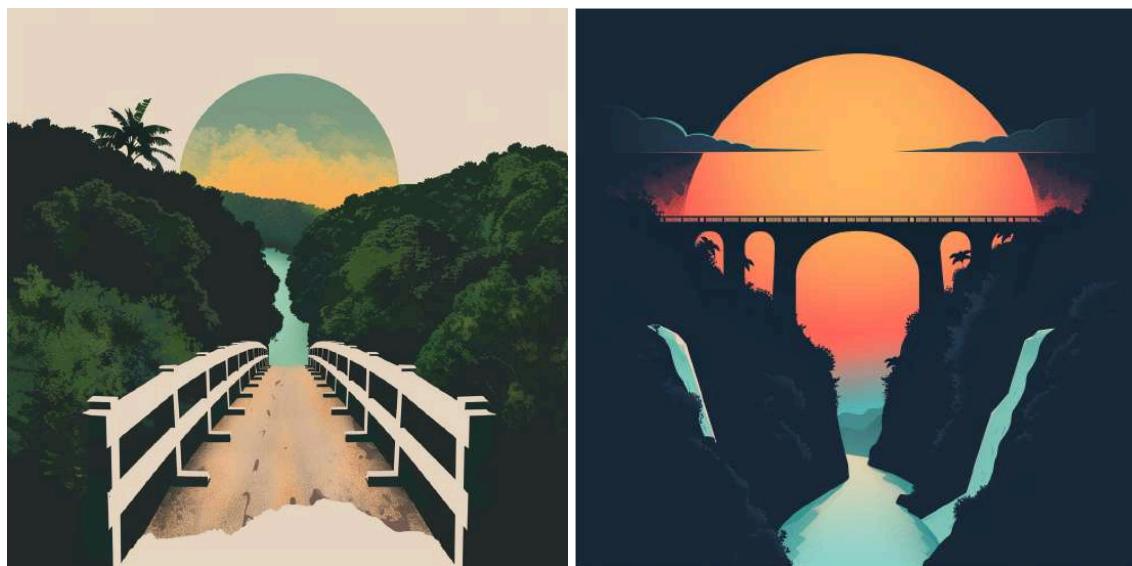
Mais uma vez, os clientes elogiaram a ideia mas não estavam satisfeitos. Eles disseram gostar da escolha das fontes e a figura da casa, mas não gostaram do formato do morro, e em geral ainda gostariam de algo que remetesse mais a cidade de Cavalcante. Então com isso, este esboço foi abandonado.

Após a apresentação do esboço anterior, foi levantado um ponto importante em relação à ponte de entrada em Cavalcante (primeira imagem da **Figura 16**). Os clientes demonstraram um apego emocional à ponte e manifestaram o desejo de que um novo esboço a incluísse.

O Midjourney serviu mais uma vez para gerar ideias e opções para este novo esboço. A imagem da ponte na **Figura 16** foi alimentada ao Midjourney como referência, e com o *prompt* “Logotipo minimalista de uma ponte, de uma extremidade

à outra, levando a um vale em uma selva.”, gerando diferentes resultados, cada um com ajustes diferentes em relação a intensidade que o Midjourney usava a imagem de referência. Entre esses resultados, os da figura **Figura 25** chamaram a atenção.

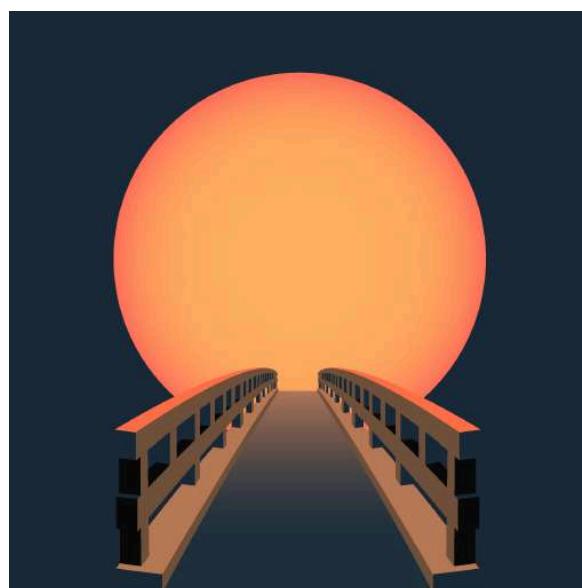
**Figura 25 - Resultados do Midjourney 3**



Fonte: Captura de Tela, Discord.

A composição da imagem à esquerda e as cores da imagem à direita serviriam de base para o desenvolvimento deste esboço. Com o Adobe Illustrator, o início dele (**Figura 26**) foi produzido e apresentado para os clientes.

**Figura 26 - Esboço Incompleto**



Fonte: De autoria própria.

Os clientes gostaram do caminho que estava sendo seguido. Juntando as fontes do esboço anterior e alguns elementos a mais, o esboço final apresentado foi o da **Figura 27**.

**Figura 27 - Esboço Completo**



Fonte: De autoria própria.

A logo toma este formato circular devido ao seu uso principal, que é como ícone da marca no Instagram, que tem um formato circular. Os clientes ficaram muito satisfeitos, mas pediram alguns ajustes. Eles gostariam que a natureza ao redor das pontes representasse os morros e chapadas do vale que cerca Cavalcante, e gostariam de ver o Rio da Almas por baixo da ponte.

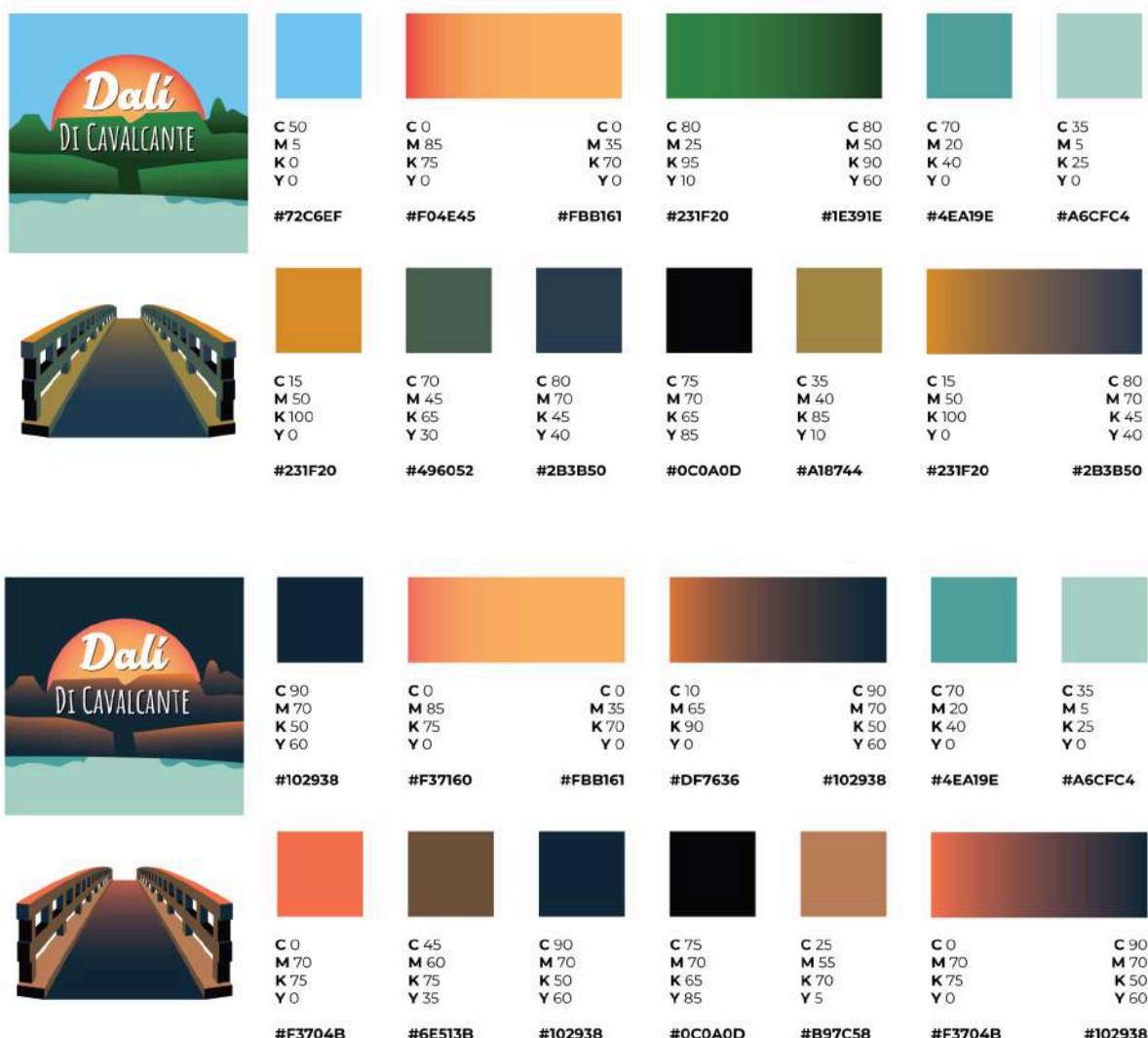
Após algumas séries de ajustes feitos a vontade dos clientes, a logo foi se aproximando de sua forma final. Neste ponto, o trabalho alternava entre as fases de *feedback* e desenvolvimento do produto. Quando os clientes ficaram completamente satisfeitos com a logo, foi feita a entrega final, que inclui quatro versões da logo (**Figura 28**), mudando as cores e diagramação, e um guia de cor para as duas versões (**Figura 29**).

Figura 28 - Entrega Final Logos Chalé Dali Di Cavalcante



Fonte: De autoria própria.

**Figura 29 - Entrega Final Paleta de Cores Chalé Dali Di Cavalcante**



Fonte: De autoria própria.

O trabalho estava pronto, assim como este estudo de caso. Todo o processo foi documentado à medida que algo significante era feito, e o mesmo é feito para o estudo de caso seguinte.

### 6.1.2 Bloco 3

Diferente do caso anterior, os clientes não tinham mostrado interesse em um serviço de designer. Porém, foi notado que a conta de Instagram da marca, que era

recém criada, não possuía um ícone. Estava evidente que a esta marca nova ainda não tinha uma logo.

O serviço de designer para a criação de uma logo então foi oferecido para alguns membros fundadores, estes que serão chamados de clientes. Eles gostaram da proposta e uma reunião foi agendada, dando início a fase de *briefing*.

Na reunião, os clientes deixaram claro a história, personalidade e propósito da marca. O Bloco 3 é uma produtora independente de audiovisual formada por alunos de graduação da Faculdade de Comunicação, na Universidade de Brasília. Ela tem esse nome pois em seu curso, os alunos de audiovisual passam por duas matérias, chamadas Bloco 1 e Bloco 2. No decorrer dessas duas matérias, os alunos planejam e produzem dois curta-metragens, tendo contato direto com a experiência de ser um profissional na área do cinema.

Procurando por mais experiência no mercado após completarem essas matérias, os fundadores do Bloco 3 se reuniram para formar esta produtora independente, com o objetivo de continuar produzindo conteúdo audiovisual apenas pelo prazer do trabalho, ou principalmente para ganhar mais experiência e crescer o currículo. Ainda sim, há esperança da produtora de conquistar um lugar no mercado, e se tornar uma marca de audiovisual reconhecida em Brasília.

O Bloco 3 é um grupo descentralizado, sem a presença de um chefe ou uma liderança formada. As decisões são tomadas coletivamente. Por esse motivo a reunião foi feita com um grupo de quatro membros fundadores, que foram os membros interessados em opinar sobre a criação da logo.

Neste caso, os clientes mais uma vez não tinham nenhuma ideia concretizada, escolhendo compartilhar movimentos artísticos e inspirações que pudessem servir de referência para os esboços. O importante para eles era representar características específicas da marca, da sua personalidade ou sua história. Um dos pontos principais era em relação à natureza coletiva e cooperativa da produtora, já que ela é formada por alunos procurando experiência, assim não tendo hierarquia nem incentivo de lucro. Eles disseram se considerar uma marca informal, jovem e auto-suficiente, com um estilo mais “improvisado” de fazer as coisas, já que eles não possuem nenhum financiamento.

O nome da marca também foi apontado como uma fonte de inspiração, tanto a imagem de um bloco quanto o número 3. Um dos clientes descreveu a marca como um “bloco de pessoas”.

Exemplos de estéticas e movimentos artísticos mencionados, estão Bauhaus, Construtivismo Soviético, a cultura pop dos anos 70 e posters de filmes clássicos, especificamente os dos filmes de monstros da Universal Pictures. Eles também pediram para fugir de algo muito limpo e minimalista, como é a tendência moderna de muitas marcas hoje em dia.

Com o fim da reunião, acaba a fase de *briefing*. Na etapa de pesquisa, uma diversidade de referências foi acumulada e organizada em um documento digital do Google Docs. Desta vez, algumas das referências foram descobertas com o uso do Microsoft Copilot. Um exemplo de *prompt* usado foi;

“Sou um designer gráfico reunindo referência para um trabalho. Meus clientes querem uma logo inspirada pelas propagandas soviéticas e comunistas do passado. Ache 10 imagens que possam servir de inspiração para esse trabalho.”

O resultado dessa pesquisa aparece na **Figura 30**.

**Figura 30 - Resultados do Copilot**

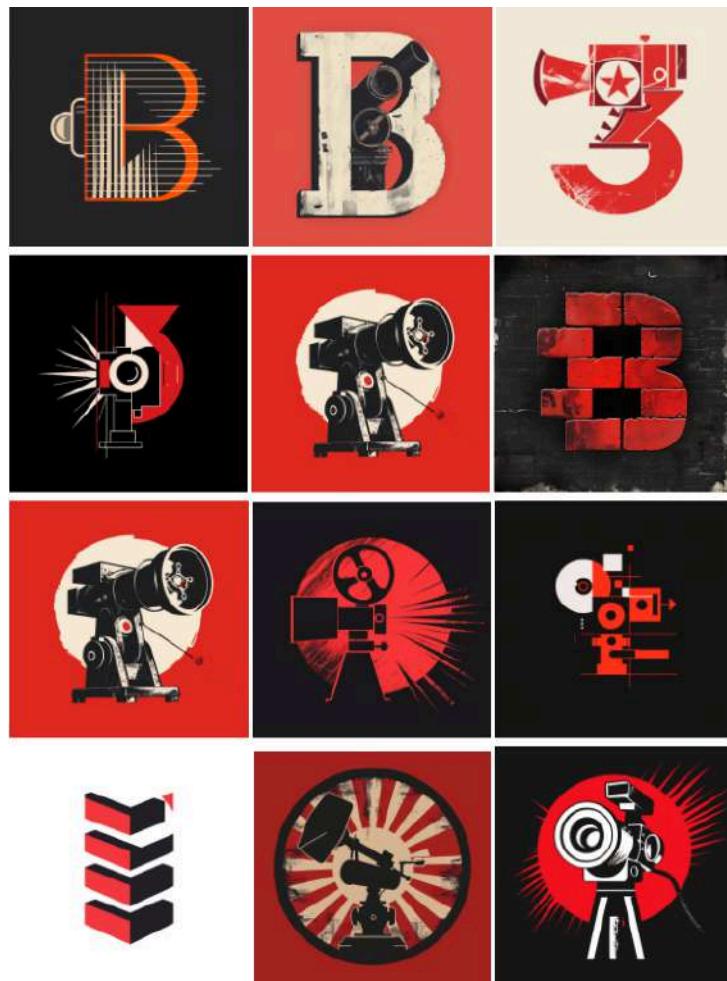


Fonte: Captura de Tela, Copilot

Além das imagens dadas de imediato pela IA, os *links* providenciados levam a mais opções. Seguindo este mesmo método, referências de Bauhaus, cinema antigo e anos 70 foram encontradas. Uma pesquisa sem IA, por meio do Google, também foi feita, procurando outros projetos modernos com o tema de cinema, encontrados principalmente em sites de portfólio como o Behance<sup>17</sup>.

A fase de pesquisa também contou com uma diversidade de imagens geradas pelas IAs Midjourney e Firefly. Os *prompts* usados variam, mudando principalmente o objeto de foco da imagem, e o estilo estético, em geral mantendo a descrição de “logo minimalista” e usando as cores vermelho e preto. Uma seleção variada de resultados desse momento da pesquisa está na **Figura 31**.

**Figura 31 - Resultados diversos do Midjourney e Firefly**



Fonte: Montagem do autor, Discord e Adobe Firefly

---

<sup>17</sup> <https://www.behance.net/>

Foram desses resultados que o primeiro esboço surgiu. A imagem na **Figura 32** surpreendeu por sua composição e legibilidade. As IAs Generativas demonstram uma dificuldade em representar objetos complexos ou ícones como letras e números. Apesar disso, este resultado, que foi gerado pelo Midjourney AI, não só é totalmente legível, mas também combinou a letra B com o número 3 de modo “inteligente”.

**Figura 32 - Resultado do Midjourney 4**



Fonte: Captura de Tela, Discord

A suspeita imediata é que a IA teria plagiado uma imagem dentro de seu banco de dados, então foi feita uma pesquisa usando tanto a barra de pesquisa do Google, procurando termos como “Logo B3”, “Logo B e 3” ou “Logo B e 3 Blocos”, quanto usando a função de pesquisa por imagem, onde a **Figura 32** é enviada para o Google, que procura pela internet por imagens semelhantes.

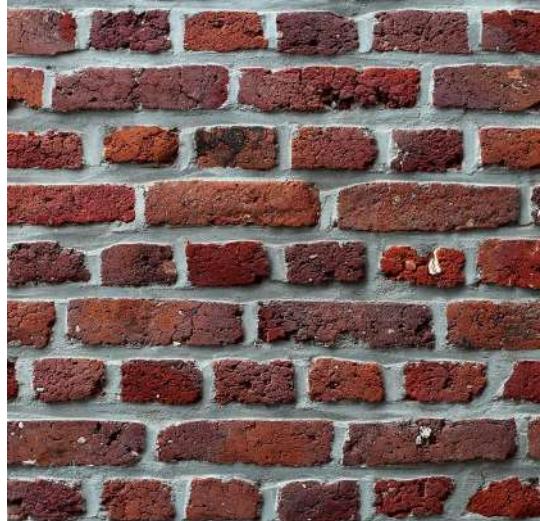
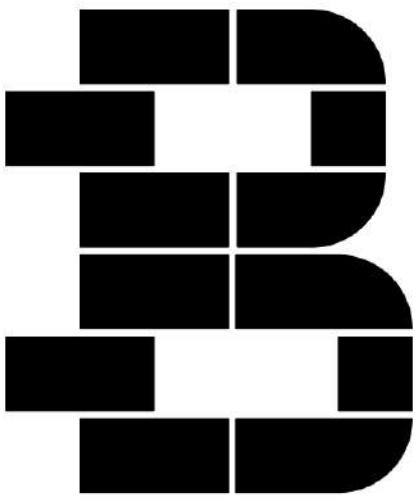
Nenhuma arte semelhante à **Figura 32** foi encontrada, especificamente, nada que se assemelha à letra B junto do número 3, formados por blocos ou tijolos. Se assume então que a imagem gerada é uma composição majoritariamente nova, e que poderia ser trabalhada sem medo inferir contra os direitos autorais de outra pessoa.

O *prompt* desta imagem em questão foi “Um logotipo simples no estilo construtivista de tijolos em forma de um B e um 3. Logo no estilo soviético.”

O esboço então poderia tomar continuidade. A opção de criar algo a partir do resultado do Midjourney era possível, mas no interesse de criar algo mais original e sem as pequenas falhas de uma imagem de IA, foi empregado uma técnica que mistura IA com design manual.

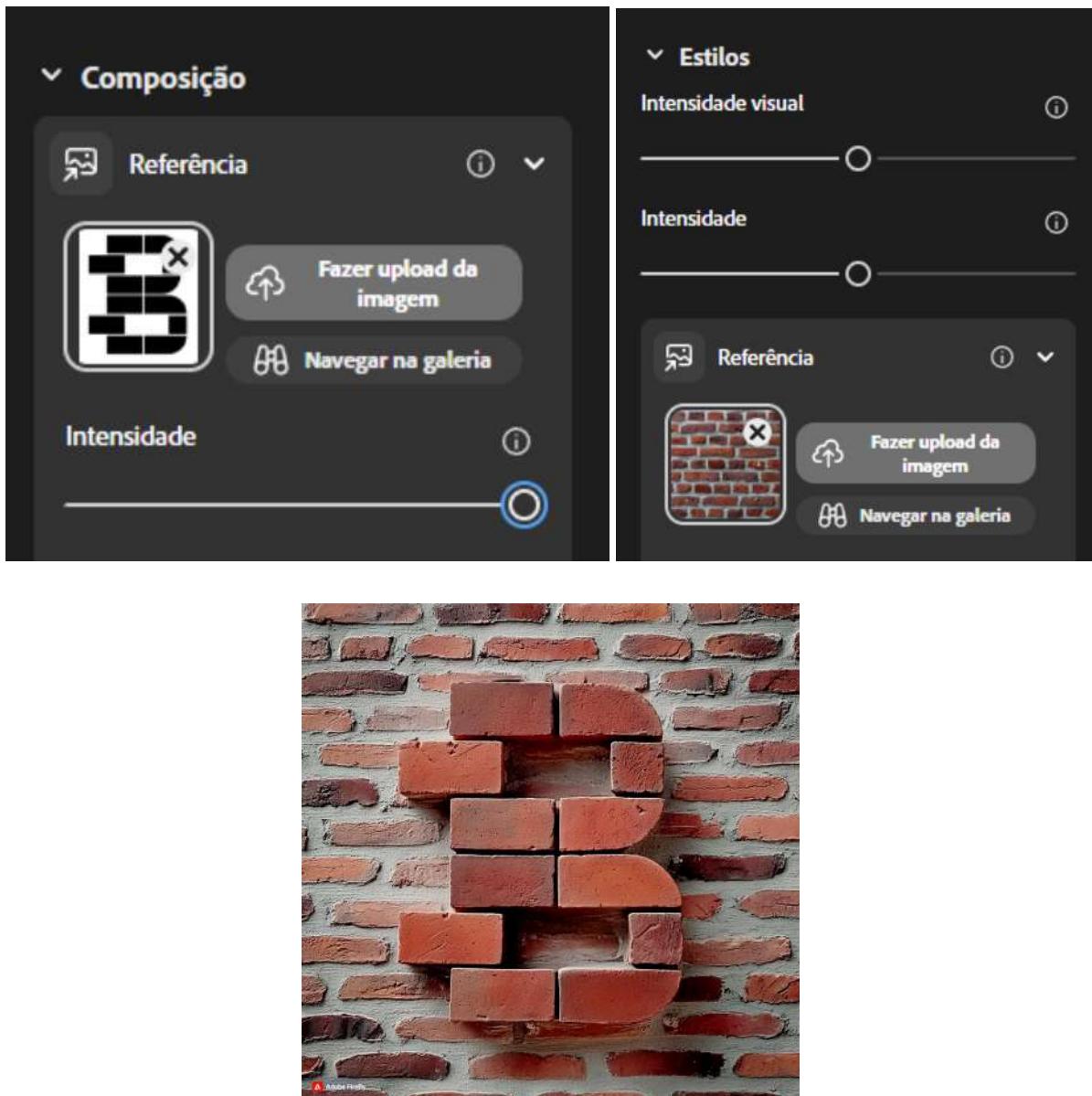
Uma silhueta em preto e branco, baseada na **Figura 32** foi montada usando o Adobe Illustrator. Essa silhueta seria combinada no Adobe Firefly com uma textura de tijolo com licença comercial gratuita (**Figura 33**). A silhueta entra na configuração de composição com a barra de intensidade no máximo, enquanto a textura entra na configuração de estilo, com a barra de intensidade no meio. As configurações e o resultado estão na **Figura 34**.

**Figura 33 - Silhueta do esboço e textura de tijolo**



Fonte à esquerda: De autoria própria. Fonte à direita: Wikimedia Commons

Figura 34 - Configurações do Firefly e resultado



Fonte: Captura de Tela, Adobe Firefly

Percebe-se o nível de fidelidade do resultado tanto à silhueta quanto à textura. Essa nova forma serviu de base para o esboço final (**Figura 35**), que foi feito a mão no Adobe Photoshop, usando uma mesa digitalizadora. As cores foram baseadas em diferentes referências coletadas.

**Figura 35 - Esboço B3 Final**



Fonte: De autoria própria.

Desta vez, um método diferente de entrega dos esboços foi feito. Devido a comunicação limitada com os clientes, 3 esboços diferentes foram produzidos e encaminhados juntos. Este foi primeiro feito, com os dois próximos realizados logo em seguida, e em ordem.

O próximo esboço nasceu de uma observação feita em cima de alguns resultados da **Figura 31** e principalmente da imagem de um antigo projetor de cinema (**Figura 36**), encontrado por meio do Copilot durante a fase de pesquisa. Foi identificado uma semelhança visual entre os rolos de filme do projetor e as curvas das tesourinhas, dando a ideia de criar um ícone que combinasse os dois objetos.

As tesourinhas, é claro, são um elemento popular e reconhecido da capital de Brasília, e o projetor é um objeto essencial para o cinema. A ideia foi combinar os dois para associar a origem do Bloco 3 com sua arte.

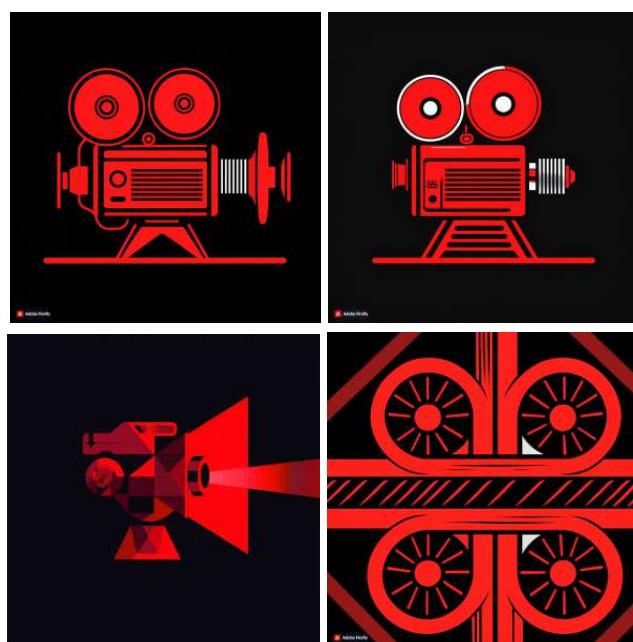
**Figura 36 - Fotografia de um projetor de cinema antigo e Tesourinhas de Brasília**



Fonte: Dreamstime e Metrópole

Entre todos os casos neste trabalho, este é o com menor envolvimento de Inteligências Artificiais. Algumas tentativas de usar tanto o Midjourney quanto o Firefly para gerar referências foram feitas, porém nenhuma sendo satisfatória, até mesmo usando as imagens da **Figura 36** nas ferramentas de IA.

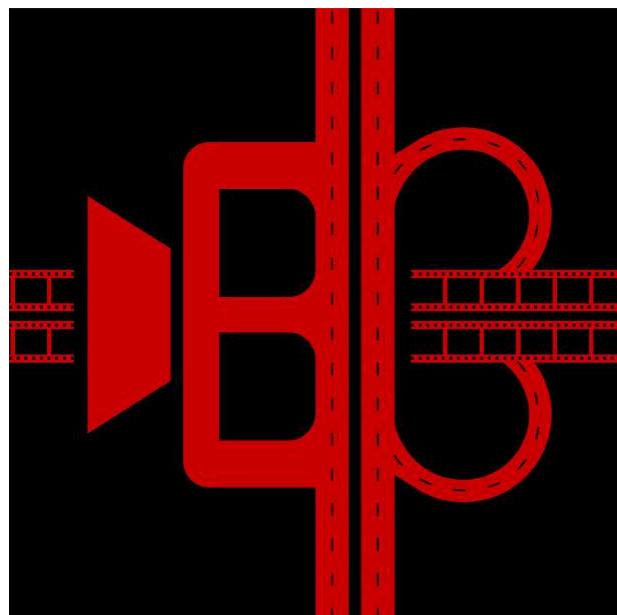
**Figura 37 - Tentativas de Referência com Midjourney e Firefly**



Fonte: Captura de Tela, Discord e Firefly

A concepção e desenvolvimento do esboço final foi feita manualmente, com uma série de versões que foram sendo postas de lado à medida que novas foram sendo feitas. No final, o esboço que foi encaminhado com os outros foi a **Figura 38**.

**Figura 38 - Esboço final da logo projetor e tesourinha**



Fonte: De autoria própria.

O último esboço a ser encaminhado também partiu de uma referência encontrada durante as pesquisas com o Microsoft Copilot. Entre as propagandas soviéticas encontradas, estava a **Figura 39**.

**Figura 39 - Referência soviética de mulher gritando**

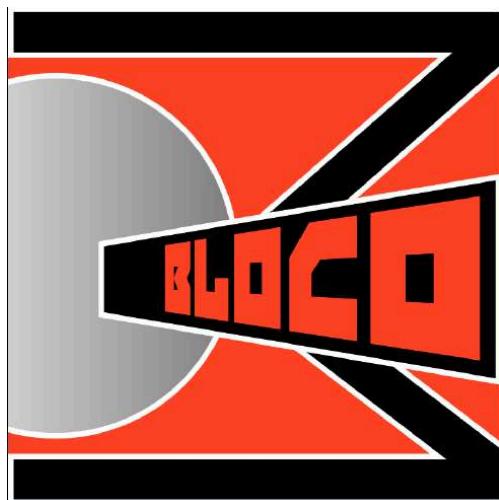


Fonte: Medium

Foi notado uma forma geométrica em preto ao fundo, semelhante a um 3, e a mulher gritando somado à palavra saindo de sua boca no formato de um megafone foram relacionadas com o curso de comunicação.

Mais uma vez, IA não foi usada como fonte de inspiração, mas dessa vez ela teria um papel mais ativo. Antes, um fundo com texto inspirado na **Figura 39** foi criado usando o Adobe Illustrator, em uma formatação quadrada para melhor encaixar no Instagram, usado pelo Bloco 3.

**Figura 40 - Fundo do esboço**



Fonte: De autoria própria.

O papel das IAs Generativas entrou na hora de criar uma figura para logo. Usando o *prompt* “Silhueta vermelha de uma pessoa gritando com as mãos ao lado da boca, minimalista, cubista, geométrica, quadrada”, os resultados serviram como indicação de técnicas, estilo de arte e o visual geral da figura. Alguns resultados deste *prompt* aparecem na **Figura 41**.

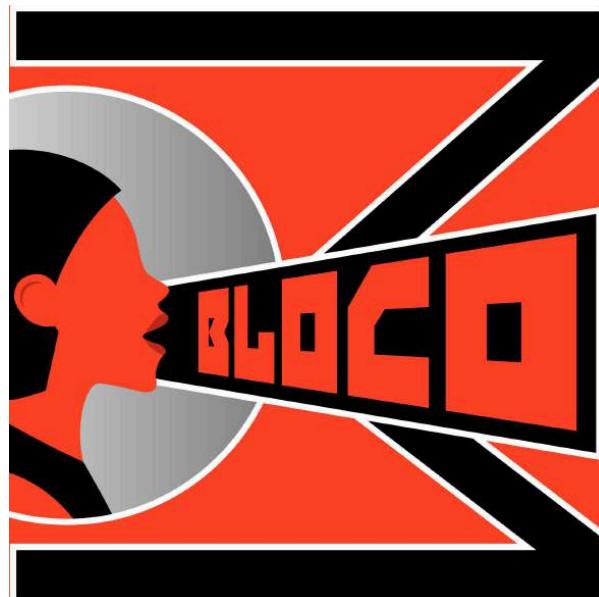
**Figura 41 - Resultados do prompt de figura**



Fonte: Captura de Tela, Firefly

O Firefly teve os melhores resultados desta vez, e inspirado neles, uma figura foi criada mais uma vez com o Illustrator e adicionada à **Figura 40**. O resultado encaminhado para os clientes junto dos outros esboços foi a **Figura 42**.

**Figura 42 - Esboço final da logo com uma mulher gritando**

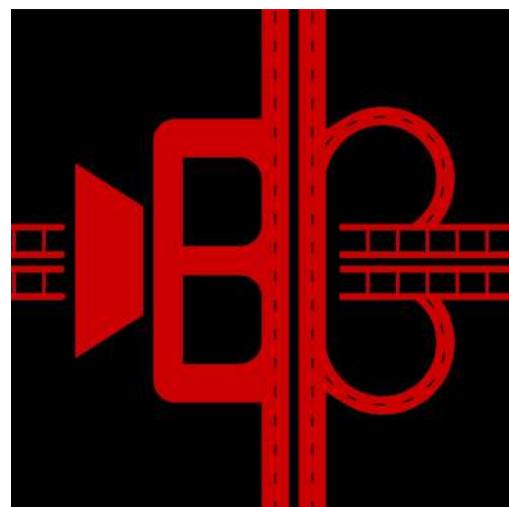


Fonte: De autoria própria

Com os três esboços encaminhados (**Figuras 35, 38 e 42**), os clientes foram oferecidos a escolha de aprovar uma ou pedir um novo caminho. A decisão foi continuar trabalhando no esboço da **Figura 38**, do projetor e da tesourinha de Brasília.

Eles opinaram sobre a complexidade da imagem, sugerindo remover alguns elementos para dar um visual mais limpo. Um dos clientes chegou a fazer o esforço de editar a imagem, removendo os pequenos quadrados da fita magnética de filme que atravessa a imagem na horizontal.

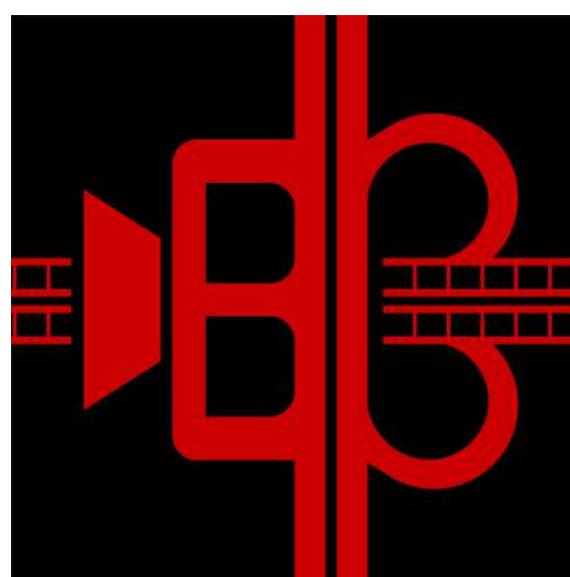
**Figura 43 - Sugestão do Cliente**



Fonte: Arthur Henrique Guimarães, via Whatsapp

Uma outra opção foi encaminhada de volta, simplificando ainda mais a imagem ao remover as faixas de rua. Os clientes ficaram satisfeitos com essa logo, a escolhendo como final.

**Figura 44 - Logo Final do Bloco 3**



Fonte: De autoria própria

A entrega dessa logo marcou o fim dos Estudos de Caso feitos especificamente para o manual. As duas marcas adotaram o uso das artes finais em suas redes sociais, e mesmo cientes do uso de IA no processo de criação, os clientes não demonstraram nenhuma opinião negativa sobre o processo, nem os resultados.

Dos outros dois trabalhos expostos no manual, um foi uma experiência de trabalho *freelancer* prévia a este trabalho de conclusão de curso. O último trabalho tem relação com as artes produzidas para o produto deste trabalho, o manual.

## 6.2 Trabalho *Freelancer*

Este trabalho se iniciou quando uma loja de produtos para RPGs de Mesa divulgou por Instagram a necessidade de um designer gráfico para a produção de artes para o site da loja e sua conta de Instagram.

O cliente foi contactado por meio de mensagem direta no Instagram, respondendo ao chamado. Após consultar o portfólio do designer (o autor deste trabalho), ele deu início a fase de *briefing* de cada trabalho.

Não há necessidade de entrar em detalhe de cada trabalho. O importante para esta memória é detalhar dois fatos.

O primeiro é que cada trabalho passou pelas 6 fases descritas em Metodologia (*briefing*, pesquisa, esboços, feedback, desenvolvimento dos produtos e entrega final).

O segundo é que cada trabalho era uma série de diagramações de uma única arte. Mais especificamente, o cliente pediria uma arte com um elemento visual acompanhado por textos, sendo alguma *call to action* (chamada para o leitor tomar uma ação), o nome e detalhes do produto sendo divulgado, ou a divulgação de algum evento de promoções (na maioria dos casos, o evento de Black Friday).

Um total de oito artes foram produzidas para este cliente, quatro das quais têm relevância para o manual pois tiveram o uso de IA em sua criação.

**Figura 45 - Quatro artes para Mercado RPG criadas com ajuda de IA**



Fonte: De autoria própria

O envolvimento das IAs nestes 4 trabalhos foi mais direto em comparação aos estudos de caso anterior. Os elementos de fundo das 4 imagens da **Figura 45** são imagens produzidas por Inteligência Artificial Generativa.

Mais especificamente, as duas figuras encapuzadas, o dragão e a textura de pedra atrás dele, e a mesa de onde está o portal e o ambiente borrado atrás dela; são todas imagens geradas pelo Adobe Firefly.

Por mais que cortes, ajustes de cor e luz, efeitos de borrão e outras técnicas de edição tenham sido empregadas para ajustar essas imagens geradas ao resto da arte, em maior parte, estes elementos de fundo foram gerados por IA e usados diretamente no trabalho. As versões mais atuais do Firefly e do Midjourney tem uma boa capacidade de gerar imagens foto realistas, porém sempre com alguns defeitos

sutis. Por esse motivo, duas das imagens aparecem com o efeito de borrão. Felizmente, o conceito dessas artes permitiu essas edições sem sacrificar a qualidade do produto final. O dragão e a figura encapuzada sem efeito de borrão foram geradas com falta de erros, não precisando de correções ou ofuscamentos.

O cliente, ciente do uso de IA nessas produções, também não se pôs contra o uso dessas ferramentas e ficou satisfeito com os resultados, divulgando todos na rede social da loja (Instagram) e no site ([mercadorpg.com.br](http://mercadorpg.com.br)).

### 6.3 Artes do Manual

O manual conta com uma capa e sumário, e cada um de seus 4 capítulos teria início com uma página inteira dedicada ao seu título. Cada um (totalizando 5 páginas e a capa) precisaria de uma arte para decorar o manual. Seria mais uma oportunidade de testar as capacidades das IAs Generativas, em um tipo de trabalho diferente dos outros.

O conceito geral da identidade visual do manual foi decidido sem o envolvimento de Inteligência Artificial. A ideia de retratar diferentes ambientes nasceu de uma ideia inicial em relação a capa, que teria um *outdoor* como objeto de foco em referência ao curso de Comunicação - Publicidade e Propaganda. O ambiente esperado de um *outdoor* é uma cidade, então este seria o ambiente de fundo do *outdoor*. A capa então alimentou a ideia de retratar diferentes ambientes para demonstrar a versatilidade das IA's Generativas em criar diferentes imagens dentro de um único tema e estilo artístico.

O estilo de arte vetorizado e minimalista foi escolhido por ser uma preferência estética e pela facilidade das IAs Generativas de produzirem imagens nesse estilo.

Com uma IDV (identidade visual) conceituada, foi feito uma rodada de imagens geradas por IA, usando *prompts* que descrevessem a imagem da capa. Tanto o Adobe Firefly quanto o Midjourney AI foram usados neste momento, com os resultados mais satisfatórios guiando a capa e o resto das imagens.

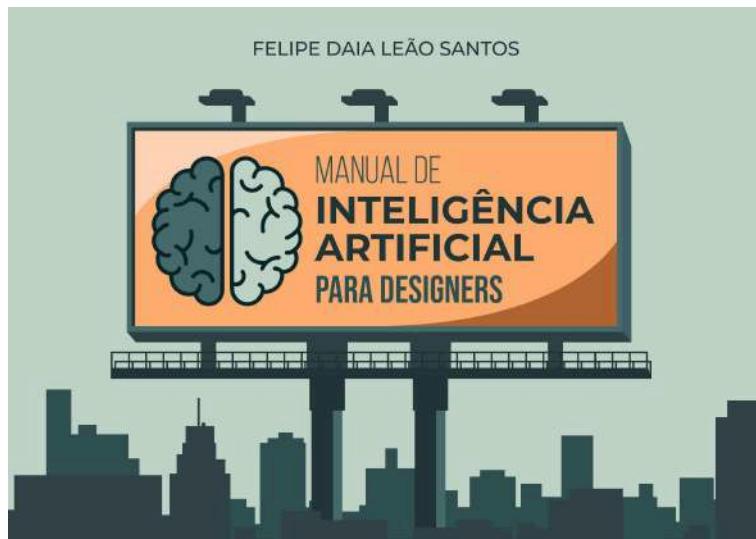
**Figura 46 - Dois resultados de IA que inspiraram a capa do manual**



Fonte: Captura de Tela, Discord e Adobe Firefly

As imagens resultado serviram como referência para os estilos de arte a serem seguidos, além de sugerir o formato de alguns objetos da arte e a paleta de cores, ou seja, a IDV em geral. A escolha de fontes não teve necessidade de IA Generativa. A capa desenvolvida com o Adobe Illustrator aparece na **Figura 47**.

**Figura 47 - Capa Final**



Fonte: De autoria própria

O ícone do cérebro foi obtido com licença comercial de um site de estoque de vetores, Vecteezy<sup>18</sup>, tendo suas cores alteradas para encaixar na paleta da capa.

O mesmo processo para criar a capa se repete ao criar o sumário em cada um dos capítulos. Imagens de IA são geradas, possíveis influências são selecionadas e a imagem final é produzida com o Adobe Illustrator.

---

<sup>18</sup> <https://www.vecteezy.com>

**Figura 48 - Exemplos de Imagem de IA (esquerda) seguidas pela arte de capítulo que inspiraram (direita)**



Fonte: Captura de Tela, Discord, autoria própria

Outras instâncias de arte que aparecem no manual são figuras retiradas de diferentes fontes para serem usadas como exemplos ou demonstrações do que está sendo abordado no texto; são artes de autoria do autor do manual, muitas delas que aparecem neste trabalho; ou são ícones obtidos em lojas de estoque de vetores ou

disponibilizados no serviço utilizado para criação do manual, o Canva<sup>19</sup>, todos com licença de uso adequadas.

#### 6.4 Redação do Manual

O intuito do produto é contextualizar o leitor sobre as Inteligências Artificiais Generativas, e instruí-lo, por meio de instruções e exemplos, em usar algumas dessas ferramentas no design gráfico publicitário.

Com isso em mente, a criação do texto do manual se fundamentou em três características: tom e dicção, conteúdo e diagramação. Cada uma destas características seria ajustada para criar uma experiência de leitura fácil e altamente comprehensiva até mesmo para pessoas leigas nos assuntos de publicidade, design gráfico e é claro, IA.

A decisão de dividir o manual em 4 capítulos foi baseada parcialmente nos objetivos deste trabalho. O objetivo geral está descrito como “produzir um manual que instrui um designer no uso de ferramentas de Inteligência Artificial no trabalho publicitário por meio de exemplos”, objetivo que é alcançado no capítulo 4 do manual, mas para chegar lá, era necessário que o leitor conhecesse o básico sobre Inteligência Artificial e sobre as ferramentas de IA Generativa que seriam usadas nos estudos caso. Essas duas necessidades são cumpridas pelos capítulos 1 e 3, enquanto o capítulo 3 aborda o objetivo específico de “analisar as diferentes IAs disponíveis para utilização, o que elas oferecem, seus custos, competidores e relevância para o publicitário.” O objetivo específico de “questionar a ética e legalidade do uso dessas ferramentas” é abordado no capítulo 2.

##### 6.4.1 Tom e Dicção

Estas duas características são agrupadas por determinarem o estilo geral do texto do manual. Mais detalhadamente, o manual é escrito com um tom informal (CREWS, 1991) ,e uma dicção clara.

---

<sup>19</sup> <https://www.canva.com>

Estas escolhas são para contrariar os assuntos complexos abordados pelo manual, que pode, facilmente confundir e assustar o leitor, especialmente um com pouco conhecimento sobre tais assuntos.

O manual então é suficientemente completo em suas explicações e definições, porém evitando usar palavras muito específicas numa área de estudo em particular, ou contextualizando o leitor quando necessário. Como um manual, o produto instrui o leitor a operar as ferramentas de IA Generativas, estas secções do livro detalham cada passo necessário, com a ajuda de imagens.

Havia muita oportunidade de produzir um manual com um tom mais técnico e fatual, e uma dicção mais detalhada, o que configuraria descrições e instruções ainda mais extensas e específicas. Porém esse caminho foi evitado em favor de um manual mais curto, coerente e com leitura menos cansativa.

#### 6.4.2 Conteúdo

O conteúdo se refere às informações contidas dentro do manual, desde a exposição sobre o que é Inteligência Artificial no capítulo 1, os casos e problemas no 2, os detalhes e instruções sobre cada IA no 3, e os projetos, trabalhos e estudos de caso do 4.

Em geral, se refere aos fatos, pesquisas, acontecimentos e dados que foram escolhidos para serem incluídos no manual, e o que foi deixado de fora. Muito do que foi pesquisado, trabalhado e descoberto para a realização deste trabalho de conclusão de curso, foi incluído no manual, em adição de outros conhecimentos pertinentes.

O objetivo era incluir o necessário para contextualizar, ensinar e complementar o ensino do leitor sobre IAs Generativas, até o ponto em que ele estaria suficientemente informado para iniciar o uso dessa IAs por si só. Assim como o tom e a dicção seguiram um caminho informal e claro, o conteúdo foi restrinido para não passar do ponto de sobrecarregar o leitor.

A contextualização sobre IAs em geral, IAs Generativas, e cada ferramenta específica não foi tão informada como poderia ser, omitindo ou resumindo certos

tópicos, mais uma vez no interesse de não assustar ou confundir o leitor. Tudo isso é claro, contanto que informação o bastante estivesse presente para que no final, o bastante estaria presente para ensinar o leitor a usar as IAs Generativas com um nível iniciante de conhecimento.

#### 6.4.3 Diagramação

Cada página no manual tem o tamanho de uma folha A4 regular, na horizontal (29,7x21 cm). Tal diagramação foi escolhida para melhor acomodar a inclusão de imagens junto do texto. Tendo mais espaço horizontal em cada página permite distribuir o texto em duas colunas, separadas por uma linha vertical, mas também permite encaixar imagens entre o texto, seja centralizado entre dois parágrafos, alinhado à esquerda ou direita, com o texto alinhado ao lado oposto, ou em alguns casos, usando grande parte de uma página.

O uso de imagens foi muito importante para a produção do manual, oferecendo ao leitor exemplos e demonstrações tiradas diretamente dos estudos feitos para o produto, como capturas de tela das ferramentas de IA em meio de seu uso, ou os resultados de *prompts* específicos.

Todas as imagens contam com uma borda verde escura, para criar coesão com o design e paleta de cores, e a maioria é acompanhada por uma legenda que melhor contextualiza a imagem. No caso de imagens que apresentam o resultado de uma IA Generativa, a legenda que a acompanha apresenta o *prompt* usado, traduzido para português em casos que foi escrita em inglês.

## 7. Considerações Finais

O objetivo principal deste trabalho foi a produção de um manual que instrua um designer a usar as ferramentas de IA para design publicitário. A soma dos capítulo 3 e 4 trazem explicações aprofundadas de como as três ferramentas de IA funcionam, mais os estudos de caso que exemplificam como usar essas ferramentas em trabalhos de design.

Um fator determinante para o sucesso deste objetivo seria a distribuição do manual para outros designers publicitários, e a documentação de suas experiências com o design e as IAs Generativas antes e depois de lerem o manual. Infelizmente tal experimento esteve além do escopo deste trabalho, mas abre a porta para uma futura pesquisa. Porém algo que pode ser considerado um sucesso são os próprios estudos de caso apresentados no manual. Todos os clientes saíram satisfeitos com o que foi produzido, usando as artes em suas marcas.

Os trabalhos realizados com IA e detalhados aqui e no manual exemplificam algumas das capacidades e limitações das IAs Generativas como ferramentas de design publicitário, mas ainda está longe de explorar tudo que é possível fazer com IAs nesta profissão. Outras demandas e projetos vão apresentar novas utilidades e desafios.

Outro objetivo era documentar em detalhe os benefícios e problemas das ferramentas de IA, objetivo principalmente nos capítulo 2 e 3, mas que é abordado quando pertinente por todo o manual, inclusive na conclusão. O capítulo 3 também faz análise de três das IAs mais populares do mercado e cuidadosamente contextualiza seu lugar no mercado e ensina o leitor como acessar e utilizar a ferramenta. Por mais que as instruções e exemplos no manual sirvam como um bom início para o aprendizado sobre IAs, as complexidades de cada ferramenta vão além do que foi exposto, sem contar as dezenas de ferramentas que não foram nem mencionadas.

Finalmente, o último objetivo deste trabalho é foco do capítulo 2, que questiona e explora a legalidade e moralidade das IAs Generativas em relação à sociedade e os campos de trabalho que elas afetam. O que é desenvolvido neste capítulo também é concluído ao final do manual, reforçando cuidado com os problemas de plágio e

desinformação causados pela IA, e pedindo responsabilidade pessoal do leitor/criador ao usar essas ferramentas.

O estudo em cima das IAs no campo da comunicação vai continuar por muito tempo ainda. A questão moral e legal deve ser aprofundada à medida que novas utilidades e problemas são reconhecidos pelo governo e público. Falando especificamente do campo da publicidade, os publicitários sempre tiveram a responsabilidade de serem transparentes e honestos com o público, e o governo tem a responsabilidade de fiscalizar isto. Talvez leis que obriguem maior transparência no uso de IA na comunicação seja um caminho a ser tomado.

A questão do treinamento dessas ferramentas também vai prosseguir. Por enquanto, IAs Generativas de imagem como o Firefly, que tem permissão de uso para as imagens em seu banco de dados, são mais seguras para uso em trabalho de design, enquanto as que usam imagens da internet sem permissão, como o Midjourney, são alvos de discussão e controvérsia. Curiosamente, o Copilot e outras IAs Generativas de texto, como o GPT-4, recebem poucas críticas, apesar de usarem textos da internet para treinar seus modelos. Mais pesquisas em relação a legalidade dessas IAs serão necessárias para evitar os impactos negativos discutidos no trabalho e no manual.

Em conclusão, as Inteligências Artificiais Generativas são realidade, e demonstram sua utilidade para o design na comunicação. A conversa em torno destas ferramentas vai evoluir junto de suas capacidades e limitações, mas por enquanto, o manual deixa claro como usar algumas das IAs mais populares, exemplifica seus usos por meio de trabalhos de design publicitário com o uso de IA, alerta sobre alguns de seus problemas e conscientiza o leitor sobre um uso mais responsável.

## Referências bibliográficas

- ADOBE EXPRESS. **Brand personality: traits, examples, and how to define it:** Learn how to create an authentic brand identity that resonates with your audience. 24 out. 2023. Disponível em:  
<https://www.adobe.com/express/learn/blog/brand-personality>. Acesso em: 18 jul. 2024.
- BRASIL. **Lei nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998.** Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Presidência da República. Brasília, 19 fev. 1998.
- BRASIL. **Resolução Nº 23.610, de 18 de Dezembro de 2019.** Dispõe sobre a propaganda eleitoral. Tribunal Superior Eleitoral. Brasília, 28 dez. 2019.
- COECKELBERGH, Mark. **AI Ethics.** Cambridge MA, The MIT Press, 2020
- CREWS, Frederick. **The Random House Handbook.** 6. ed. McGraw-Hill Humanities Social, 1991. 800 p.
- DIAB, Mohamad et al. **Stable Diffusion Prompt Book.** 2022. Disponível em:  
<https://openart.ai/promptbook>. Acesso em: 12 ago. 2024.
- FRANZEN, Carl. **Midjourney V6 is here with in-image text and completely overhauled prompting.** VentureBeat, 2023. Disponível em:  
<https://venturebeat.com/ai/midjourney-v6-is-here-with-in-image-text-and-completely-overhauled-prompting/> Acesso em: 04/04/2024.
- HAUGELAND, John. **Artificial Intelligence: The Very Idea.** The Massachusetts Institute of Technology, 1985.
- KARPATHY, Andrej, et al. **Generative models.** OpenAI, 2016. Disponível em:  
<https://openai.com/research/generative-models>. Acesso em: 01/04/2024.
- KERR, Dara. **Waymo's robotaxi service set to expand into Los Angeles.** NPR, 2024. Disponível em:  
<https://www.npr.org/2024/03/14/1238489046/waymo-robotaxi-los-angeles> Acesso em: 05/04/2024.

KNIBBS, Kate. **Why This Award-Winning Piece of AI Art Can't Be Copyrighted.**

Wired, 2023. Disponível em:

<https://www.wired.com/story/ai-art-copyright-matthew-allen/> Acesso em: 02/04/2023.

SATO, Mia. **Meta's AI image generator can't imagine an Asian man with a white woman.** The Verge, 2024. Disponível em:

[https://www.theverge.com/2024/4/3/24120029/instagram-meta-ai-sticker-generator-a-sian-people-racism](https://www.theverge.com/2024/4/3/24120029/instagram-meta-ai-sticker-generator-asian-people-racism) Acesso em: 05/04/2024

NORVIG, Peter; RUSSEL, Stuart J. **Artificial intelligence: a modern approach.**

Terceira Edição, Pearson Education, 2010.

PADILLA, Mariel. **AI Being Used to Create Porn Featuring Images of Minors.**

Governing, 2024. Disponível em:

<https://www.governing.com/policy/ai-being-used-to-create-porn-featuring-images-of-minors> Acesso em: 05/04/2024

PASIK, Adam. **Artificial Intelligence Glossary: Neural Networks and Other Terms Explained:** The concepts and jargon you need to understand ChatGPT. The New

York Times, 2023. Disponível em:

<https://www.nytimes.com/article/ai-artificial-intelligence-glossary.html> Acesso em:

01/04/2024.

PINAYA, Walter H. L. et al. **Generative AI for Medical Imaging: extending the**

**MONAI Framework.** 2023. Cornell University, 2023. <[arXiv:2307.15208](https://arxiv.org/abs/2307.15208)>

POSSA, Julia. **De Turing ao ChatGPT: conheça história da IA, que nasceu como arma de guerra.** Gizmodo, 2023. Disponível em:

[https://gizmodo.uol.com.br/de-turing-ao-chatgpt-conheca-historia-da-ia-que-nasceu-c-omo-arma-de-guerra/](https://gizmodo.uol.com.br/de-turing-ao-chatgpt-conheca-historia-da-ia-que-nasceu-como-arma-de-guerra/) Acesso em: 05/04/2024

RAND, Paul. **A Designer's Art.** Princeton Architectural Press, 2016. 256 p. ISBN

9781616894863. E-book (256 p.).

STOKEL-WALKER, Chris. **Adobe is so confident its Firefly generative AI won't breach copyright that it'll cover your legal bills.** Fast Company, 2023. Disponível

em:

<https://www.fastcompany.com/90906560/adobe-feels-so-confident-its-firefly-generative-ai-wont-breach-copyright-itll-cover-your-legal-bills> Acesso em: 04/04/2024.

TUNG, Liam. **ChatGPT: One million people have joined the waitlist for Microsoft's AI-powered Bing.** Zdnet, 2023. Disponível em:

<https://www.zdnet.com/article/chatgpt-one-million-people-have-joined-the-waitlist-for-microsofts-ai-powered-bing/> Acesso em: 16/07/2024.

VINCENT, James. **The swagged-out pope is an AI fake — and an early glimpse of a new reality.** The Verge, 2023. Disponível em:

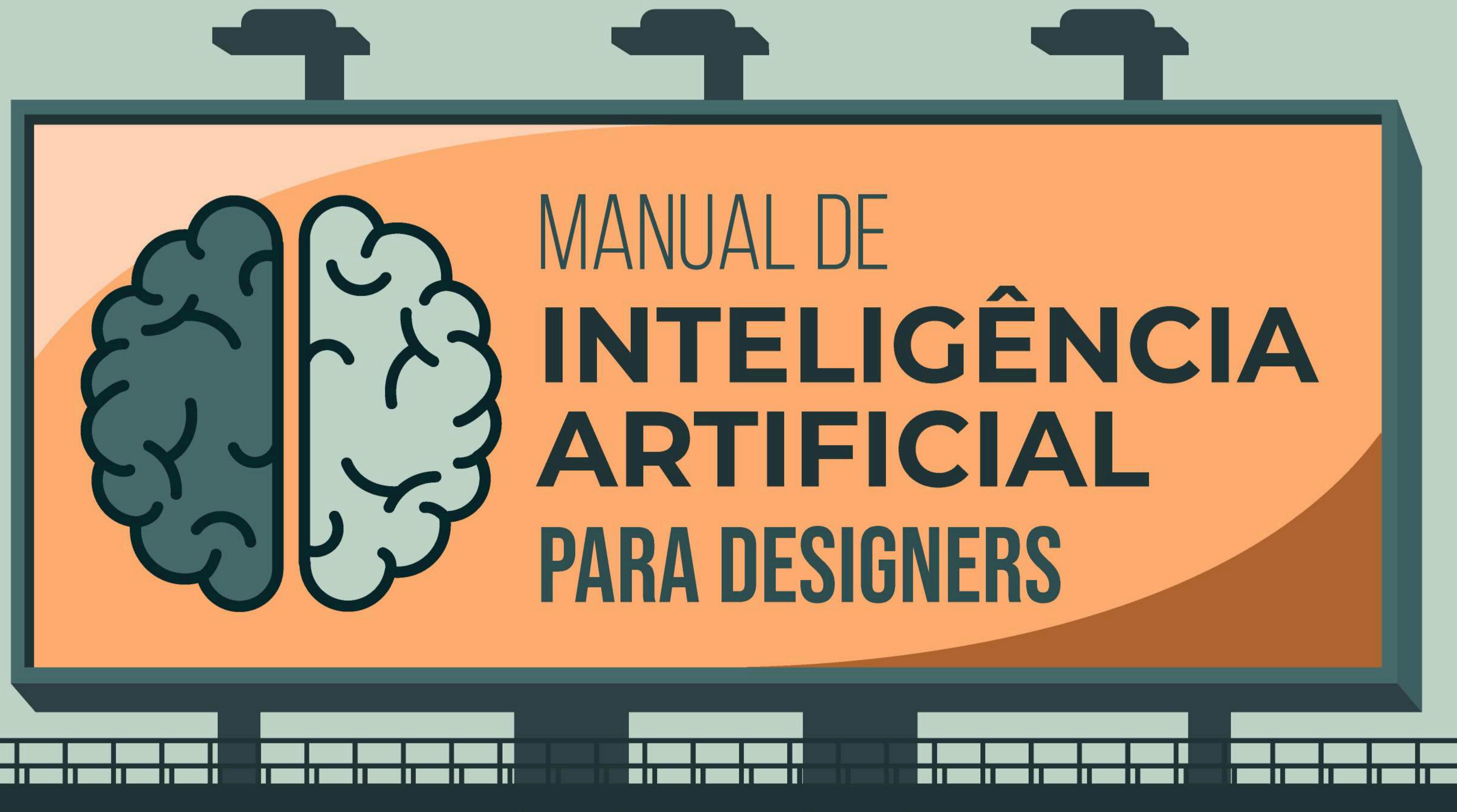
<https://www.theverge.com/2023/3/27/23657927/ai-pope-image-fake-midjourney-computer-generated-aesthetic>. Acesso em: 05/04/2024

## **Apêndice**

As páginas seguintes incluem dois documentos, o primeiro sendo o produto deste trabalho o Manual de Inteligência Artificial para Designers.

O segundo documento são anotações pessoais usadas para registrar o desenvolvimento dos dois estudos de caso executados para o TCC.

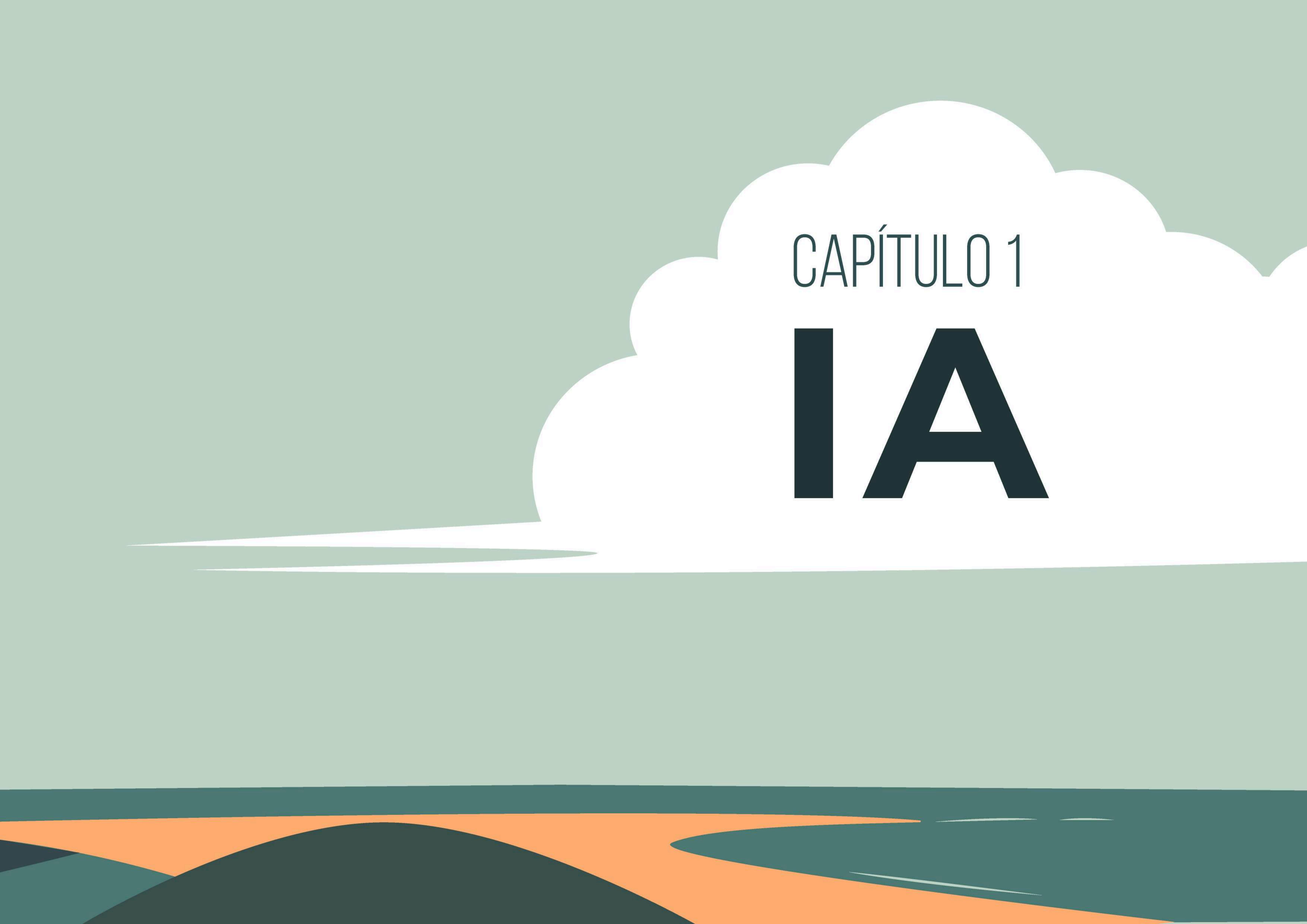
FELIPE DAIA LEÃO SANTOS



# SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1: IA</b>	2
O QUE É IA?	3
UMA FERRAMENTA VERSÁTIL	4
IA GENERATIVA	5
<b>CAPÍTULO 2:</b>	
<b>PROBLEMAS E CUIDADOS</b>	7
INTELIGENTE MESMO?	8
PLÁGIO?	10
DOMINAÇÃO DAS MÁQUINAS	12
COM GRANDES PODERES...	13
<b>CAPÍTULO 3: IAs PARA DESIGN</b>	16
MIDJOURNEY AI	18
ADOBE FIREFLY	35
MICROSOFT COPILOT	44
<b>CAPÍTULO 4: USANDO IAs</b>	52
LOGOS	53
CHALÉ DALI DE CAVALCANTE	54
BLOCO 3	61
PUBLICAÇÕES	68
MANUAL	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
<b>AGRADECIMENTOS</b>	79





CAPÍTULO 1

**IA**

# O QUE É IA?

Antes de mais nada, para quem não pegou ainda, IA é uma abreviação para Inteligência Artificial.

Pode parecer óbvio, mas o objetivo desse manual é ser o mais claro e transparente o possível sobre este tópico inovador e complexo.

Agora, voltando a pergunta principal, o que é uma Inteligência Artificial? Para começar, podemos dissescar essa palavra em duas partes:

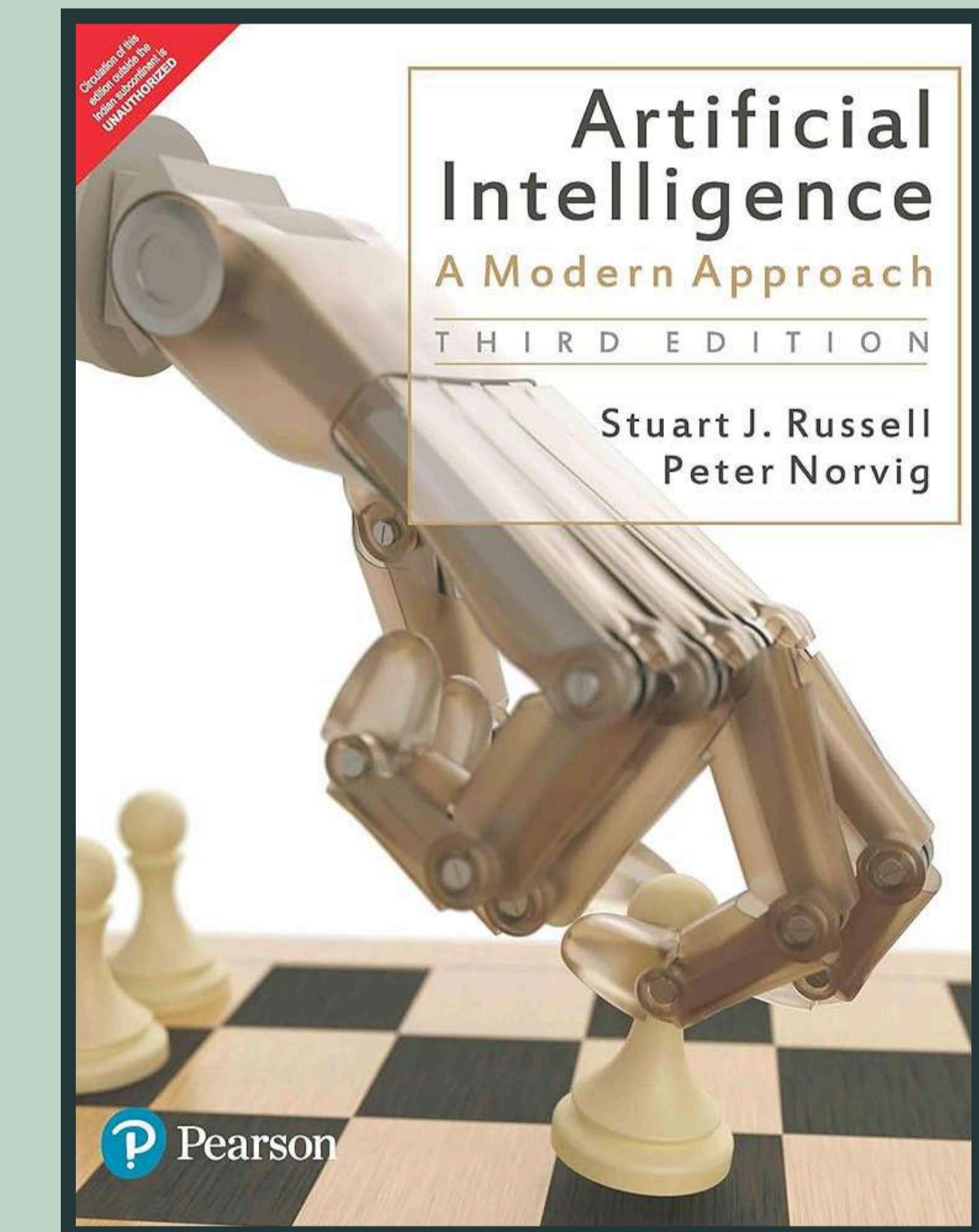
## INTELIGÊNCIA

Segundo o Dicionário Priberam, inteligência se define como:

*Conjunto de todas as faculdades intelectuais (memória, imaginação, juízo, raciocínio, abstração e concepção)*

Explicar o que compõe cada um dos termos em parênteses levaria um outro manual muito maior que este, mas acredito que podemos associar inteligência a uma outra palavra... razão.

É precisamente essa associação que fazem Stuart Russell e Peter Norvig, dois cientistas da computação interessados em IA. Em seu livro *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, no contexto da inteligência de um computador, deve ser uma inteligência que age racionalmente, isto é, que age no melhor modo possível para alcançar um resultado esperado.



## ARTIFICIAL

Mais uma vez, o dicionário Priberam define artificial como:

- 1 - Que não é natural.
- 2 - Dissimulado, fingido.

No contexto de inteligência, podemos considerar a inteligência natural aquela pertencente a seres vivos. O exemplo mais avançado de inteligência que temos é a nossa, do ser humano.

Uma Inteligência **Artificial** é então a simulação de uma inteligência natural, humana.

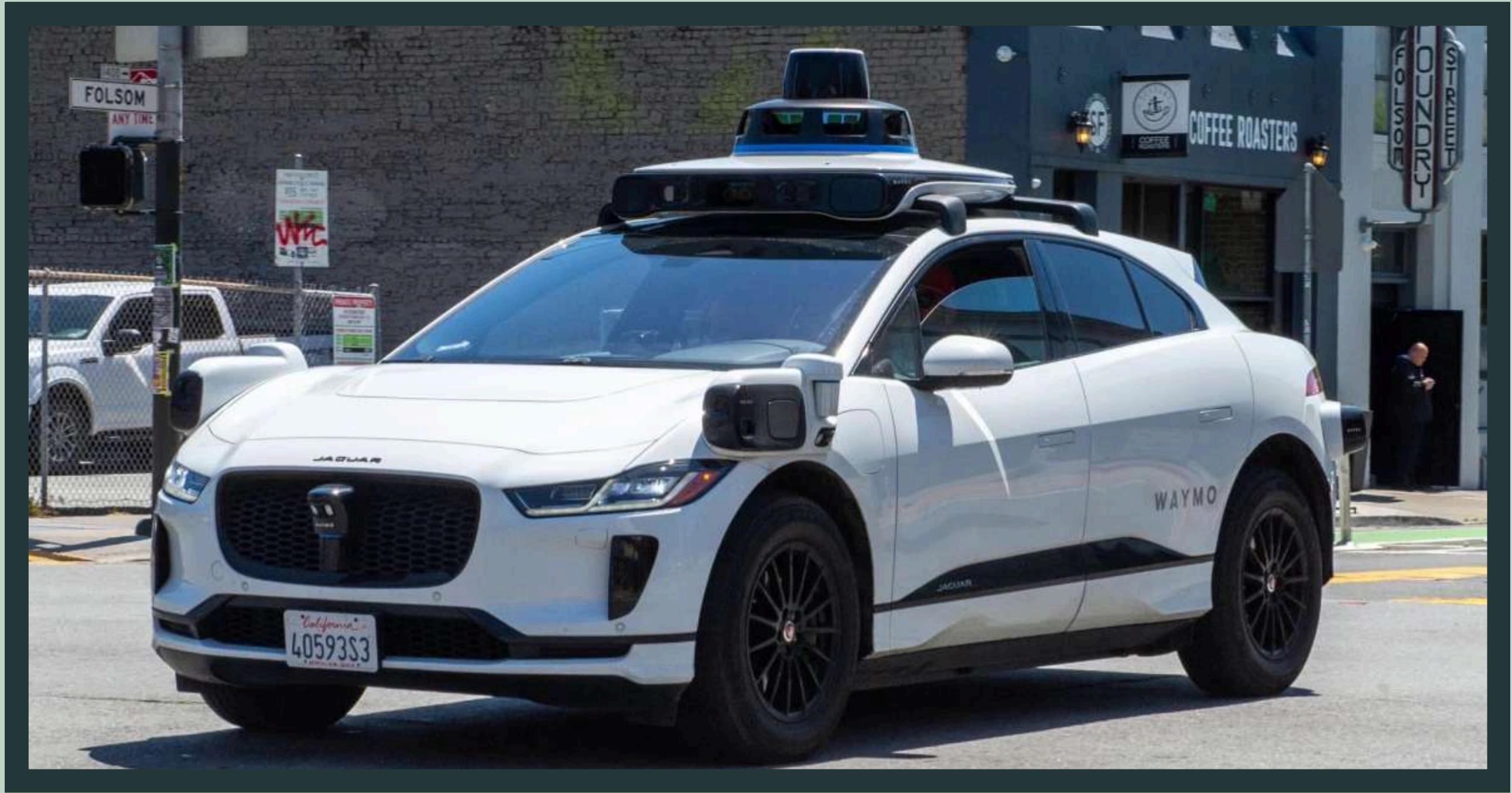
Juntando as duas definições e o conceito de Russel e Norvig, podemos dizer que **Inteligência Artificial replica a de uma mente humana, capaz de agir em cima de uma tarefa do modo mais racional possível.**

## UMA FERRAMENTA VERSÁTIL

O emprego de IAs é extremamente diverso e vem crescendo cada vez mais. Em alguns casos, o uso dessa tecnologia já se tornou tão comum que ela perde sua identidade como “inteligência”, passando a ser apenas um “sistema”, ou “algoritmo”.

Por exemplo, os motores de pesquisa que tanto usamos, como o Google, são organizados por sistemas de Inteligência Artificial. O mesmo é dito para algoritmos de recomendação de redes sociais como Instagram ou Tik Tok.

Usos mais inéditos e impressionantes de IA podem ser vistos em carros autônomos, como os da Waymo ou Tesla, ou em assistentes digitais, como a Siri, Alexa, ou Microsoft Copilot, este último que será explorado neste manual.



Carro autônomo da Waymo

Diferentes mercados de tecnologia estão encontrando utilidades diferentes para as IAs.

Para cada finalidade, uma IA tem de ser configurada com especificidade, construída com um *hardware* (equipamento) apropriado, e ser alimentada com uma coleção de dados que instrua sua função.

Antes de falarmos do uso de IA no campo de foco deste manual, o design gráfico, temos que falar sobre um tipo de IA específico.

## IA GENERATIVA

Assim como qualquer tipo de Inteligência Artificial, IA Generativa é um negócio complicado.

Fugindo de termos muito técnicos, IA Generativa pode ser compreendida como um sistema destinado a aprender padrões em um conjunto de dados, e ser capaz de reproduzi-los ou até mesmo produzir conteúdo novo a partir do conjunto original.

Em exemplos práticos, uma IA Generativa de imagem consegue acessar um banco enorme de imagens, e partir delas, gerar uma imagem nova. Uma IA Generativa de texto pode ter acesso a milhões de conversas, artigos, notícias e a partir dessas informações, conversar com um usuário ou criar um texto quase que sozinha.

Toda essa “criação” (escrita entre aspas devido à imperfeições que vamos comentar à frente)

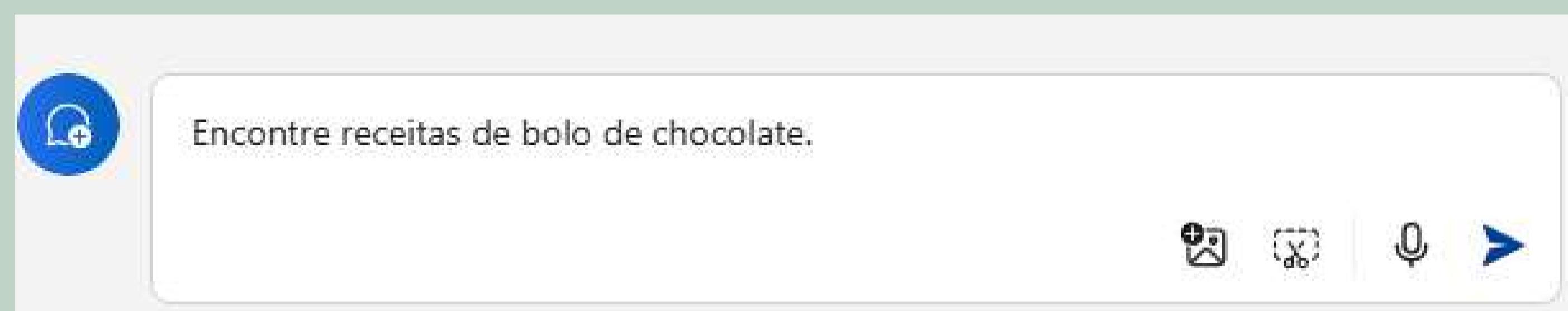
nas mãos de uma IA Gen (a partir de agora podemos abreviar IA Generativa assim) parte da interação de um usuário. A IA Gen precisa de um ponto de partida, de instruções que vão direcionar quais dados ela deve procurar, e indicar o resultado final.

O termo coletivo para essas instruções do usuário é a palavra *prompt* (traduzido para “incitar”), que geralmente toma a forma de texto.

Por mais que o uso de cada IA Gen varie em seus usos, modelos e configurações, no final

das contas todas precisam de um usuário humano para construir um *prompt* e indicar o resultado que a IA Gen deve buscar atingir, e precisa também de um banco de dados que ela possa usar para treinar e referenciar seu algoritmo.

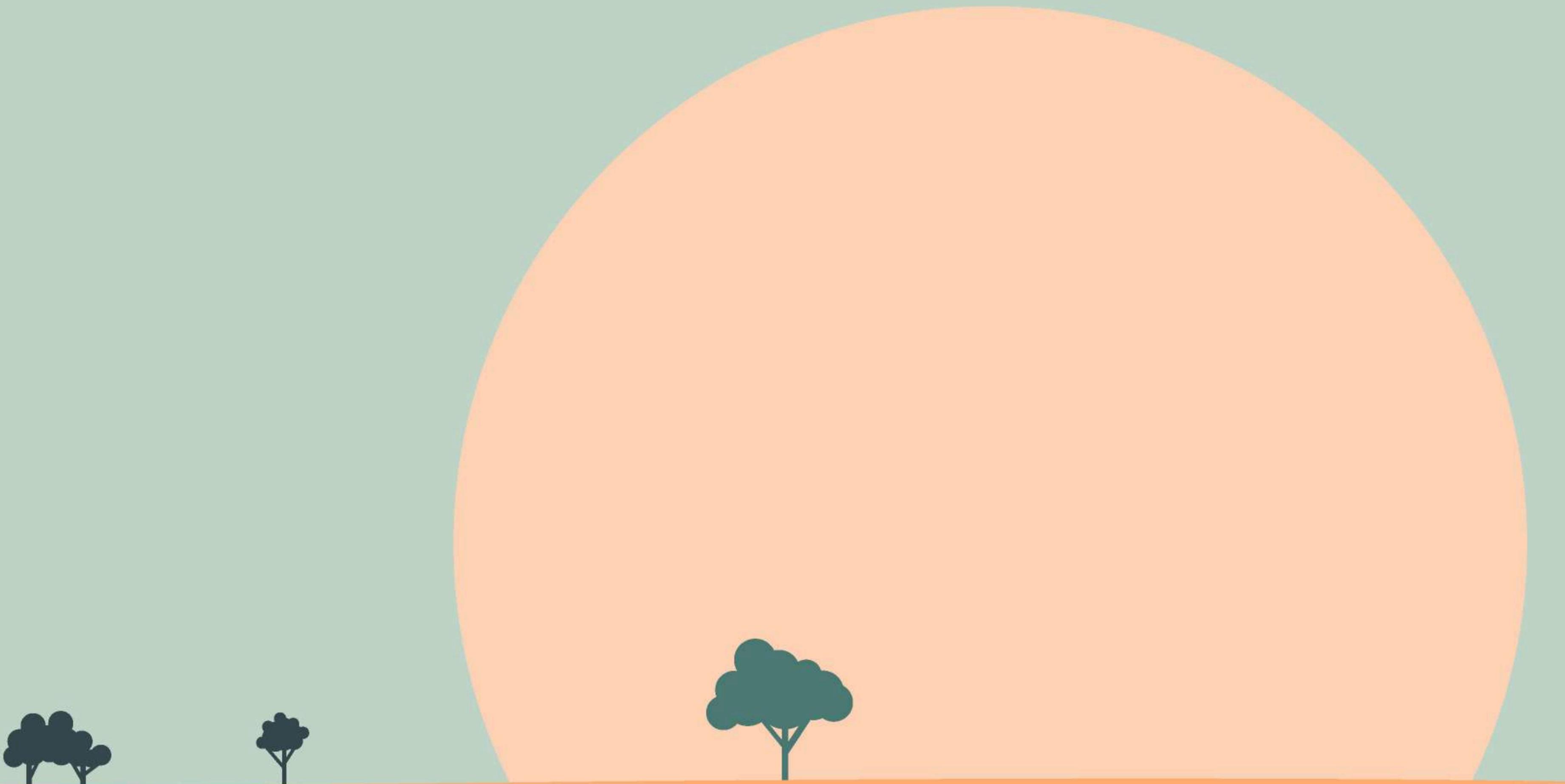
Esses dois fatores são a base das capacidades das Inteligências Artificiais Generativas, mas também são fontes de algumas observações e problemas com essa ferramenta, que vamos discutir agora no próximo capítulo.



*Exemplo de um prompt na caixa de texto de uma das IAs exploradas mais tarde, o Microsoft Copilot*

CAPÍTULO 2

# PROBLEMAS E CUIDADOS



## INTELIGENTE MESMO?

Não há quem negue que os sistema de Inteligência Artificial são complicados. O tamanho do trabalho e poder de computação necessário para rodar os diferentes sistemas, aplicativos, programas e algoritmos de IA são incompreensíveis para a maioria das pessoas.

Apesar de tamanha complexidade, e apesar do nome dado, as IAs não são, pelo menos ainda, verdadeiramente inteligentes.

Nenhuma delas, até mesmo as IAs Generativas que parecem capazes de conversar com o usuário ou criar imagens do nada, são inteligências independentes. A necessidade de uma programação específica para uma função e acesso à um extenso banco de dados são evidência disso.

O fato é que nada que uma IA cria, planeja ou desenvolve é original.



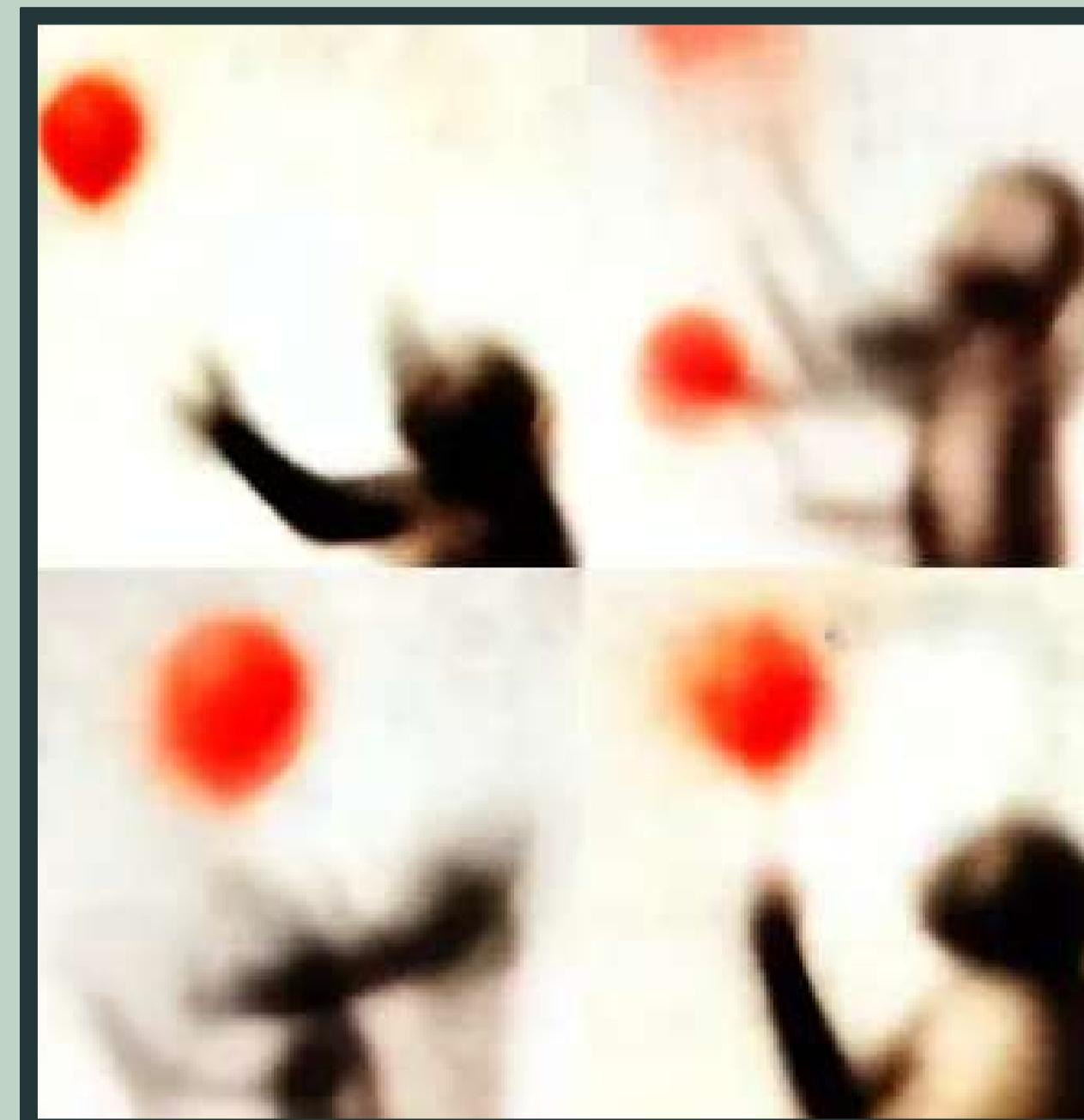
Exemplo de arte de IA (a esquerda) plagiando arte original (a direita).

Artista: Darktown Art

Foi mencionado no capítulo anterior que uma IA Gen precisa de um ponto de partida, um *prompt* para iniciar seu processo. Isso revela a falta de independência de uma IA, sua incapacidade de operar sozinha. Até mesmo as IAs de algoritmo que funcionam automaticamente no fundo de um aplicativo precisaram ser ativadas em um momento, e passam por constantes ajuste e correções.

Além disso, no caso das IA Gen, a extensão de suas capacidades são em grande parte relativas ao tamanho de seu banco de dados. Uma IA Gen de criação de imagem precisa de fotos, artes, pinturas já existentes para referenciar. Em uma grande simplificação, os resultados dessas IAs não são uma imagem nova, mas sim uma grande e complexa edição de imagens originais.

De modo semelhante, uma IA Gen de texto não comprehende de verdade o que está sendo perguntado ou dito à ela. Em mais uma simplificação do processo, ela compara a conversa do usuário com textos em seu banco de dados e constrói sua resposta baseada na probabilidade das palavras estarem corretas. É tipo um corretor de texto (como de um smartphone) super poderoso.



*Imagens geradas pelo Midjourney AI.  
IA Gen de imagem são treinadas a borrar  
exemplos de seu banco de dados, e em seguida  
limpar essas imagens borradas, criando algo  
novo porém derivado das originais.*

## PLÁGIO?

Um dos principais pontos de controvérsia em relação a IA Generativa é a questão de sua legalidade e moralidade.

A maioria das IAs de imagem e texto são treinadas em enormes acervos de dados extraídos diretamente da internet, ou seja, fotos, desenhos, animações, notícias, livros, conversas por texto, publicações etc. As fontes desses conteúdos são igualmente diversas: Desde publicações em redes sociais até redações publicadas em sites de notícia reconhecidos mundialmente. Se pode ser encontrado com uma pesquisa no Google, tem chance de está no banco de uma IA.

O que muitos artistas, escritores, jornalistas ou até mesmo simples internautas questionam é o seguinte: e isso pode?

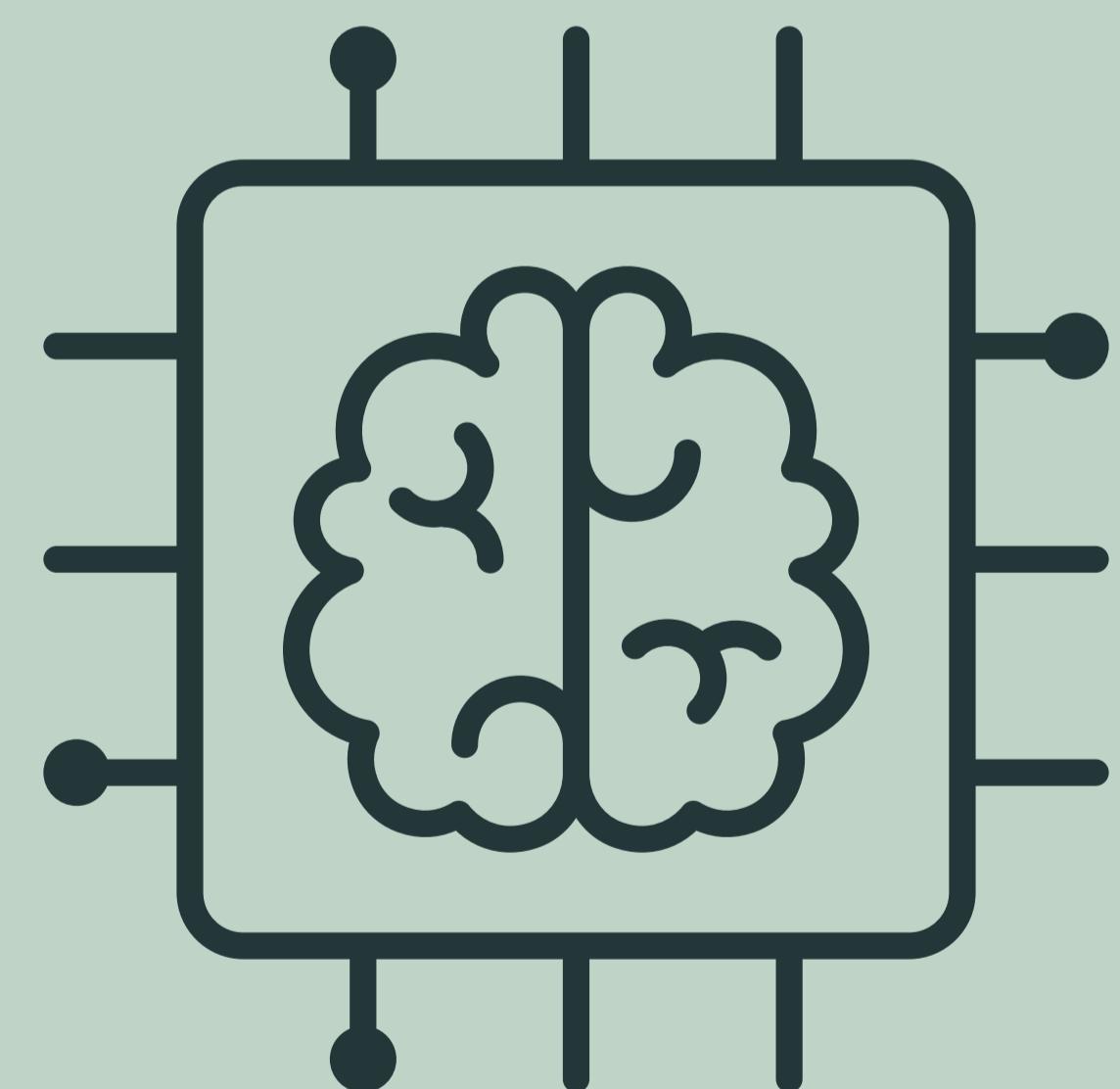
Por mais que muitos sintam que ainda exista um sentimento de liberdade sem fim na internet, onde tudo que está nela pertence a tudo e todos, o mundo digital ainda é sujeito a muitas leis.

Só por que uma foto ou arte foi publicada em algum aplicativo ou fórum, não significa que qualquer um possa criar uma cópia do conteúdo original, e fazer o que bem entender com ela. A produção artística de cada indivíduo é protegida por leis de direitos autorais e os criadores podem recorrer à essas leis para controlar o uso de suas criações.

Porém a introdução das IAs Gen criam novos desafios que ainda não foram totalmente abordadas pela lei brasileira. No momento, IAs de imagem como o Midjourney ou o DALL-E 3 usam fotografias, desenhos, designs de milhões de artistas no mundo todo como alimento para suas imagens geradas.

Até então, o único recurso que os artistas que não desejam ter suas obras usadas tem é protestar e esperar que as empresas responsáveis ou seus governos façam algo à respeito.

Independente de sua opinião sobre a situação, é fácil concluir que muitas IAs são sim, responsáveis por plágio. Como dito anteriormente, criadores tem controle sobre como suas obras são usadas, e se eles não desejam ter suas criações usadas por IA, seus desejos devem ser respeitados.



*Outro caso documentado de plágio, a imagem acima foi gerada por IA, e a de baixo, a referência original usada pela IA.*

*Artista: Deb JJ Lee*

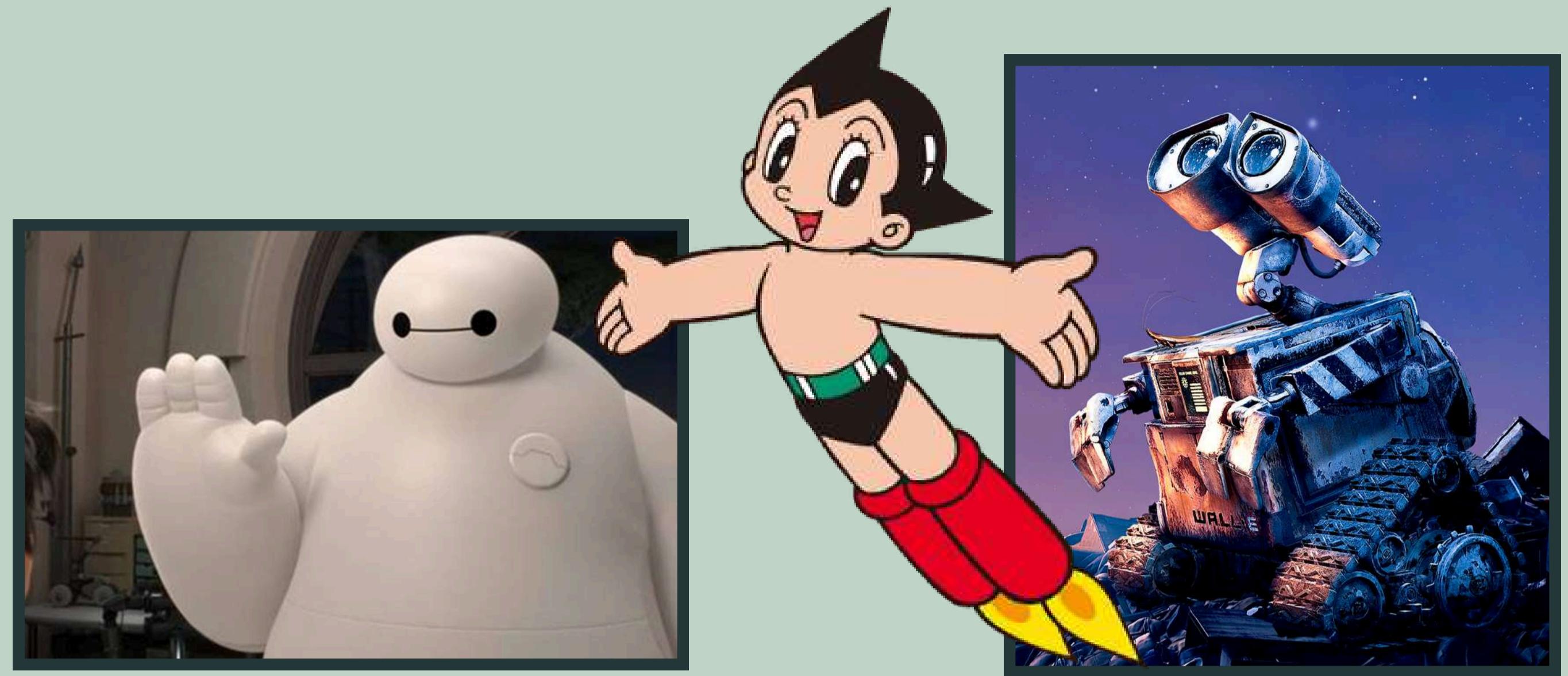
## DOMINAÇÃO DAS MÁQUINAS

O que não falta são histórias onde uma Inteligência Artificial se vira contra seu criador;

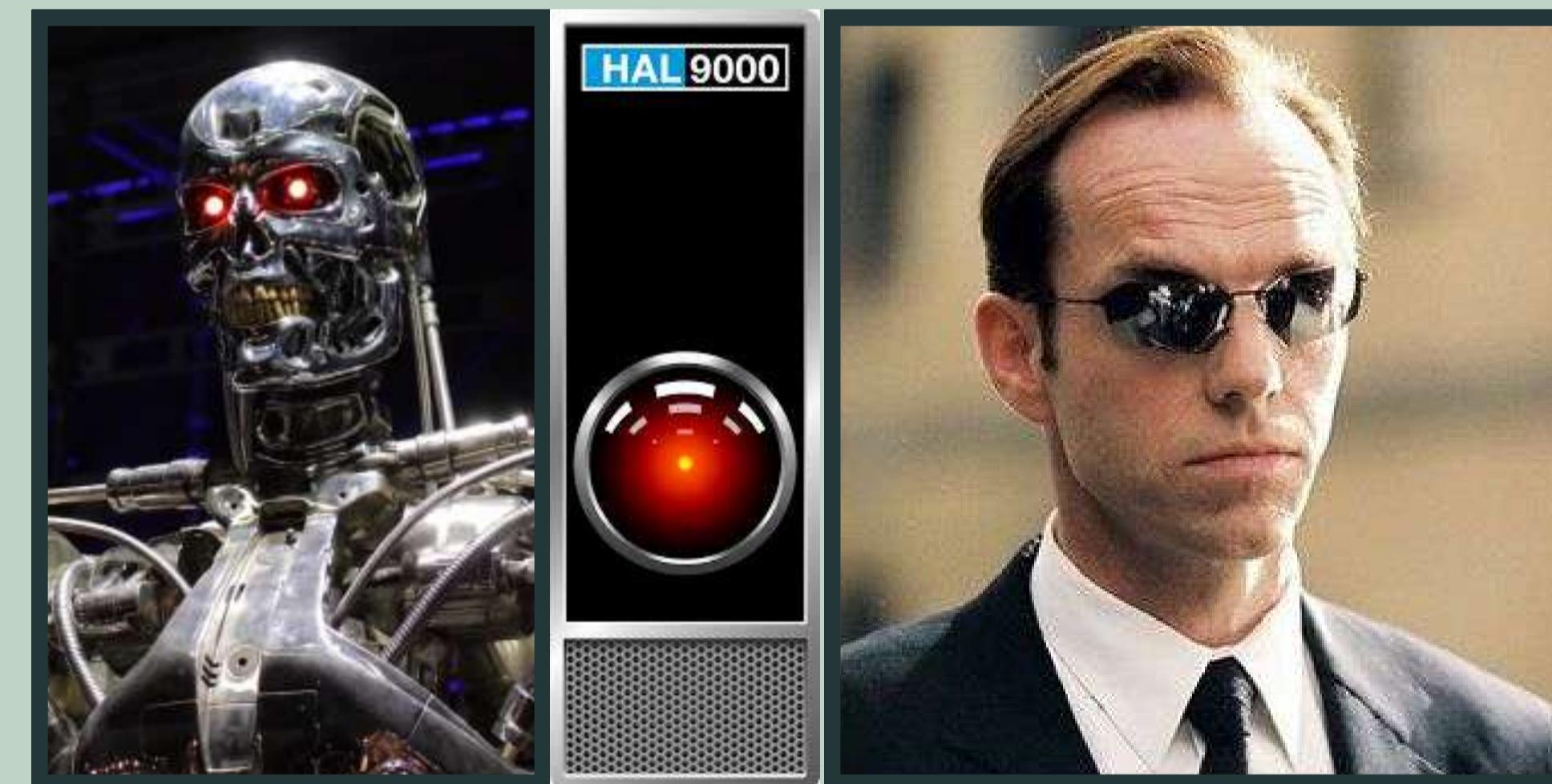
Exterminador do Futuro, Matrix, 2001: Uma Odisseia no Espaço, Vingadores: Era de Ultron são poucos entre muitos filmes centrados nesse conceito, e isso sem contar os livros, séries, animações e videogames.

Por outro lado, o número de histórias onde IAs são tratadas de modo positivo é igualmente extenso. As vezes uma IA é tratada como um amiga (Astroboy) ou aliada (Big Hero 6), até mesmo uma parceira amorosa (Ela). Em outros ela é uma ferramenta impressionante que ajuda os humanos da história (Interstellar).

**O fato é simples: nós somos igualmente fascinados e amedrontados por IAs.**



IAs do Bem



IAs do Mal

A ameaça dessas ficções pode estar longe de ser verdade, mas algumas pessoas já se sentem bem intimidadas pelas IAs. Entre elas estão fotógrafos, artistas digitais, escritores, jornalistas, e é claro, designers gráficos.

O medo é da substituição. Que contanto que o produto seja “bom o bastante para o público”, a velocidade e o custo baixo dessas ferramentas vai superar qualquer vontade das empresas e clientes de procurar um profissional humano.

Como artista e designer, eu também me preocupo com essa possibilidade, porém como este manual irá revelar, as IAs Gen atuais estão bem distantes dos níveis de qualidade esperados pelos diversos mercados criativos.

Apesar de nossa aparente posição antagonista as ferramentas de IA Generativas, acredito que o primeiro passo para decidir o lugar que elas podem ter no nosso trabalho, é entender seus bens e seus males, sejam eles legais (como já exploramos), técnicos (como vamos explorar nos capítulos seguintes) e morais.

Falando nisso...

## **COM GRANDES PODERES...**

A fraqueza de qualquer mentira sempre foi a evidência da verdade.

Mas o que acontece quando criar evidências falsas está mais fácil do que nunca.

Em 2024 o TSE fez alterações à Resolução nº 23.610/2019 (Dispõe sobre a propaganda eleitoral) para incluir restrições e proibições em relação a tecnologias de Inteligência Artificial.

Durante a redação deste manual (Julho de 2024), um diretor de escola em Maryland, nos Estados Unidos, quase foi demitido devido a um áudio dele praguejando frases racistas. O FBI teve de intervir e revelar que IA foi usada para falsificar sua voz.

O uso de tecnologia e informação para coisas ilegais e imorais como difamação, manipulação, chantagem, entre outros, não é novidade. Pessoas de má índole estiveram escrevendo mentiras absurdas sobre figuras públicas em revistas e jornais a séculos. Conteúdo adulto de celebridades e crianças já foram feitas com Photoshop muito antes de qualquer IA de imagem.

A diferença é que antigamente, você tinha de ter a habilidade ou a plataforma para criar e divulgar conteúdo negativo. Alguém tentando falsificar evidência tinha se ser muito bom em um programa de edição para criar uma montagem falsa convincente. Uma revista ou jornal tinha de ter cuidado para não divulgar uma informação errada e ser pego.

Porém hoje em dia, com a combinação de redes sociais e IA, criar mentiras, difamações e até mesmo imagens ilegais fica bem mais fácil e acessível.

Se você esteve nas redes sociais no começo de 2023, talvez você esteja familiarizado com a seguinte imagem.



*Imagen feita com IA do Papa Francisco usando um casaco caro e estiloso*

A imagem do Papa Francisco (que por contexto, é conhecido por sua humildade) usando roupas e joias caras e chamativas trouxe surpresa e até choque para muitas pessoas.

Essa imagem, no final das contas, foi criada usando o Midjourney AI, umas das mais populares IAs Gen de imagem. A internet demorou alguns dias para aprender a verdadeira natureza dessa foto, e eu não me surpreenderia se algumas pessoas mais desconectadas ainda acreditassesem que ela é real.

Entre outros exemplos de IA sendo usada erroneamente temos:

- bots (contas de redes sociais operadas por um programa de IA, não uma pessoa) espalhando notícias falsas e discurso de ódio em redes sociais, principalmente no Twitter (agora X).

- Artistas online sendo personificados, onde IAs são usadas para criar cópias baratas de suas artes e vender por preços caros.
- Uso de IAs de texto para copiar, transcrever ou elaborar textos acadêmicos e jornalísticos, sem nenhuma garantia da qualidade e veracidade do texto.

Isso é claro em adição aos exemplos dados previamente.

Em conclusão, as ferramentas de IA expandiram as possibilidades e a velocidade da criação de uma diversidade de conteúdos, sejam eles uma adição positiva ou negativa para a sociedade.

Antes de mais nada, é importante ter o cuidado e o comprometimento de que ao usar essas ferramentas, não estaremos causando mal tanto ao público que servimos, quanto às profissões que poderão ser atingidas.



# CAPÍTULO 3

# IAs PARA

# DESIGN

As IAs generativas oferecem uma diversidade de serviços dentro de diferentes campos da criação. Entre alguns exemplos rápidos, temos:

- Criação de Imagens (Midjourney AI, Adobe Firefly, DALL-3)
- Pesquisa, perguntas e conversa (GPT-4, Microsoft Copilot)
- Criação de Músicas (Suno, Music.ai)
- Correção e Melhoria de Texto (Grammarly, QuillBot)
- Criação de Logo (LogoAI, Logomaster.AI)

A qualidade, custo e facilidade de uso de cada uma dessas ferramentas varia de caso em caso. O Midjourney por exemplo, é uma das mais populares e reconhecidas para criação de imagem, porém tem um custo elevado em dólar, e apresenta uma curva de aprendizagem. O Copilot por outro lado já vem automaticamente em computadores com Windows 10 e 11, e pode ser acessado gratuitamente em qualquer navegador.

As IAs Gen de imagem são as de maior interesse para o campo do design, porém vamos dar uma olhada também em uma IA Gen de texto.

Ferramentas mais específicas como as de criação de logo ficaram de fora, pois em geral, elas não produziam resultados muito interessantes, ou apresentavam preços altos demais para a qualidade do produto final. Ainda sim, essas ferramentas compartilham muitas técnicas e configurações semelhantes, então parte do que é ensinado neste manual pode ser aplicado em outras ferramentas não exploradas aqui.

Vamos falar agora de Inteligências Artificiais Generativas extremamente populares no mercado, e que em meus testes, tiveram os melhores resultados para um designer em trabalhos profissionais.

# MIDJOURNEY AI

Introduzido ao mundo em Julho de 2022, o Midjourney AI é uma IA Generativa de Imagem bem conhecida por entusiastas dessa tecnologia. Porém até mesmo o público leigo tem exposição à essa ferramenta, já que diversas imagens geradas por IA populares tem origem nessa plataforma (incluindo a foto do “Papa Estiloso” do capítulo anterior).



Logo da Midjourney AI

O Midjourney vem sendo atualizado com consistência desde seu lançamento, com versões cada vez mais eficazes em produzir uma imagem que satisfaça o usuário.

Ele funciona como uma IA texto-para-imagem, ou seja, o usuário introduz um texto que descreve o conteúdo da imagem final. Este é o tal de *prompt* que foi mencionado anteriormente.

Os modelos dessa IA são treinados em cima de um banco de dados chamado LAION, que tem catalogado bilhões de links de acesso à imagens na internet. A partir dessas imagens os modelos de geração do Midjourney produzem imagens novas baseadas no *prompt* inserido pelo usuário.

## COMO ACESSAR

O Midjourney tem um modo de uso diferente, e para muitos, confuso em comparação às alternativas.

Diferente de outras IAs, que são acessadas em um site ou aplicativo próprio, o Midjourney tem de ser usado por meio de um aplicativo de bate-papo chamado Discord.



Para a utilizar o Midjourney, o usuário deve primeiro criar uma conta no Discord, podendo usá-lo em uma guia de navegador ou baixar o aplicativo para computador (o recomendado).

Com a conta criada, o usuário pode ir para o site <https://www.midjourney.com>, onde pode comprar uma assinatura, que irá se atrelar a sua conta do Discord.

Sim, você leu corretamente, para usar o Midjourney é preciso comprar uma assinatura.

A tendência que se mantém é que a maioria das ferramentas de IA vem com um custo. As vezes é possível usar a ferramenta de um modo limitado gratuitamente, mas para acessar toda sua capacidade ou desbloquear um limite maior ou ilimitado de usos, é necessário de uma assinatura mensal ou anual.

Em Agosto de 2024, o Midjourney AI vem com 4 planos mensais, de 10, 30, 60 e 120 dólares (USD), com um desconto para quem assina por um ano de vez.

Basic Plan	Standard Plan	Pro Plan	Mega Plan
<b>\$10</b> / month Billed monthly	<b>\$30</b> / month Billed monthly	<b>\$60</b> / month Billed monthly	<b>\$120</b> / month Billed monthly
<a href="#">Downgrade Plan</a> <small>Save with annual billing (20% off) ↗</small>	<a href="#">Active</a> <small>Save with annual billing (20% off) ↗</small>	<a href="#">Upgrade Plan</a> <small>Save with annual billing (20% off) ↗</small>	<a href="#">Upgrade Plan</a> <small>Save with annual billing (20% off) ↗</small>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Limited generations (~200 / month)</li><li>✓ General commercial terms</li><li>✓ Access to member gallery</li><li>✓ Optional credit top ups</li><li>✓ 3 concurrent fast jobs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 15h Fast generations</li><li>✓ Unlimited Relaxed generations</li><li>✓ General commercial terms</li><li>✓ Access to member gallery</li><li>✓ Optional credit top ups</li><li>✓ 3 concurrent fast jobs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 30h Fast generations</li><li>✓ Unlimited Relaxed generations</li><li>✓ General commercial terms</li><li>✓ Access to member gallery</li><li>✓ Optional credit top ups</li><li>✓ Stealth image generation</li><li>✓ 12 concurrent fast jobs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 60h Fast generations</li><li>✓ Unlimited Relaxed generations</li><li>✓ General commercial terms</li><li>✓ Access to member gallery</li><li>✓ Optional credit top ups</li><li>✓ Stealth image generation</li><li>✓ 12 concurrent fast jobs</li></ul>

Planos de assinatura do Midjourney

A diferença entre os planos se dá principalmente entre o número de imagens por mês que uma conta pode criar, e a velocidade em que as imagens são processadas pela IA. Um fato sobre todas as IAs de imagem é que elas demandam um poder de computação muito elevado, assim uma assinatura mais cara compra para si mais poder dos computadores do Midjourney.

O nível das assinaturas também permite mais imagens criadas consecutivamente. Os dois primeiros planos permitem a criação de 3 imagens ao mesmo tempo, e os dois mais caros permitem 12.

Fica ao critério de cada usuário saber qual plano é ideal para si. A maior diferença entre planos se da na velocidade de resultados, com os planos mais caros gerando mais imagens em um determinado tempo que os mais baratos.

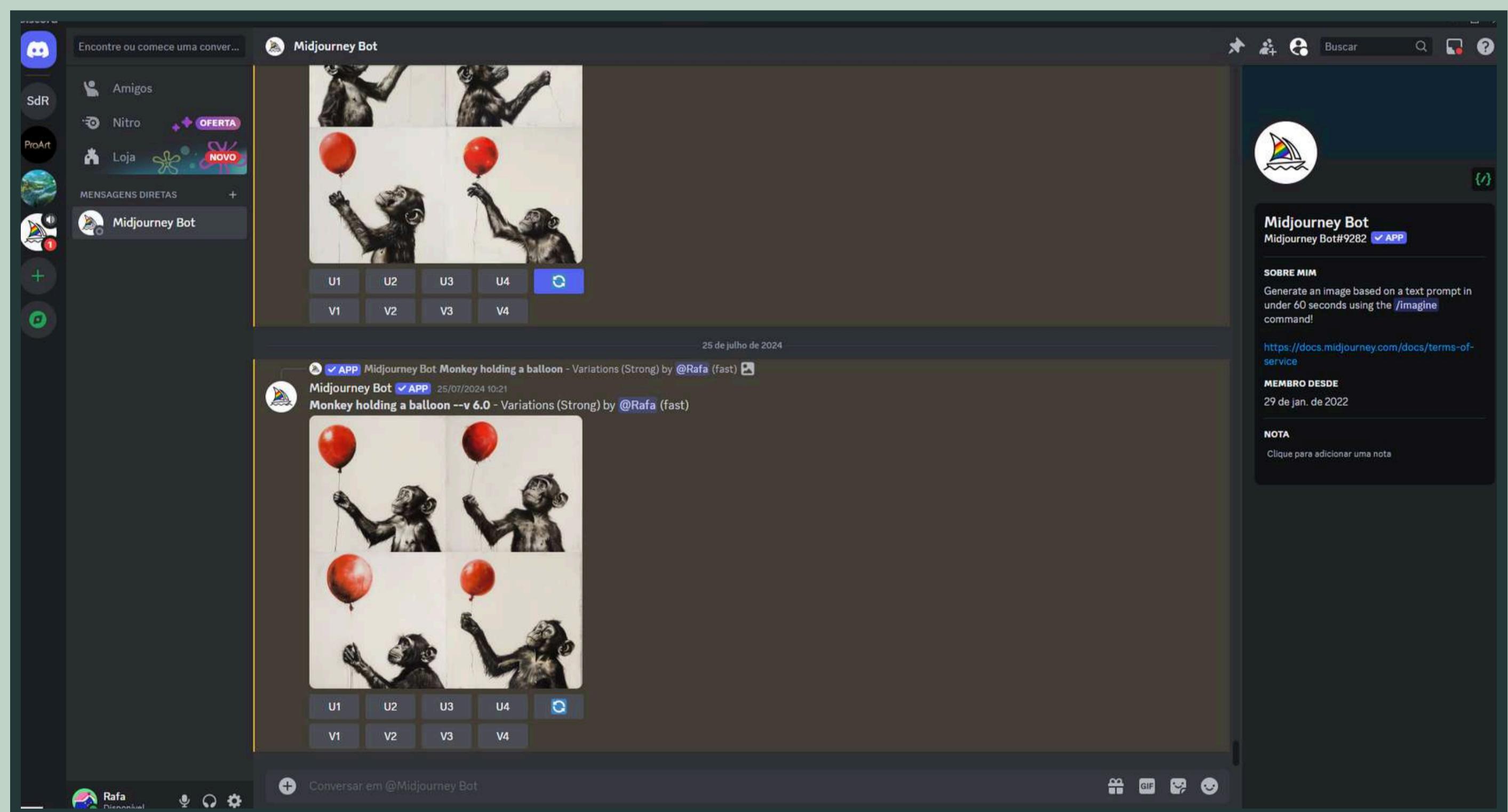
Minha opinião pessoal é a seguinte: qualquer pessoa procurando usar o Midjourney de alguma maneira profissional irá precisar no mínimo do plano de 30 dólares. O plano de 10 é limitado até 200 imagens por mês e por mais que pareça muitas, por experiência própria esse número é facilmente alcançado, pois há muita tentativa e erro com o processo de criar imagens com IA.

E então, com uma conta no Discord e uma assinatura, o usuário já pode usar o Midjourney.

Uma observação adicional é que o serviço está disponível apenas em inglês. Por mais que o Discord possa ser configurado para o português, as respostas e configurações do Midjourney não alteram a língua. A ferramenta até chega a responder *prompts* em português, mas tem um reconhecimento melhor para os escritos em inglês.

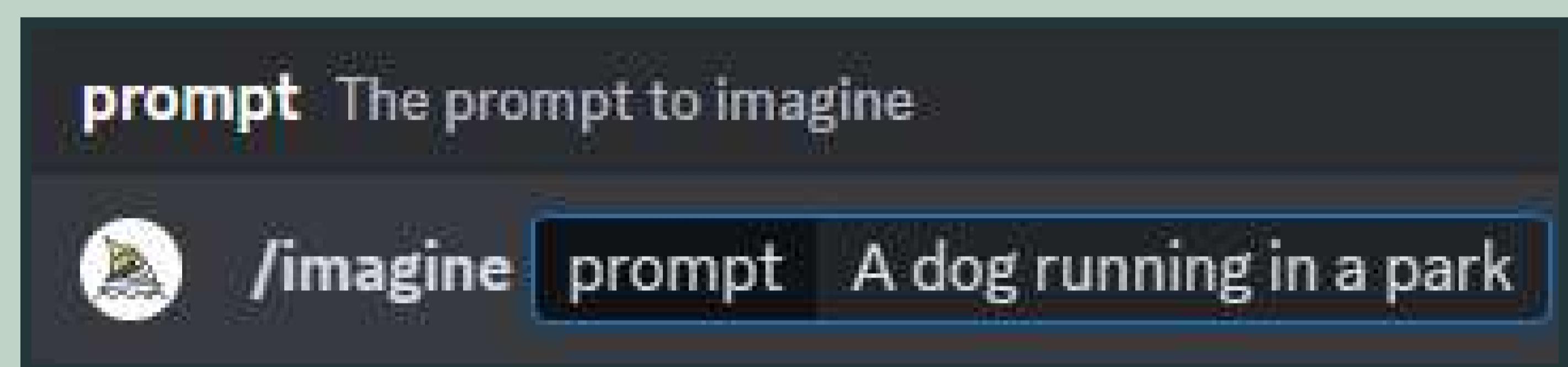
# COMO USAR

Ao assinar o serviço com sua conta de Discord atrelada ao site do Midjourney, o usuário vai receber uma mensagem direta no Discord. A mensagem vem do *bot* do Midjourney (uma conta automatizada), e é na página de bate papo com esse *bot* que se usa a ferramenta.



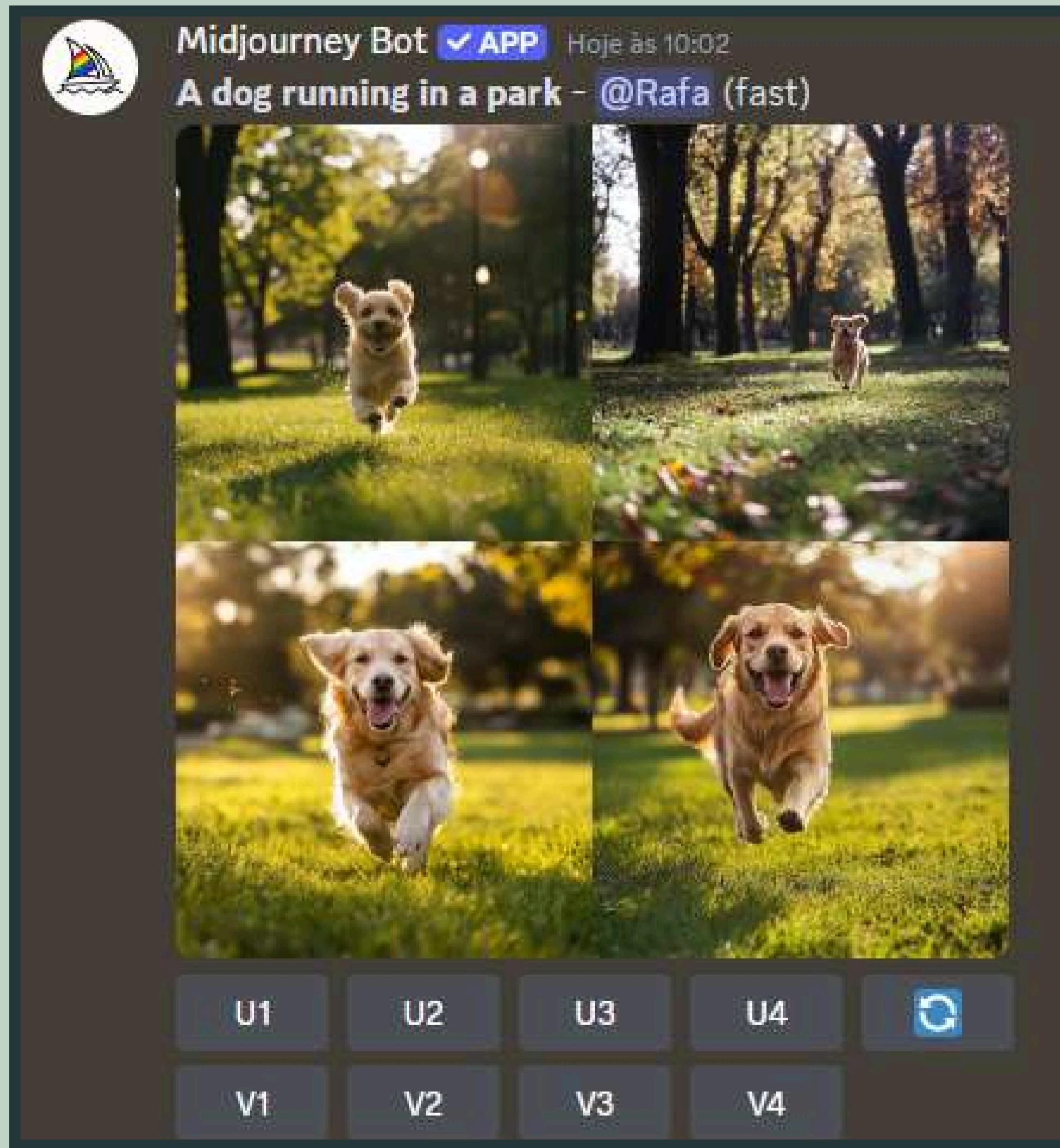
Interface do Discord em uma mensagem direta com o bot do Midjourney

É na barra de conversa que o usuário encaminha o seu *prompt* para gerar uma imagem. Ele começa seu texto com um comando, que vai indicar ao *bot* que ele quer criar uma imagem. O comando para gerar uma imagem é **/imagine**, seguido pela descrição da imagem desejada.



Exemplo de prompt. Traduzido para “Um cachorro correndo em um parque.”

É possível escrever um prompt em português, mas isso diminui a qualidade dos resultados devido ao modo em que a IA reconhece as imagens do banco de dados. Em resumo, a descrição das imagens é em sua maioria em inglês.



Resultado do prompt anterior

Note na imagem acima que um prompt resulta em 4 imagens. Desses 4 imagens, podemos tomar duas ações:

- **Upscale** - Aumentar a resolução de uma das imagens. Esse é geralmente o passo final, quando o usuário encontra uma imagem que deseja usar.

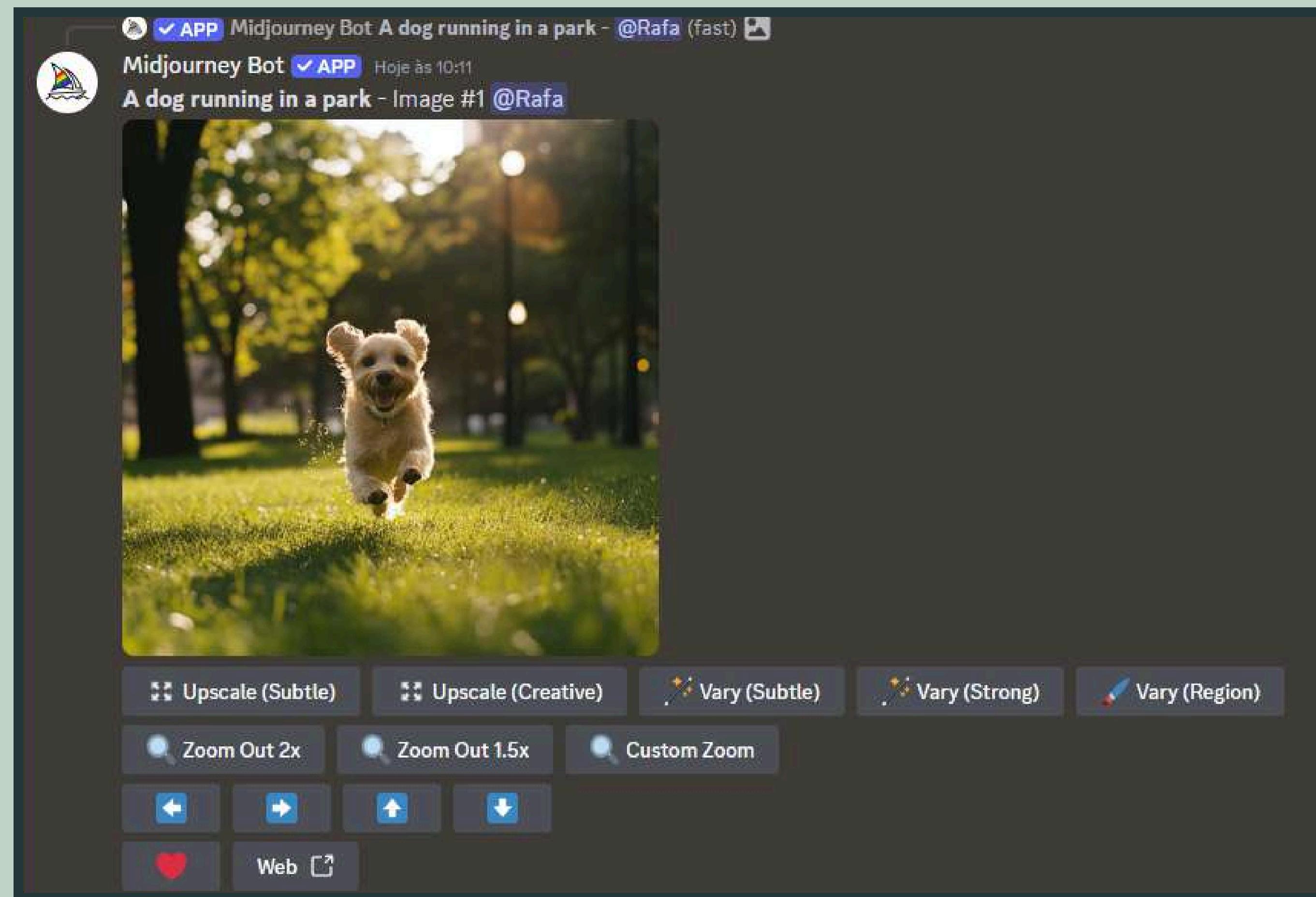
- **Vary** - Variar um dos resultados, criando imagens semelhantes à escolhida. Usado quando uma imagem está próxima de um resultado desejado mas ainda precisa de algumas mudanças.

O usuário aciona essas opções usando os botões logo embaixo das imagens geradas.

Os botões **U1**, **U2**, **U3** e **U4** são de *Upscale*, e a ordem de cada imagem em relação ao botão se da de cima para baixo, esquerda para direita, então **U1** vai aumentar a imagem de cima à esquerda, **U2** aumenta a de cima a direita, e assim por diante.

Os botões **V1** até **V4** são de *Vary*, e funcionam na mesma ordem que os de *Upscale*.

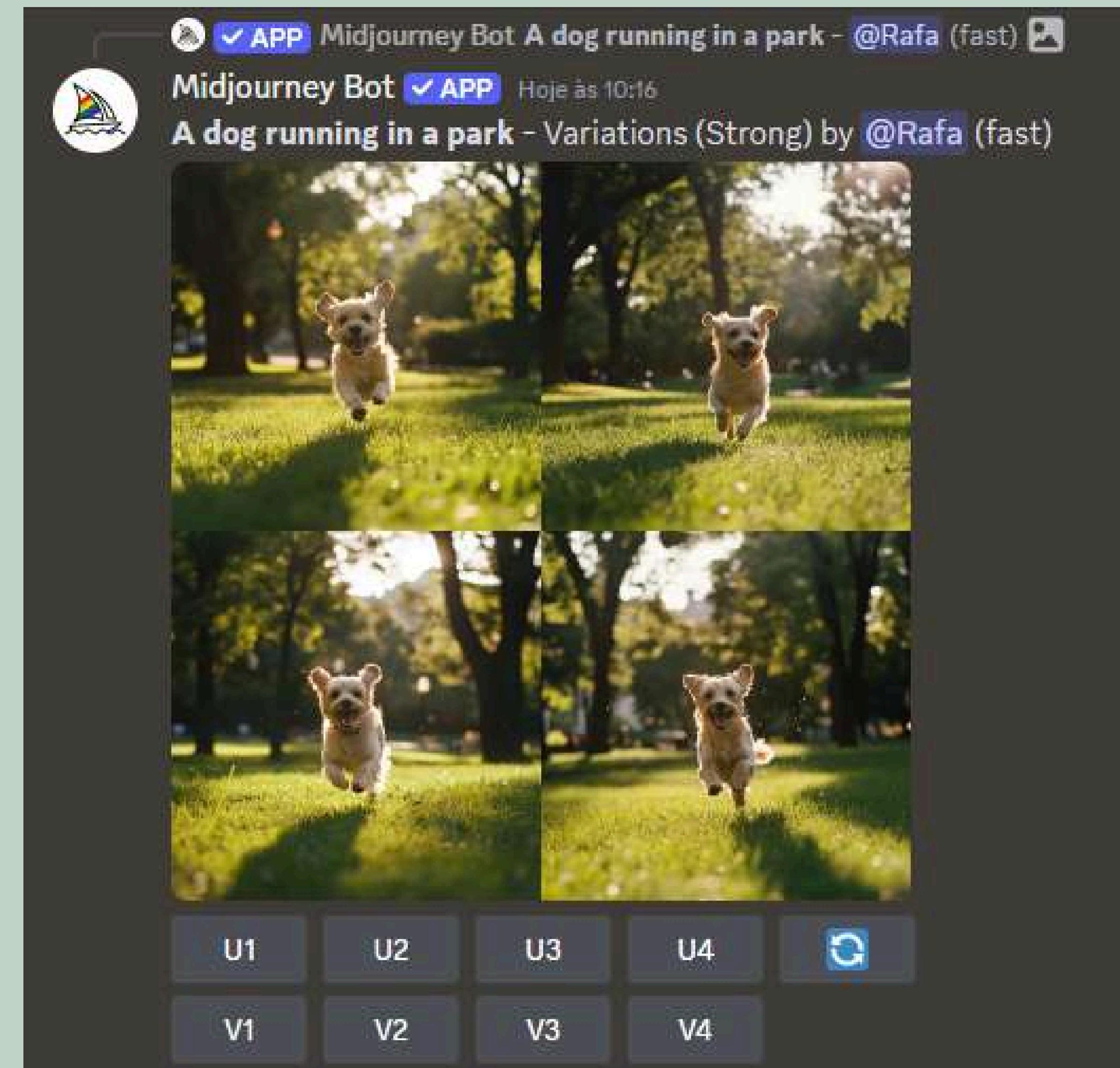
Perceba também o botão com setas rotatórias a direta dos outros botões. Essa opção vai gerar novas imagens usando o mesmo *prompt* de antes.



*Resultado após clicar no botão de  
Upscale U1*

A imagem aumentada pode ser baixada. O usuário a seleciona com o botão do mouse esquerdo para ampliá-la, e com o botão direto do mouse, a opção de “baixar imagem” vai aparecer.

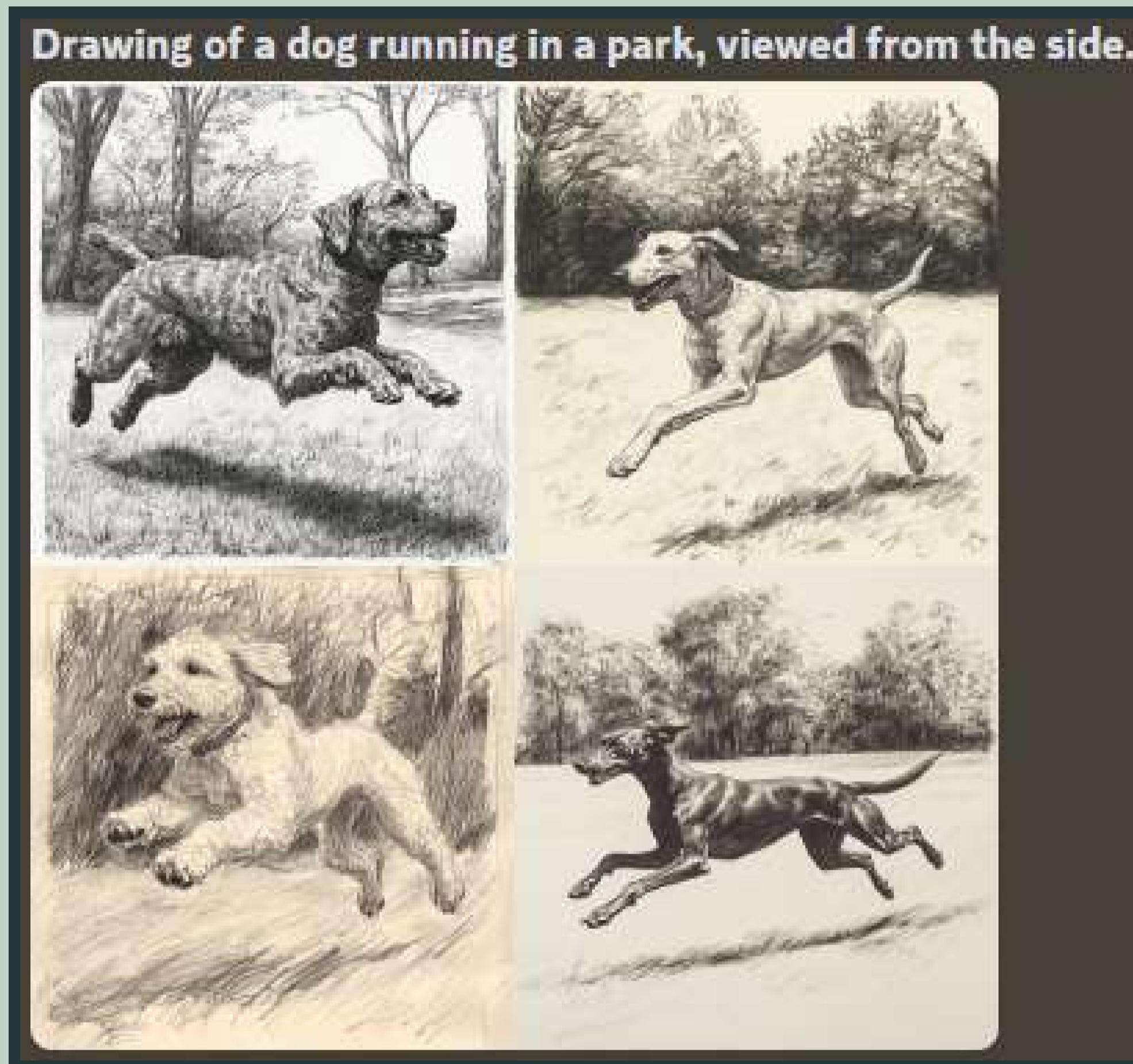
A imagem então é baixada no computador do usuário, geralmente na pasta de *downloads*.



*Resultado após clicar no botão de  
Vary V1. Compare com o primeiro  
cachorro da imagem anterior.*

O usuário pode continuar variando as imagens até encontrar uma que lhe satisfaça. Se o resultado precisar de mudanças maiores, talvez o melhor recurso seja alterar o *prompt*.

Vamos dizer que ao invés de uma foto, o usuário quer o desenho de um cachorro no parque, e que ele esteja correndo de lado.



*Prompt: Desenho de um cachorro correndo em um parque, visto de lado.*

Com poucas alterações, os resultados mudam显著mente. O fator determinante das imagens geradas sempre será o *prompt*.

A qualidade de um prompt vai depender muito do resultado esperado, mas em geral uma boa estrutura de *prompt* é a seguinte:

**Estilo artístico**

+

**Conteúdo principal**

+

**Características Adicionais**

+

**Palavras Chave**

Drawing of a dog running in a park, viewed from the side. Watercolor, professional, sunny day.

### Estilo artístico

### Conteúdo principal

### Características Adicionais

### Palavras Chave

O *prompt* acima traduz para “Desenho de um cachorro correndo em um parque, visto de lado. Aquarela, profissional, dia ensolarado.”

A porção “Desenho” do *prompt* se referencia ao estilo artístico da imagem. É bom começar com ele pois a IA da prioridade para as primeiras palavras do *prompt*, e o estilo de arte vai guiar todo o resto da imagem.

Em seguida vem o conteúdo principal da imagem que é o “cachorro correndo em um parque”. O conteúdo principal é um dos fatores mais mutáveis mas é geralmente o objeto e o ambiente principal da imagem.

A parte que diz “visto de lado” é uma característica adicional, que pode ser qualquer coisa que acompanhe o foco principal da imagem, incluindo mas não limitado à perspectiva, fundo, cores, objetos secundários.

As palavras chaves são termos ou frases curtas complementares à imagem. Estilos artísticos mais específicos (aquarela, cubismo, hachura), termos de qualidade (profissional, alta qualidade, 4K), indicativos de estética (colorido, monoton, sombrio) são alguns tipos de palavras chave. Em geral qualquer adjetivo que descreva a imagem final pode ser uma palavra chave, mas é importante não exagerar e ter cuidado, pois algumas palavras-chave

podem acabar alterando demais os resultados ou criar uma imagem muito incoerente.

Segue nas seguintes páginas alguns exemplos de imagens geradas usando essa estrutura de *prompt*.



*Prompt: Desenho de um cachorro correndo em um parque, visto de lado. Aquarela, profissional, dia ensolarado.*



*Prompt: Renderização 3D de um robô observando uma cidade de um telhado, chuva cai nele enquanto senta triste. Noite, pose dramática, luzes neon, cyberpunk, Unreal Engine, cinematográfico*



Prompt: Sessão de fotografia de uma modelo, tirada em um estúdio profissional. Luzes Coloridas, Alta fashion, pose estilosa, linda modelo



Prompt: Arte Digital de um personagem cavaleiro medieval, ficha de personagem com 2 poses. Arte de conceito, quadrinhos.

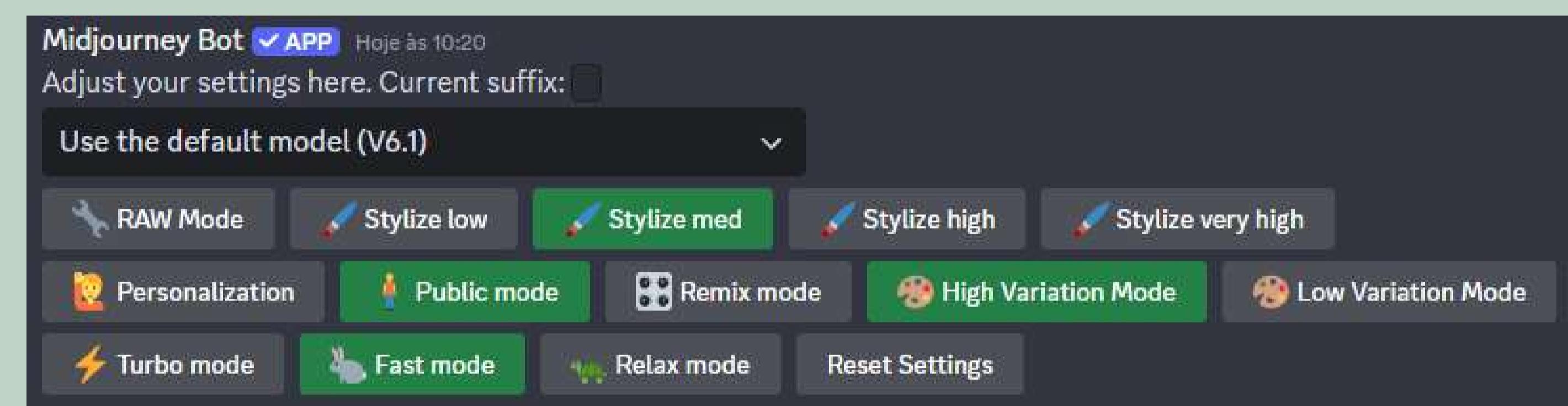
Em geral, o *workflow* (fluxo de trabalho) do Midjourney usa as ferramentas que expus até aqui:

- **Criar *prompt***
- **Verificar resultados e ajustar *prompt* se necessário**
- **Usar ferramenta de *Vary* nos melhores resultados para ver se gera imagem ainda melhor.**
- **Usar ferramenta de *Upscale* para aumentar resolução e baixar imagem.**

Mas isso não é tudo que o Midjourney tem à oferecer. Algumas ferramentas adicionais ajudam o processo de geração de imagem da ferramenta, e valem a pena aprender.

## CONHECIMENTO ADICIONAIS

O Midjourney tem uma seleção de opções que podem ser ativadas e configuradas. Para acessá-las, o usuário deve escrever **/settings** e encaminhar a mensagem.



Opções disponíveis ao abrir o painel de /settings

Vamos passar por algumas dessas opções e explicar o que elas fazem.

### Modelo

Acima dos botões, um menu expandido apresenta os diferentes modelos de geração de imagem do Midjourney. Simplificando, cada modelo tem um método de criar imagens, assim modelos diferentes vão gerar

criar imagens bem diferentes mesmo usando um mesmo *prompt*. Esse menu permite o usuário a acessar modelos mais antigos do Midjourney, que em geral são menos avançados e bem treinados no banco de dados, então é algo que não vale a pena fazer.

Porém existe um modelo chamado Niji que é configurado e treinado para gerar imagens no estilo de mangá e anime, os quadrinhos e animações japonesas. É recomendado trocar para esse modelo se esse for o estilo de arte procurado.

## Estilização

O modelo padrão do Midjourney aplica uma estilização genérica às artes finais, adicionando detalhes que seus programadores julgam gerar imagens mais atrativas para os clientes. Usando as opções de *Stylize* (temos do *low*, *pro med*, *high* e *very high*, que vão do mais fraco pro mais forte respectivamente), podemos ajustar a intensidade dessa estilização.



Duas imagens com o prompt “Arte digital de um homem de terno, olhando para o lado. Estiloso, limpo, linhas grossas”. A imagem da esquerda foi feita com o modelo padrão, e o da direita com o modelo Niji

Adicionalmente, o botão *RAW Mode* desliga totalmente a estilização padrão do Midjourney, que resulta em uma leitura muito mais literal dos *prompts*.

Se o usuário optar por usar o modo *RAW* ou estilização baixa, é recomendado escrever um *prompt* mais detalhado.



Prompt: Foto de um homem em uma cafeteria, bebendo um copo de café. Fotografia amadora, tirada com Iphone.  
**Estilização no low (baixo)**



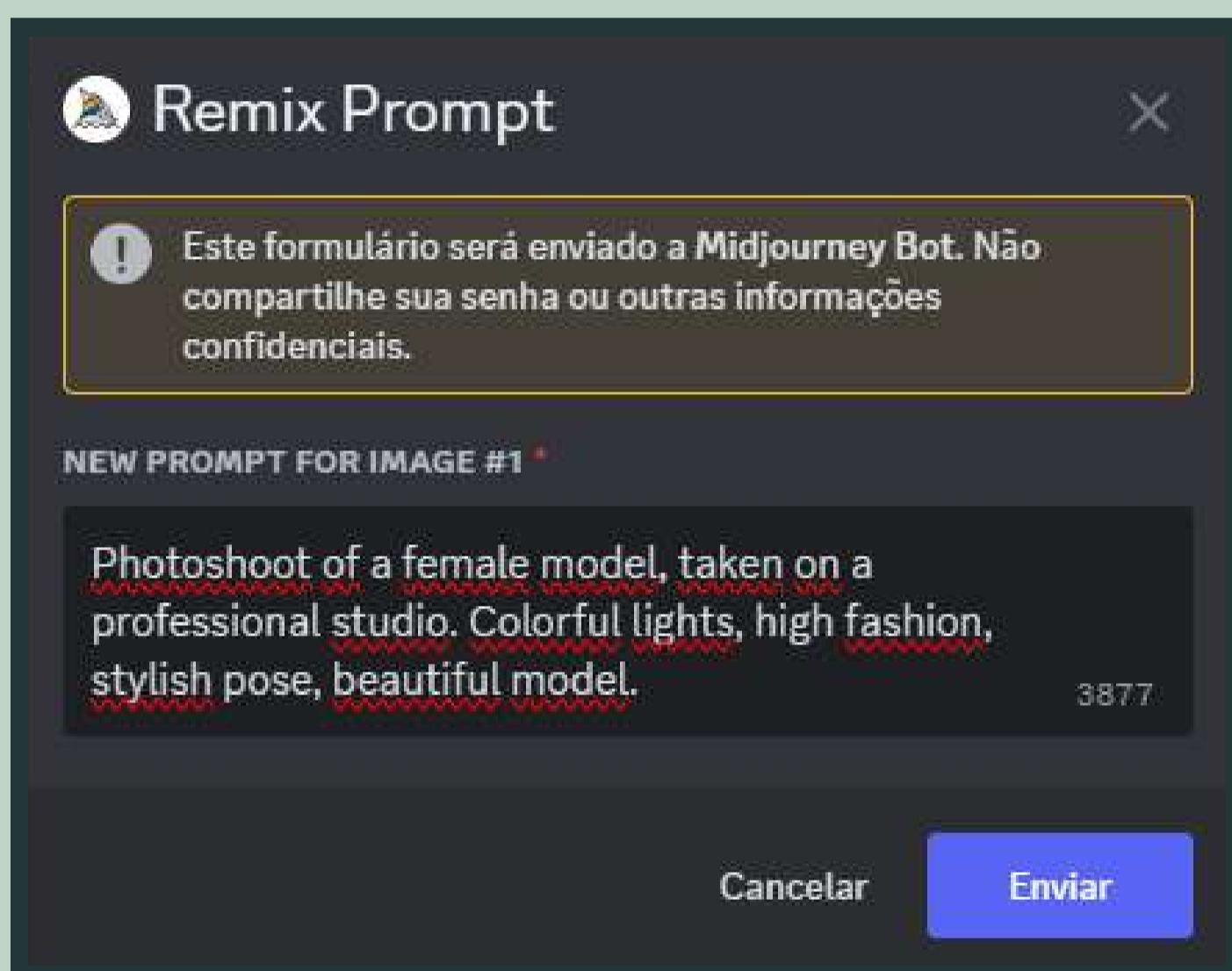
Prompt: Mesmo que o anterior,. **Estilização no very high (muito alto)**



Prompt: Mesmo que o anterior,. **Modo RAW (sem estilização)**

## Modo Remix

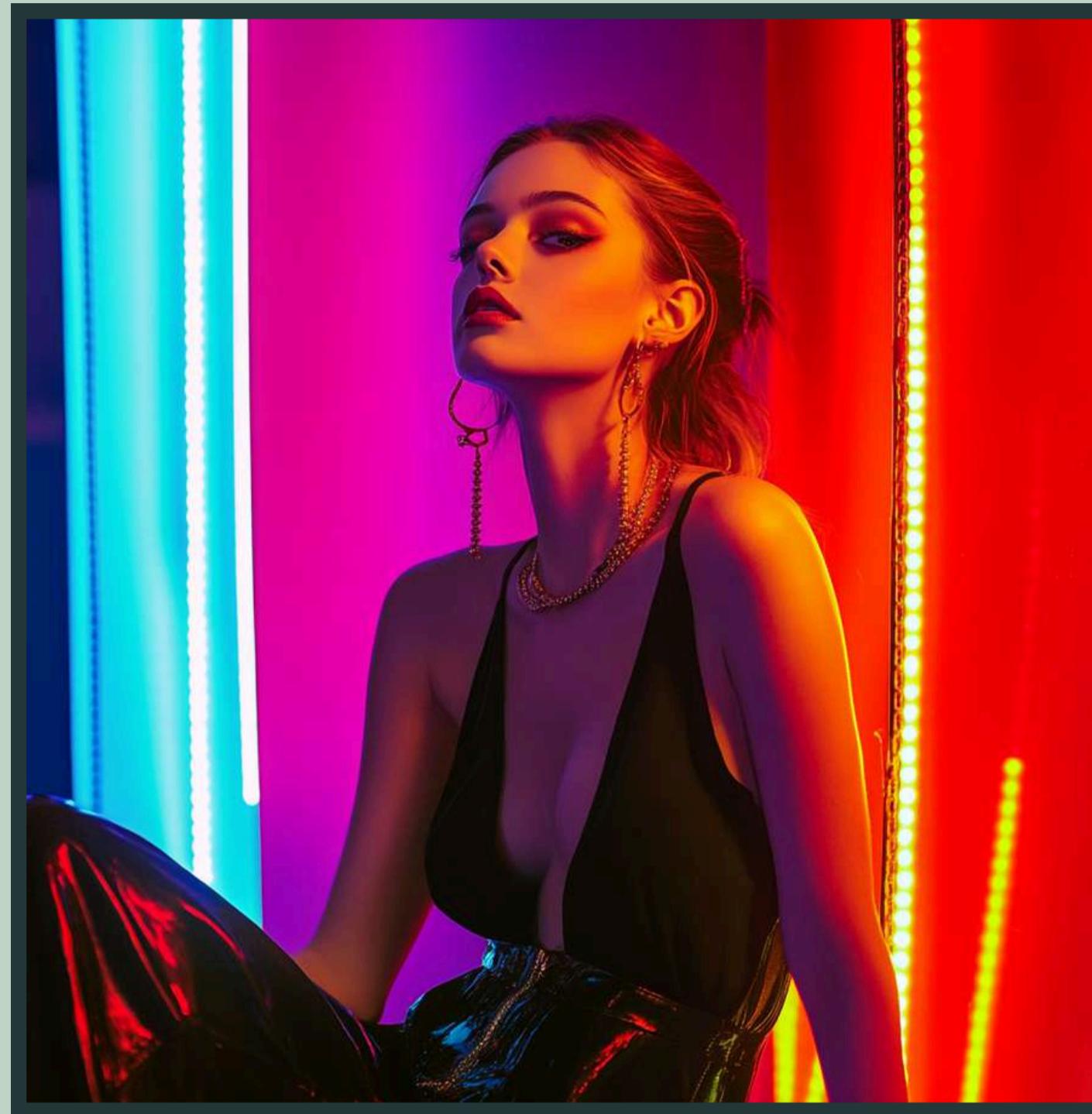
Este modo ativa uma opção adicional na hora de selecionar a ferramenta de Vary de uma imagem. Com o Remix ligado, quando o usuário cria variações de uma imagem, ele vai antes receber uma caixa de texto com o *prompt* da imagem.



*Caixa de texto para o remix de um prompt.*

Essa função é extremamente imprevisível e requer um grau de experimentação para obter bons resultados, mas pode permitir um nível de edição às imagens geradas.

O usuário agora tem a oportunidade de gerar uma nova imagem usando a original como ponto de partida, mas com mudanças ao *prompt*.



### Imagen Original

*Prompt: Sessão de fotografia de **uma modelo**, tirada em um estúdio profissional. Luzes Coloridas, Alta fashion, pose estilosa, linda modelo*



### Remix

*Prompt: Sessão de fotografia de **um modelo**, tirada em um estúdio profissional. Luzes Coloridas, Alta fashion, pose estilosa, lindo modelo*

## Modo de Variação

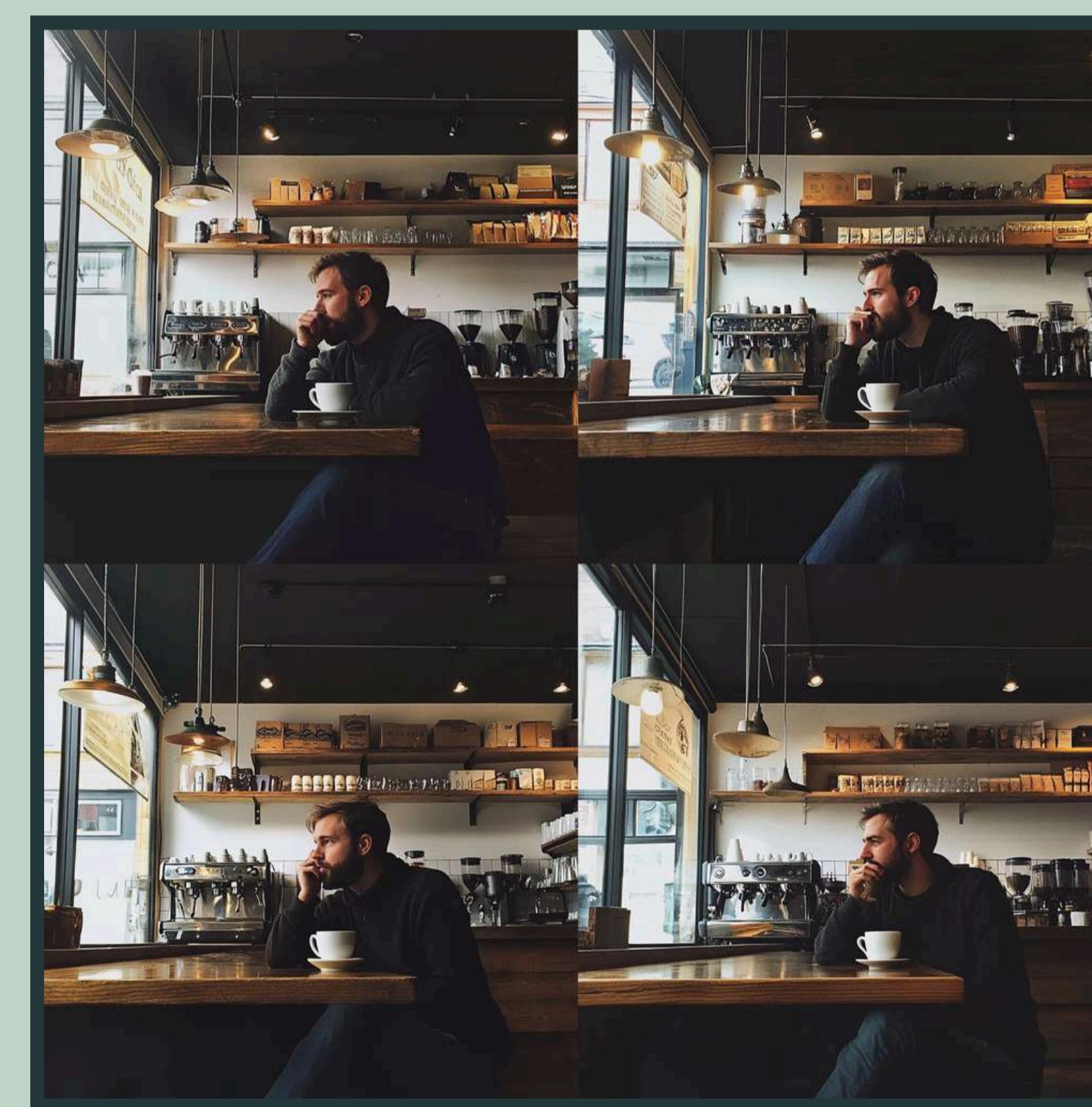
Este é bem simples. O modo de variação configura a diferença dos resultados de um Vary em relação à original. *High Variation Mode* (Modo Alta Variação) vai tentar formatos, cores, estilos e composições diferentes, enquanto *Low Variation Mode* (Modo Baixa Variação) deixa as imagens mais semelhantes.



*Prompt: Foto de um homem em uma cafeteria, bebendo um copo de café.  
Fotografia amadora, tirada com Iphone.*



**High Variation Mode**  
(Modo Alta Variação).



**Low Variation Mode**  
(Modo Baixa Variação).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Midjourney é a IA Gen de imagem mais popular por um motivo. Entre suas competidoras, ela tem uma qualidade de imagem que se destaca muito das outras, dado ao seus modelos bem configurados e um banco de dados enorme, formado por bilhões de imagens da internet.

Essa última vantagem pode ser uma desvantagem. Lembra quando discutimos o problemas de plágio no capítulo 2?

Então, os dois exemplos que estão naquele capítulo foram feitas pelo Midjourney. Isso não sou eu dizendo que ela é a única IA Gen capaz de plagiar arte, mas tem fatos que pioram a situação do Midjourney.

Uma técnica popular usada por usuários dessa ferramenta é usar o nome de um artista no *prompt*, com o intuito de forçar a IA à replicar

seu estilo visual. Pior ainda, é possível direcionar a IA diretamente para uma imagem original do artista escolhido ao botar o *link* da imagem no começo do *prompt*.

E mesmo que o usuário evite fazer isso e dependa apenas de *prompts* descritivos da imagem que não referenciam outros artistas, ainda há o risco de cometer plágio. As bilhões de imagens da internet que eu mencionei? Foram selecionadas sem consentimento de seus proprietários.



*Prompt: Pintura em óleo de uma cidade abaixo de um céu noturno, no estilo de Van Gogh.*

É evidente que a IA usou a famosa pintura "A Noite Estrelada" como base para essa imagem gerada.

O fato é que toda IA Gen precisa de fontes originais de conteúdo criado por humanos para poder gerar seus resultados. Então no final das contas, qualquer imagem gerada pelo Midjourney vai ter usado uma original que provavelmente não tem o consentimento de estar ali como alimento para essa IA.

É exatamente por esse motivo que se deve ter cuidado ao trabalhar com qualquer imagem criada pelo Midjourney. No atual momento, as leis autorais por volta de imagens criadas por IA estão sendo discutidas.

Mas minha recomendação é evitar usar uma imagem de IA comercialmente em qualquer situação. Não só os clientes e público serão capazes de identificar a natureza da imagem, mesmo que ela seja muito convincente a primeira vista, mas existe o risco legal vindo de um artista plagiado pela IA. Ou em um futuro onde a lei se põe contrária a imagens de IA, o risco vem do estado.

Isso não quer dizer que o Midjourney é inútil para um designer. Muito pelo contrário.

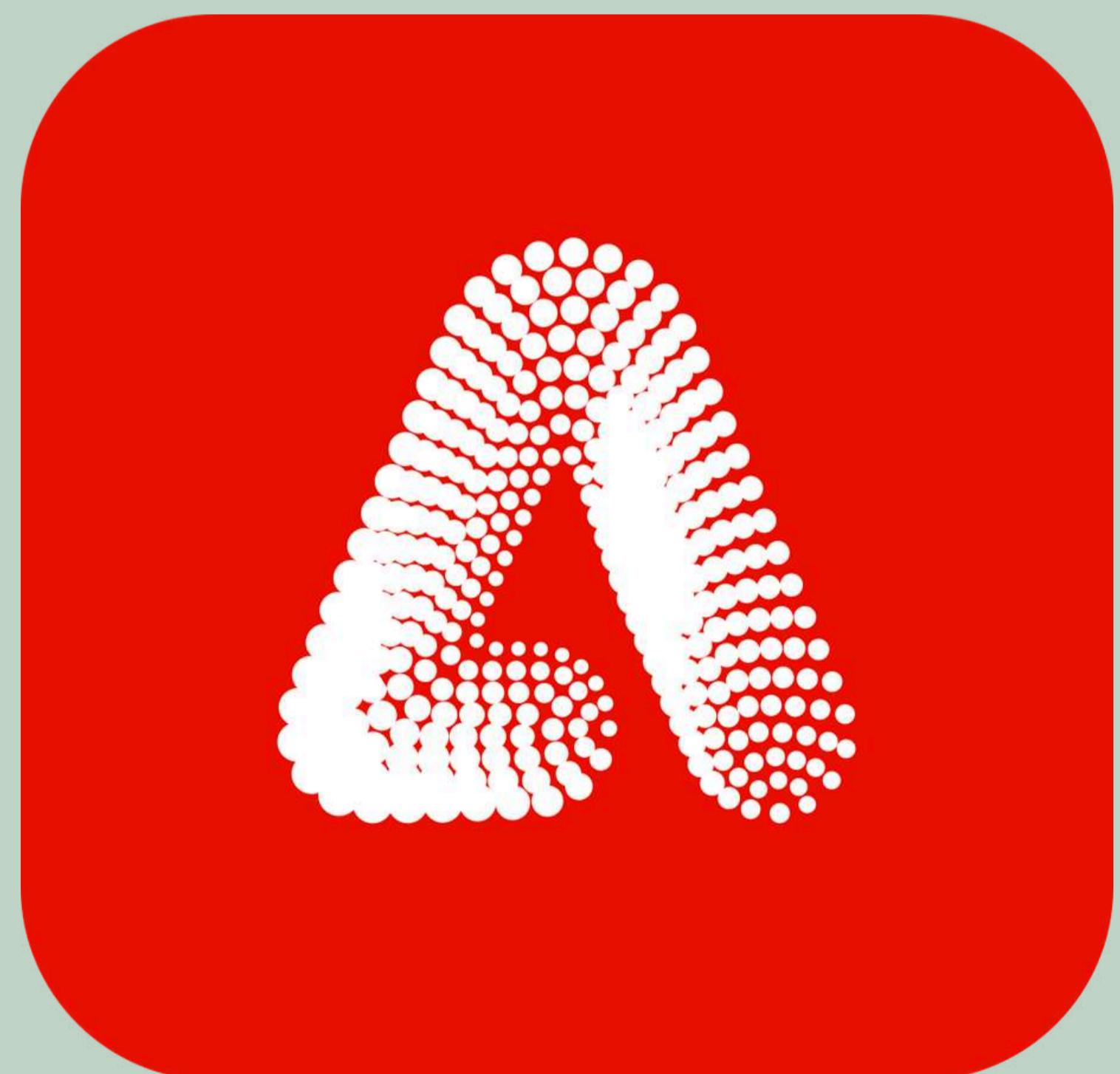
A qualidade de suas imagens geradas pode servir muito bem como um repositório de inspirações e referências.

Com esta ferramenta podemos criar ângulos, poses, diagramações, cores e uma mistura de tudo isso para alimentar nossa criatividade. As diferentes configurações podem servir como uma ferramenta de edição rápida, possibilitando o designer de testar alternativas para o seu trabalho em pouco tempo.

No final das contas, o Midjourney AI é uma ferramenta impressionante com uma curva de aprendizado um pouco maior que as outras, mas que vale a pena aprender pela qualidade de seus resultados. O usuário deve apenas ter consciência e cuidado devido a capacidade dessa IA de cometer plágio, seja de propósito ou sem querer.

# ADOBE FIREFLY

Em Junho de 2023, a empresa Adobe lança sua resposta para o surgimento de IAs Generativas. Para muitos, era de se esperar que a gigante dos softwares de design e computação gráfica ia investir nessa tecnologia.



Logo do Adobe Firefly

O Firefly é mais uma vez, uma IA de imagem que usa *prompts* inseridos pelos usuários.

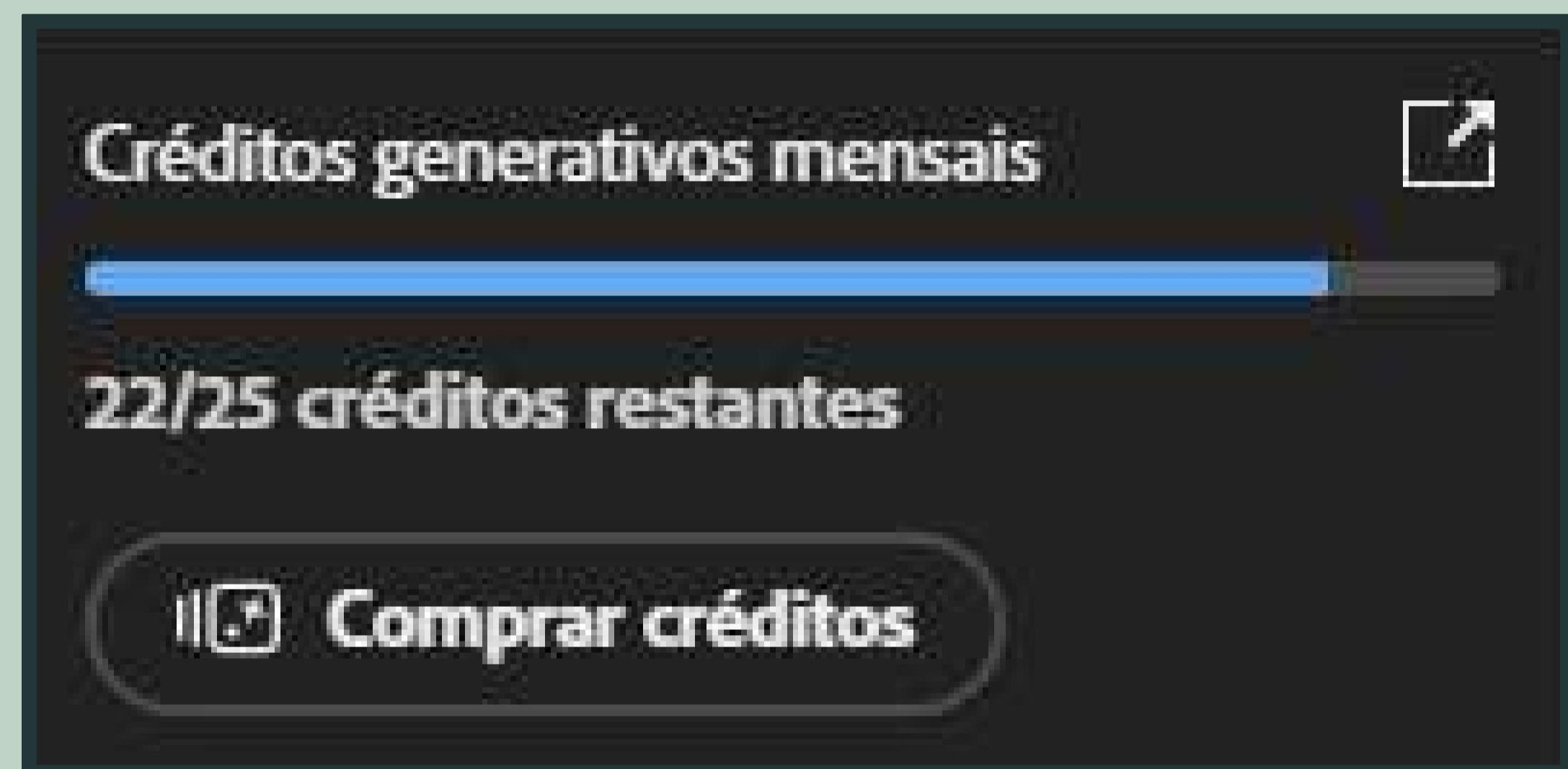
Uma diferença significante que vamos detalhar mais pra frente é o banco de dados do Firefly. As imagens usadas para treinar essa IA vem de bancos de imagem de licença gratuita, ou seja, já tinham o direito de ser usadas, ou vem do serviço de imagens e vídeos da empresa, o Adobe Stock, que tiveram seu direito de uso pela IA permitido pelos autores das imagens nos termos de serviço que eles aceitaram.

## COMO ACESSAR

Para usar o Firefly, o usuário tem de ter uma conta Adobe, que pode ser facilmente criada no próprio site da ferramenta, <https://firefly.adobe.com>. A criação da conta é totalmente gratuita.

Com isso feito, o usuário está pronto para usar a IA. Porém é importante notar que seu uso gratuito é bem limitado.

A cada mês uma conta gratuita pode inserir 25 *prompts*, um número muito pequeno para qualquer pessoal tentando usar a IA em uma capacidade profissional.



*Limite mensal apresentado na barra de conta do usuário*

Esse número de créditos usados para gerar imagens pode ser aumentado com uma inscrição paga mensal.



*Os dois planos específicos para o Firefly e seus preços mensais*

O plano de R\$23,00 por mês é específico apenas para o uso da IA e dá 100 créditos e 100GB de armazenamento em nuvem para as imagens geradas, e o de R\$47,00 é um plano para o Adobe Express, que além de liberar 250 créditos, da acesso ao Adobe Stock, Adobe Fonts, templates de imagens e vídeos e outros serviços diversos da Adobe.



Além disso, contas que já possuem assinaturas de uso dos programas de edição da Adobe, como o Creative Cloud, ganham acesso a ainda mais créditos, desde 250 à até 1000 dependendo da assinatura.

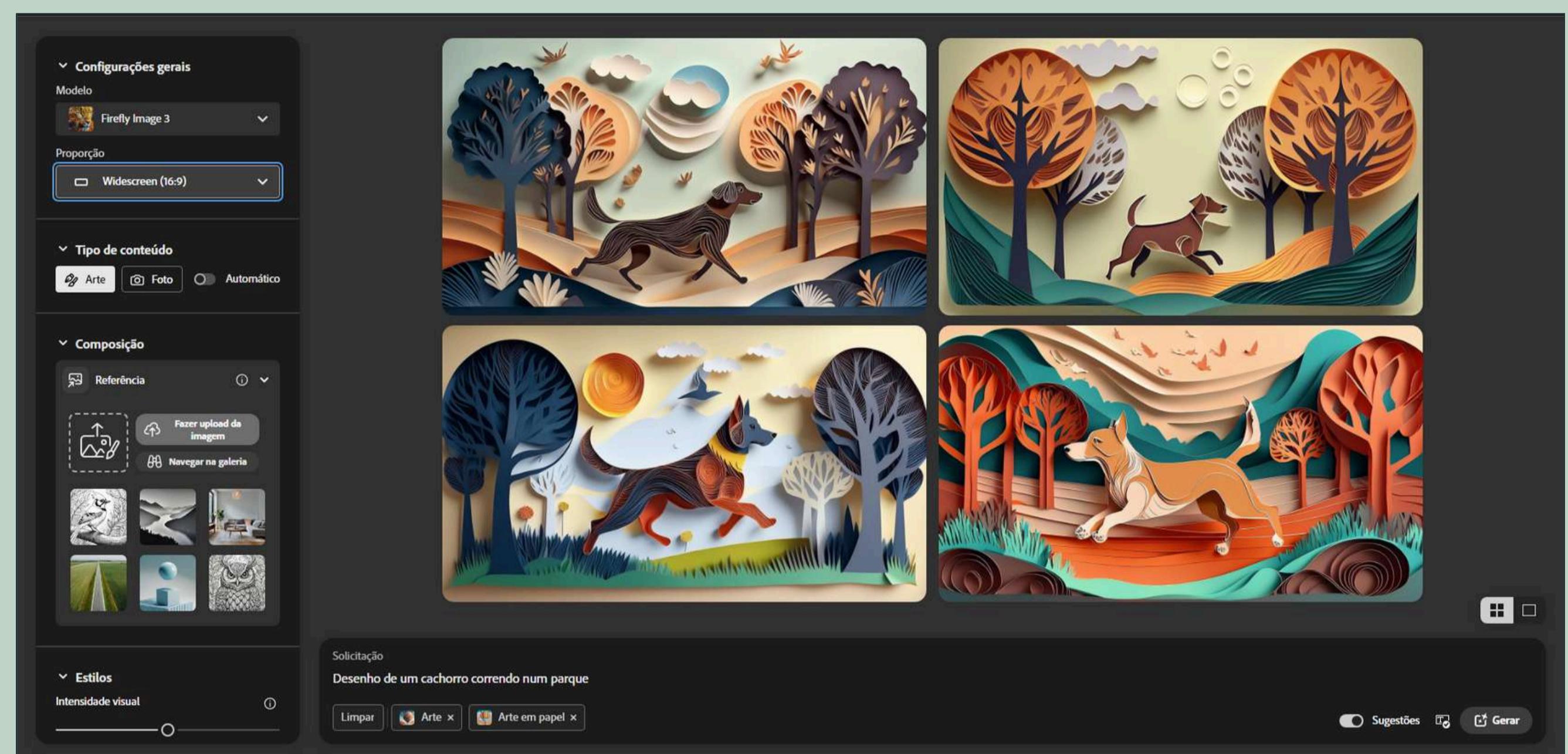
Outra grande vantagem de ter assinatura é a remoção da marca d'água que vem nas imagens baixadas por contas gratuitas.

## COMO USAR

Entrando no site do Firefly pela primeira vez, o usuário vai se deparar com uma página de entrada, que contém uma grande barra de texto com um botão de “Gerar”.

Notem que a página e a sugestão de *prompt* estão em português. A Adobe oferece essa ferramenta com tradução, e isso inclui o reconhecimento dos prompts, que funcionam igualmente bem em inglês ou em português.

Para começar a gerar imagens, o usuário pode preencher a barra com o *prompt* desejado, ou apenas clicar no botão de gerar com a barra vazia para ir para uma página com mais configurações da ferramenta.



Página de ferramentas do Firefly. A barra de *prompt* está abaixo da imagem, e as configurações estão na barra a esquerda. Prompt da imagem: Desenho de um cachorro correndo num parque

De modo semelhante ao Midjourney, o Firefly também gera 4 opções de imagem por *prompt*.

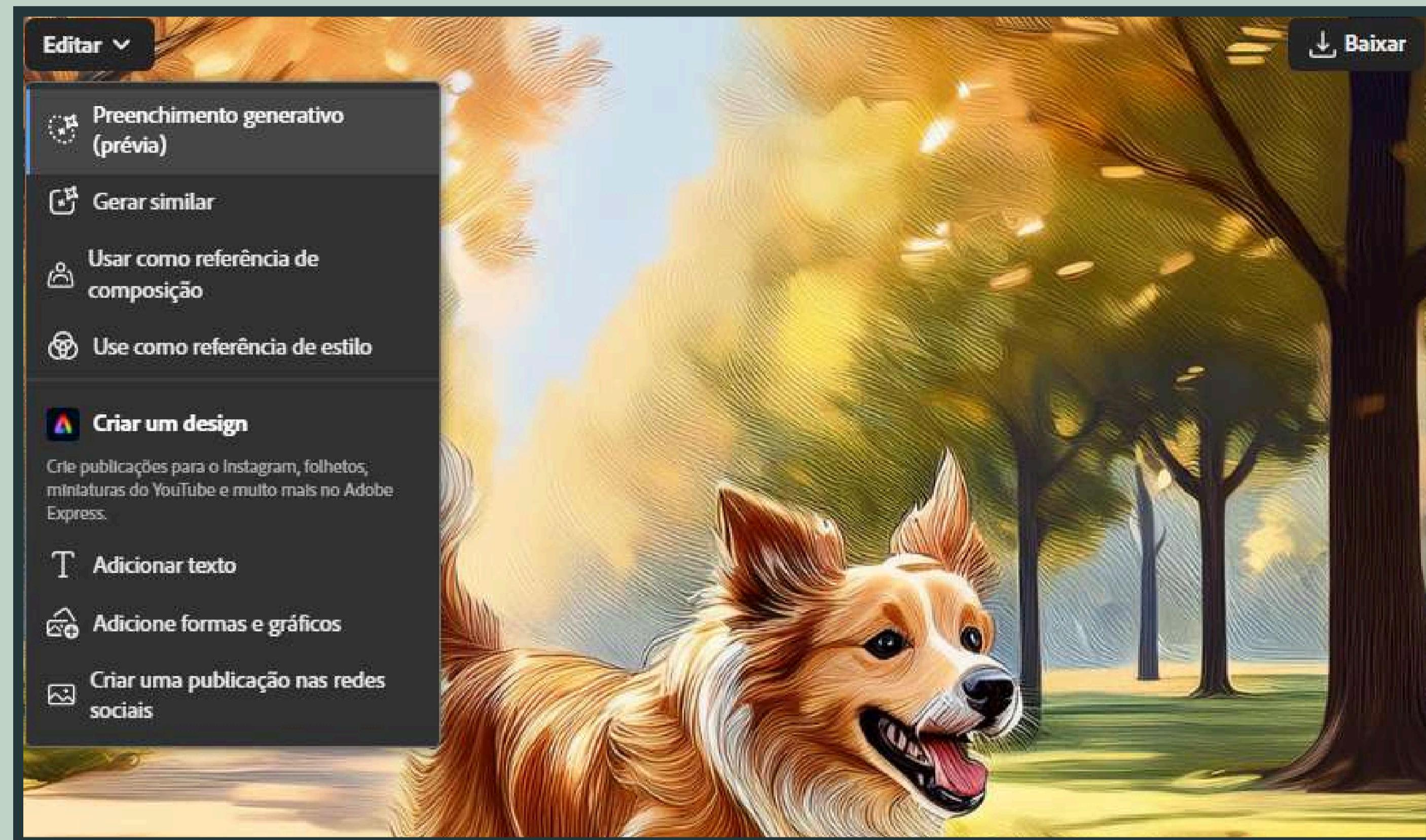
Vale a pena apontar que a Adobe traduziu *prompt* para “solicitação”, porém como esse termo ainda é usado na maioria das IAs, que ainda não tem tradução oficial, vamos continuar usando esse termo.

O processo básico de criação de imagem com o Firefly é bem semelhante com o do Midjourney. O usuário desenvolve um *prompt*, analisa os resultados, gera variações de uma imagem ou altera o *prompt* até alcançar um resultado satisfatório.

Recomendo aqui a mesma estrutura de *prompt* que recomendei no capítulo do Midjourney.

Para gerar variações de uma imagem no Firefly, o usuário deve selecionar um dos resultados, e no topo esquerdo da imagem, um menu chamado “Editar” vai aparecer. Selecionando essa barra, algumas opções vão ficar disponíveis, incluindo uma

chamada “Gerar Similar”. Ao selecioná-la, 4 novas imagens semelhantes serão criadas.



*Menu “Editar” no canto superior esquerdo da imagem, e botão de baixar no canto superior direito*

Note também o botão de baixar na imagem acima, para poder salvar a imagem gerada em alta definição. Lembrando que usuários de conta gratuita recebem imagens com uma marca d’água da Adobe Firefly.

Vamos falar agora das ferramentas principais que são usadas para configurar as imagens geradas. Essas configurações estão todas disponíveis à esquerda da página.

## Modelo

No topo das configurações pode-se trocar o modelo de geração de imagem. No momento, apenas os modelos Firefly 2 e 3 estão disponíveis, com o 3 sendo a escolha padrão. Não encontrei motivo para trocar para o 2, visto que ele é inferior em questão de diversidade e qualidade de imagem.

## Proporção

Esta configuração muda as dimensões da imagem, com as opções de Paisagem (4:3), Retrato (3:4), Quadrado (1:1) e Widescreen (16:9) (a proporção padrão de uma tela cheia).

Essa opções apenas mudam a proporção da imagem, não sua resolução final, assim elas mantém a mesma qualidade de resolução.

## Composição

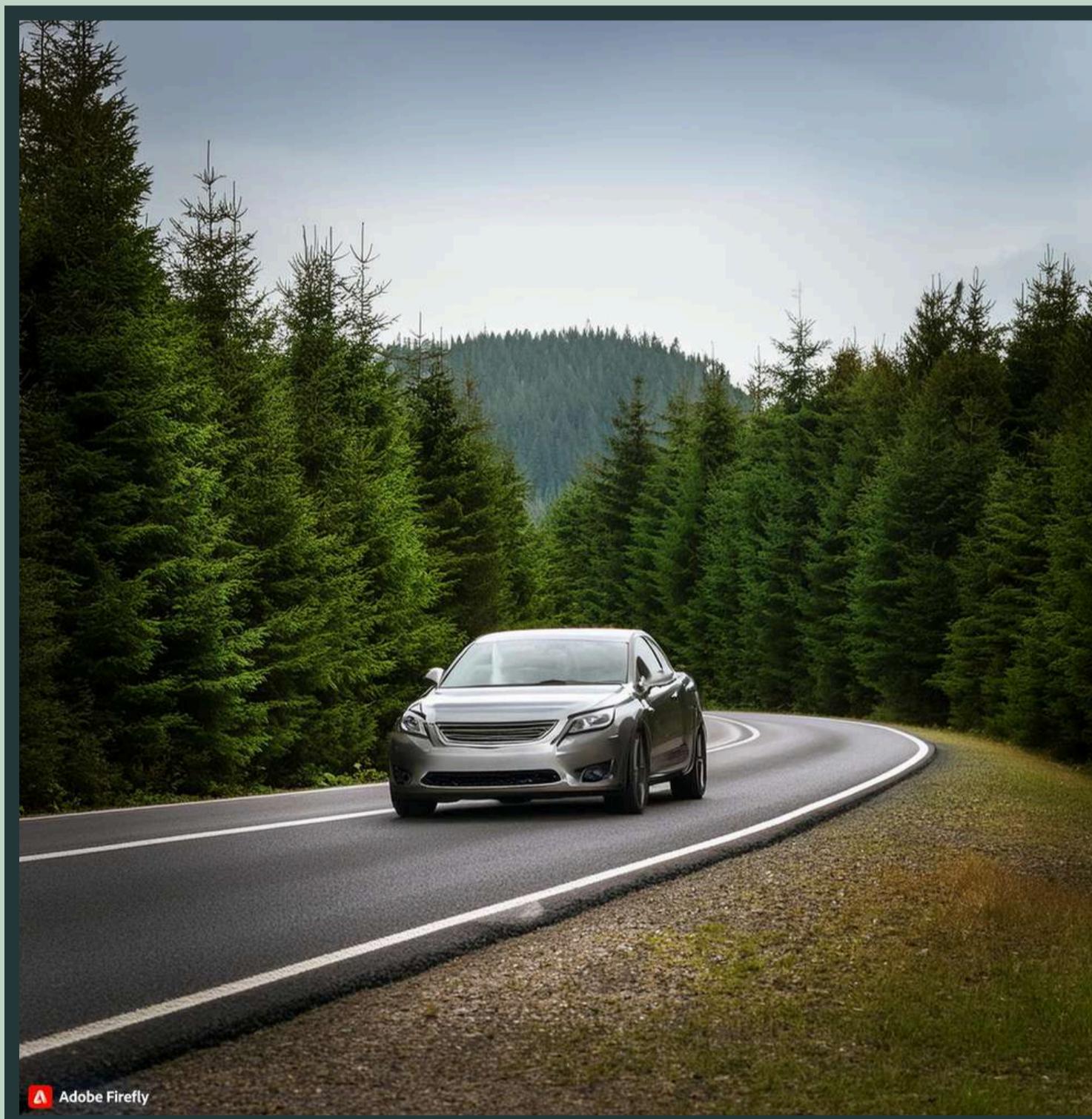
Usando uma imagem disponibilizada no próprio site do Firefly, ou subindo uma imagem do seu próprio computador, o usuário pode guiar a composição dos resultados com uma referência.

Efetivamente isso guia a posição dos elementos da imagem, a IA tenta seguir as formas, posições e composição de câmera da imagem de referência nas imagens geradas.

Abaixo do local onde a imagem de referência pode ser selecionada, uma barra de “Intensidade” pode ser ajustada para regrar o quanto a IA força os resultados a seguirem a composição da referência.



*Imagen de referencia para Composição*



*Resultado do Firefly  
Prompt: Carro descendo  
uma estrada, cercada  
de pinheiros.*

*Imagen de referencia para o Estilo*



*Resultados do Firefly  
Prompt: Fotografia de  
uma modelo banhada  
em luz neon roxa e azul*



## **Estilos**

Semelhante à configuração de Composição, o usuário pode escolher uma seleção de imagens no site ou subir sua própria como referência do estilo da imagem.

Estilo nesse caso é em referência ao estilo artístico do resultado, direcionando a IA sobre as cores, técnicas de desenho ou fotografia, iluminação e outros elementos de estilo encontrados na referência.

Essa opção também conta com uma barra de “Intensidade Visual” que vai dizer a intensidade com qual a IA vai usar a imagem de referência. É importante que o *prompt* escrito não desvie do estilo estabelecido pela imagem referência.

Porém as opções de estilo não acabam ai, ainda no menu de estilos, uma seleção bem grande de efeitos podem ser aplicados à imagem. Esses **efeitos** são separados em

categorias e vão indicar à IA o tipo de imagem que o usuário quer.

As categorias e alguns exemplos desses efeitos vão ajudar a entender essa configuração.

- **Movimentos** - Barroca, Bauhaus, Modernismo, Steampunk, Synthwave.
- **Temas** - 3D, HQ, Arte Digital, Lowpoly, Pop Art, Arte de Pixel.
- **Técnicas** - Tinta Acrílica, Afresco, Tinta a Óleo, Textura de Rabiscos, Aquarela.
- **Efeitos** - Foto Antiga, Olho de Peixe, Isométrico, Filme Granulado.
- **Materiais** - Carvão, Mármore, Papel Machê, Escultura em Madeira, Tecido.
- **Conceitos** - Belo, Caótico, Futurista, Nostálgico, Simples.

Se a arte procurada pelo usuário puder ser descrita por algum dos efeitos listados no Firefly, é útil ativar um desses efeitos antes de gerar o *prompt*.

Por último, ainda nos efeitos, três menus com mais opções podem ser selecionados, e esses menus são de **Cor e Tom**, **Iluminação**, e **Ângulo de Câmera**. Uma opção por cada menu pode ser escolhida.

Essas são as funções principais do Firefly, e uma combinação de todas elas ajudam a obter uma imagem próxima do desejado pelo usuário. Como todas as IAs Generativas de imagem, é com prática que se entende como que essas configurações alteram os resultados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por mais que não seja uma IA Gen de imagem tão bem treinada quanto o Midjourney, o Firefly ainda tem uma qualidade de imagem bem impressionante.

Suas duas maiores vantagens são sua permissão de uso das imagens de seu banco

de dados, sua plataforma (o site) acessível, intuitiva e relativamente fácil de usar.

Para os designers que já tem alguma assinatura Adobe, é uma ferramenta complementar que pode trazer muita utilidades para aqueles que trabalham com arte gráfica, fotografia, edição de imagem, entre outros trabalhos com imagem.

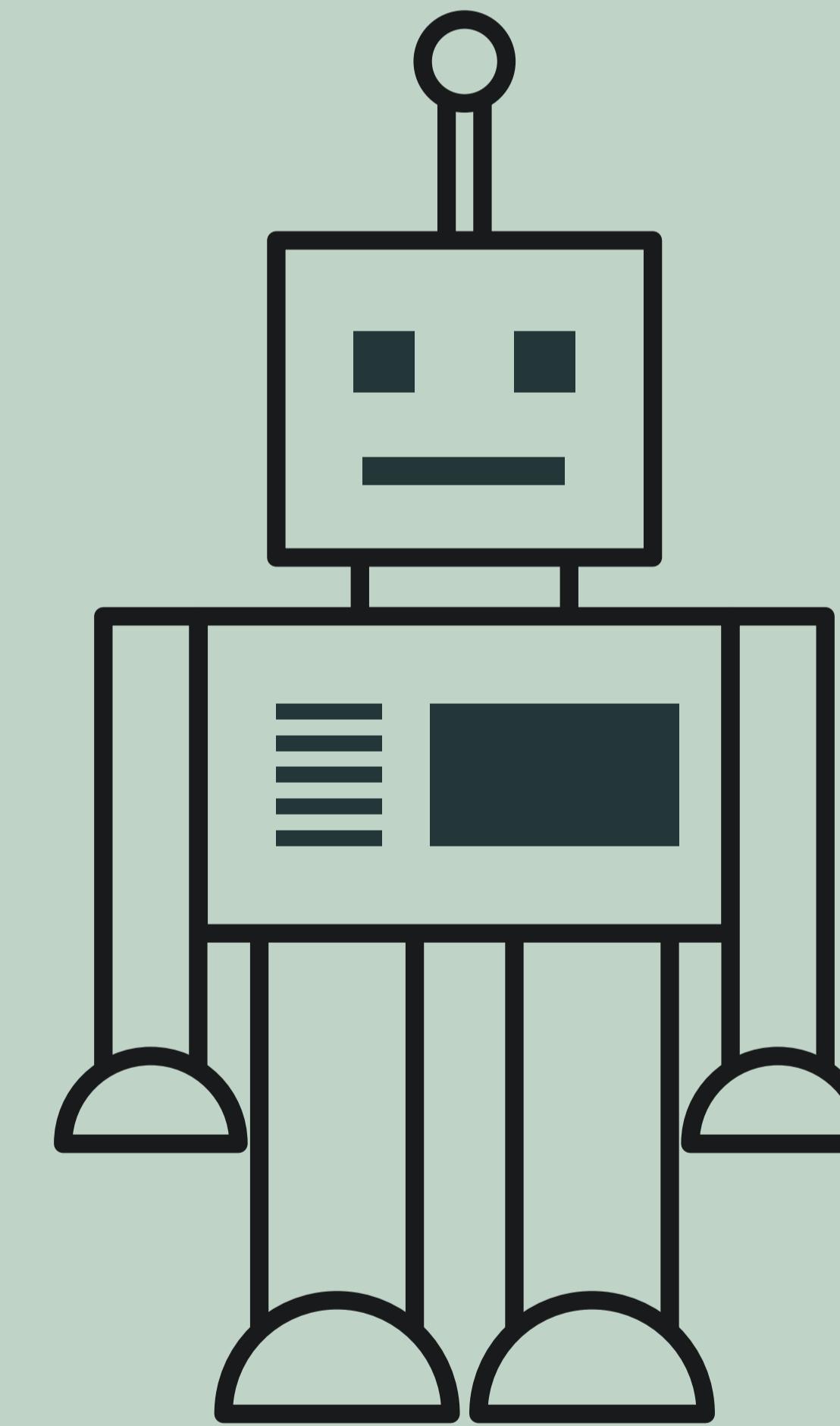
Ainda sim, cuidados com a divulgação direta de imagens geradas por IA, mesmo as do Firefly, devem ser tomados. O padrão de qualidade delas ainda não é alto o bastante para satisfazer clientes e o público.

Em adição, mesmo que esta IA Generativa tenha o consentimento dos autores das imagens que estão no seu banco de dados, a discussão por volta do uso de IAs Gen de imagem ainda é bem controversa.

Isso sem considerar a incerteza que é o

fenômeno dessas ferramentas perante a lei brasileira e de outros países.

No momento atual, ainda recomendo que o Firefly seja usado para gerar ideias e referências ou para testar alternativas usando as ferramentas de composição e estilo.



# MICROSOFT COPILOT

Como discutimos, IAs Generativas tem outras utilidades além da criação de imagens. Um dos usos mais populares dessa tecnologia é o uso de assistentes pessoais que podemos acessar em nossos celulares e computadores. Sempre conectados, a ideia é que esses assistentes inteligentes tenham acesso à qualquer informação disponível na internet, indo direto a fonte ou até mesmo nos dando o que pedimos de cara.

Um desses assistente é o Copilot, lançado pela Microsoft, mas a base para sua IA vem da OpenAI, conhecida pelo GPT-4, que é outra IA Generativa de assistência.

Originalmente chamado de Prometheus, o Copilot foi construído em cima do GPT-4. O tipo de modelo desse tipo de IA é chamado de *Large Language Model*, ou LLM. Em resumo, um LLM tem acesso a um enorme banco de

dados composto por texto, artigos, mensagens, notícias etc. Quando um usuário interage com essa IA, inserindo seu próprio texto na forma de um pedido, uma pergunta ou só uma conversa, o LLM usa desse banco para prever a resposta mais correta.

Ele opera de modo semelhante à um corretor de texto de celular, que usa os dados do usuário para adivinhar a próxima palavra que ele vai digitar, ou para corrigir uma palavra errada. Porém um LLM tem bilhões de textos para consultar, não só os dados do usuário.

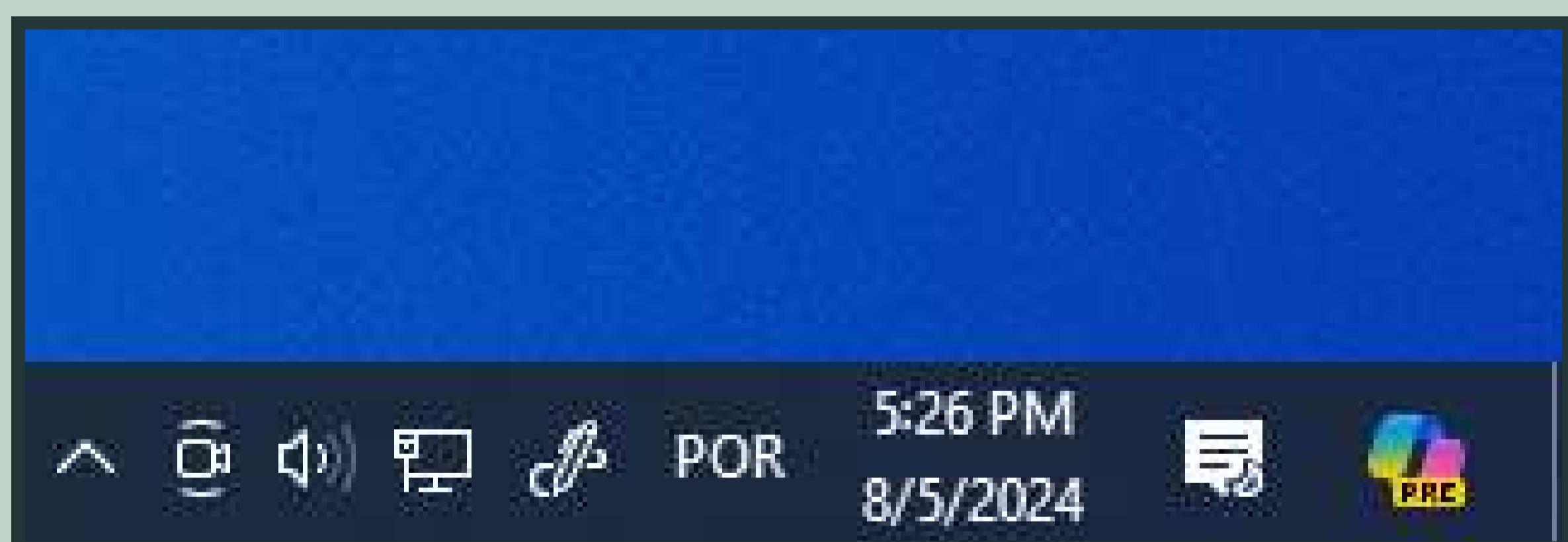


Logo do  
Microsoft Copilot

Se sua dúvida é como que uma IA Gen de texto pode ser útil para um designer, vamos ver mais pra frente como o Copilot pode ser usado como uma ferramenta de pesquisa para design.

## COMO ACESSAR

O Copilot está disponível para celulares e computadores em diferentes lugares. No computador, se seu aparelho usa os sistemas operacionais Windows 10 ou 11, o Copilot deve estar disponível diretamente na barra de tarefas, no canto inferior direito da tela.



O ícone colorido na imagem é o Copilot

Outra alternativa é simplesmente acessar a página da IA ([copilot.microsoft.com](https://copilot.microsoft.com)) em qualquer navegador.

No celular, o Copilot vem junto do aplicativo do Bing, que pode ser baixado na Apple Store para Iphone ou no Google Play para Android.

Em qualquer uma das opções, a interface é semelhante, com uma caixa de texto no fundo da tela para começar a interagir com a IA.

O Copilot pode ser usado em português, e está disponível completamente gratuito.

## COMO USAR

Utilizar o Copilot é bem simples e intuitivo. Ele comprehende muito bem os pedidos do usuário, que mais uma vez são feitos por texto com *prompts*.

O intuito de um LLM é responder seja lá o que o usuário escrever, guiado por sua programação e banco de dados para que esta resposta seja adequada. Adequada no sentido de ser compreensível, correta e inofensiva.

No caso particular do Copilot, o objetivo dele é ser um assistente de informação e pesquisa, então por mais que ele simule conversas básicas com o usuário, ele sempre insiste em “ajudar”.

The screenshot shows a conversation between a user and the Copilot AI. The user asks "Como foi seu dia?", and the Copilot responds with "Meu dia foi ótimo, obrigado por perguntar! Como posso ajudar você hoje? 😊".

Você	Se o prompt não é uma pergunta, o Copilot sempre insiste em ajudar
Copilot	Meu dia foi ótimo, obrigado por perguntar! Como posso ajudar você hoje? 😊

Então vamos usar o Copilot para o seu propósito. Um bom jeito de pensar no Copilot é como um bibliotecário. Tudo que ele sabe é o que está no seu banco de dados, e o que está em seu banco de dados são informações da internet. Uma distinção que o Copilot tem

do seu parente popular, o GPT-4, é uma integração direta com um motor de pesquisa, o Bing. Assim as informações providenciadas pelo Copilot vem com o *link* de sua origem.

The screenshot shows the Copilot interface displaying information about Juscelino Kubitschek de Oliveira. It includes a green checkmark icon and the text "Gerando respostas para você...". Below this, it provides a brief biography: JK, Juscelino Kubitschek de Oliveira, was a physician, military official, and Brazilian politician. He served as the 21st President of Brazil from 1956 to 1961. It lists some highlights of his career, such as his birth in Diamantina, Minas Gerais, in September 1902, and his specialization in urology in Paris. At the bottom, it suggests consulting Wikipedia or other resources for more details, with links numbered 1 through 3.

Prompt: Quem foi Juscelino Kubitschek?  
Informações sobre o ex-presidente são seguidas por links de onde elas vieram.

O Copilot pode ser utilizado como um bibliotecário que vasculha a internet em busca de fontes de informação que o usuário procura.

Em um caso mais específico da nossa área, vamos supor que o usuário esteja procurando por fontes para utilizar em um trabalho. Podemos ser diretos e pedir exatamente o que queremos.

Note o exemplo ao lado, onde o Copilot responde com uma das páginas mais populares de fontes gratuitas, faz algumas sugestões de fontes básicas e populares, e termina com mais recomendações de páginas onde fontes podem ser obtidas.

A pergunta gerou resultados, mas eles foram um tanto quanto básicos. As respostas do Copilot geralmente seguem o caminho mais simples e direto. Seus resultados priorizam as fontes de maior acesso no Bing, então se quisermos respostas mais

Claro! Aqui estão algumas opções de fontes que você pode usar para o seu trabalho de design:

1. [DaFont](#): Um site com uma ampla variedade de fontes gratuitas, incluindo estilos como fantasia, manuscrita, desenho, groovy e muito mais 
2. Helvetica: Uma fonte versátil e amplamente usada, conhecida por sua legibilidade e simplicidade.
3. Futura: Uma fonte geométrica moderna, ótima para projetos contemporâneos.
4. Times New Roman: Uma escolha clássica para documentos impressos, como trabalhos acadêmicos.
5. Garamond: Uma fonte elegante e atemporal, perfeita para design editorial.
6. Open Sans: Uma fonte limpa e amigável, adequada para interfaces digitais e web.

Além disso, você pode explorar outras fontes gratuitas e premium em sites como o [Designerd](#) e o [Designers Brasileiros](#). Lembre-se de testar diferentes combinações para encontrar a melhor opção para o seu projeto! 😊🎨🔍 : Fontes disponíveis em [DaFont](#).

Saiba mais

-  [1 dafont.com](#)
-  [2 designerdoreino.com](#)
-  [3 designersbrasileiros.com.br](#)
- [+2 mais](#)

*Prompt: Preciso de fontes para um trabalho de design*

Claro! Aqui estão alguns sites onde você pode encontrar fontes de qualidade para uso comercial em seus projetos de design:

1. [Creative Fabrica](#): Este site oferece uma extensa coleção de fontes gratuitas adaptadas para uso comercial e também para a Cricut. Você encontrará estilos exclusivos e designs de fonte para dar vida aos seus projetos.
2. [Adobe Fonts](#): Anteriormente conhecido como Adobe Typekit, o Adobe Fonts oferece uma ampla variedade de fontes para uso comercial. Ele é especialmente útil para designers que assinam a Creative Cloud.
3. [Font Squirrel](#): Um banco de fontes bem organizado com uma seleção confiável de fontes para uso comercial. Os curadores escolhem manualmente cada fonte disponível.
4. [Google Fonts](#): Com mais de 940 famílias de fontes, o Google Fonts é ideal para projetos web e também pode ser usado comercialmente.
5. [Pangram Pangram Foundry](#): Este site oferece fontes modernas e estilosas para seus projetos de design.

Lembre-se de verificar as licenças específicas de cada fonte antes de usá-las comercialmente. Espero que esses recursos sejam úteis para você! 😊🎨

Saiba mais

- 1 [creativefabrica.com](https://creativefabrica.com)
- 2 [herospark.com](https://herospark.com)
- 3 [designculture.com.br](https://designculture.com.br)
- +2 mais

*Prompt: Faça uma lista de 5 sites onde posso comprar fontes de qualidade para uso comercial para um trabalho de design.*

específicas, vamos precisar fazer perguntas mais específicas.

Neste novo exemplo, perceba que o *prompt* agora pede uma lista. Esse truque de pedir um número específico de resultados é útil para forçar o Copilot a dar mais opções em sua resposta.

Os critérios para a resposta ficaram mais específicos também, deixando claro que o usuário procura por fontes de uso comercial.

Há algo para se notar nos *links* providenciados. Nem todos levam diretamente até uma loja de fontes. Alguns levam a artigos que discutem lojas online para compra de fontes. Um desses artigos é titulado “5 sites para encontrar fontes para marca”, e o Copilot usa do texto providenciado nesses artigos para dar sua resposta.

As oportunidades de uso do Copilot são variadas e vão depender da necessidade e da criatividade do usuário.

Continuando dos exemplos anteriores, o designer pode pedir diretamente por recomendações de fontes, explicando para o Copilot o contexto do trabalho.

Sou designer gráfico e estou montando uma identidade visual para uma barbearia e estou a procura de fontes para essa IDV. Os clientes me pediram uma estética masculina, com inspiração em grupos de motoqueiros, lenhadores e outros elementos associados com masculinidade. Preciso que você crie uma lista de 10 fontes que sejam adequadas para Identidade Visual descrita.

*Prompt*

Claro! Aqui estão 10 fontes que podem ser perfeitas para a identidade visual de uma barbearia com uma estética masculina, inspirada em motoqueiros e lenhadores:

1. **Bebas Neue**: Uma fonte sans-serif com linhas limpas e fortes, ideal para um visual robusto e moderno.
2. **Rockwell**: Uma fonte serifada com um toque vintage, que transmite força e tradição.
3. **Oswald**: Uma fonte sans-serif condensada que é moderna e impactante.
4. **Lumberjack**: Como o nome sugere, esta fonte tem um estilo rústico e robusto, perfeito para uma temática de lenhadores.
5. **Blackhawk**: Uma fonte script com um toque de caligrafia, que adiciona um elemento artesanal e pessoal.
6. **Aldrich**: Uma fonte geométrica e moderna, que transmite confiança e clareza.
7. **Rumble Brave**: Uma fonte serifada com um estilo vintage e elegante, ideal para um visual clássico e masculino.
8. **Outlaw**: Uma fonte inspirada no estilo western, que traz uma sensação de aventura e liberdade.
9. **Steelworks**: Uma fonte industrial e robusta, perfeita para transmitir força e durabilidade.
10. **Bravado**: Uma fonte bold e assertiva, que chama a atenção e transmite confiança.

Essas fontes devem ajudar a criar uma identidade visual forte e masculina para a barbearia. Se precisar de mais sugestões ou ajuda com outra coisa, estou aqui para ajudar! 🗑️📝🔧

*Learn more*

1 [designe.com.br](https://designe.com.br) 2 [pt.wix.com](https://pt.wix.com) 3 [guacomarketing.com.br](https://guacomarketing.com.br)

*Resposta*

As respostas dadas podem não ser satisfatória. No caso o usuário pode tentar reformular seu *prompt* ou usar as fontes providenciadas para começar uma pesquisa propria.

Esta última opção é boa para designers já que o Copilot vai ter feito o trabalho de procurar páginas que se assemelham ao assunto da sua pergunta. Uma dica que posso dar sobre como escrever seus *prompts* é dar ênfase ao tema ou objeto principal da pergunta.

No exemplo da página anterior, a palavra Identidade Visual é repetida algumas vezes, o mesmo com masculinidade, e o tema de masculinidade e outras palavras associadas à ela são descritas em detalhe.

Isso mantém o Copilot focado na busca de fontes que foquem em Identidades Visuais com tema de masculinidade. Em geral, termos e ideias repetidas são dadas ênfase pelo Copilot.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chamam o Copilot de assistente virtual, e é assim que ele deve ser usado. As IAs Gen de texto funcionam principalmente para pesquisa e seguem bem este propósito, mas não são perfeitas.

O Copilot pode cometer erros, pois suas fontes são páginas na internet e a internet está cheio de informações incompletas ou erradas. O Copilot pode também falhar na complexidade de suas respostas. As vezes mesmo que o usuário refaça seu *prompt* depois de uma resposta insatisfatória, o Copilot volta com a mesma resposta.

Por mais conveniente que seria um mordomo digital, que faz todo o trabalho de procurar o que queremos, no final das contas, o designer ainda vai ter que fazer seu trabalho de pesquisa, e ir atrás de referência e recursos para complementar o seu projeto.

O bom do Copilot é que ele serve um como um ponto de partida para isso. A resposta de um *prompt* vem com *links* que podem servir como fontes de recursos.

As vezes o próprio ato de escrever um *prompt*, de ter que pensar nas melhores palavras para descrever o seu trabalho, ajudam o designer a ter ideas e percepções sobre o projeto. Muitos designers gostam de trabalhar em equipe, para que as ideas possam florescer enquanto passam de uma mente para outra.

O Copilot não substitui nenhum companheiro de trabalho, mas ele pode ser melhor que nada para aqueles trabalhadores independentes e solitários

Em geral, o Copilot é uma boa ferramenta para acompanhar a parte de pesquisa de um projeto, servindo como uma adição aos

motores de pesquisa da internet (Google, Bing).

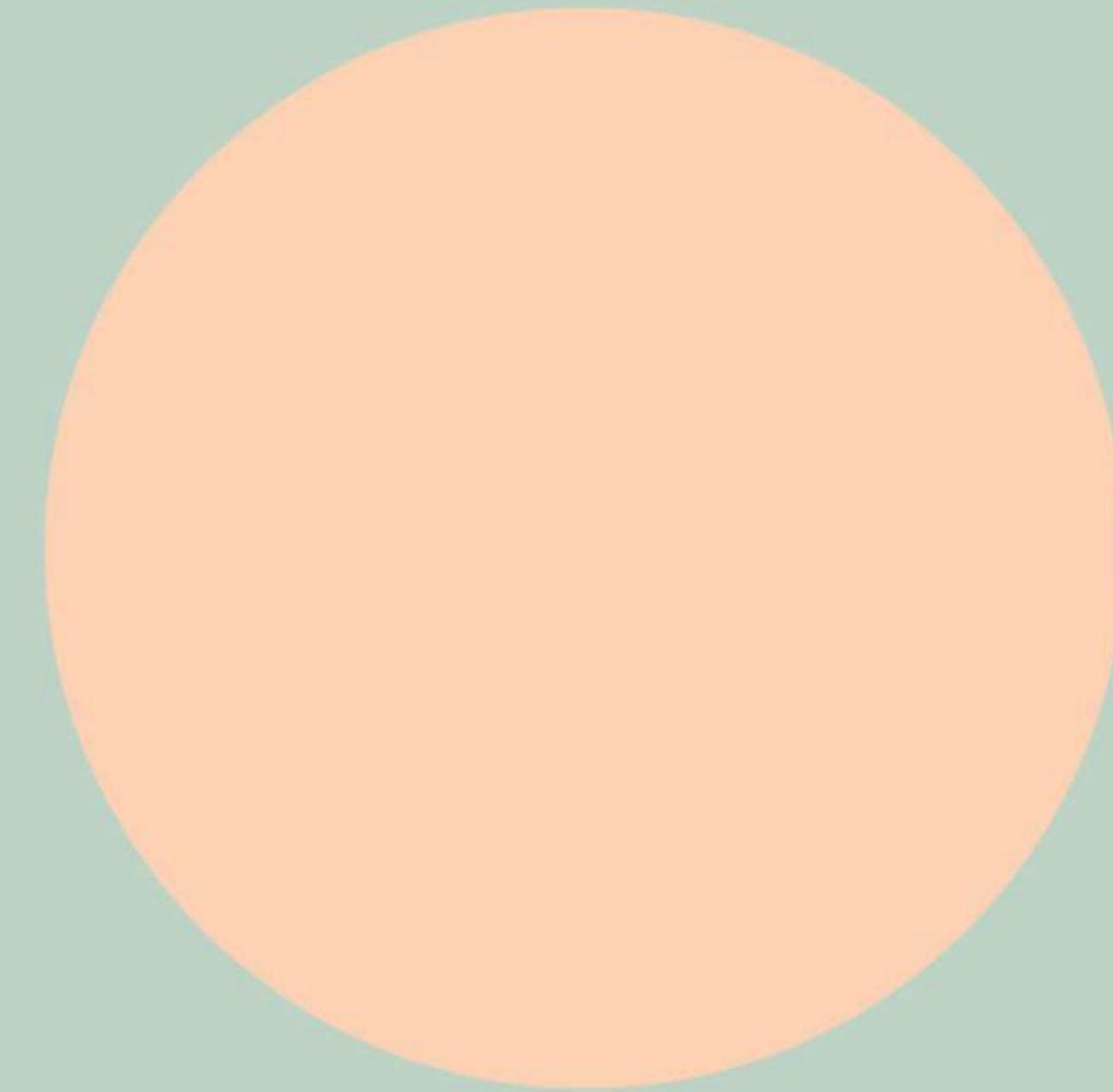
Estes assistentes de pesquisa de IA se demonstram ser promissores. Até a Google já entrou nessa corrida, porém a sua IA atual, o Gemini, se demonstrou ser inferior em “inteligência” que o Copilot, então ficou de fora deste manual.

Ainda sim, o fato é que os dois gigantes da pesquisa online, o Google e a Microsoft, estão investidos em integrar IA Generativa aos seus motores de pesquisa. Talvez isso seja o inicio de um futuro onde toda pesquisa online é feita por essas IAs.

# CAPÍTULO 4

# USANDO

# IAs



Agora que você tem todo o contexto necessário para entender Inteligências Artificiais Generativas e como algumas delas funcionam, podemos explorar alguns casos práticos de como usar IAs Gen em trabalhos de design.

Os casos apresentados neste capítulo foram liderados por mim, e a maioria envolveu clientes que acompanharam todo o processo e estavam cientes que IAs seriam utilizadas como um ferramentas no processo criativo.

Alguns exemplos foram desenvolvidos por mim sem a participação de clientes, para projetos pessoais, enquanto outros eram apenas experimentos.

O foco deste capítulo será destacar como as IAs Gen foram úteis para o trabalho, apontando as vantagens que o uso dessas ferramentas traz para um designer, mas também observando suas falhas e os aspectos que, em vez de ajudar, podem atrapalhar.

# LOGOS

A criação de uma logo talvez seja o tipo de projeto de design mais complexo e demorado em comparação ao resto. O designer tem de criar uma síntese da marca em apenas um ícone. É um trabalho que procura atingir a perfeição, acertando um balanço exato entre estética, informação e reconhecimento.

É exatamente por esse motivo que o design de uma logo leva tempo e esforço. Ele passa por esboços, revisões, refações e ajustes até satisfazer o designer e, é claro, o cliente.

Minha esperança ao adicionar IAs Gen no meu processo de criação de logos era reduzir o tempo gasto pesquisando e reunindo referências, usando o Copilot para me auxiliar nessa fase. O Midjourney e o Firefly também poderiam ajudar, gerando imagens que serviriam de referência ou até mesmo esboço

se eu conseguisse desenvolver um *prompt* que descrevesse o que tinha imaginado na minha cabeça.

Quaisquer esboços que eu desenvolvesse “a mão” também poderiam ser alimentados às IAs Gen de imagem para criar variações, gerando novas ideias que pudessem ser aprimoradas por mim.

Vamos ver então dois casos em que eu usei IAs Generativas para projetos de logo.

## CHALÉ DALI DE CAVALCANTE

Os clientes eram um casal donos de um terreno na cidade de Cavalcante, no coração da Chapada dos Veadeiros, um território de conservação muito popular pela sua natureza.

Turistas de todo o Brasil e até do mundo viajam para ver sua fauna, flora e principalmente banhar em seus rios e cachoeiras. Para isso eles precisam de um

lugar para ficar, então as cidades próximas como São Jorge, Alto Paraíso de Goiás, e é claro, Cavalcante, são cheias de pousadas, campings e casas para aluguel.

O Chalé Dali Di Cavalcante é um pequeno mas aconchegante chalé com 2 quartos (uma suíte), cozinha, sala e banheiro, localizado no fundo do terreno do donos, de costas para a mata do cerrado, e com um grande jardim com árvores e um espaço para fogueira.



Interior e exterior do chalé.

Os clientes estavam a procura de uma logo para usar em suas redes sociais. Na reunião eles deixaram claro que queriam algo colorido, vibrante, com referências a natureza e especialmente à cidade do chalé, Cavalcante.

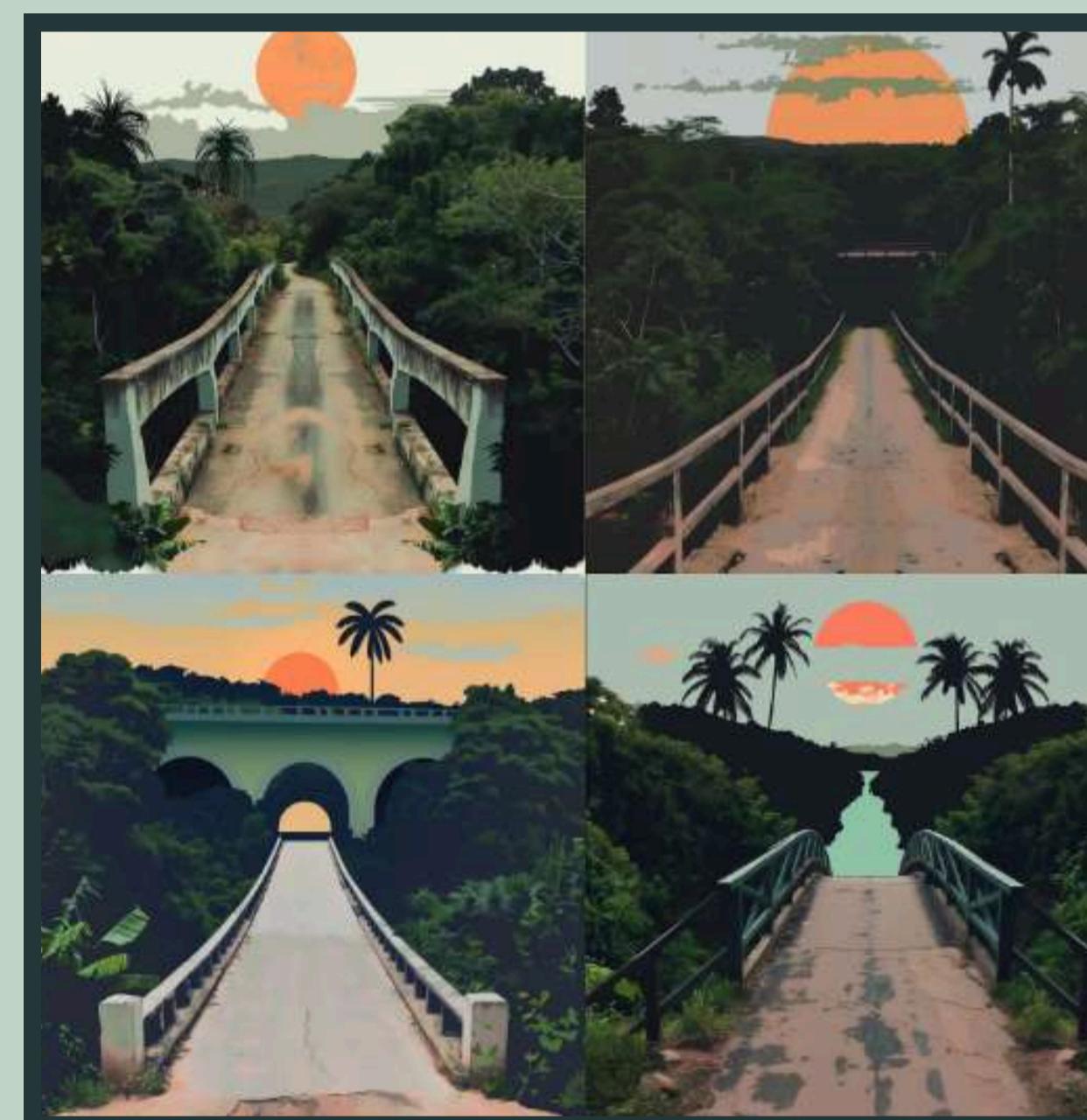
Uma referência que um dos clientes deu muita ênfase era a própria cidade, eles queriam uma imagem que pudesse ser reconhecida como parte de Cavalcante



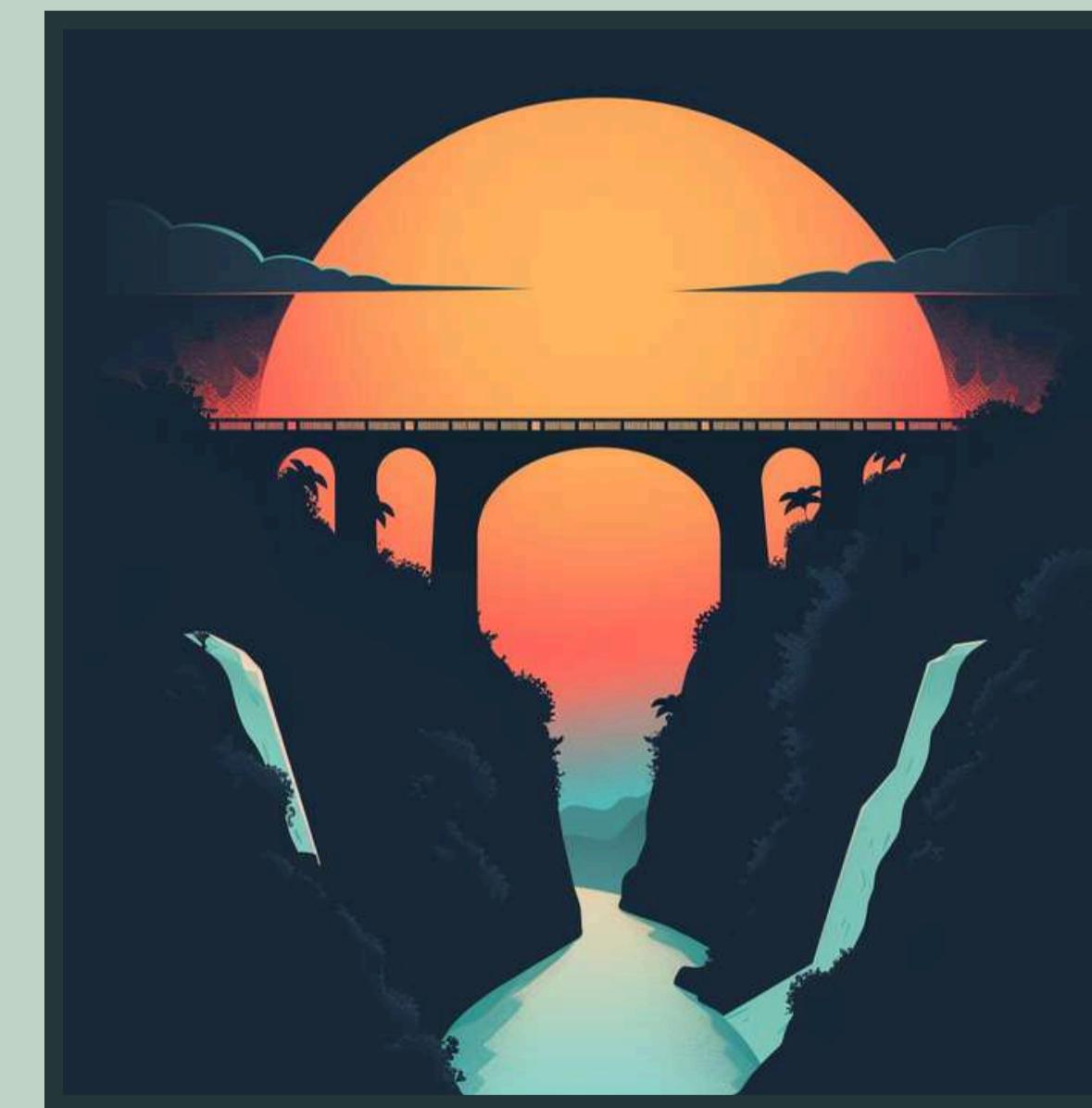
Ponte que dá entrada à Cavalcante

Muitas outras informações foram passadas durante as reuniões, mas essas são as mais importante para este caso. Outra detalhe importante é sobre a entrada da cidade, que é icônica por ser uma ponte que passa pelo rio local e

leva ao vale de Cavalcante. Seguindo por esse caminho, usei o Midjourney e o Firefly com uma variedade de *prompts*, analisando os resultados para achar algo que servisse de inspiração. Foi justamente uma combinação de 2 resultados que me agradaram.



*Prompt: Logo minimalista de uma ponte, de um lado até o outro, levando de um vale até uma floresta. Arte de vetor, cores de verão.*



*Prompt: mesmo do de cima*

Imaginei que a combinação da perspectiva das imagens de cima e a paleta da de baixo poderia gerar uma imagem interessante.

Mas antes de continuar quero deixar claro que esta combinação está longe de ser o único caminho que foi testado para este projeto. Alguns outros esboços, também usando IA foram explorados, mas em algum momento foram rejeitados pelos clientes.

Segue aqui duas logos rejeitadas.

**1** - A primeira rejeição representava 3 portas em fundo branco que levavam ao cerrado. Ela foi rejeitada bem cedo no processo, tanto que a imagem ao lado é apenas uma imagem gerada por IA (Midjourney).

Para dar um pouco de contexto da arte, Cavalcante exibe uma arte pública de 3 portas coloridas e inclinadas perto da entrada da cidade.



O nome da obra e do artista são desconhecidos. Ela está abandonada há anos.



*Prompt: Logo de vetores minimalista de três molduras de porta, lado à lado, uma depois da outra. Uma porta é branca, a outra rosa, a última é verde. Fundo branco.*

A foto original das portas acima foi alimentada à IA e usada de referência

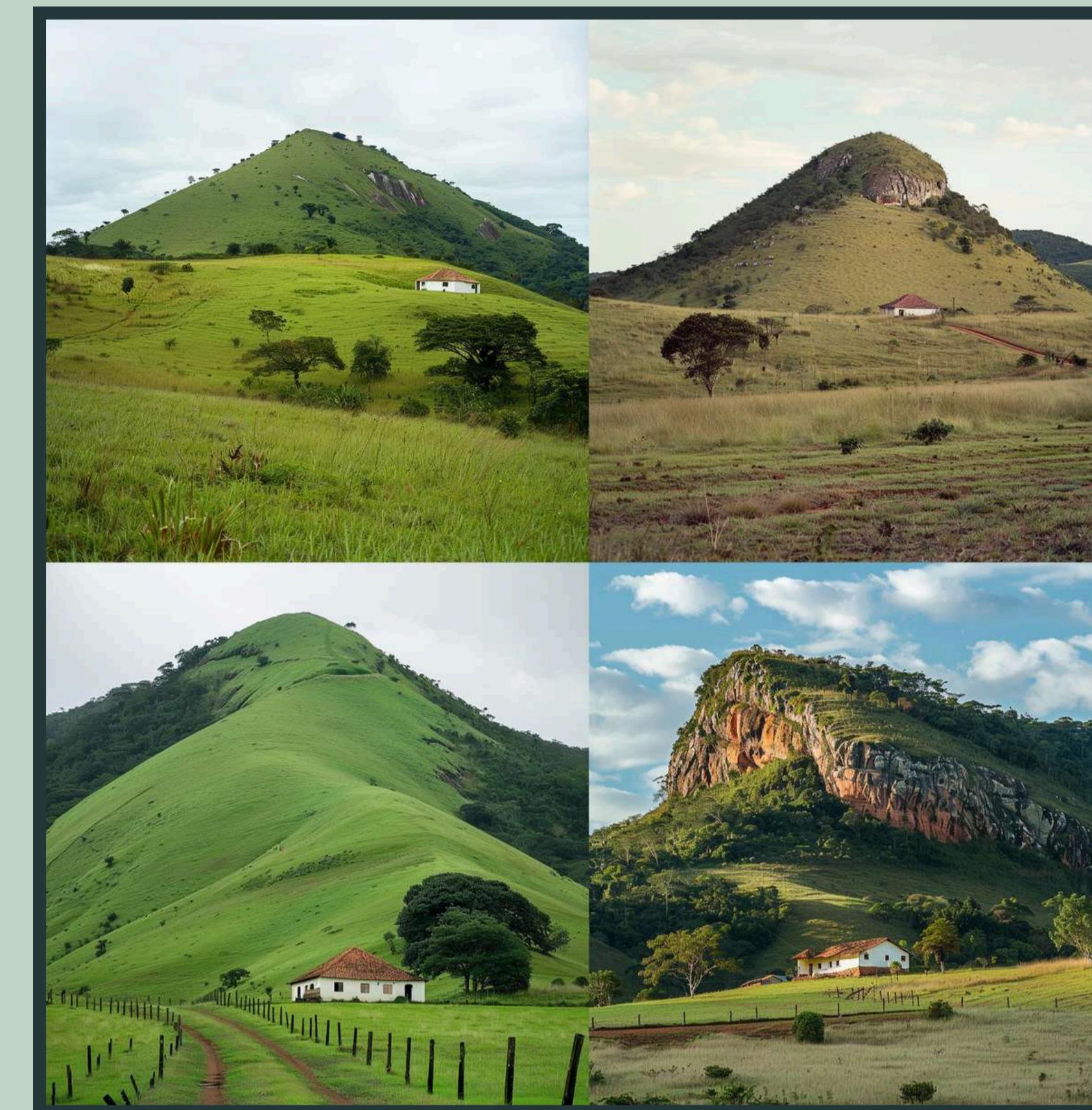
A ideia era criar uma logo usando essas 3 portas icônicas, mas a ideia foi logo rejeitada pelos clientes, quando foi mostrado a eles a proposta com a imagem de IA. A rejeição não teve relação com a qualidade das imagens, mas sim com o desinteresse de associar o chalé as portas.

A vantagem de ter usado IA nessa situação é que em poucos minutos pude apresentar a ideia para os clientes, tendo uma imagem para entregar ao invés de apenas o conceito.

## 2 - A segunda logo a ser rejeitada teve um processo mais completo.

Baseado nas minhas próprias experiências na Chapada dos Veadeiros, lembrei de um cenário comum de se ver na estrada: casinhas pequenas sobre grandes morros.

Não tinha fotos salvas dessa visão e não consegui encontrar uma sequer na internet. Com IA pude dar vida à imagem na cabeça.



*Prompt: Fotografia à distância de uma colina verde, íngreme e alta, com uma única casinha pequena e branca em sua base, no cerrado brasileiro.*

A imagem não era 100% fiel à realidade mas transmite bem a estética. Usando essa e mais algumas referências, consegui fazer desenvolver um primeiro esboço usando o programa de arte gráfica em vetores, o Adobe Illustrator.

Com os elementos gráficos do esboço pronto, precisava encontrar uma fonte para o nome do chalé. Para isso contei com a ajuda do



Um dos esboços do  
Chalé Dali Di  
Cavalcante

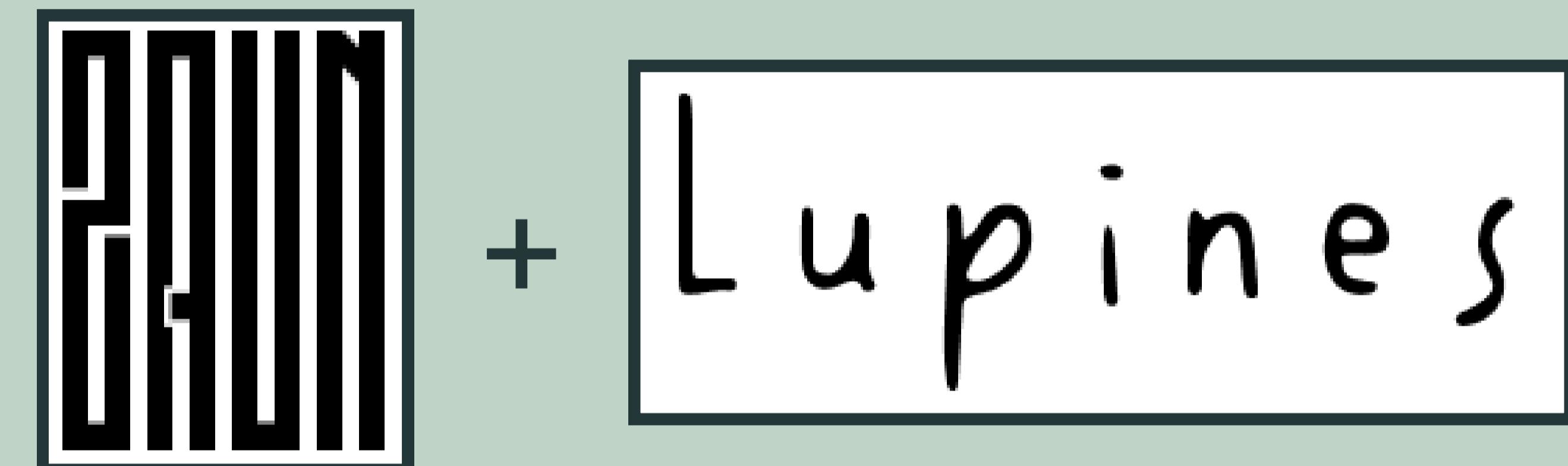
Microsoft Copilot. Encaminhei a ele o seguinte prompt:

*Estou criando uma logo para uma conta do Airbnb que aluga chalés pequenos em uma pequena cidade no meio da floresta. O público-alvo são eco-turistas que gostam de fazer trilhas, ver a natureza e visitar rios e cachoeiras. Já desenhei a logo, que é a imagem de uma montanha verde com uma pequena casa branca na base. A última coisa que preciso fazer é escolher um par de fontes para o título da conta. Preciso de duas fontes que combinem bem e representem o estilo da conta. Certifique-se de que a fonte principal seja uma fonte cursiva.*

A IA me deu algumas respostas diferentes, por exemplo ela me recomendou o par Pacifico com Open Sans.



Também recomendou Zaun e Lupines



Não tinha expectativa das fontes funcionarem juntas de cara, mas pelo menos teria algumas opções. Outro problema dessas fontes era que metade não tem permissão para uso comercial, então repeti o prompt, mas dessa vez pedindo que as fontes viessem apenas do Adobe Fontes, que eu tinha acesso na época.

Fiquei contente em ver que o Copilot conseguiu seguir essa nova instrução, e com uma nova rodada de testes de fonte e alguns ajustes, o resultado usava duas fontes recomendadas pelo Copilot, a Chill Script e a Futura PT

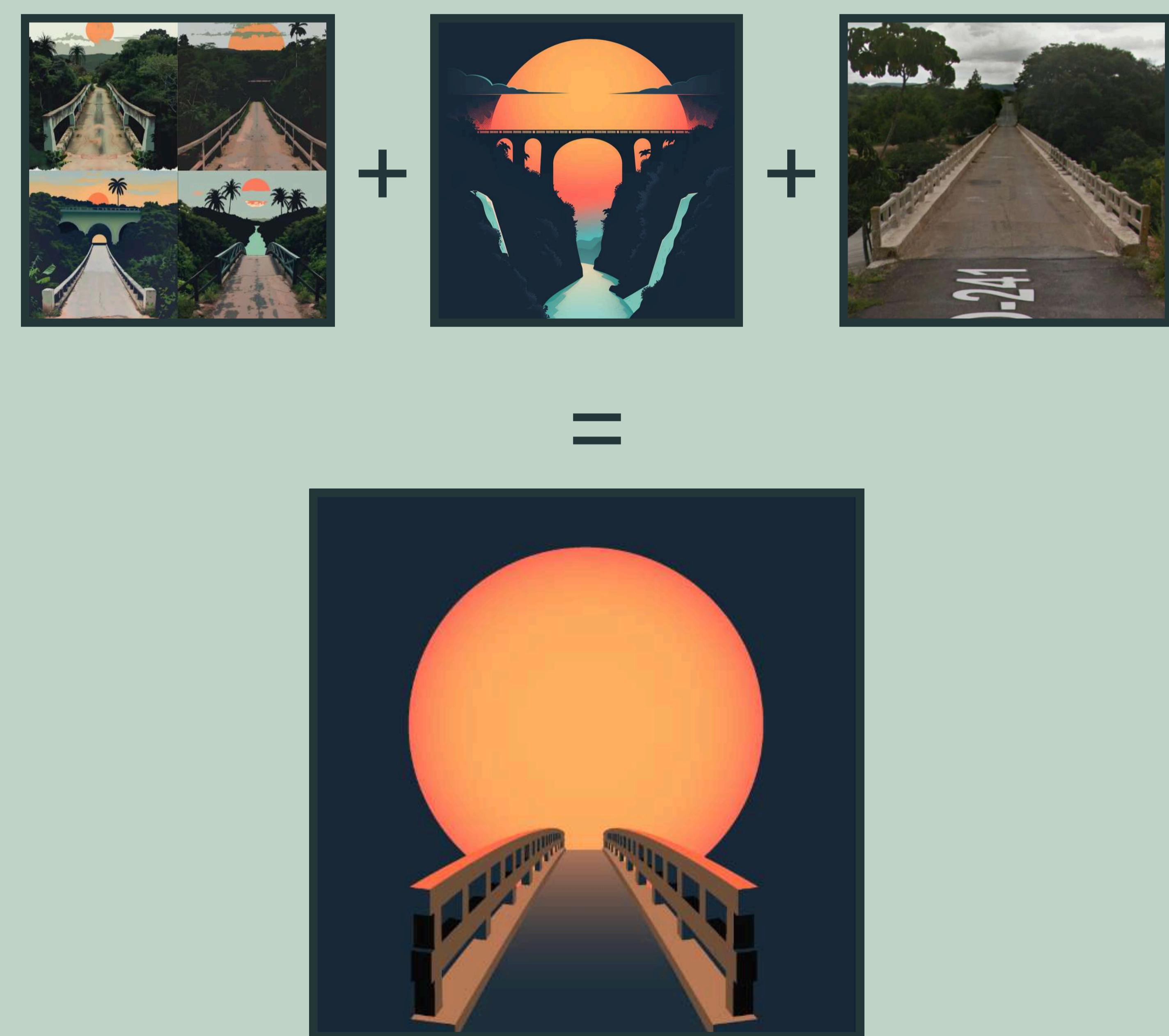


*Esboço final desta proposta*

Os clientes gostaram de alguns aspectos, mas em geral não aprovaram a direção dessa logo. Ainda sim, o processo foi agilizado com as IAs de imagem e pesquisa trabalhando ao meu dispor.

Voltamos então para proposta de logo que chegaria ser a final.

A junção de dois resultados de IA Gen de imagem, mais a referência real e algumas adições minhas me levaram até um primeiro esboço:



Os clientes estavam gostando do caminho, eles acharam a ponte parecida com a sua versão real, e o pôr do sol trazia lembranças de chegar na cidade após um dia longo de viagem.

Usando algumas das fontes de texto aprovadas da proposta anterior, passamos por mais algumas versões, com pequenas mudanças entre elas. Nada que tenha tido a necessidade das IAs.

E então chegamos em uma logo final.



A logo final é um retrato estilizado da vista que se tem ao chegar na cidade de Cavalcante ao pôr do sol. A ponte da cidade passa por cima do Rio das Almas e leva até o vale cercado por morros e chapadas.

O uso das IAs Generativas tanto de imagem quanto pesquisa me ajudaram a bolar ideias, usando uma mistura de recursos. Mesmo que eu tenha usado as imagens de IA de referência, o produto final acabou sendo algo novo e único, necessitando da minha própria criatividade e habilidade com programas de design gráfico.

**Nessa experiência as IAs serviram como uma ferramenta de pesquisa, referência, e brainstorming (geração de ideias).**

**Porém fique atento, pois o perigo de usar IA Gen desse jeito é se prender demais à alguma imagem gerada, tentando apenas recriá-la ao invés de bolar algo novo.**

## BLOCO 3

Na FAC (Faculdade de Comunicação) da Universidade de Brasília, os alunos de Comunicação Social - Audiovisual passam por duas matérias destinadas a produção de um curta: Bloco 1 e Bloco 2. Ao final do Bloco 2, os alunos vão ter produzido e exibido um curta-metragem que eles desenvolveram juntos.

Querendo continuar a prática de executar produções audiovisuais, alguns alunos do curso se reuniram e criaram o Bloco 3, uma produtora totalmente independente com o objetivo inicial de dar oportunidades de currículo e experiência até que os alunos se formem, e a produtora se estabeleça no mercado.

Alguns dos membros fundadores reuniram comigo para desenvolver uma logo para a marca. O grupo procurava um ícone que representasse a natureza espontânea e

coletiva do grupo, algo que fosse lembrar as suas origens como uma produtora independente da Universidade de Brasília.

Várias estéticas e movimentos artísticos foram mencionados em nossa reunião, mas o que mais recebeu atenção foi foram as artes produzidas pelos movimentos socialistas do último século, incluindo posters de propaganda e artistas revolucionários.



Algumas das referências coletadas

Assim como o projeto anterior, a logo do Bloco 3 passou por diferentes esboços até que uma proposta foi aceita. Vamos passar por alguns desses esboços e o uso de IA em sua criação.

1 - Usando diferentes *prompts* relacionados as palavras chaves obtidas na reunião com os clientes (Bloco, Três, Construtivismo, Bauhaus), obtive uma diversidade resultados para me inspirar.

Entre essa opções me surpreendi com um resultado. As IAs de imagem tem uma dificuldade de produzir ícones como texto, letras e números. Apesar disso, um dos resultados do Midjourney foi o seguinte.

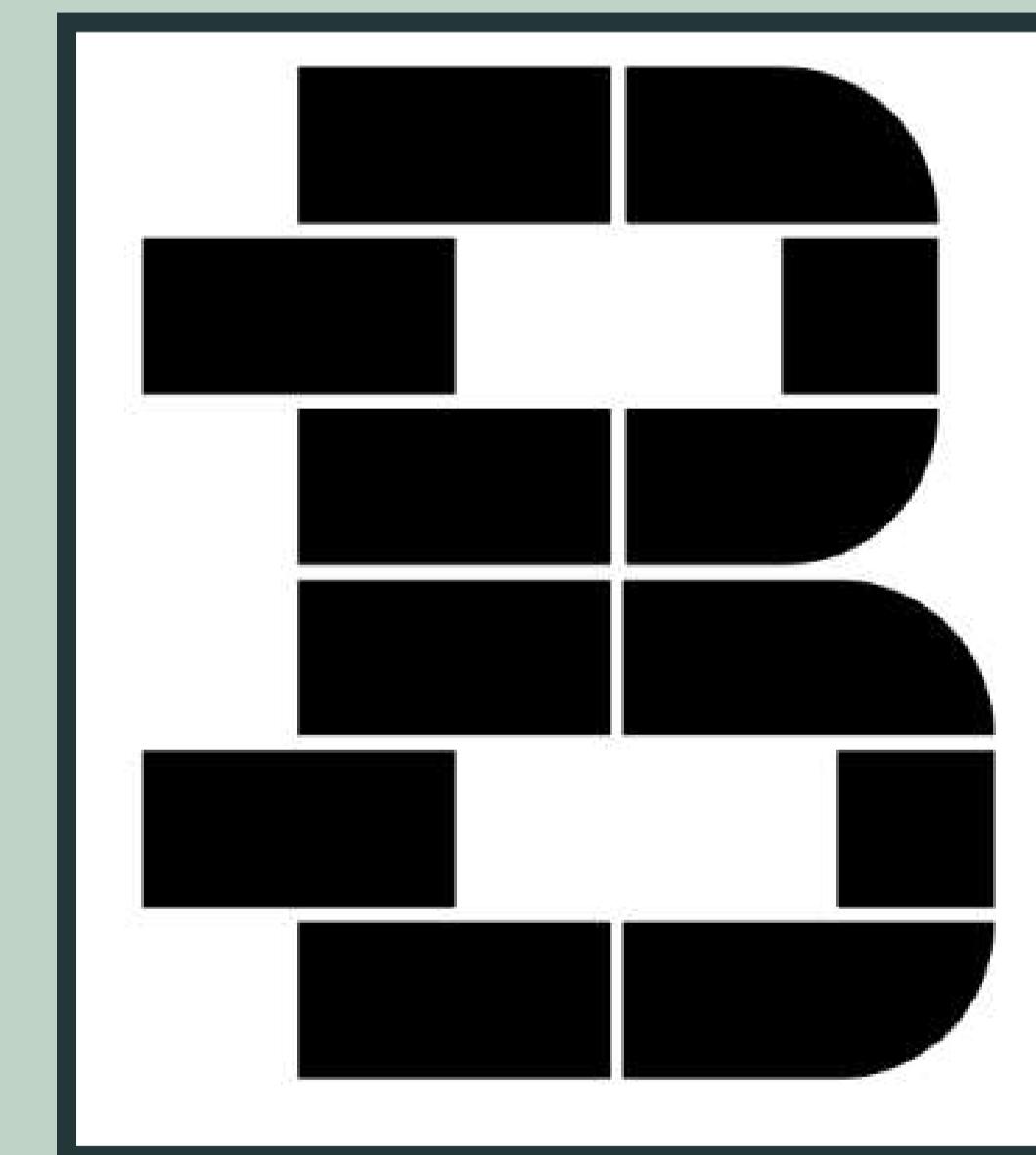


*Prompt: Uma logo simples no estilo construtivista, de tijolos no formato de um B e um 3. Logo no estilo Soviético.*

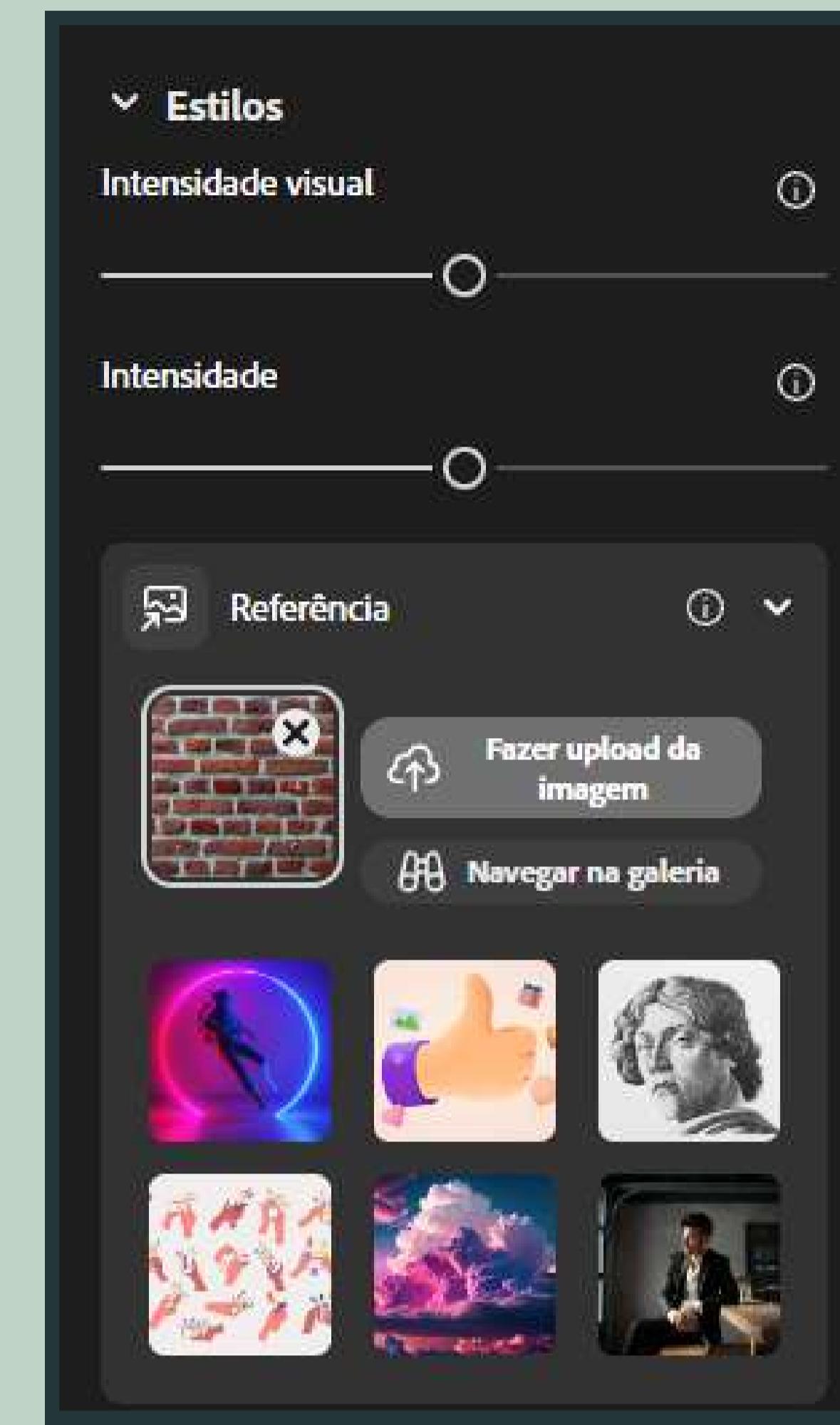
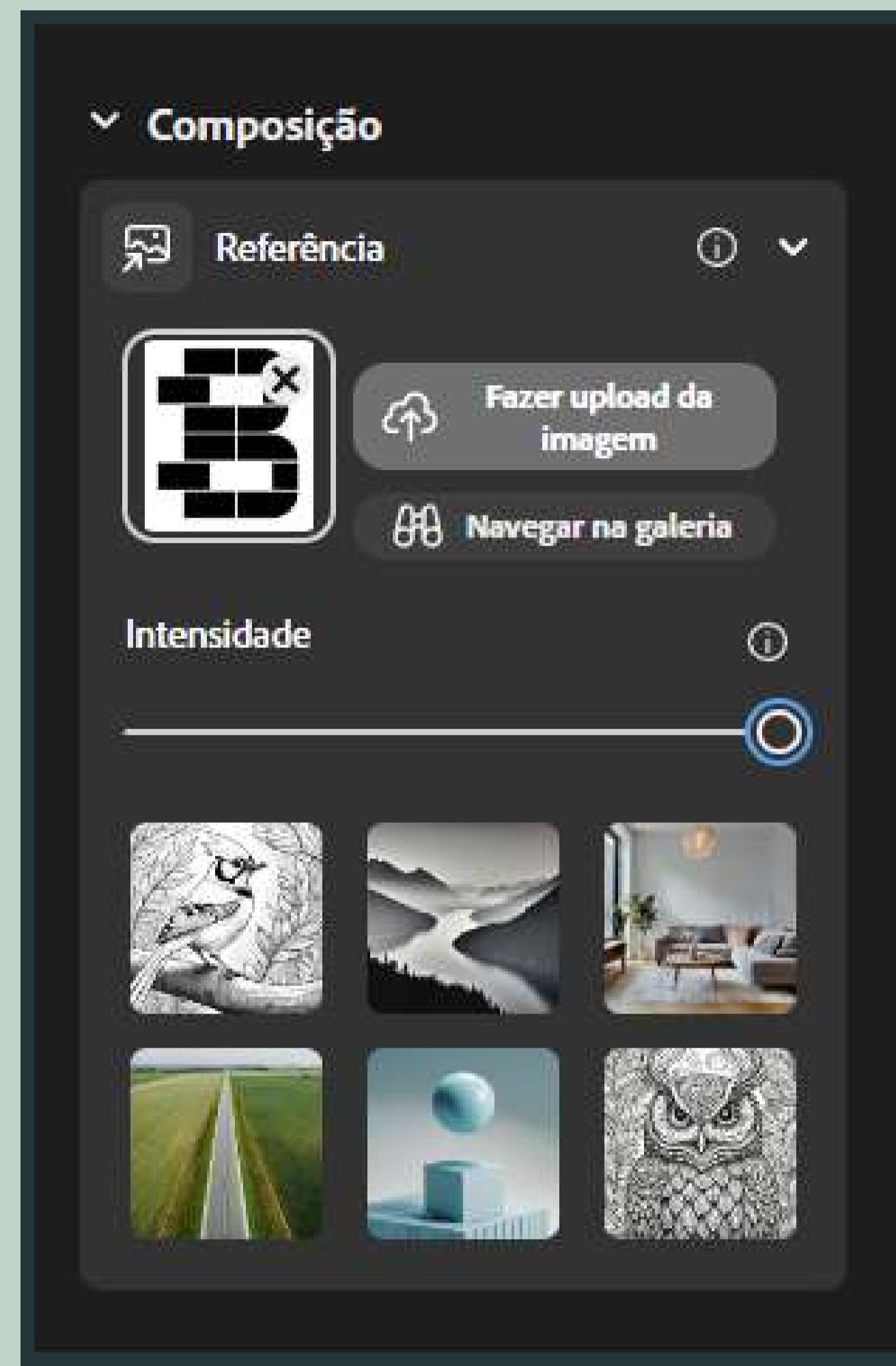
O contorno dessa logo, sua estrutura ficou tão certinha, casando o B e o 3 formados por tijolos tão bem, que fique com medo da IA ter copiado uma logo já existente.

Pesquisei bem na internet uma logo que tivesse qualquer semelhança à essa, usando a pesquisa de imagens do Google que reconheceria imagens semelhantes, mas não encontrei nada.

O design deste resultado de IA era novo o bastante para ser usado. Usando essa imagem de referência, fiz uma silhueta simples com o Illustrator.

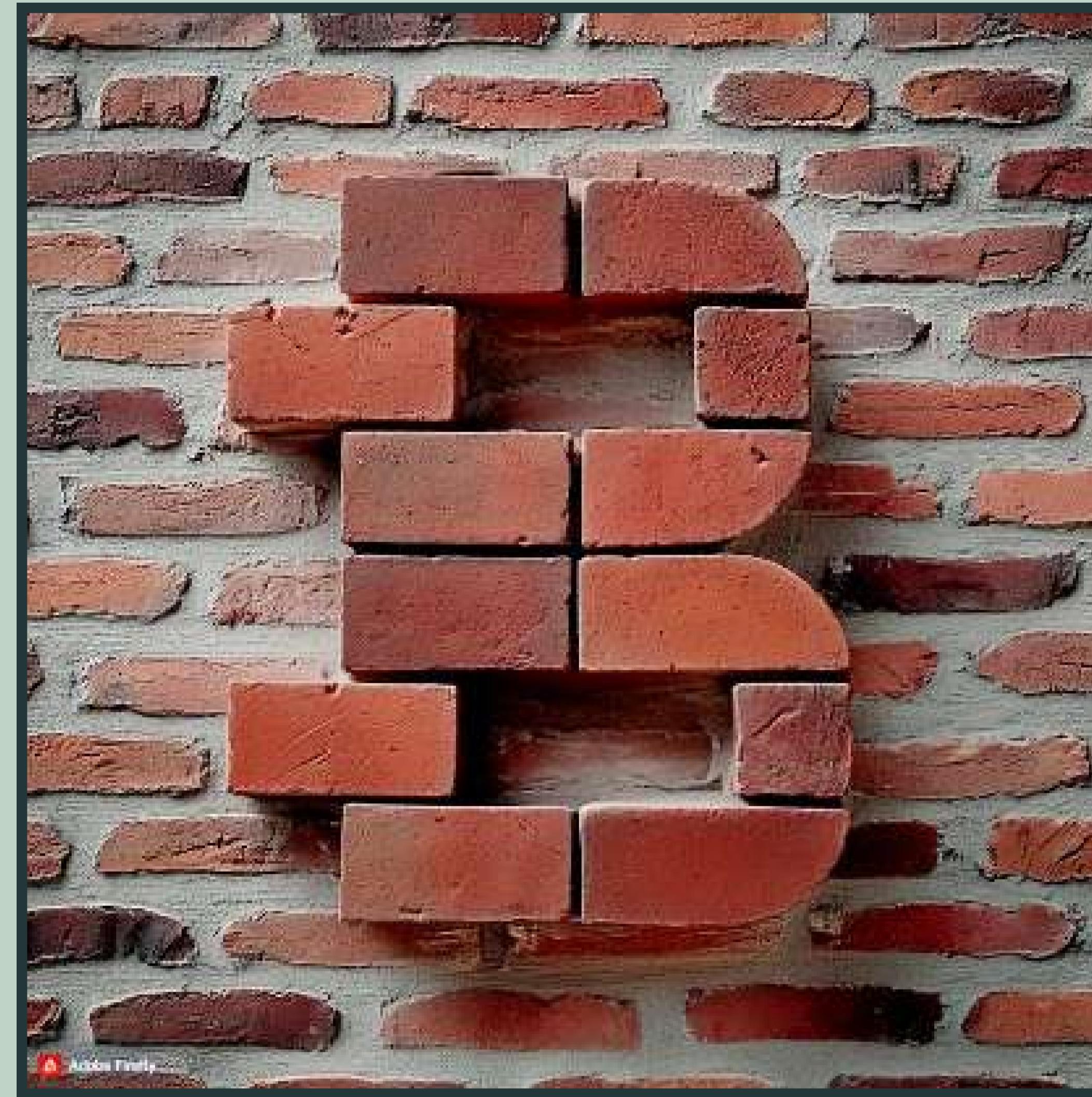


Um truque que aprendi usando o Adobe Firefly, é misturar uma silhueta em preto em branco com uma textura para criar imagens interessantes

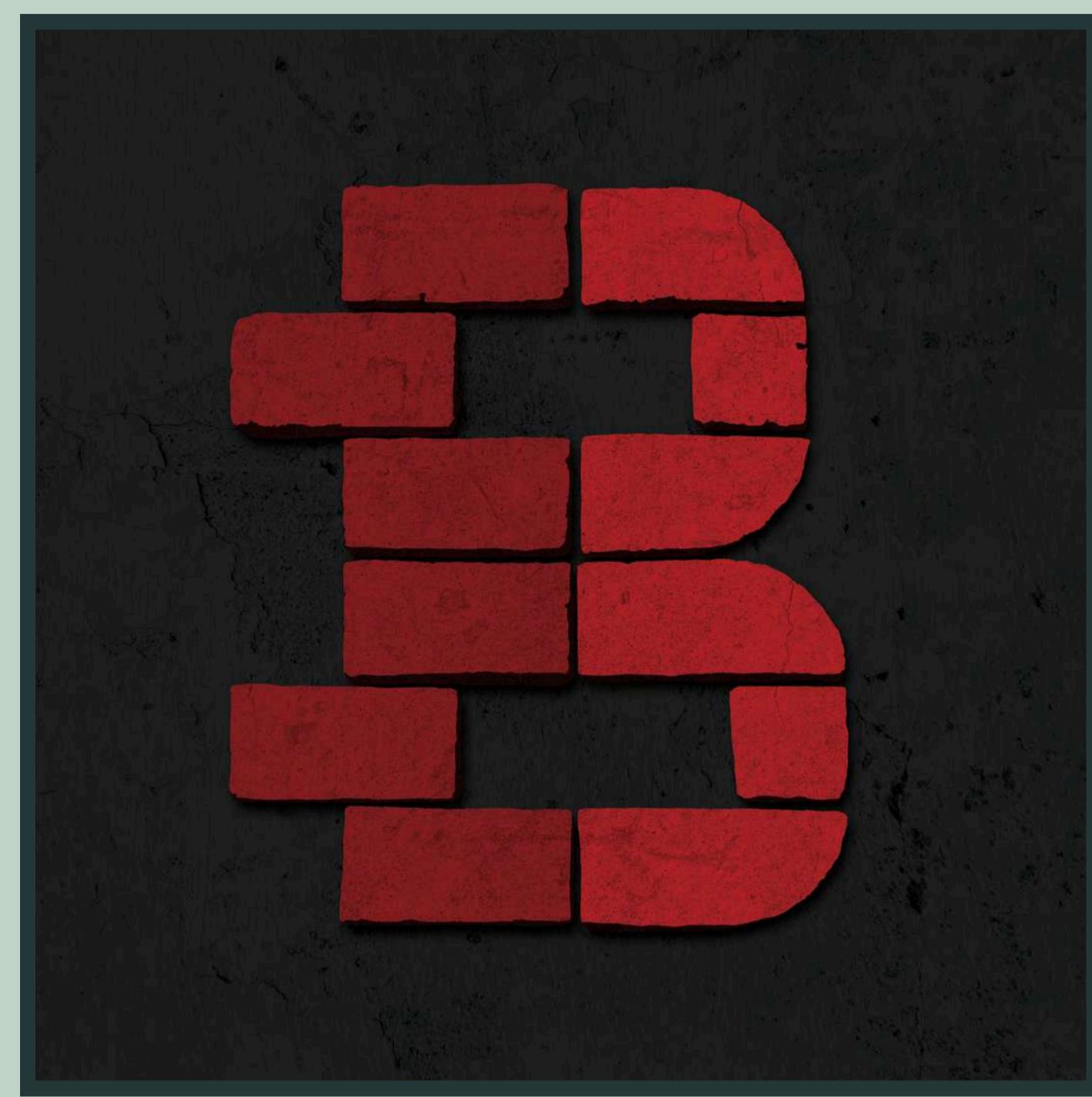


Configurações do Firefly para criar a imagem seguinte

Subindo a silhueta do B na configuração de Composição, com a barra de intensidade no máximo, e a textura de tijolos na configuração de Estilos, com as barras de intensidade no meio, conseguimos obter um resultado que recria a textura no formato da silhueta.



Essa imagem serviria como a base dessa proposta de logo. O esboço final foi desenhado a mão usando uma mesa digitalizadora e o programa Adobe Photoshop. As cores foram selecionadas por mim, mas baseadas nas referências reais e em algumas outras imagens geradas por IA.



Tanto essa proposta quanto as duas próximas foram encaminhadas para os clientes ao mesmo tempo. Essa e a próxima foram rejeitadas, com a última sendo aceita.

**2** - Esta proposta começou com uma das imagens de referência coletadas durante a pesquisa. Pesquisa que foi realizada com o uso do Copilot, que foi encaminhado o seguinte *prompt*:

*Sou um designer gráfico reunindo referência para um trabalho. Meus clientes querem uma logo inspirada pela propagandas soviéticas e comunistas do passado. Ache 10 imagens que possam servir de inspiração para esse trabalho.*

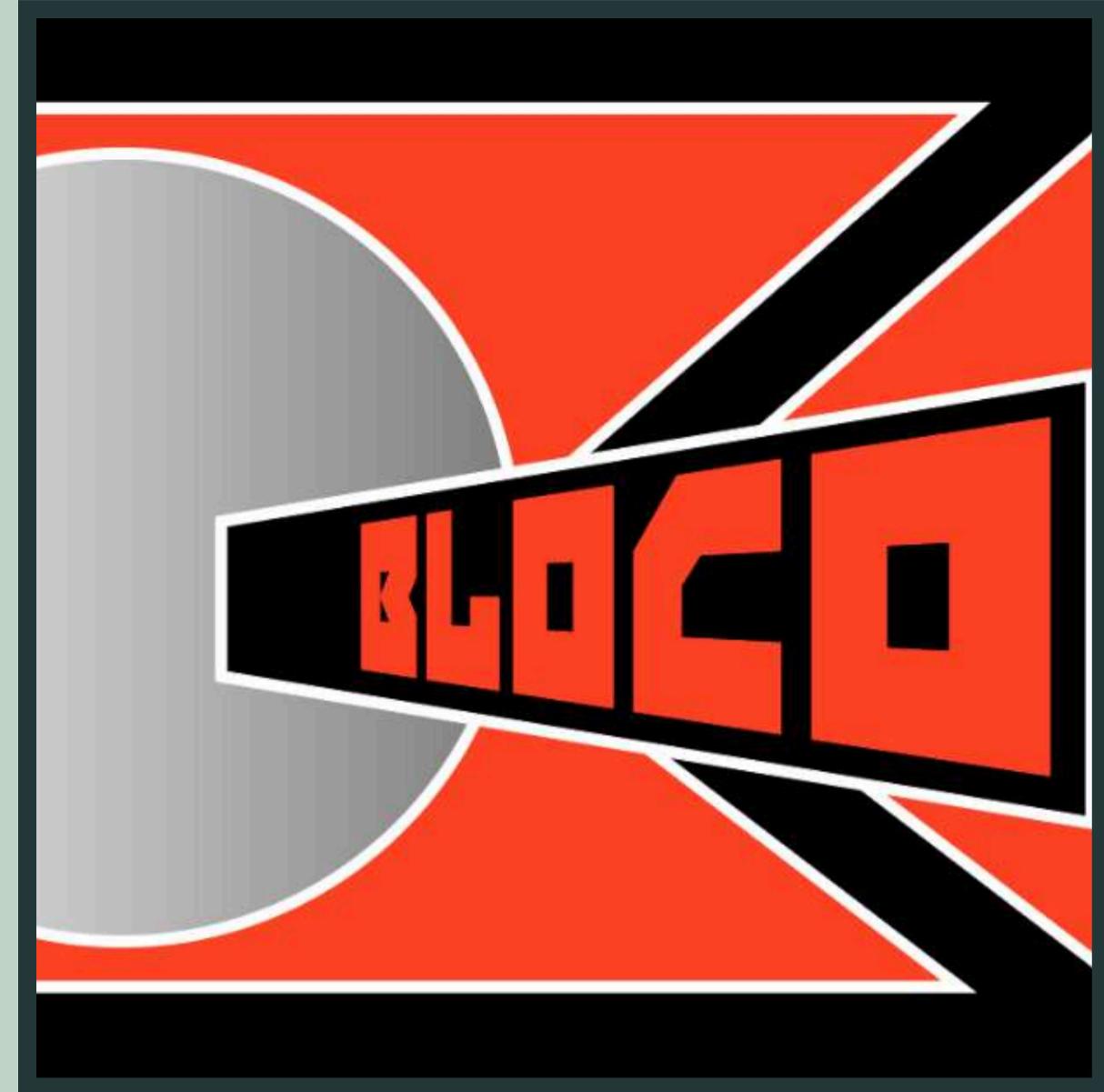


*Uma das imagens encontradas com a pesquisa do Copilot*

Essa imagem acima não estava entre os primeiros resultados, mas o Copilot me encaminhava para uma série de resultados seguindo o tema pedido. Entre as novas imagens estava esta de uma mulher gritando e o texto saindo de sua boca como um megafone, e ao fundo, a geometria em preto assemelhava à um 3.

Inspirado por essa imagem, montei com o Illustrator um fundo inspirado, mas com as proporções 1:1 para caber melhor em ícones de perfil de rede social, o meio de divulgação principal do Bloco 3.

*Esboço da segunda proposta,  
ainda faltando a figura  
principal*



Já tinha decidido que a figura da mulher teria o estilo vetorizado, minimalista.

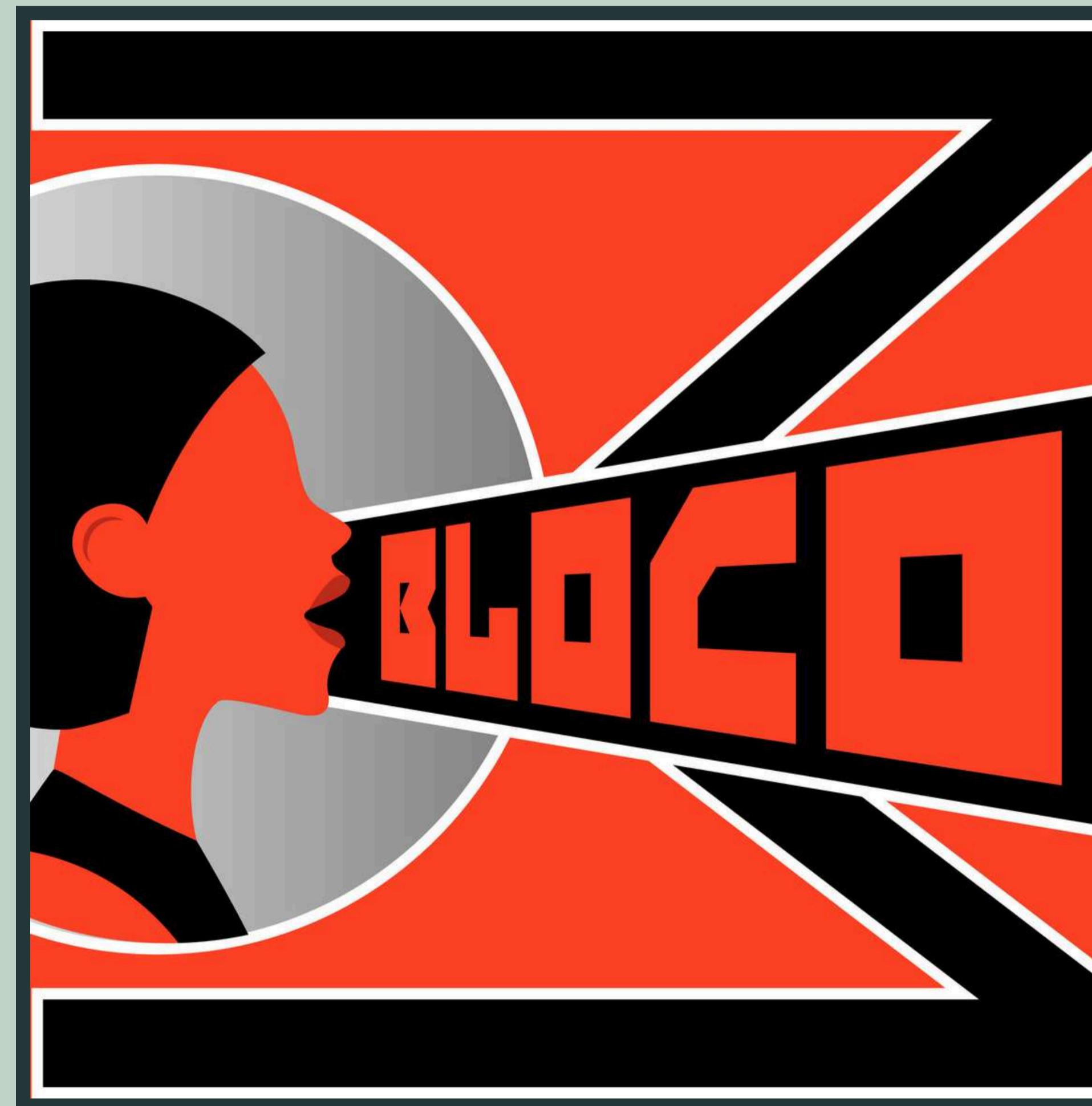
Para isso, usei do Adobe Firefly para me dar algumas ideias.



*Prompt: Silhueta vermelha de uma pessoa gritando, com a mão próxima à boca, minimalista, cubismo, geométrico, retângular*

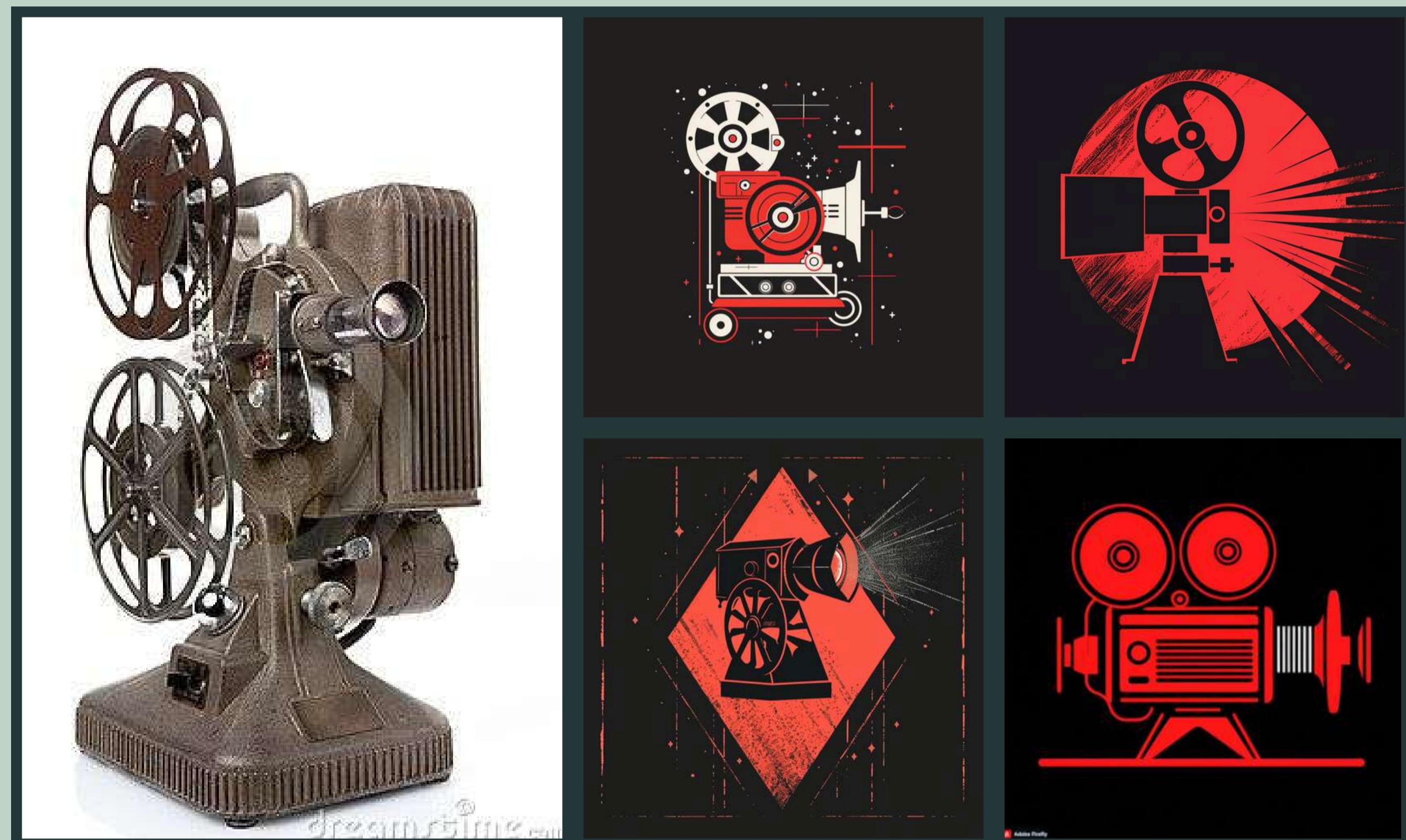
Com esses e outros resultados servindo de base, montei mais um vez com o Illustrator a figura de uma mulher, seguindo o estilo vetorizado, e a encaixei no resto da arte.

O esboço final dessa proposta é o seguinte.



**Os cliente gostaram da proposta, mas não como logo, sugerindo usá-la em uma publicação futura para suas redes sociais.**

Acabamos esse projeto então com a última proposta. A ideia me veio ao ver alguns dos resultados de IA. Alguns dos *prompts* que usei centravam no objeto de um projetor de cinema antigo.



*Foto de um projetor antigo a esquerda, quatro imagens de diferentes prompts a direita*

Olhando as imagens, principalmente a foto real do projetor, eu lembrei das tesourinhas de Brasília, que formam uma silhueta semelhante aos rolos de filme no projetor.



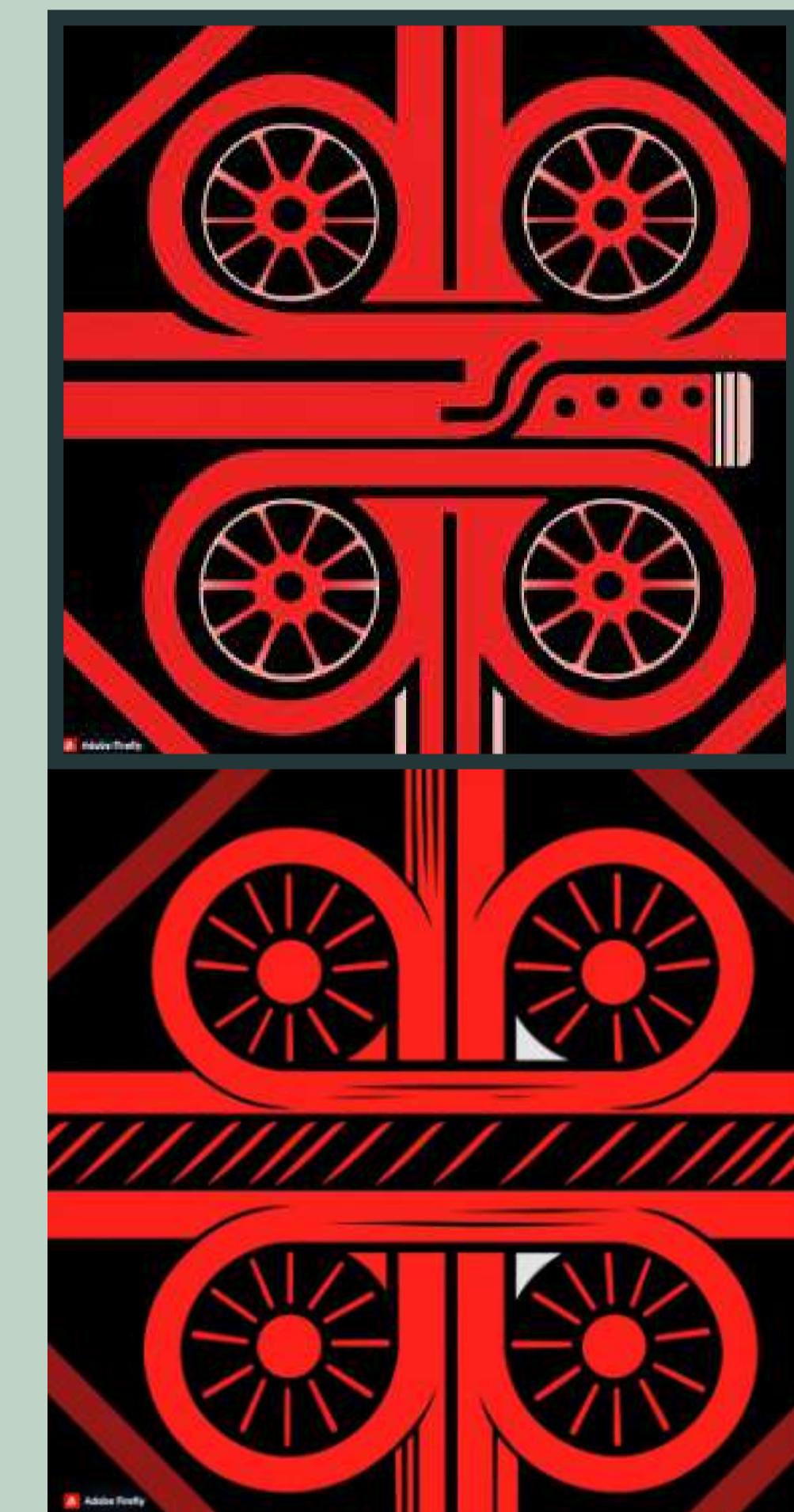
Admito que esta percepção poderia ter sido alcançada sem a participação das IAs.

Alimentei a foto das tesourinhas ao lado para as IAs de imagem, mas o retorno não foi tão satisfatório

Ainda sim, as imagens geradas deram uma ideia da estrutura inicial desse esboço, mas estavam longe do trabalho final.

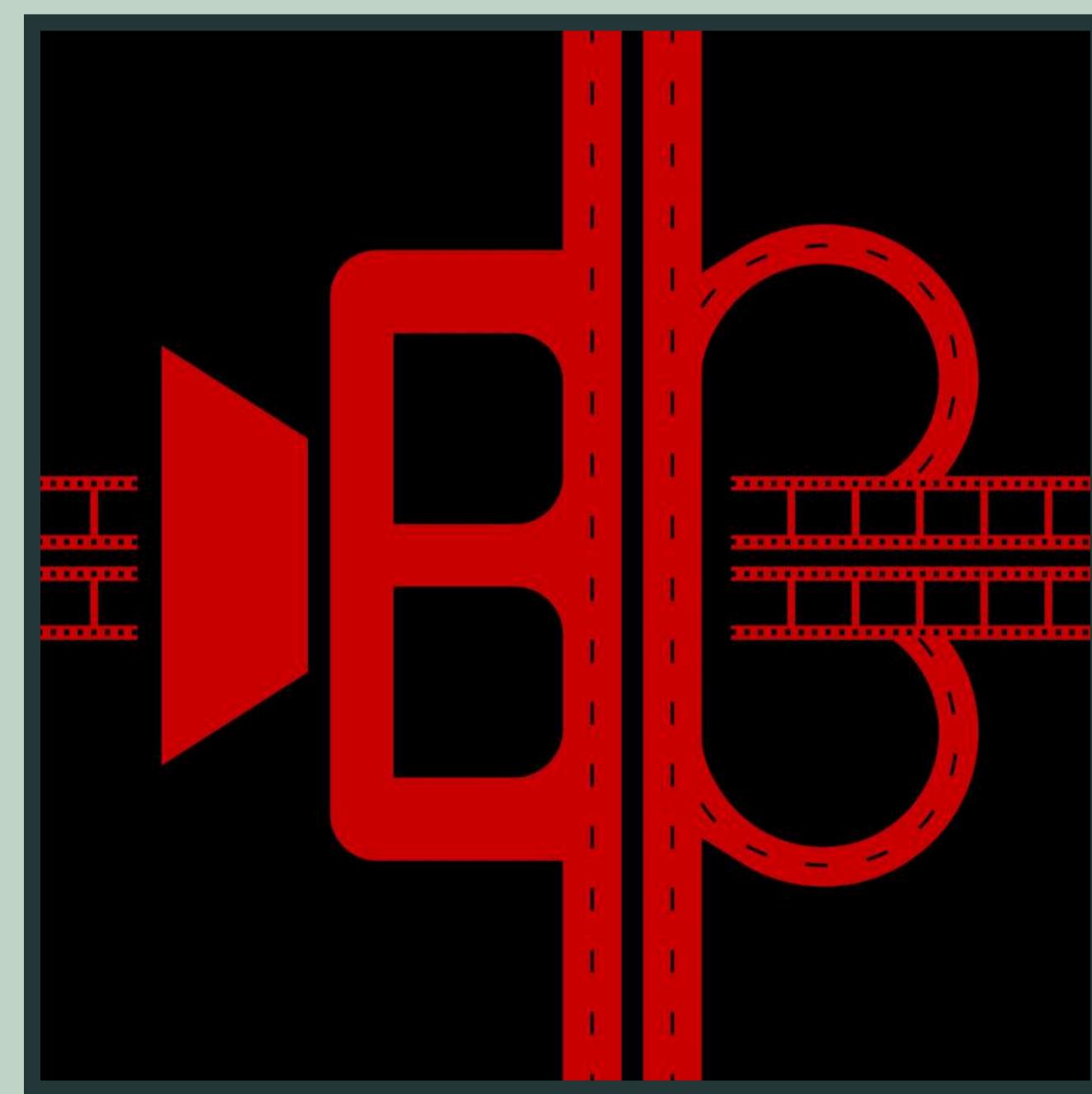
A complexidade da silhueta das tesourinhas não pareciam casar bem

*Prompt: Logo vermelha minimalista de um velho projetor de cinema, fundo preto*

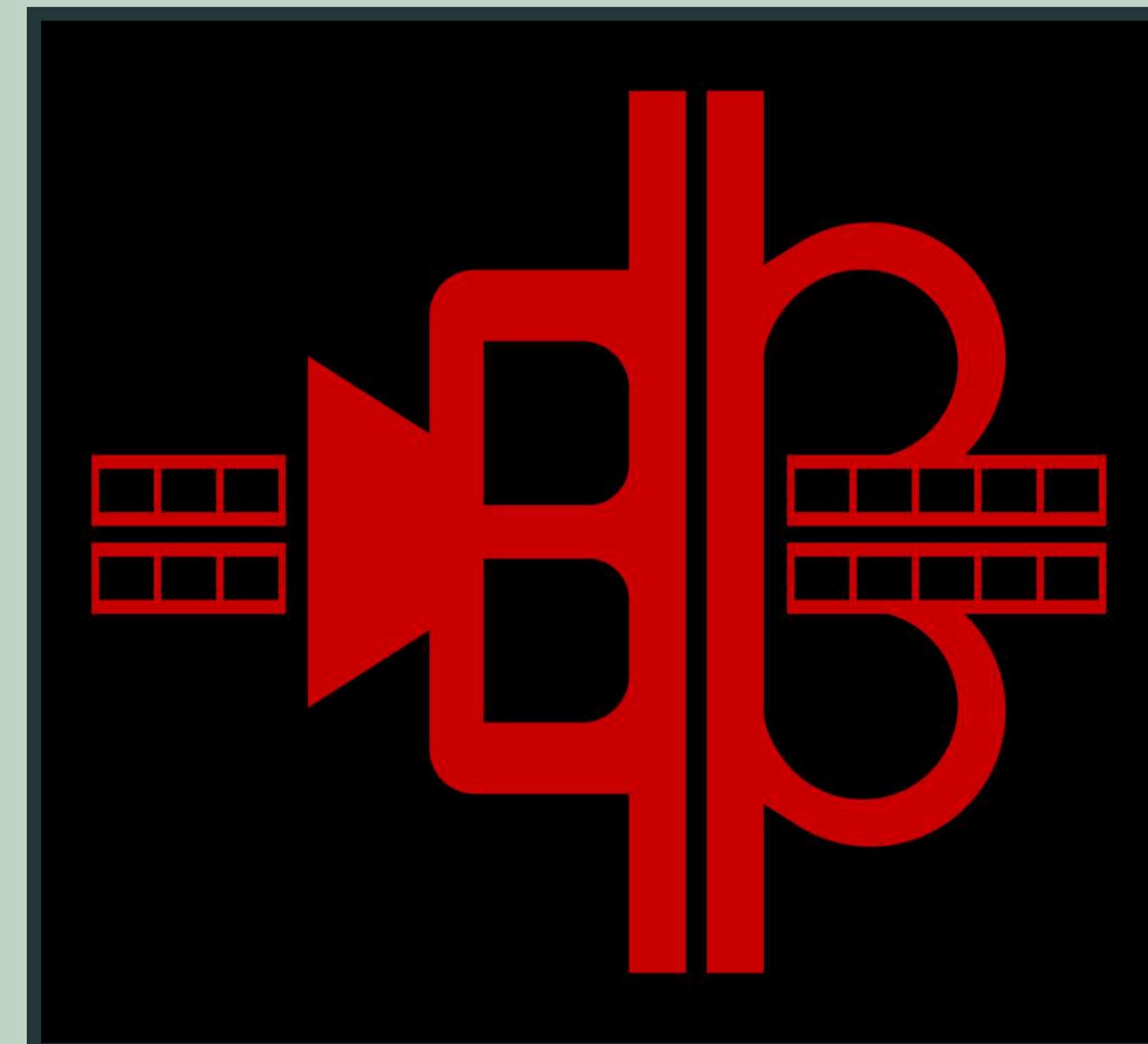


com o conceito do projetor, pelo menos na “mente” da IA, então ela tinha dificuldade de gerar qualquer coisa coerente.

Por isso o resto do esboço foi feito manualmente, passando por várias versões até chegar em uma satisfatória o bastante para mostrar aos clientes:



Os clientes gostaram do caminho, que misturava um ícone da arte deles com um ícone da cidade de origem da produtora. Após uma reunião de ajustes, a logo chegou em sua versão final, que foi aceita.



**Entre todos os casos que usei IA Gen para design, esse foi um dos que ela menos participou. As ideias que tive e técnicas que usei partiram mais do meu próprio conhecimento e criatividade, e as referências mais significantes para esse resultado eram imagens reais, não de IA.**

**Acredito que a complexidade dos formatos e do conceito eram grandes demais para as IAs, que não foram capazes de gerar sugestões, ideias ou referências satisfatórias.**

# PUBLICAÇÕES

As redes sociais são um campo de batalha onde publicidade e design travam lutas intensas para manter as contas de suas marcas no topo do algoritmo.

Em muitas dessas redes, quantidade acaba sendo prioridade sobre qualidade, e por isso *influencers* (pessoas que vivem de rede social) e marcas procuram postar conteúdo diariamente.

Por esse motivo as IAs Gen de imagem e vídeo inevitavelmente se tornaram atraentes para contas procurando uma maneira mais fácil, rápida e barata de produzir conteúdo.

Infelizmente, o que as IAs Gen ganham em “conveniência” elas perdem em qualidade. Como foi já dito e mostrado anteriormente, uma imagem de IA nunca é tão boa quanto

uma criação de mãos humanas habilidosas, não importa quão avançado e bem treinado um modelo de IA seja.

Porém, assim como as logos, isso não significa que essas ferramentas não tenham um lugar na criação de publicações para redes sociais. Vamos ver um caso onde usei Inteligência Artificial Generativa para as publicações de Instagram da conta de uma loja local de Brasília.

## MERCADO RPG

Um pouco mais perto do começo dessa onda de IA Gen, eu trabalhei como freelancer para uma loja de produtos de RPG (*Role-Playing Games*) chamada Mercado RPG.

O hobby alvo dessa loja são jogos de mesa interpretativos, onde os jogadores assumem o papel de personagens em mundos de ficção de diversos gêneros e temas.

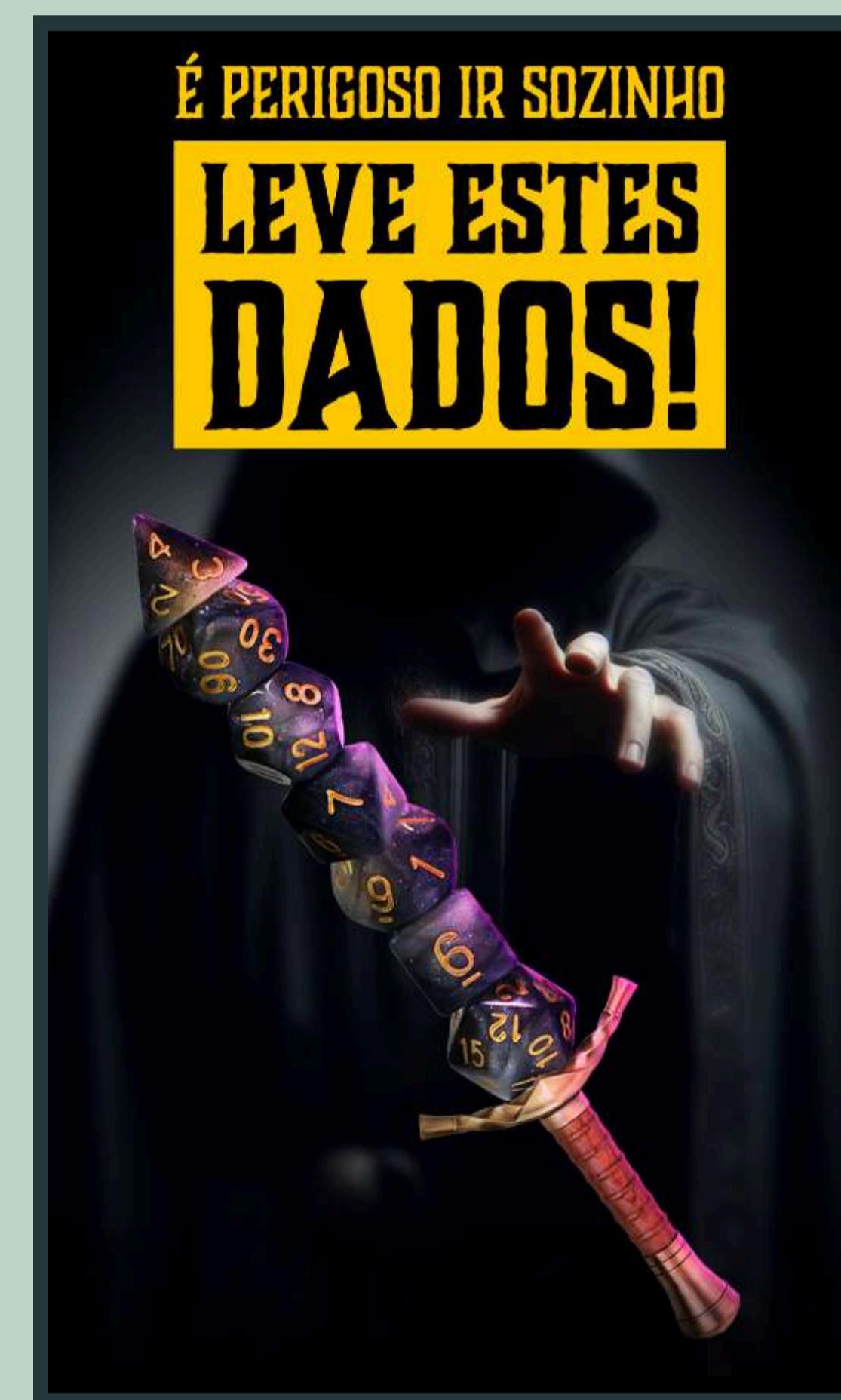
Assim os produtos ofertados em geral são objetos para serem usados nos jogos, como dados, escudos de mestre, mapas de batalha, e miniaturas que representam os protagonistas e adversários. Materiais para pintura dessas miniaturas também são muito vendidas no Mercado RPG.

O detalhe desses produtos não importa tanto para o estudo desse caso. O importante é saber que que os jogos mais populares são jogos de fantasia medieval, pense dragões, goblins, magos e guerreiros.

Isso tudo serve de contexto para explicar os pedidos do cliente em relação as publicações . Ele queria propagandas estilizadas, focadas nos produtos mas acompanhados pelo tema dos jogos. Ele gostaria de imagens editadas que chamem atenção para os produtos da loja, usando dos elementos narrativos e da estética geral dos jogos de RPG para enaltecer o produto e atrair os clientes jogadores.

Minha missão então ficou de criar essa montagens e a chamada em texto da publicação.

O uso das IAs Gen nesses trabalhos foram o mesmo nos 4 casos apresentados.



Já a figura encapuzada ao fundo, estendendo a sua mão, é feita 100% com IA. O Adobe Firefly foi usado para gerar a imagem de fundo, com o efeito de borrão aplicado no Photoshop.

A imagem a seguir é uma montagem feita com o Adobe Photoshop, e texto usando o Illustrator. A imagem de primeiro plano (a espada de dados) é uma edição usando a foto de dados reais e a foto de uma espada.

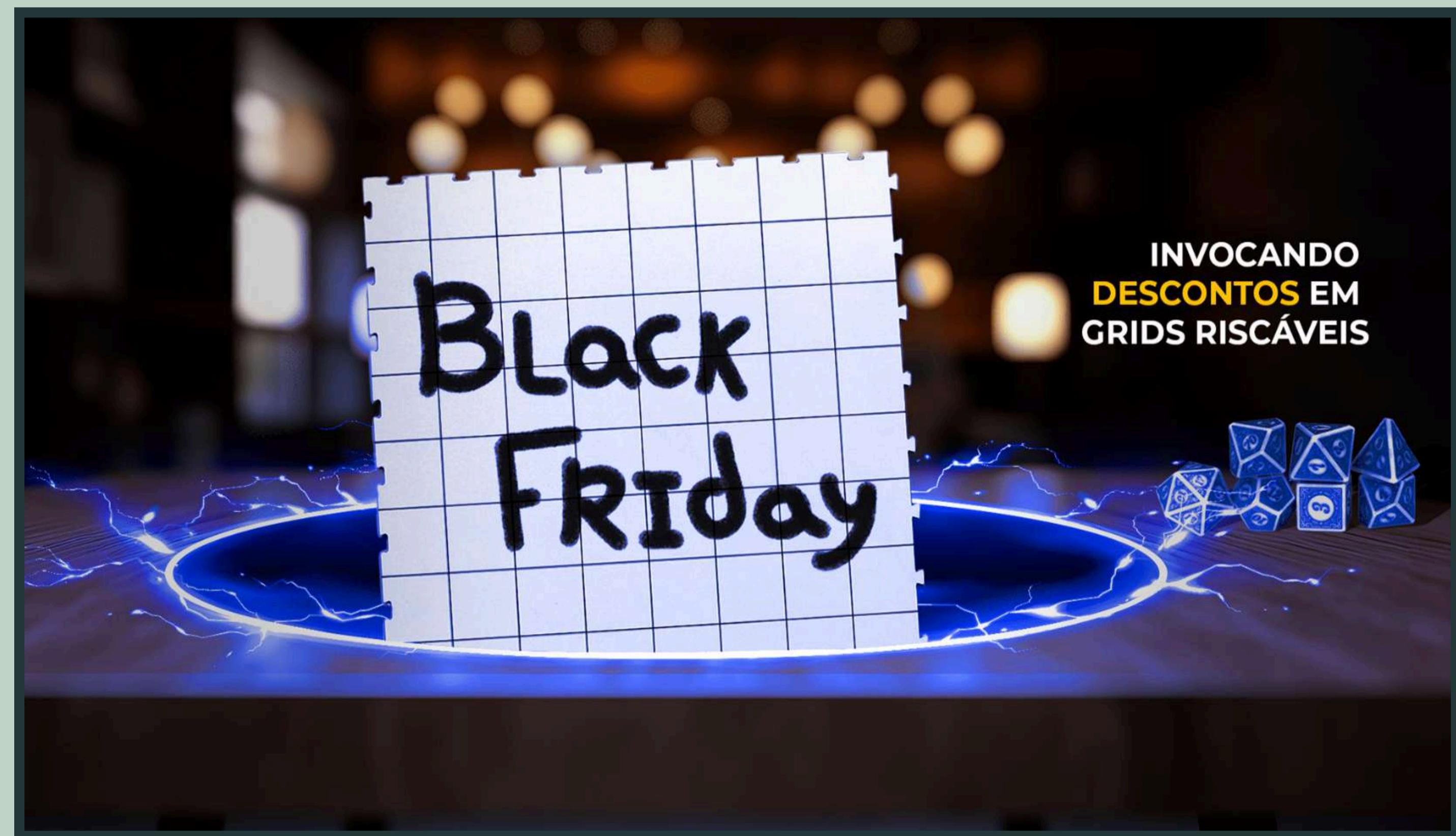


Algo semelhante acontece na imagem ao lado. Os elementos editados por mim são o texto e o escudo de mestre (as placas de madeira) em primeiro plano. Tanto o dragão quanto a textura

de pedra ao fundo são imagens geradas (separadamente) pelo Adobe Firefly, porém as duas passaram por muitos ajustes de cor e iluminação para encaixarem melhor na montagem. Os efeitos de chamas e faísca em primeiro plano foram edição minha.

A seguir temos outra imagem onde o texto e os elementos de primeiro plano (o dado brilhante) são edições manuais, enquanto a figura encapuzada ao fundo é feita pelo Adobe Firefly. A fumaça atrás da figura porém é uma imagem obtida no Adobe Stock.

Por último, a imagem abaixo é em maior parte edição, usando diferentes fotografias e técnicas de iluminação e desenho. O elemento de IA é apenas o fundo desfocado, incluindo a mesa onde está o portal mágico.



Esses quatro casos evidenciam o poder da IA Gen de imagem de servir como uma ferramenta de imagens. A tendência de designers gráficos que trabalham com ferramentas digitais é procurar em lojas de imagem de estoque como o Adobe Stock, Shutterstock ou Freepik, para encontrar uma fotografia, edição ou desenho que encaixe nas necessidades do projeto.

Porém com a IA, tudo que precisei fazer foi montar um *prompt* adequado e gerar alguns resultados e variações até encontrar um resultado satisfatório, algo que nesses 4 casos foi bem fácil.

Agora existem certos detalhes que devem ser apontado. Não descarto a possibilidade de encontrar uma imagem adequada nesses mercados de imagem, na verdade encorajo a procura antes de usar um IA Gen, pois fotos e

montagens originais vão ter um nível de qualidade, tanto em conteúdo e resolução, maior que qualquer imagem de IA.

Também aponto que nos meus exemplos providenciados, você pode ter notado que todos os elementos de IA estão no fundo, as vezes escondidos pelos elementos de primeiro plano ou por efeitos como borrão. Isso foi feito com o propósito de esconder os erros e imperfeições das imagens de IA, que na grande maioria dos casos são notáveis até para olhos pouco treinados.

Me limitei também a usar apenas o Adobe Firefly, qual banco de dados é composto apenas por imagens qual ele tem direito de usar para alimentar seu modelo de IA.

**Mais uma vez as IAs se provam como uma ferramenta para acompanhar o processo de criação e design, não como um substituto.**

# MANUAL

Por último, temos este exato manual que você está lendo.

Talvez não seja surpresa pra ninguém que Inteligência Artificial seria usada em um manual sobre Inteligência Artificial. Porém eu prometo que seu uso foi limitado.

Me vetei de usar uma IA de texto para escrever para mim. Cada parágrafo foi cuidadosamente digitado pelo autor, mas parte de revisão não.

Corretores de texto já são usados em teclado de celulares, em programas de texto como o Google Docs e o Microsoft Word, e vem embutidos em praticamente todos os navegadores de internet.

Porém usando os modelos LLM mencionados no capítulo do Copilot, os corretores de texto

ficam mais eficazes ao analisar texto escrito por profissionais, com estruturas mais organizadas, parágrafos mais limpos e palavras mais rebuscadas. Isso além de corrigir erros, é claro.

Então, copiando e colando cada página desse manual em um dessas IAs de correção (especificamente um chamado Language Tool), erros de gramática, concordância e pontuação foram detectados e corrigidos.

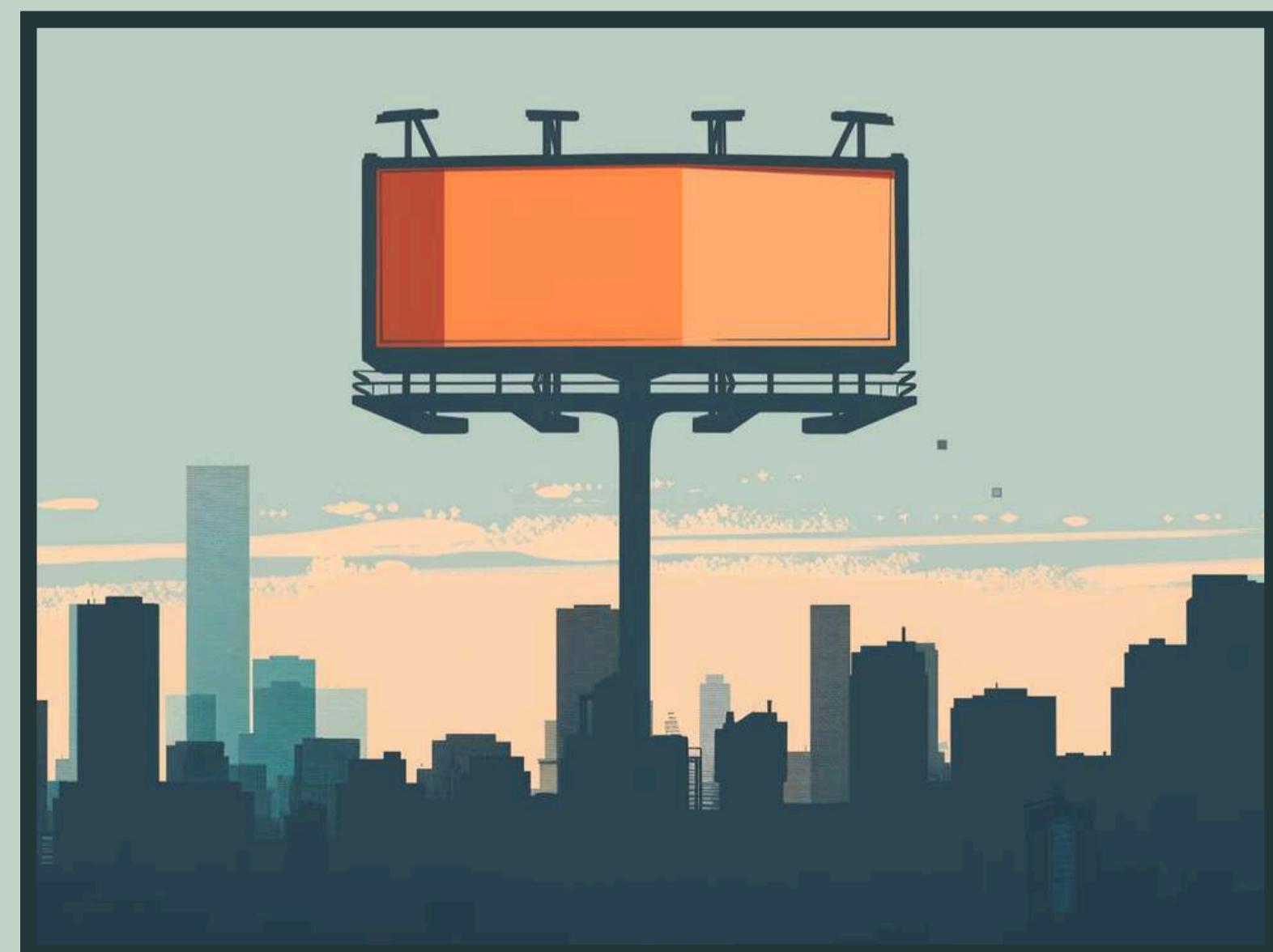
Isso não significa que o manual não tenha passado por nenhuma revisão humana. A correção automática é apenas mais uma conveniência providenciada pelas IAs, até que eu não recomendo depender delas para revisar texto, pois elas podem cometer erros.

O uso principal de IA no manual foram a capa do livro, e as imagens de alguns dos capítulos. Todas passaram por um processo semelhante ao usado nos trabalhos anteriores, com uma

série de *prompts* diferentes para testar ideias diferentes. Eu já sabia que queria algo limpo e vetorizado, com cores leves, algo por volta do tom de azul ou um verde marinho, pra trazer uma estética tecnológica, só que mais apaziguada e receptiva para combater a natureza complicada do assunto.

Sabia também que a capa teria um *outdoor* como foco, pra lembrar o meu campo de atuação, a publicidade.

Então com tudo isso organizado em um *prompt*, comecei a gerar imagens e selecionei a que mais me interessou.



*Prompt: Capa de livro moderna minimalista em vetor. Um grande outdoor no centro da capa se eleva acima de um cenário urbano, com um céu limpo ao fundo. Cores limpas, verdes e azuis minimalistas, geométricas.*

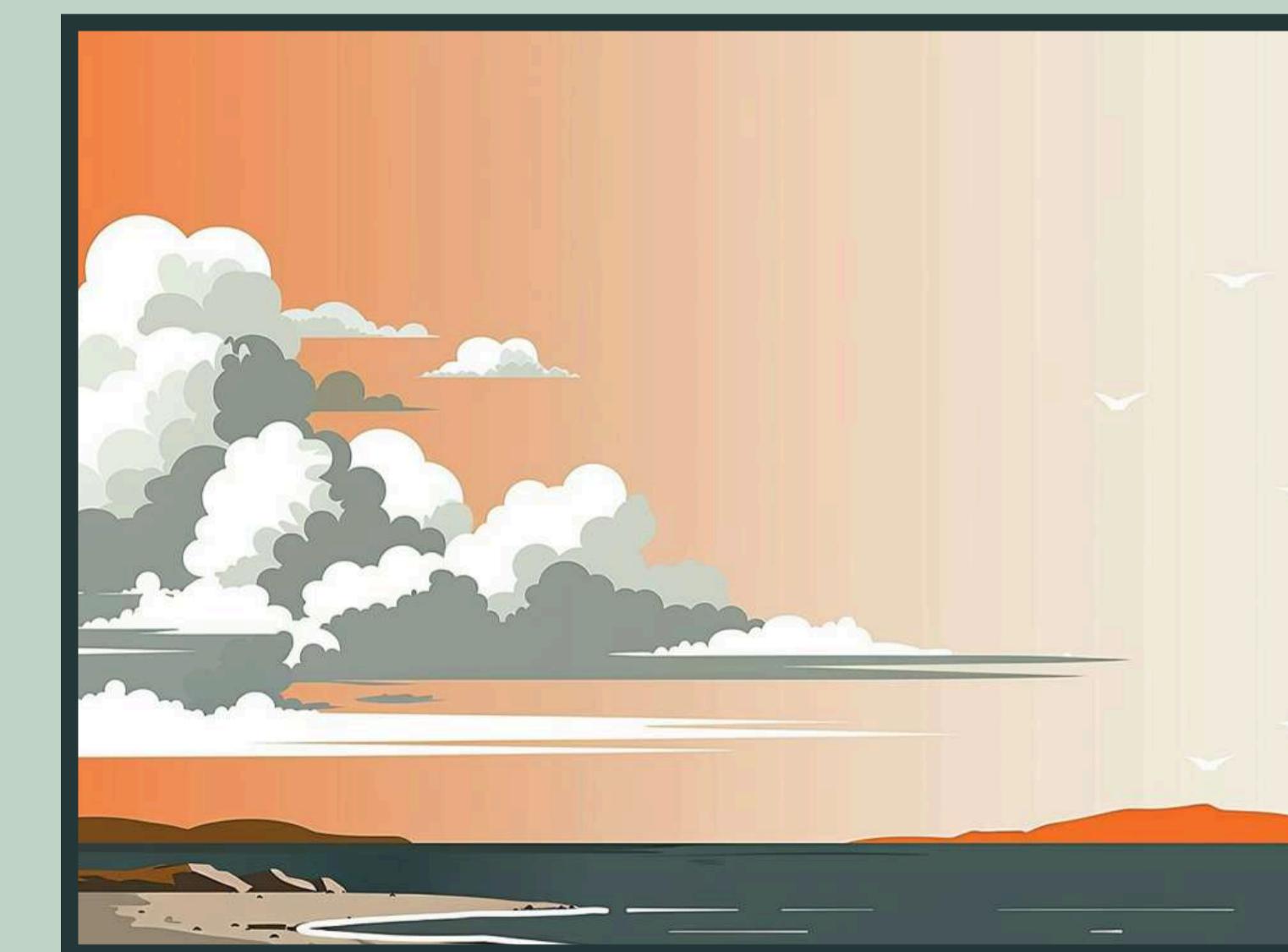
Usando essa imagem de inspiração, criei a capa e o sumário deste livro, com o único elemento externo sendo a imagem do cérebro que peguei em uma loja de vetores, Vecteezy.

Essa imagem foi decisiva também para a escolha da paleta de cores, que foi mantida pelo resto do manual.

Segui o mesmo estilo artístico para o resto das imagens, que incluem o sumário, cada capítulo e os ícones espalhados pelo manual.

#### *Referência para o Capítulo 1*

*Prompt: Capa de livro moderna minimalista em vetor. Um grande céu aberto, com grandes nuvens simples acima, e uma pequena praia com o mar no canto inferior direito da imagem. Cores limpas, minimalistas, geométricas.*



Para os capítulos 2 e 3, eu gerei imagens com *prompts* semelhantes aos da capa e capítulo 1, mudando apenas a descrição do cenário. Porém os resultados foram pouco usados, foi mais fácil seguir a paleta de cores e estilo do que já tinha feito até então.

Mais uma vez fica evidente a capacidade das IAs Generativas de servir como um ponto de partida para um trabalho, alimentando as ideias do designer. O Midjourney foi a ferramenta usada nesse caso, já que sabendo usar algumas configurações específicas, é possível gerar imagens com uma variedade de estilos, cores e estéticas, ampliando essa fonte de inspiração, o que me ajuda evitar copiar o estilo “artificial” que vem de cada ferramenta de IA Gen de imagem.

Ao final do trabalho, acredito que consegui criar uma obra interessante e original, que apesar de ter usado IA Gen, é única e possui muito da minha própria personalidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este manual foi escrito com o intuito de educar e conscientizar designers sobre as novas tecnologias de Inteligência Artificial, que estão popularizando em diferentes mercados, incluindo o publicitário.

Um fato sobre a comunicação em geral é que ela sempre foi moldada pelas tecnologias humanas. Primeiro nós tivemos a fala, depois a escrita, essa que evoluiu com a invenção da prensa. Da carta ao telegrafo ao telefone; do rádio a televisão até internet, a comunicação foi se adaptando a cada uma dessas evoluções tecnológicas.

Essa relação entre tecnologia e comunicação é uma conversa muito mais profunda e complexa mas o fato é seguinte:

Se os meios de transmissão ou as ferramentas de criação mudam, a comunicação muda também.

Fazendo um comparativo mais próximo do caso das IAs, no final do século passado, os designers trabalhavam principalmente com ferramentas analógicas. Prensas, régulas, canetas e pincéis.

E então os computadores vieram, evoluíram, e com seus programas gráficos, conquistaram o design. Muitos poucos são os designers hoje em dia que não sabem usar um programa de edição de imagem, um programa de vetores, um programa de diagramação.

Hoje em dia, o mundo digitalizado e conectado está sempre em mudança, e a profissão do design não é exceção. Cada atualização dos programas que usamos traz mudanças à nossa prática, sejam elas grandes ou pequenas.

Com tudo isso dito, não acho que é errado dizer que essa profissão, esse mercado pode mudar à qualquer momento, e que é prudente de um profissional do design estar alerta às mudanças tecnológicas do mundo.

Então, em que ponto eu quero chegar? Estou dizendo que Inteligência Artificial vai mudar o design e a publicidade?

Olha, a esse ponto, eu acho que já mudou. Não tanto quanto a transição das tecnologias analógicas pras digitais, mas já conseguimos ver as mudanças se prestarmos atenção.

O Google, a Microsoft, a Samsung, entre outras grandes empresas da tecnologia e da comunicação estão correndo para ficar à frente das tecnologias de IA. Isso sem contar as dezenas de start-ups (*empresas novas*) como o Midjourney e a OpenAI que nasceram e estão fazendo sucesso trabalhando só com Inteligência Artificial.

Uma frase que ouvi de muitos amigos, colegas, professores e internautas em relação a Inteligência Artificial, especificamente as IAs Generativas, é que “já abrimos a caixa de Pandora”. Quem conhece o mito sabe o que eles querem dizer, mas em resumo, IA já foi inventada, já está sendo usada em diferentes mercados, como no design e a comunicação.

Acredito que a esse ponto só um desastre mundial seria capaz de mudar esse fato, os mercados em que nós designers trabalhamos ja usam e vão continuar usando IA, seja ela Generativa ou não.

E eu estou bem ciente que existe muita discussão e controvérsia por volta deste fato. Eu não estou aqui para dizer que **devemos** usar IA ou não. As minhas opiniões educadas sobre essa assunto são longas e complicadas, algumas quais podem ser extraídas desse manual, mas em resumo, os problemas de usar IA variam de caso a caso,

mas em geral eu acredito que os governos e especialistas tem de prestar muita atenção em como essas ferramentas são usadas, pois elas tem muita capacidade para o mal.

Já discutimos alguns dos problemas com IAs Generativas no capítulo 2, mas saiba que eles vão muito mais longe que isto. Convido o leitor a pesquisar mais a fundo, ainda mais se ele estiver interessado em usar Inteligências Artificiais Generativas.

Levando a conversa um pouco de volta a área de design, eu tenho algumas observações positivas e negativas.

Para começar com o positivo, vejo como as IAs Gen podem ser uma nova ferramenta para os designers. Eu já disse isso nos casos deste capítulo, mas elas podem nos servir para pesquisa, esboço, exercício de ideias (*brainstorming*) e referências. Tenho certeza que a utilidade delas não acaba ai, as opções

que elas nos disponibilizam permitem muitas oportunidades para ser criativo e aplicar as IAs em diferentes partes do nosso trabalho.

Assim como todo programa de design gráfico, a prática traz experiência, e eu senti que é preciso usar cada ferramenta por um tempo antes de entender melhor como ela funciona. Quanto mais você se acostuma com o modelo da IA, melhor ficam os seus *prompts*, por que você cria um entendimento de como ela vai interpretar seu texto. Você também aprende os efeitos que cada configuração tem sobre o resultado final.

Com esses pontos positivos tenho que entrar em alguns negativos. O primeiro é que sinto que existe um risco do designer se limitar ao depender demais das IAs. Nosso trabalho sempre é influenciado pelas referências e recursos que conhecemos, e acredito que se um profissional depender demais das IAs de imagem para criar referências, ou depender demais das IAs de pesquisa pra achar fontes

e recursos, ele vai perder muitas oportunidades que são ignoradas pelas IAs.

Por mais que seus bancos de dados sejam enormes, as IAs não conseguem alcançar tudo no mundo digital, sem contar com o que só pode ser visto e interagido no mundo real. O impressionante poder das IAs Gen de criar imagens, ou responder perguntas pode criar a ilusão de que elas são quase que oniscientes. Que as IAs de imagem podem criar a imagem que você quiser. Que as IAs de texto podem responder qualquer pergunta.

Algumas horas usando essas ferramentas provam o contrário. Elas estão muito longe de serem perfeitas. Acredito que depender demais delas para realizar um trabalho remove a chance do designer de alcançar seu maior potencial.

Elas podem ajudar sim, mas pelo menos no momento, não devem ser o único recurso que

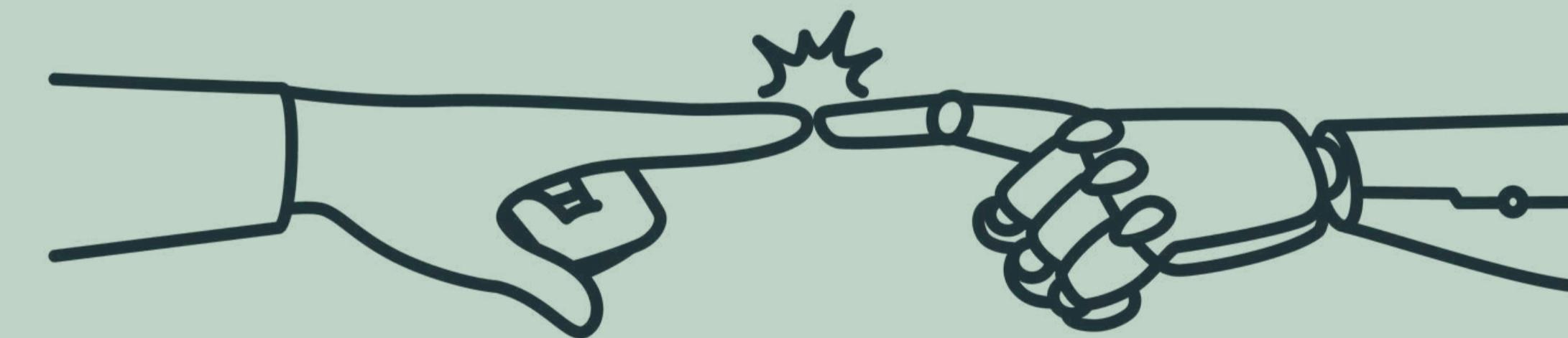
um profissional deve usar. Ainda existe a necessidade de pesquisar suas próprias referências, procurar a experiência de outros artistas e designers, de aprender a usar as ferramentas mais tradicionais do mercado. Em resumo, saber ser um designer sem usar Inteligências Artificiais.

A tendência é que as IAs fiquem mais avançadas, mais eficazes em seu trabalho e com mais opções e configurações de uso. As mudanças estão acontecendo tão rápido que no momento que eu publicar este manual, algumas informações dele provavelmente vão estar desatualizadas.

Não sei se o futuro que nos espera é um onde as ferramentas de IAs vão ser tão boas que elas vão totalmente substituir as ferramentas atuais, e completamente revolucionar as áreas da comunicação e do design. Ou talvez um onde elas podem substituir o profissional humano completamente. Quem sabe elas

estão próximas de seus limites, e elas vão ser apenas uma curiosidade, uma febre que vai passar e vai ser usada apenas por alguns entusiastas.

De qualquer jeito, mais uma vez reforço que a relação entre comunicação e tecnologia é muito forte. **Por isso escrevi esse manual, para alertar e pedir que designers, artistas e profissionais fiquem de olho nessas Inteligências Artificiais, e se forem usá-las, usem com cuidado, consciência e responsabilidade.**



# AGRADECIMENTOS

## Professor Orientador

Luciano Mendes

## Representantes do Chalé Dali Di Cavalcante

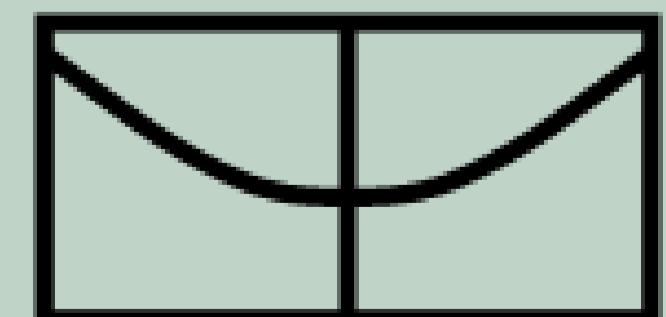
Flávia Daia e Marcelo Henrique Santos

## Representantes do Bloco 3

Marcos de Azevedo, Dhiellen Sena, Arthur Henrique Guimarães e Clara Laviola

## Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília

## Curso de Comunicação - Publicidade e Propaganda



**UnB**

Faculdade de  
Comunicação

# PROGRAMAS USADOS

## Midjourney AI

Midjourney, Inc.

## Adobe Firefly

## Adobe Illustrator

## Adobe Photoshop

Adobe Inc.

## Microsoft Copilot

Microsoft

## Google Docs

## Google Images

Google Inc.

## Canvas

Canva Inc.

# Documento de Estudos de Caso

## Chalé Dali Di Cavalcante

### Sobre a Marca

Chalé Di Cavalcante é uma marca de aluguel de chalés da cidade de Cavalcante, Goiás. São 3 chalés no fundo de um terreno residencial, com 2 quartos (uma suíte), cozinha, sala e banheiro em cada chalé. Os chalés podem ser alugados por meio do Airbnb ou diretamente com os donos (geralmente quando são conhecidos dos donos). A marca existe apenas em sua conta de Instagram (@chale\_dali\_di\_cavalcanti) e sua página no Airbnb, onde as divulgações são compostas de fotos e vídeos ocasionais do espaço. É um serviço simples, operado pelos dois clientes, que são os proprietários do espaço, com a ajuda de serviços contratados quando há necessidade (jardineiro, faxina etc.)

### Sobre o Cliente

Os donos (Marcelo e Flávia) dos Chalés Dali Di Cavalcante são um casal brasiliense que desde sempre amaram viajar para Chapada dos Veadeiros. Desde a adolescência eles visitam as cidades de Alto Paraíso, São Jorge e principalmente Cavalcante (que é a mais antiga) para aproveitar as atrações naturais da Chapada. Em 2020, o casal completou um velho sonho de ter uma casa em Cavalcante, e continuaram com as construções nos chalés, que ficam no mesmo terreno da casa.

### Serviço

O trabalho será a produção de uma logo para a marca. Os clientes sentiam falta de uma logo para representar a marca em sua rede social, e em futuros meios de comunicação. A expectativa é que, à medida que o negócio cresça, o Chalé Di Cavalcante vão ser reconhecidos como um lugar ideal de hospedagem na cidade de Cavalcante, e a logo irá ajudar a estabelecer esse reconhecimento.

### Resumo da Reunião

- Um dos primeiros pontos levantados pelos donos é a situação de Cavalcante diante das outras cidades turísticas da Chapada. O parque e seus arredores tem uma diversidade de cachoeiras, rios, morros, cânions e outras atrações naturais que atraem turistas de todo o Brasil e do mundo, porém a maior parte desse turismo é concentrado nas cidades de Alto Paraíso e São Jorge. O motivo disso é que o Parque da Chapada dos Veadeiros só tem uma entrada, que fica ao lado sul do parque e perto dessas duas cidades mais populares (Cavalcante fica ao norte do

parque). Também tem o fato de das três cidades, Cavalcante ser a mais distante e isolada, levando cerca de 1 hora a mais para chegar (saindo de Brasília ou Goiânia)

- Apesar disso, os donos tem um carinho e uma história com Cavalcante. Um slogan não oficial da marca é “Conheça o outro lado da Chapada”. Esse slogan alimenta o nome Dali Di Cavalcante, que também faz referência ao artista brasileiro Di Cavalcante.
- Para os donos, existem vários assuntos que são de interesse e podem ser possíveis inspirações para o visual da logo: a arte de Di Cavalcanti, a cultura local da cidade, a cultura dos Calungas que moram ao redor do parque e a natureza local. Eles também mencionaram que poderiam gostar de um aspecto espiritual ou até mesmo psicodélico para a arte. No final chegamos a conclusão que os clientes não tem nenhuma logo idealizada, mas os dois gostariam que estes assuntos fossem usados de inspiração para a marca, dando liberdade para o designer descobrir e criar alternativas até que encontrem algo que os satisfaça.
- Porém alguns temas são considerados mais importantes. O casal associa muito a cidade à sua natureza local, mais especificamente o espaço da cidade (que fica no meio de um vale, acessada por uma ponte que atravessa um rio). Sugeriram uma logo que remeta uma visão da entrada da cidade ou do vale que a abriga. A cultura Calunga também foi outro assunto com mais peso que os outros.
- Em questão de estilo de arte, eles se interessaram por algo simple e impactante, seguindo um pouco a tendência de logos modernas, porém reconheceram que parte do público alvo deles (pessoas alternativas, ecoturistas, *hippies*) tem gosto por artes mais complexas e coloridas, então talvez um meio termo seja uma opção.
- Apesar de ser um dos elementos mais populares das viagens à chapada, cachoeiras nunca foram mencionadas durante a reunião.
- Referências mencionadas (não necessariamente se basear nessas artes, mas essas são marcas locais ou que os donos gostam):

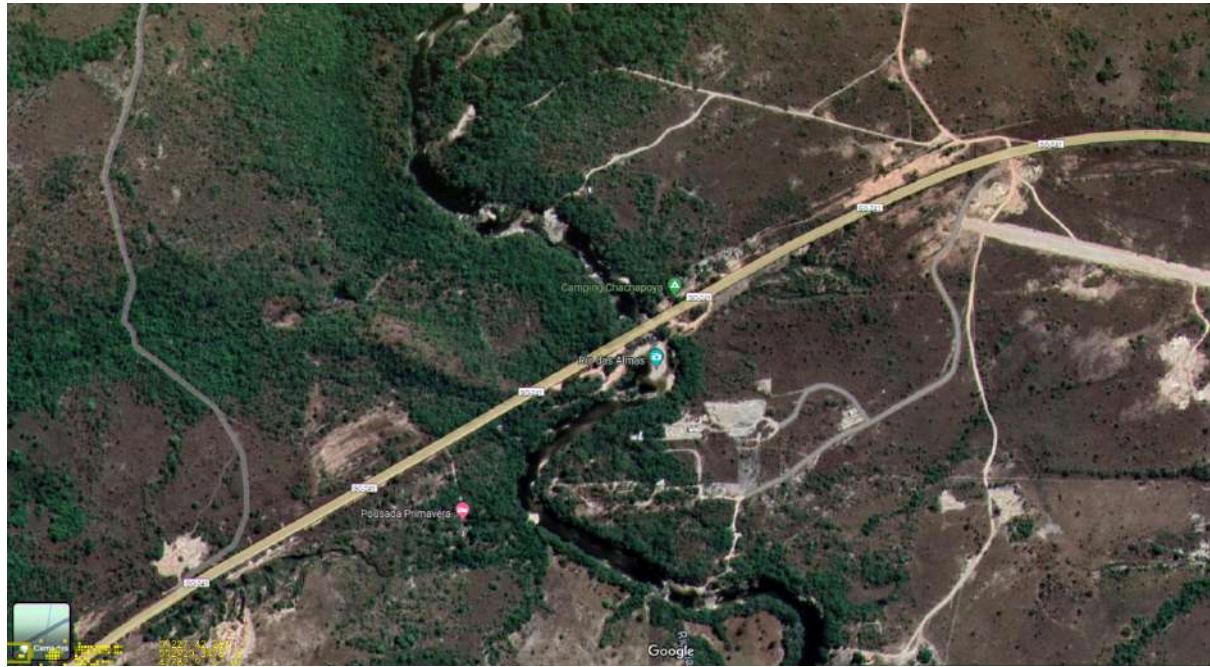




## Pesquisa

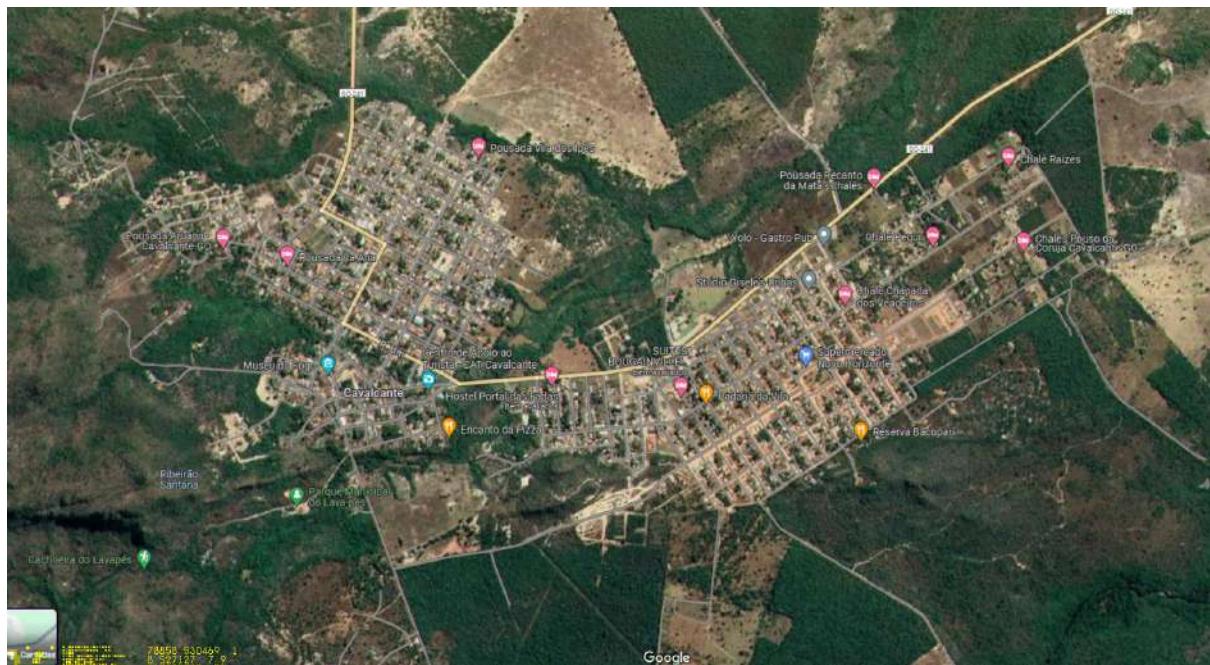
### Entrada de Cavalcante





[Foto Ponte](#)

## Cavalcante



[Foto Centro da Cidade](#)

[Foto Placa da Cidade](#)



[Visão Mirante da cidade](#)



Logo da prefeitura de cavalcante



Praça Central

## Calungas

- [Cavalcante é a 3ª cidade no país com maior proporção de moradores quilombolas, aponta Censo do IBGE](#)
- [De arrepia! Veja como o turismo de base comunitária transformou um quilombo Kalunga](#)

## Testes com IA

### Linha de Pensamento 1

Baseado na imagem dos [3 arcos coloridos de concreto](#), fiz alguns testes usando o Midjourney AI. Os resultados foram pouco satisfatórios. Comecei tentando recriar a imagem real usando apenas prompts. Segue um desses prompts e seus resultados:

*Three doorways in the middle of a jungle, lined up. One doorway is white, the other is pink and the last one is green.*



Em seguida utilizei a imagem dos arcos reais como referência. Segue um dos prompts resultados

<https://s.mj.run/CfhWrS1p4eU> *Three open concrete doorframes in the middle of a jungle, side view, one after the other. One doorway is white, the other is green and the last one is pink.*



Vale notar que na imagem do topo a direita, vemos os resquícios incoerentes de um link gerados pela IA, mostrando pedaços indesejados de seu banco de dados.

Decidi elevar meus requerimentos pra IA, seguindo com uma descrição da imagem original, mas retirando o cenário de floresta e agora focando no estilo de logo minimalista:

*Minimalist Vector Logo of three open doorframes, side view, one after the other. One doorway is white, the other is pink and the last one is green. White background*



Usando a imagem real de referência, um dos melhores resultados é o seguinte

<https://s.mj.run/CfhWrS1p4eU> *Minimalist Vector Logo of three open doorframes, side view, one after the other. One doorway is white, the other is pink and the last one is green. White background*



Mais uma vez, vemos resquícios de links nas imagens.

Um procedimento útil na hora de produzir imagens com IA é repetir o mesmo prompt algumas vezes, já que a aleatoriedade do algoritmo pode accidentalmente produzir algo que tenha força para ser usado. Reproduzindo o último prompt algumas vezes, encontrei um resultado que achei interessante.



@iennoBees · RowF.cexrtb

Outra vez temos um texto indesejado, dessa vez parece ser um @ de alguma rede social, porém os caracteres parecem ser aleatórios e nenhuma conta com esse nome parece existir.

Antes de prosseguir, consultei com os clientes o que eles achavam da ideia até então, mas eles de cara recusaram usar os arcos coloridos de cavalcante como imagem de referência. O motivo é que essa obra está abandonada e talvez seja demolida.

## Linha de Pensamento 2

Assisti o mini documentário [De arrepiar! Veja como o turismo de base comunitária transformou um quilombo Kalunga](#) e a partir de 0:13 segundos tem um cena com um morro atrás do homem de chapéu que achei interessante. Das minhas viagens à chapada lembrei de cenários onde casinhas solitárias abraçavam a base ou o topo desses morros. Decidi testar essa imagem, começando com prompts simples:

*Long distance shot of a rolling green hill with a single small white house at its base*



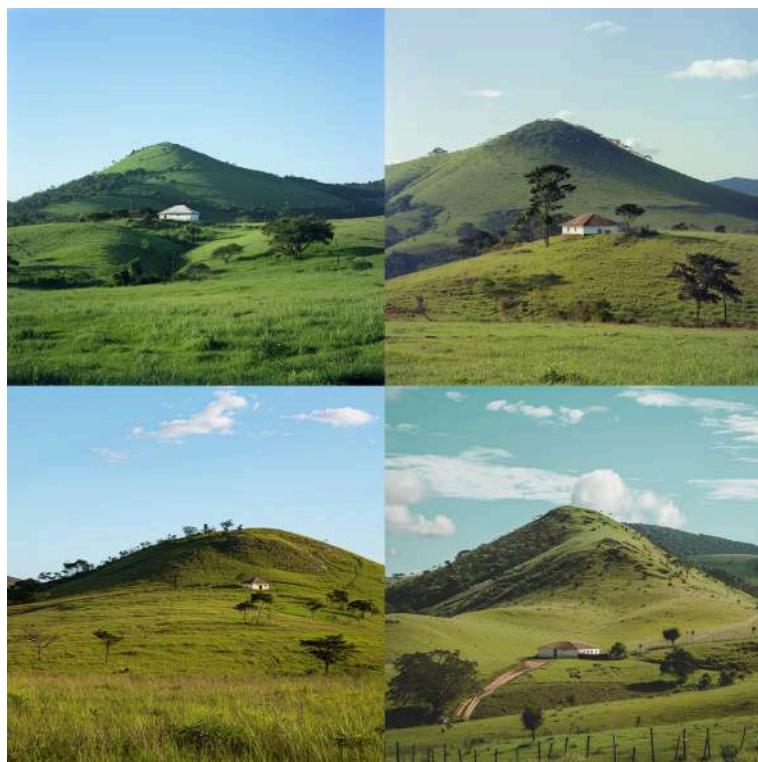
Fui mais específico para encontrar um formato mais adequado pro morro

*Long distance shot of a steep and tall green hill with a single small white house at it's base*



Agora trouxe a imagem pro cenário do cerrado brasileiro

*Long distance shot of a steep and tall green hill with a single small white house at it's base, on the cerrado brasileiro, kalungas, cavalcante*

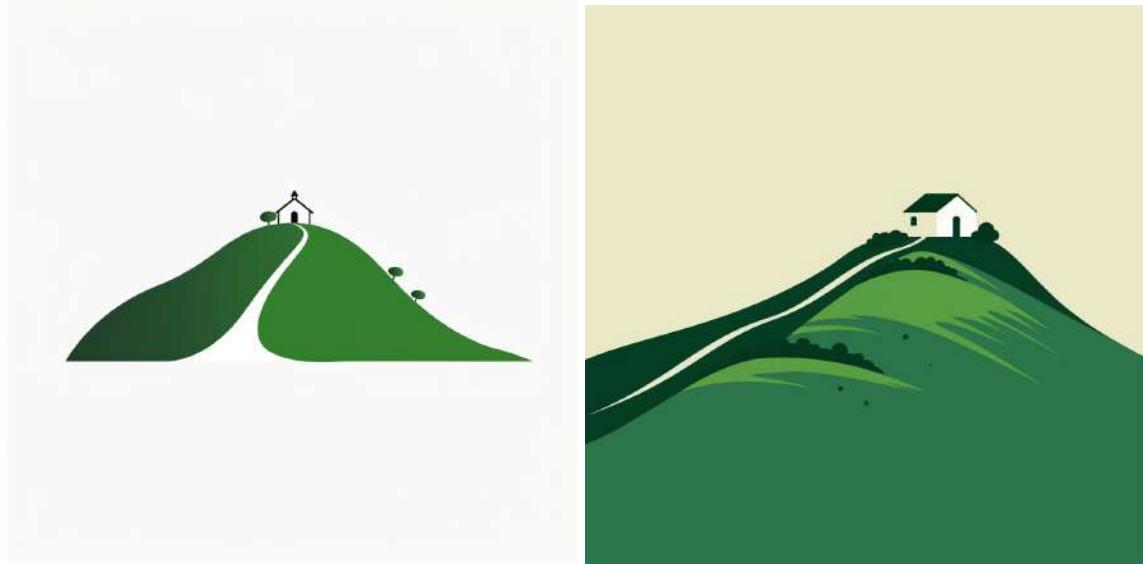


Satisfeito com o cenário criado pela IA, tentei recriá-lo mas agora no estilo de logo, para encontrar algumas inspirações. Segue aqui alguns dos melhores resultados.

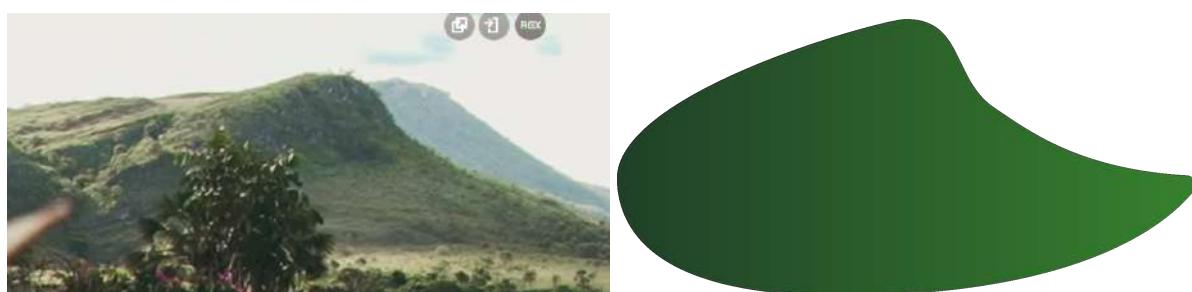
*Minimalist Logo of a steep and tall green hill with a single small white house at it's base, on the cerrado brasileiro, kalungas, cavalcante*



*Minimalist Logo of a steep and tall green hill with a single small white house at its base, on the cerrado brasileiro, kalungas, cavalcante. Vector logo, simple design, brazillian logo*



Com o uso dessas imagens como referência, criei minha própria logo, usando o programa Adobe Illustrator. Tirei um *print* da montanha que me chamou atenção no vídeo e montei um vetor com seu formato:



Pode-se perceber que usei os tons de verde gerados pelas imagens da IA no gradiente da montanha. Também usei a retratação da casinha branca de uma das imagens geradas pela IA como referência para minha.



Experimentei diferentes montagens e conceitos, até chegar nas seguintes opções, variadas pelas diferentes diagramações do nome da marca:



Trazendo uma IA de geração de texto nesta pesquisa, utilizei o Bing Copilot, empoderado pelo Chat GPT-4, para me sugerir um par de fontes para usar na logo. As fontes das duas últimas alternativas apresentadas acima foram escolhidas pela IA com o seguinte *prompt*:

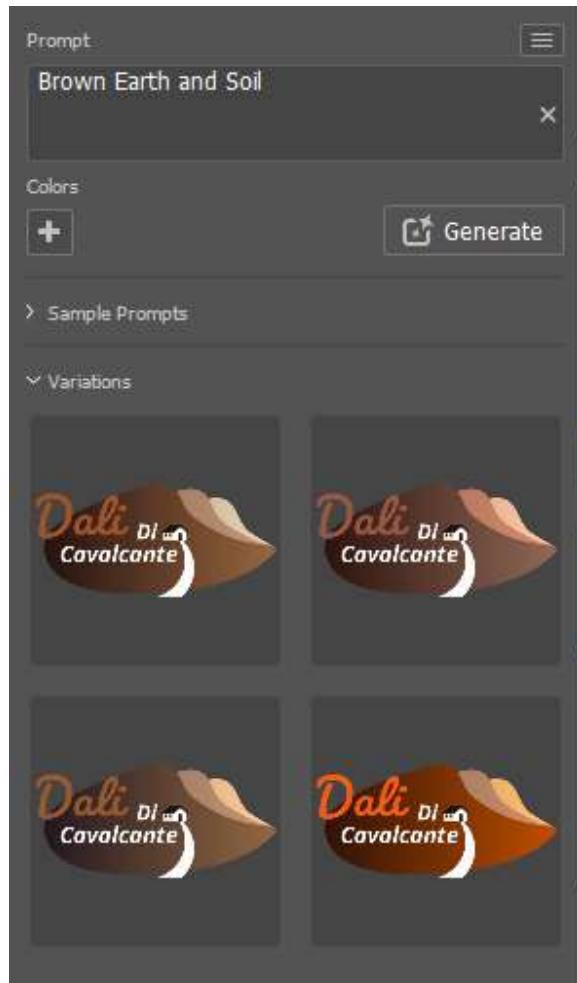
*I'm designing a logo for an Airbnb account that rents small cottages in a small town in the middle of the woods. Their target audience is eco-tourists who like to hike, see nature and visit rivers and waterfalls. I have already designed their logo, which is the image of a green mountain with a small white house at the base. The last thing I need to do is choose a pair of fonts for the title of the account. I need two fonts that go well together and represent the vibe of the account. Make sure that the main font is a script font.*

Na terceira alternativa, a IA me sugeriu o par de Pacifico com Open Sans (adquiridas por meio da minha licença no Adobe Creative Cloud) e na quarta alternativa, me sugeriu o par de Zaun e Lupines, adquiridas no site [dafonts](#), os dois gratuitos porém apenas com uma licença de uso pessoal.

Decidi ver a capacidade de especificidade da IA, repetindo o *prompt* anterior mas pedindo agora que me recomende apenas fontes obtidas apenas no Adobe Fonts. Tive que gerar a pergunta duas vezes antes de achar alguma fonte que me interessou, mas o resultado teve sucesso, fui recomendado pares de fontes obtidas no Adobe Fonts. Este é um dos resultados:



Ao mostrar os resultados ao cliente, um deles pediu para testar as cores da logo em marrom. Entre as ferramentas de Inteligência Artificial agora incluídas nos programas Adobe, temos o Generative Recolor no Illustrator. Com ele, podemos selecionar um ou mais vetores, e recolorir todos com uma nova paleta de cores gerada por IA a partir de um *prompt*.



No caso atual, pedi cores de “Terra Marrom e Solo”. De primeira os resultados não me satisfizeram, mas podemos apenas clicar para gerar novamente e novas opções são apresentadas. Escolhi a primeira opção exposta na imagem acima, mas ainda sim corrigi o tom de marrom mais escuro no gradiente do morro para um tom com um pouco mais de saturação.

Copiei esta nova paleta no resto das alternativas de logo. Aqui estão alguns dos resultados:



Apesar de terem gostado de alguns elementos (algumas fontes e a casinha), a logo foi rejeitada, uma das queixas principais sendo o formato dos morros, principalmente a curva inferior que é longa e não atrativa. Decidi seguir adiante com a próxima linha de pensamento.

### Linha de Pensamento 3

Um dos elementos visuais que os clientes mais levantaram foi a ponte que dá entrada à cidade, passando por cima do Rio das Almas. Infelizmente não achei muitas fotos de tal ponte, principalmente da perspectiva que queria, sendo essa de frente para sua entrada. Então usei o Google Maps para tirar um *print* da entrada:

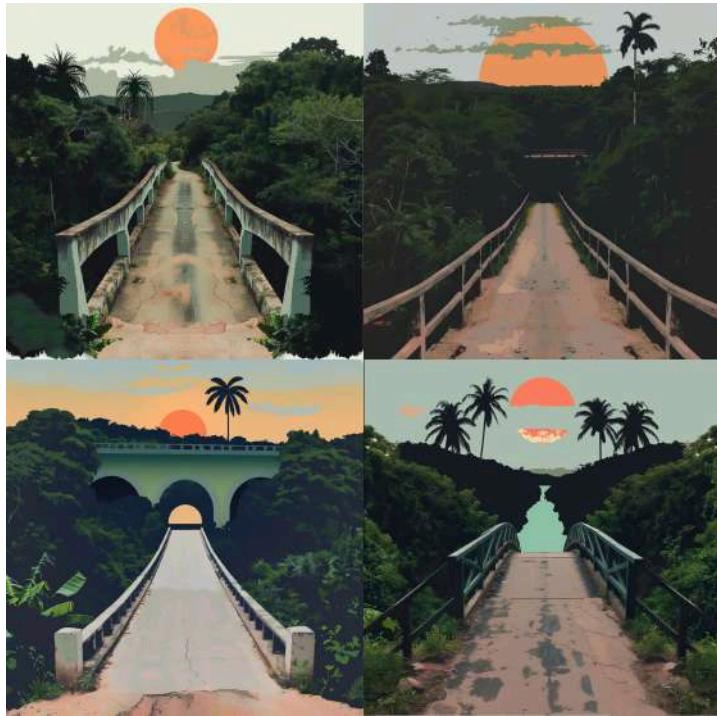


Joguei esse print no Midjourney AI, para que seu algoritmo pudesse usar como referência. Este processo pode ser feito ao copiar a imagem e colar ela no chat do bot, que pode ser acessado no aplicativo para computador e *mobile* Dicord. Ao mandar a imagem no chat, você à amplia, seleciona com o botão direito, e copia seu link.

Depois é só adicionar este link antes do *prompt* que deseja escrever. Você também pode usar um parâmetro, códigos simples no prompt que manipulam como o gerador de imagem opera. O parâmetro relevante é o *Image Weight*, com o código --iw 0-3 (seguido por um número de 0 à 3). Ele determina o quanto os resultados gerados são influenciados pela imagem linkada no prompt. Quando este código não é incluído, o Midjourney utiliza o número 1 para este parâmetro.

Vamos ver o quanto este parâmetro influencia a imagem final a seguir, mas por enquanto, a primeira imagem segue sem o código, então tem *Image Weight 1*.

<https://s.mj.run/dSrM4Wr30nY> *Minimalist logo of a bridge, from one end to another, leading to a valley in a jungle.*

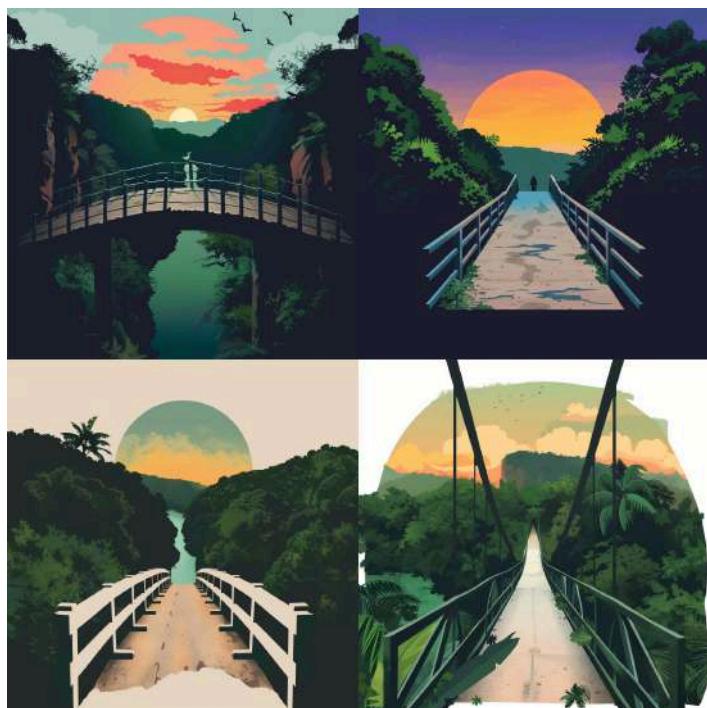


O peso da imagem está grande demais, fugindo da estética minimalista da logo. Então comecei a testar diferentes pesos de imagem.

<https://s.mj.run/dSrM4Wr30nY> Minimalist logo of a bridge, from one end to another, leading to a valley in a jungle. Vector art, summer colors --iw 0



<https://s.mj.run/dSrM4Wr30nY> Minimalist logo of a bridge, from one end to another, leading to a valley in a jungle. Vector art, summer colors --iw 0.5



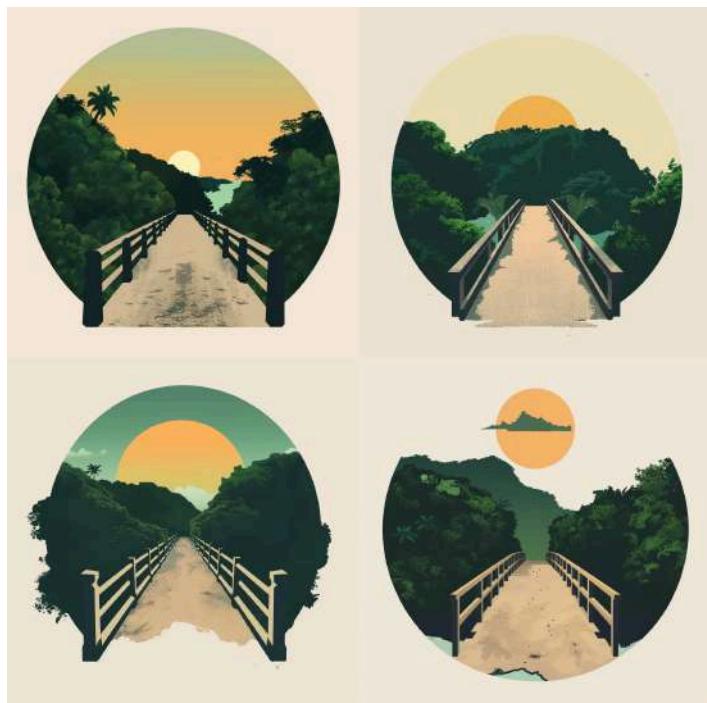
<https://s.mj.run/dSrM4Wr30nY> Minimalist logo of a bridge, from one end to another, leading to a valley in a jungle. Vector art, summer colors --iw 0.2



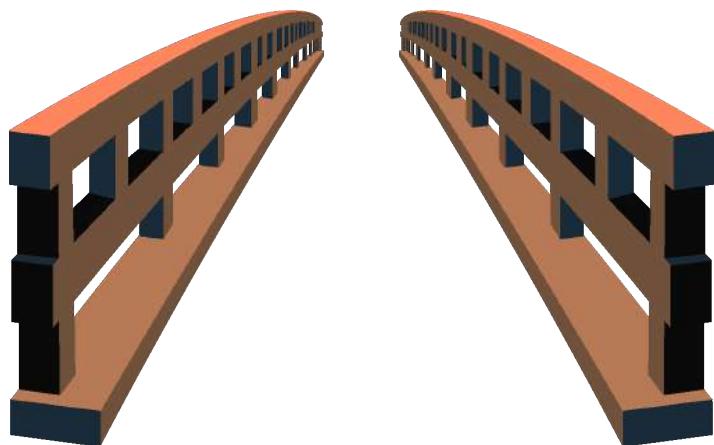
Não fiquei muito satisfeito com os resultados, mas a partir de uma dessas imagens, pensei que posso usar de referência para a ponte. Usando a opção de variação, peguei a seguinte imagem:



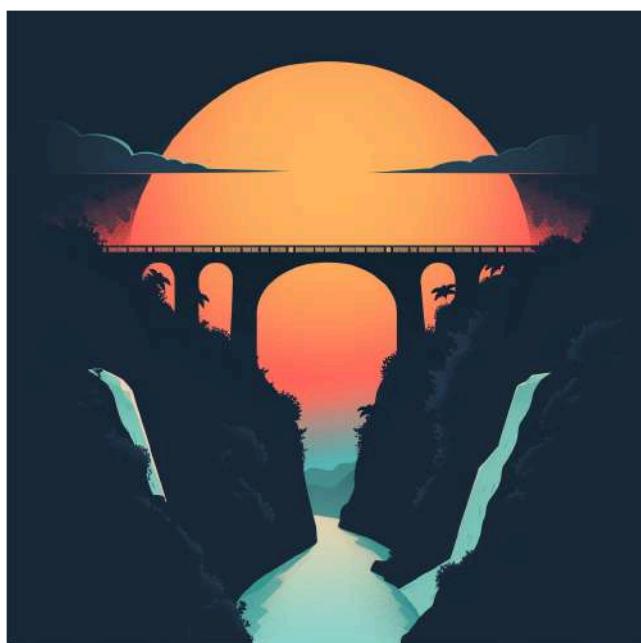
e pedi para a IA criar outras semelhantes:



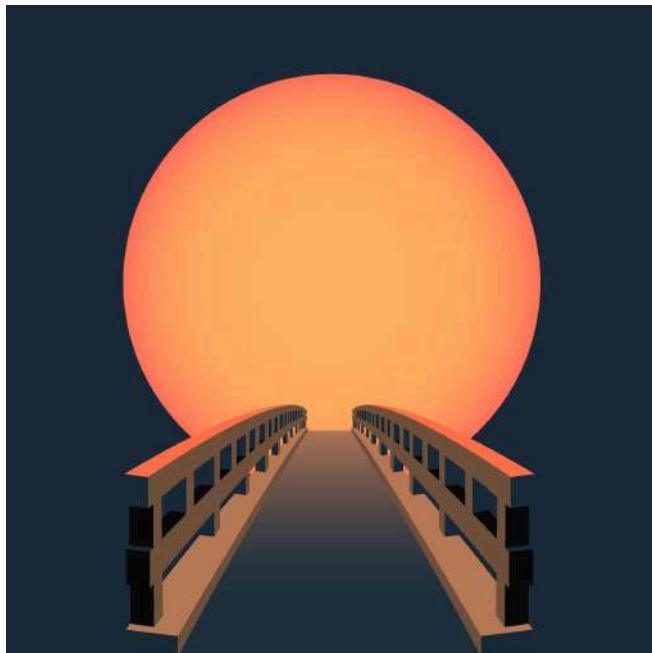
Usando essas pontes, consegui criar uma réplica semi-parecida com a ponte real, seguindo a perspectiva proposta pelas imagens de IA



Agora o próximo passo era criar o resto da imagem. O plano é montar um fundo onde a ponte leva até um grande sol no horizonte, e vegetação às laterais da ponte. O Midjourney gerou um resultado que me interessou em questão de paleta de cor e a representação do sol.



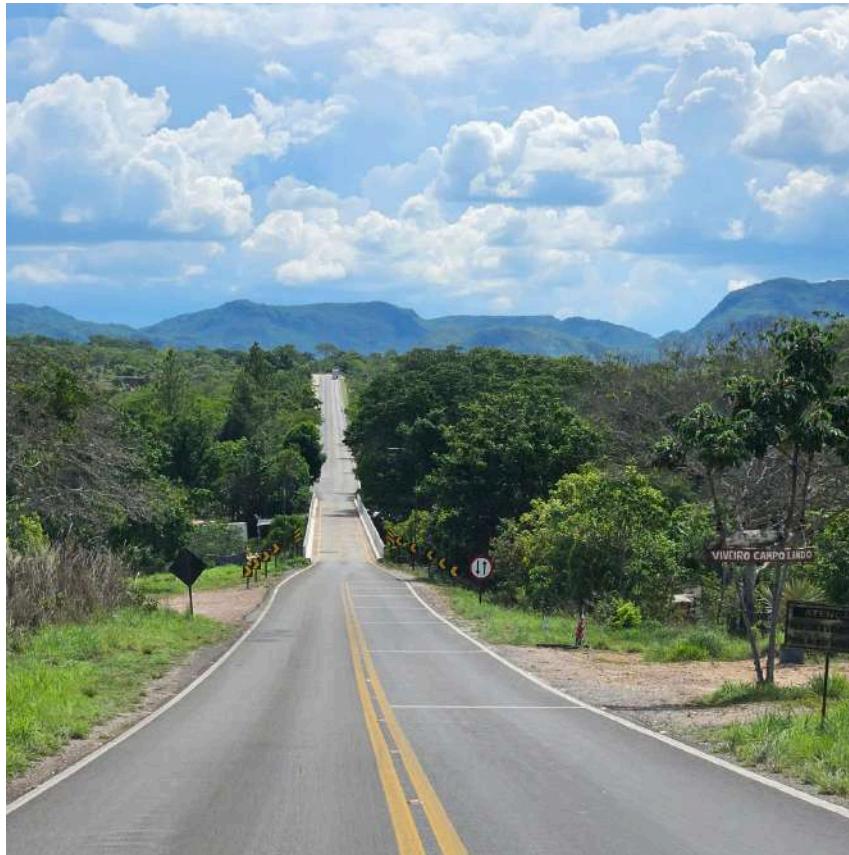
O resultado ficou este aqui:



Baseado em feedbacks da linha de pensamento 2, usei o par de fontes Chill Script e Amatic SC para o título da logo. Também preenchi as laterais da imagem que estavam vazias com moitas. Apliquei a arte toda em uma máscara circular para dar um formato de “broche” para a logo, que também serve para encaixar no padrão circular de imagens de perfil de várias redes sociais, incluindo as duas usadas pelos clientes (Instagram e Airbnb). O resultado final apresentado para os clientes é o seguinte:



Eles ficaram muito felizes com o resultado até então, tirando algumas alterações requisitadas. Primeiro eles queriam a remoção das moitas, para serem substituídas pelas serras que cercam cavalcante, para melhor remeter ao visual de entrada para a cidade. O segundo pedido era a adição de um rio. Uma foto de referência foi encaminhada pelos clientes:



Com as silhuetas das serras na foto, consegui adicionar camadas de serras na logo, e utilizei das cores do rio na mesma imagem produzida por IA que antes para as cores do rio na logo final. O novo resultado é o seguinte:



Os clientes gostaram muito do resultados, mas ainda quiseram testar algumas alternativas. Eles sugeriram remover o sol, dando mais destaque para as serras ao fundo. Um dos

clientes tem um afeto pelo visual ao pôr do sol no local da ponte, onde estaria atrás do ponto de vista da logo, mas estaria iluminando as serras com um tom alaranjado.

Um vai e volta de opções semelhantes eventualmente resulta em uma escolha final:



Após um tempo de uso da logo, algumas pequenas alterações foram pedidas em relação às chapadas no horizonte, com a logo final sendo:



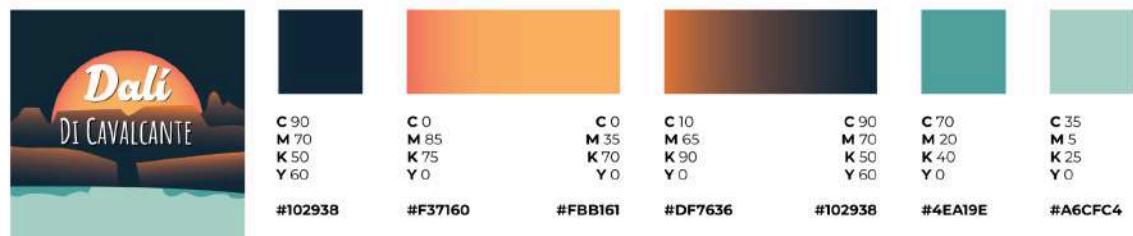
A partir disso, foi pedido uma variação de cores mais claras, remetendo a um dia claro. A mudança de cores das chapadas, do céu e do sol foram facilmente feitas manualmente. Já a ponte, que possui muitos vetores e cores, foi optado o uso da função *Generative Recolor*, onde se usa um *prompt* para gerar uma paleta de cores. Foi usado o prompt seguinte:

*Sunny summer day*

Foi escolhida a opção que mais combinava com o resto da imagem. O resultado é o seguinte:



Os clientes ficaram satisfeitos com os dois resultados, e para completar o trabalho, foi montado um guia de cores para cada logo:



# Bloco 3

## Sobre a Marca

Bloco 3 é uma produtora audiovisual formada por estudantes da Comunicação - Audiovisual da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. A marca foi formada após o final das matérias Bloco 1 e Bloco 2, onde os alunos propõem e produzem um curta. O nome é em referência a essa matéria, como se o trabalho na produtora fosse uma terceira matéria. O objetivo inicial da produtora é dar oportunidades de currículo e experiência para os alunos, focando em projetos que possam ser executados em seus tempos livres. Futuramente, quando todos estiverem formados, a expectativa é continuar ofertando oportunidades de produção como um “hobby”, até que a produtora consiga se estabelecer no mercado e começar trabalhar por contratação ou até mesmo produzir conteúdo próprio de modo rentável.

## Sobre o Cliente

Sendo uma produtora menor, universitária e independente, o Bloco 3 não tem nenhum dono ou liderança formada. Assim os clientes nessa ocasião são um grupo de 4 indivíduos fundadores da produtora, todos criativamente envolvidos em seus projetos. Temos um par de diretores, roteiristas e produtores, e duas diretoras de arte, porém devido à natureza da produtora, o papel de todos é bem flexível.

## Serviço

Será a produção de uma logo, com o acompanhamento de um manual de uso.

## Resumo da Reunião

- A reunião foi online, onde de como semelhante a reunião com Dalí de Cavalcante, perguntas foram levantadas para levantar uma discussão sobre a marca, a logo e as vontades dos clientes.
- Um dos pontos principais é a natureza coletiva e cooperativa da produtora. Ela existe para construir o nome e o currículo de seus membros, é um espaço para arte e não um emprego (por enquanto), sem nenhum dono ou líder, sendo guiado pelas vontades e oportunidades de seus membros.
- Eles se identificam de um modo mais informal. A produtora é composta principalmente por membros jovens no meio para o final de sua graduação, assim lhes faltam o financiamento de produtoras estabelecidas no mercado. Eles também fizeram questão de se diferenciar de alunos do mesmo curso que já entram com alguma conexão pessoal ou um dinheiro particular que permitam eles ter vantagens na hora de produzir seus filmes, fazendo crítica ao privilégio de classe ou nepotismo

que pode ocorrer no curso de audiovisual. “Improvisado” ou “DIY” (*Do It Yourself*, ou faça você mesmo) são algumas palavras chaves usadas na reunião.

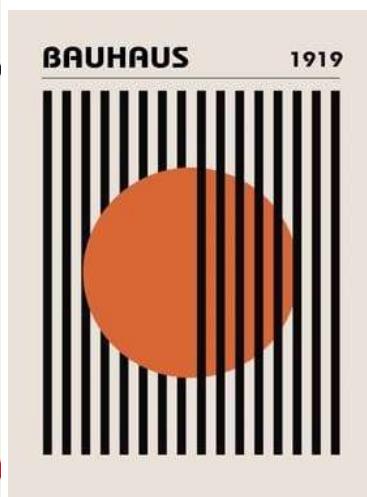
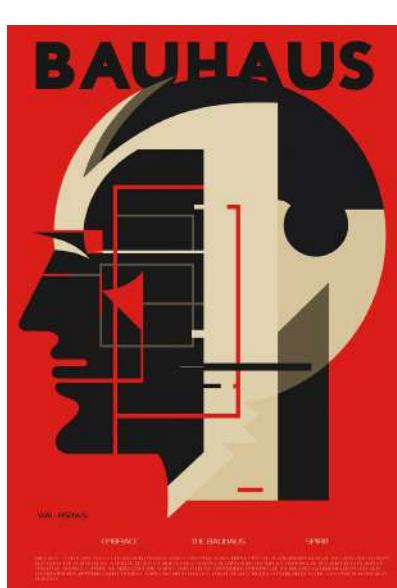
- O nome do grupo faz referência às matérias da faculdade, mas também faz alusão ao “Bloco de pessoas” que formam a produtora. O número 3 é claro também pode servir como elemento visual para logo.
- Algumas estéticas e movimentos artísticos foram mencionados. A produtora se identifica com movimentos e filosofias de esquerda, então Bauhaus e Construtivismo Soviético foram dois movimentos mencionados. A estética geral associada à cultura pop dos anos 70 também foi comentada de leve. Outra estética comentada foram os filmes clássicos de monstros da Universal Studios.
- Todos os clientes insistiram em fugir da estética limpa, geométrica e moderna, estilo Vale do Silício muito usado hoje em dia.

## Pesquisa

### Movimentos Artísticos

#### Bauhaus



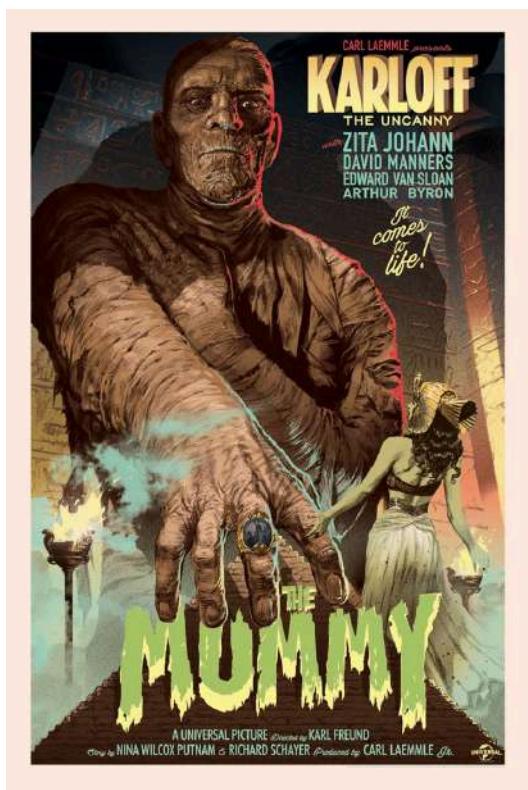
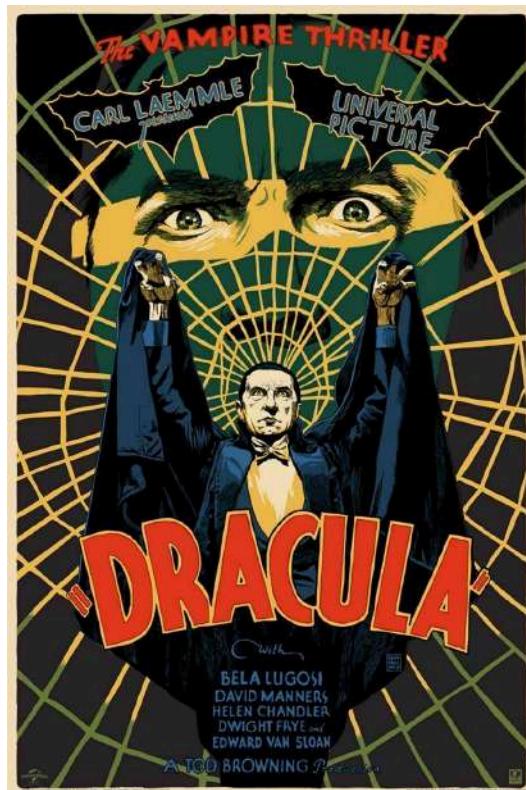
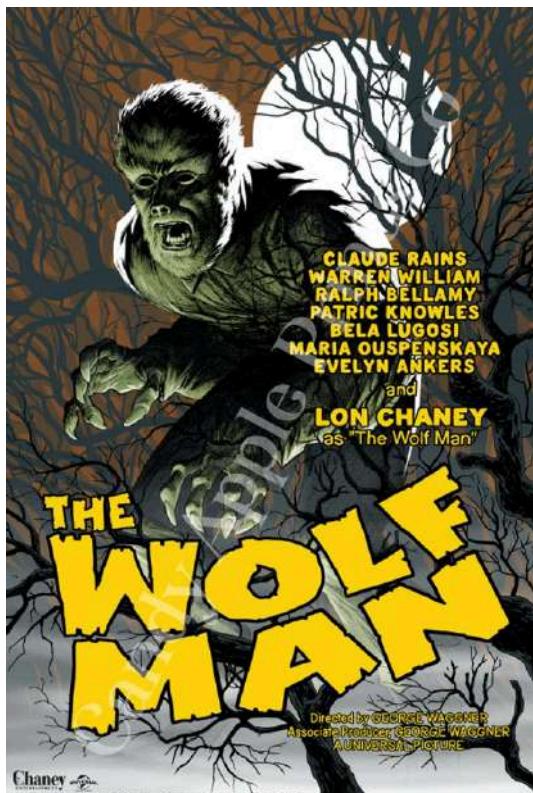
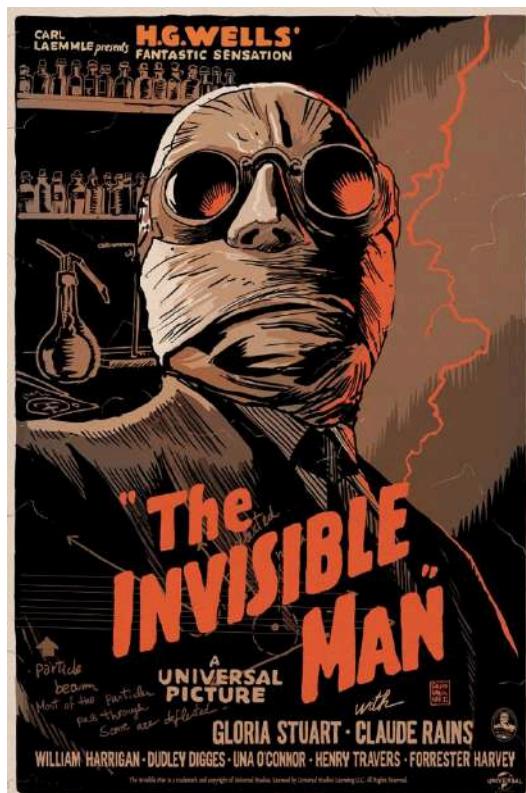


Constructivismo Soviético





## Universal Monsters

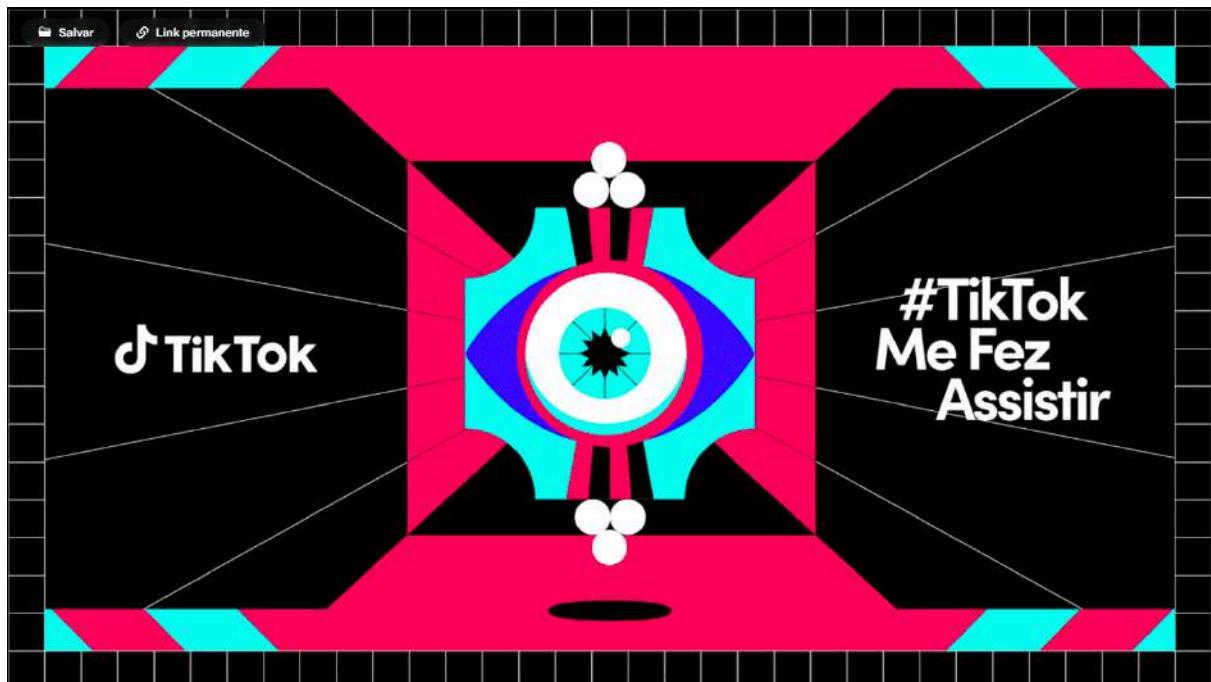


## Referências

[https://www.behance.net/gallery/166951419/CIMA-Asociacion-de-Mujeres-del-Cine?tracking\\_source=search\\_projects|cinema&l=0](https://www.behance.net/gallery/166951419/CIMA-Asociacion-de-Mujeres-del-Cine?tracking_source=search_projects|cinema&l=0)



[https://www.behance.net/gallery/199245117/Tiktok-TiktokMeFezAssistirKlaket?tracking\\_source=search\\_projects|cinema&l=39](https://www.behance.net/gallery/199245117/Tiktok-TiktokMeFezAssistirKlaket?tracking_source=search_projects|cinema&l=39)



[https://www.behance.net/gallery/198570425/Leiria-Film-Fest-2024?tracking\\_source=search\\_projects|cinema&l=61](https://www.behance.net/gallery/198570425/Leiria-Film-Fest-2024?tracking_source=search_projects|cinema&l=61)

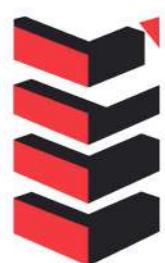
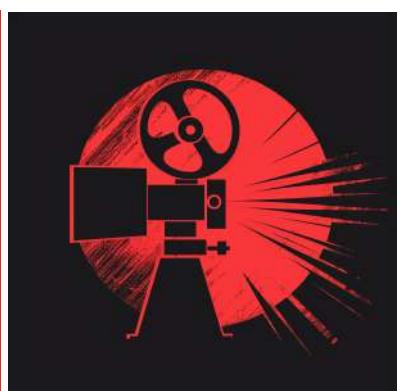
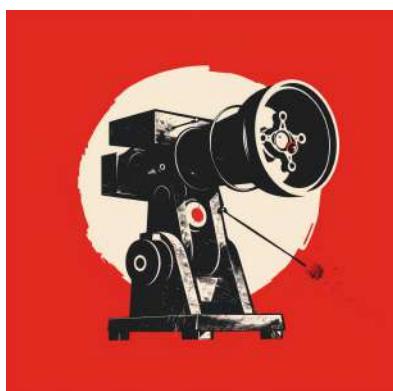
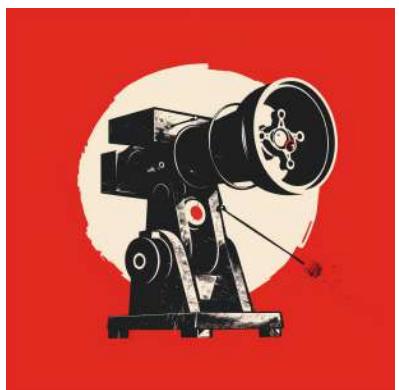
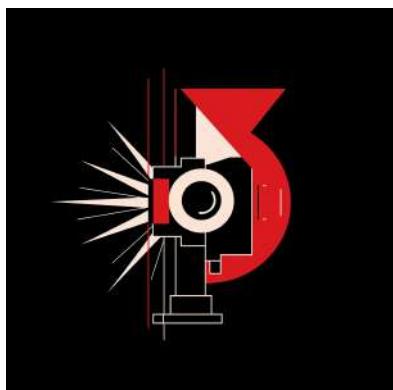


[https://www.behance.net/gallery/199807113/Festival-Olhares-do-Ms?tracking\\_source=search\\_projects|cinema&l=255](https://www.behance.net/gallery/199807113/Festival-Olhares-do-Ms?tracking_source=search_projects|cinema&l=255)



## Referências de IA

Usando algumas palavras chaves, foram geradas algumas imagens de IA usando Midjourney, como inspiração e referência para este trabalho.



## Linha de Pensamento 1

Entre todas as imagens geradas, a seguinte foi a única que resultou em algo conciso e reconhecível, algo muito próximo de um produto final:



Para garantir que a IA não diretamente plagiou uma logo existente, pesquisei por logos com a letra B, o número 3, e a combinação dos dois. Também utilizei a ferramenta de pesquisa por imagem do Google e joguei a imagem acima.

Apesar de diferentes combinações da letra com o número, nenhuma mostrou semelhança significativa com a imagem gerada. Durante essa pesquisa, foi observado que muitos designers aproveitam da semelhança da silhueta do número 3 com a metade direita da silhueta do B, para combinar os dois em um único símbolo. Segue alguns exemplos:



Fonte: Adobe Stock



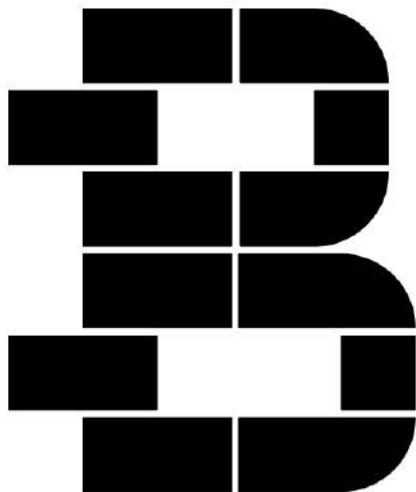
Fonte: Adobe Stock



Fonte: Alamy

Porém não encontrei nenhum exemplo que faz a construção do símbolo utilizando blocos ou tijolos, um elemento que faz referência direta ao nome da marca e casa com o tema de união e coletividade.

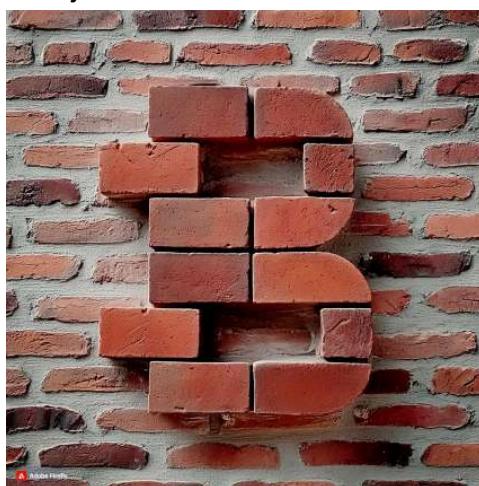
Utilizando a imagem gerada como referência, produzi um esboço vetorizado:



Utilizando essa imagem de silhueta, utilizei da função de Estrutura no Adobe Firefly, e subi a imagem de uma parede de tijolos abaixo na função de estilo:



A combinação dessas duas funções gera um resultado que utiliza a silhueta do B e a textura dos tijolos:



Vou usar este resultado como esboço para o final. Dessa vez fui com um processo mais manual para construção desta logo, usando uma tablet de desenho para pintar a logo e o fundo.

O esboço final foi o seguinte:



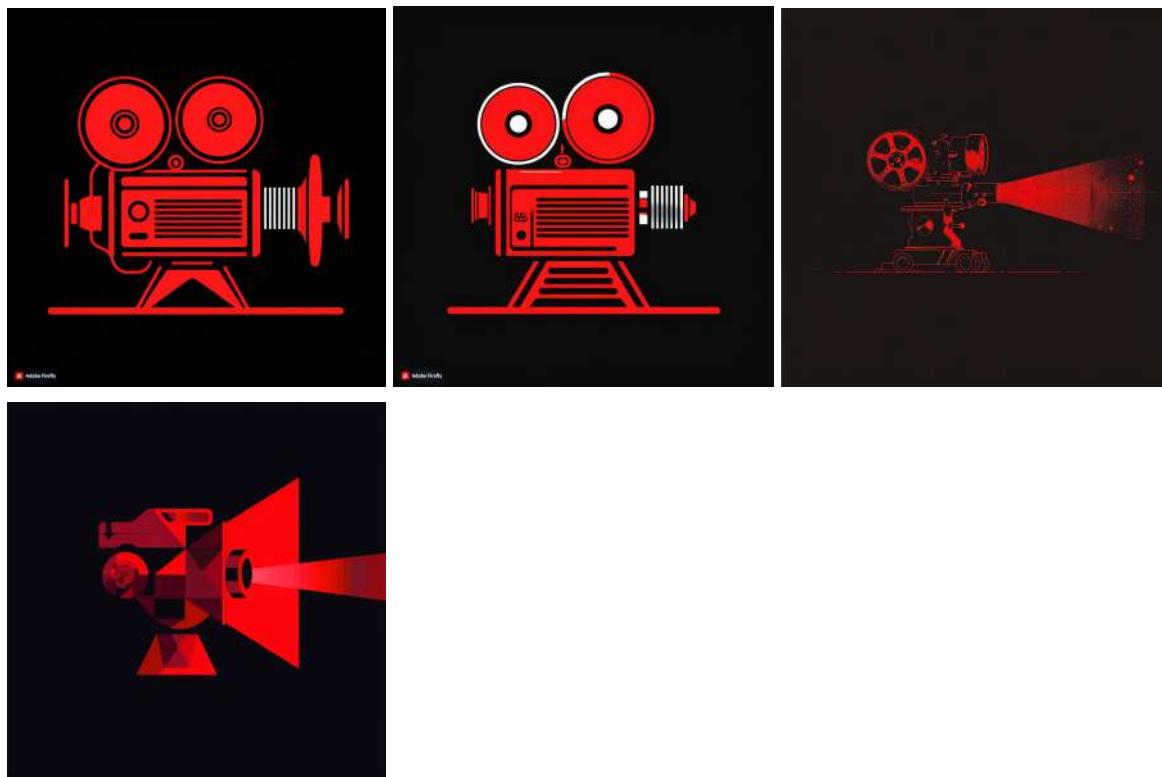
## Linha de Pensamento 2

Por mais que não tenha sido mencionado na reunião, considerei a associação da marca com sua cidade de origem, Brasília. Considerei o casamento de um dos ícones mais reconhecidos da cidade, as tesourinhas do plano, com um projetor de cinema antigo.

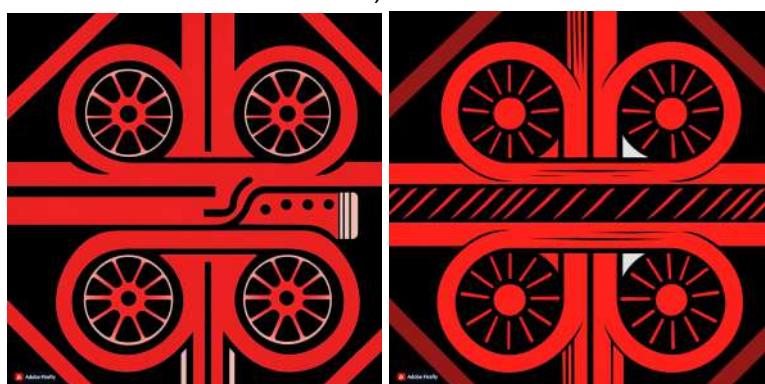


Para servir de inspiração, usei o Midjourney e o Adobe Firefly para gerar inspirações diferentes. Segue os *prompts* e seus resultados.

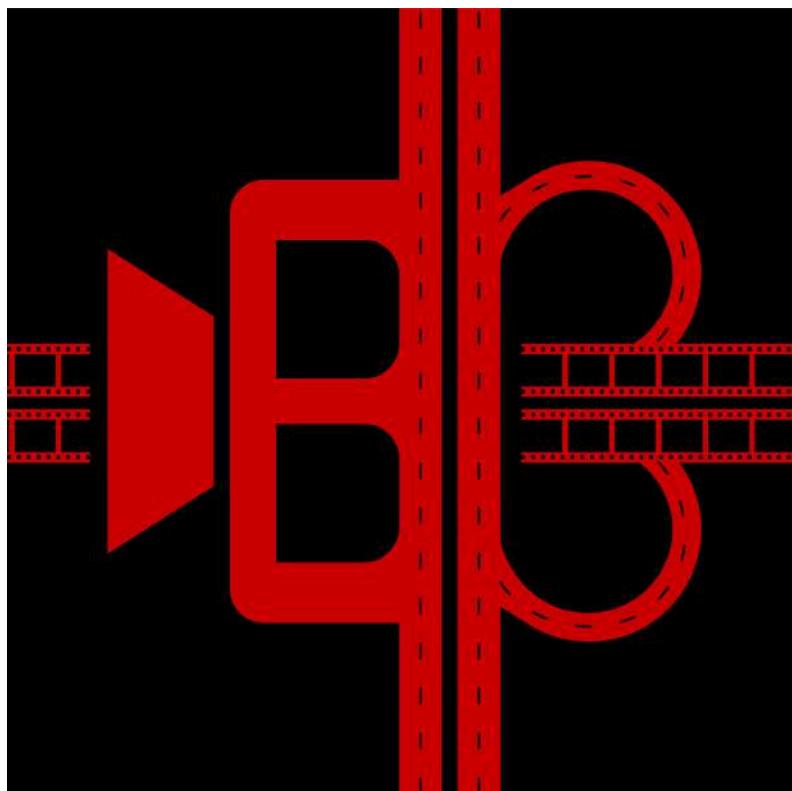
*Red minimalist logo of an old film projector, black background. Vector Art, minimalist logo, flat design, geometric.*



*Red minimalist logo of an old film projector, black background (utilizando a imagem das tesourinhas como referência).*



A partir disso o resto do trabalho foi experimentar com diferentes elementos e composições gráficas, com inspiração nas referências acima. O resultado foi o seguinte:

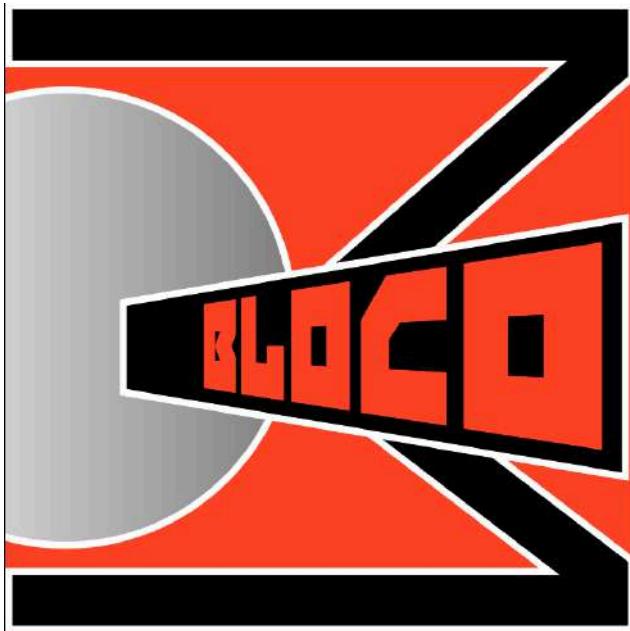


### Linha de Pensamento 3

Usei a seguinte imagem como ponto de partida. Sua composição e elementos podem ser recontextualizados pro Bloco 3.



Usando o Adobe Illustrator, foi possível recriar em um quadro quadricular o fundo e o texto:



O uso da IA dessa vez veio para inspiração para a figura no centro do círculo. Segue o *prompt* e alguns dos resultados mais relevantes usados no Midjourney e no Adobe Firefly.

#### Adobe Firefly

*Red Silhouette of a person shouting with their hands next to their mouth, minimalist, cubist, geometric, squared*



#### Midjourney

*Red Silhouette of a person shouting with their hands next to their mouth, minimalist, cubist, geometric, squared*



É notável que o Firefly teve resultados muito mais próximos do desejado, apesar dos prompts terem sido idênticos. Isso indica a diferença entre os algoritmos e banco de dados de cada IA.

No final as imagens do Firefly foram usadas como inspiração. O resultado final dessa linha é a seguinte:

