

Inteligência Artificial e Design Gráfico:

Discussão sobre a influência da IA no design gráfico, nas mídias sociais.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Design gráfico; Inteligência Artificial Generativa.

Iaan Bernardo Silva Acioli; Ufal; Maceió, Alagoas e Brasil;

iaan.acioli@fau.ufal.br;

Gabriel Oliveira Gonçalves; Ufal; Maceió, Alagoas e Brasil;

gabriel.goncalves@fau.ufal.br.

Layane Nascimento de Araújo; UFAL; Maceió, Alagoas e Brasil;

layane.araujo@fau.ufal.br

1. Introdução

A Inteligência Artificial (IA) de acordo com Elias (2023), Damasceno e Barbosa (2025), foi inserida em áreas como automação de tarefas e geração de imagens publicitárias. Essa expansão, especialmente pela IA Generativa (IAG), provoca debates sobre o futuro do design para mídias sociais, como discutido por Silva e Rodrigues (2024). Embora, otimize o tempo de trabalho, surgiram desafios como destacam Boechat (2019); Pizarro (2024); Kaufman (2022) sobre a implementação inadequada no design gráfico, incluindo direitos autorais, substituição de trabalho e segurança de dados.

Este artigo abarca uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), baseado no método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) com o objetivo de agrupar e organizar as produções encontradas, e gerar uma discussão a respeito da temática.

1.2. Objetivo Geral

Entender os impactos que as ferramentas de inteligência artificial têm gerado na área do design gráfico, especialmente na área de mídias sociais.

1.2.1 Objetivo Específico

1. Discutir a aplicação de ferramentas de inteligência artificial no design gráfico.
2. Debater sobre as consequências da IA no mercado de design gráfico.

Apresentam-se, a seguir, os métodos de desenvolvimento.

2. Método

A pesquisa, de cunho qualitativo, utilizou a Revisão Sistemática de Literatura (RSL) baseada no método PRISMA, que é sistemático e explícito para identificação, seleção e análise de dados, como afirma Galvão, Pansani e Harrad (2015). O embasamento teórico incluiu artigos acadêmicos, livros, teses e TCCs, pesquisados em Português e Inglês no Google Acadêmico, com foco em publicações dos últimos sete anos.

Os descritores escolhidos na plataforma foram: IA 'e' design gráfico; IA 'e' impactos no design; IAG; ética 'e' IA. Chegando ao total de 156.000 trabalhos encontrados. Sendo 20 selecionados com base na leitura de títulos e resumos: quinze artigos, três TCCs e dois livros.

Por fim, os trabalhos foram agrupados por afinidade temática nas categorias: (A) Inteligência artificial generativa na criação de conteúdo para redes sociais; (B) Ética aplicada à IA; (C) Impacto da IA no mercado de design gráfico. Coletando-se autores usados para o referencial teórico como mostrado no quadro 1.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

Assunto	Título	Autores
IAG na criação de conteúdo para redes sociais	Utilização da inteligência artificial no design gráfico	Carolina Garcia da Silva; Leonardo Lopes Rodrigues
	IA Como ferramenta para a área de marketing	Eleonora Soares Tavares
Ética aplicada a IA	Ética e Inteligência Artificial	Ana Cristina Bichara Garcia
	O projeto de Design e a aplicação de Inteligência Artificial: considerações sobre aspectos éticos no processo do projeto	Carolina Vaitiekunas Pizarro; Mariano Lopes Andrade Neto
	Desafios para o Design na era da Inteligência Artificial: reflexões e proposições para favorecer a ética no projeto	Carolina Vaitiekunas Pizarro
	Inteligência Artificial, empatia e inclusão: Um projeto de design	Cid Boechat, M.Sc
Impacto da IA no mercado de trabalho	O impacto da Inteligência artificial no comportamento organizacional	Samir Ibrahim Elias

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

	O impacto da inteligência artificial nas empresas: oportunidades e desafios	Cidlane Damasceno dos Santos; Cristina Barbosa do Sacramento
	Trabalho e Inteligência Artificial: Perspectivas para o mercado dentro do design gráfico	Igor de Lima Souza
	Contribuições das ferramentas de Inteligência Artificial no desenvolvimento de projetos de design	João Pedro Veloso Belfort; Mateus Marques Freitas; Anselmo Cardoso Paiva; Ivana Márcia Oliveira Maia

Quadro 1- autores usados para o referencial teórico

Fonte: Os autores (2025)

A seguir serão apresentados os resultados da Revisão Sistemática de Literatura

2.1. Resultado

Conforme Belfort et al (2024, p.2), a IAG gera conteúdo a partir de dados existentes, oferecendo ao designer colaboração dinâmica auxiliando na criação de texto, imagem, vídeo e agindo como assistente criativa, gerando possibilidades antes desconsideradas. A partir da pesquisa desenvolvida neste estudo, os autores deste artigo puderam identificar duas formas de utilização da IAG no design gráfico, integrando-a como ferramenta na metodologia do designer e como uso autônomo.

2.2. Inteligência artificial generativa na criação de conteúdo para redes sociais

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

Segundo o seu site, a Adobe (2025) adota políticas em sua IAG, como o Adobe Firefly, treinando-o com conteúdo de domínio público ou autorizado. Sendo um diferencial positivo, pois IAGs são frequentemente treinadas com conteúdo licenciado da web, o que pode gerar acesso gratuito indevido ou replicar estilos, conforme Marcos (2023, p.126). Ao estudar IA no marketing, Tavares (2023, p.40) destaca seu potencial para otimizar processos antes exclusivos de humanos.

Neste trabalho, IAG é compreendida como as ferramentas que oferecem templates, democratizando o acesso para que usuários possam gerar conteúdo via texto. Para análise, avaliou-se o website Canva (2025) e suas ferramentas de criação para mídias sociais, que oferecem vasta variedade de modelos com sugestões de texto e estilos estéticos para nichos diversos, conforme Imagem 1, gerada pelos autores via IA do Canva.

Para análise, avaliou-se o website Canva (2025) e suas ferramentas de criação para mídias sociais, que oferecem vasta variedade de modelos com sugestões de texto e estilos estéticos para nichos diversos, conforme Imagem 1, gerada pelos autores via IA do Canva.



Imagem 1 - Screenshot de templates gerados pelo Canva

Fonte: Os autores (2025)

Neste trabalho, IAG é compreendida como as ferramentas que oferecem *templates*, democratizando o acesso para que usuários possam gerar conteúdo via texto.

2.3. Ética aplicada a utilização da IA

Através do levantamento anterior, nota-se o crescente uso da IA. Com isso, surgem preocupações sobre seu uso inadequado, que segundo Boechat (2019, p.13) evidencia a necessidade de debates, sobretudo no design. Um exemplo recente de uso indevido, foi a geração de ilustrações no estilo do Studio Ghibli, via *ChatGPT*, acarretando na coleta indevida de dados para IA generativa.

Pizarro (2024, p.3) ressalta a responsabilidade do designer, não apenas em implementar novas tecnologias, mas também em humanizá-las, combatendo seu uso inadequado e os vieses inerentes, Kaufman (2022, p. 20) corrobora, alertando que a IA, ao ser alimentada com dados tendenciosos, pode perpetuar vieses e preconceitos.

Diante disso é necessário a busca por meios de regulamentar o uso da IA, como proposto no Projeto de Lei 2338/23 (Senado Federal, 2023), no qual se faz presente no *PDF* disponibilizado pelos mesmos, apontando os de maior relevância: justiça e não discriminação; Direito à privacidade e proteção de dados; Transparência e explicabilidade.

Com isso, Boechat (2019, p. 11) impõe que o designer priorize questões humanas, pois a interação com sistemas de IA pode limitar o feedback humanizado, gerando artefatos superficiais e repetitivos. Por isso, um olhar empático no processo criativo é essencial para a criação de trabalhos com maior profundidade.

2.4. Impacto da IA no mercado de design gráfico

Com a implementação da IA no design, principalmente em mídias sociais, tem gerado preocupações sobre seu impacto no mercado de trabalho (Elias, 2023, p.3). Uma pesquisa conduzida por Igor Souza (2024) com estudantes de Design Gráfico do Instituto Federal da Paraíba, para entender suas percepções sobre a IA. As 15 respostas obtidas, baseadas em 13 perguntas, das quais apenas as pertinentes são citadas, abordam empregabilidade, ocupação atual, crença na substituição de trabalhos pela IA, precarização da profissão e a relação da IA com essa precarização.

Os resultados revelaram que a maioria dos estudantes de design, ainda não estão no mercado de trabalho, com apenas um terço atuando como autônomos, a pesquisa revela

que, 13 estudantes não acreditam que a inteligência artificial substituirá seu trabalho nos próximos anos, citando a criatividade humana como um fator insubstituível.

Em relação à precarização da profissão, seis dos entrevistados a percebem, atribuindo-a à baixa remuneração e alta carga de trabalho, destes, quatro temem que a IA intensifique a precarização, enquanto, dois acreditam que, com regulamentação, a tecnologia se torne aliada na produtividade.

Segundo Damasceno e Barbosa (2025, p.13) a IA é crucial para competitividade e eficiência operacional, ressaltando Elias (2023, p.6) a importância das iniciativas de requalificação profissional, para que a tecnologia beneficie a todos.

Apesar do receio da precarização, é reconhecido o potencial da IA para otimizar entregas e agilizar processos criativos, sendo uma ferramenta democratizadora, não substituta.

3. Discussões

A análise dos artigos indica uma convergência acerca do tema do desemprego e desvalorização do design. Contudo, prevalece a visão otimista de que a Inteligência Artificial Generativa (IAG) será empregada para aumentar a produtividade sem substituir o trabalho humano.

É crucial que o desenvolvimento profissional acompanhe essa evolução, exigindo adaptação a novos meios, e conscientização sobre o uso indevido da tecnologia. O designer deve utilizar as IAG de forma consciente, como apoio ao seu processo, mantendo o domínio técnico, sendo vista, portanto, como ferramenta auxiliar para os profissionais da área.

4. Conclusão

Como conclusão da análise dos trabalhos selecionados, através da utilização do método PRISMA, garantiu uma coleta direcionada e compreensão da temática. embora haja incertezas sobre o futuro da profissão, a análise de autores como Boechat (2019), Pizarro (2024) e Kaufman (2022) sugere um futuro promissor, com a IA atuando como ferramenta auxiliadora. As regulamentações do Senado Federal (2023) visam promover

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

a equidade e a transparência, criando um ambiente favorável para a coexistência entre IA e sociedade. O resumo visa contribuir para a discussão sobre o uso da IA no design, ética, implementação e otimização do processo criativo.

REFERÊNCIAS

ADOBE. **Firefly: IA generativa criativa**. [S. l.: s. n.], [2023]. Disponível em: <https://www.adobe.com/products/firefly.html>. Acesso em: 30 jul. 2025.

BECCARI, Marcos N.; KUSSLER, Leonardo Marques; OLIVEIRA, João Victor Diehl de. Imagens [de]generativas: o ensino de artes visuais e design gráfico face à inteligência artificial. **Scias: Educação Comunicação e Tecnologia**, Belo Horizonte, v. 5, n. 2, p. 124-141, 31 dez. 2023. Jul./Dez. 2023. Disponível em: <https://tinyurl.com/38ctcakk>. Acesso em: 24 jul. 2025.

BELFORT, João Pedro Veloso et al. Contribuições das ferramentas de Inteligência Artificial no desenvolvimento de projetos de design. **PPG Design Caderno Científico**, Manaus, p. 1-16, 2024. DOI: <https://doi.org/10.29327/5457226.1-368>. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/cadernoppgd/article/view/17011>. Acesso em: 04 ago. 2025.

BOECHAT, Cid. Inteligência Artificial, empatia e inclusão: um problema de design. *Ergodesign & Hci*. **Revista Ergodesign e HCI**, [S.L.] v. 7, n. Especial, p. 51-63, dez. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.22570/ergodesignhci.v7iespecial.1306>. Disponível em: <https://periodicos.puc-rio.br/revistaergodesign-hci/article/view/1306>. Acesso em: 04 ago. 2025.

Brasil. **Projeto de Lei nº 2338, de 2023**: Dispõe sobre o uso da Inteligência Artificial. Plenário do Senado Federal (Secretaria Legislativa do Senado Federal). Brasília, DF, 2023. Disponível em: https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233#tramitacao_10494842. Acesso em: 01 ago. 2025.

ELIAS, Samir Ibrahim. O impacto da inteligência artificial no comportamento organizacional. *Revista Ilustração*, [S.L.], v. 4, n. 3, p. 33-39, 25 set. 2023. **Editora Ilustração**. <http://dx.doi.org/10.46550/ilustracao.v4i3.176>. Disponível em: <https://journal.editorailustracao.com.br/index.php/ilustracao/article/view/176>. Acesso em: 04 ago. 2025.

GALVÃO, Taís Freire; PANSANI, Thais de Souza Andrade; HARRAD, David. Principais itens para relatar Revisões sistemáticas e Meta-análises: a recomendação prisma. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, [S.L.], v. 24, n. 2, p. 335-342, jun. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.5123/s1679-49742015000200017>.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

GARCIA, Ana Cristina Bicharra. Ética e inteligência artificial. **Computação Brasil**, [S. l.], n. 43, p. 14-22, 2020. DOI: 10.5753/compbr.2020.43.1791. Disponível em: <https://journals-sol.sbc.org.br/index.php/comp-br/article/view/1791>. Acesso em: 5 ago. 2025.

JOSÉ, Suaiden Emir. KAUFMAN, Dora. Desmistificando a inteligência artificial. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, [S.L.], v. 15, n. 2, p. 609-610, 22 ago. 2022. Maio-Ago. 2022. Biblioteca Central da UNB. <http://dx.doi.org/10.26512/rici.v15.n2.2022.44068>.

PIZARRO, Carolina Vaitiekunas; ANDRADE NETO, Mariano Lopes. O projeto de Design e a aplicação de Inteligência Artificial: considerações sobre aspectos éticos no processo de projeto, In: 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design., 2022, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Blucher, 2022. p. 2518-2535.

PIZARRO, Carolina Vaitiekunas. Desafios para o Design na era da Inteligência Artificial: reflexões e proposições para favorecer a ética no projeto. **Cuadernos del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación**, [s. l], v. 27, n. 225, p. 45-60, 2024. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9684615>. Acesso em: 04 ago 2025.

SANTOS, Cidlane Damasceno dos; SACRAMENTO, Cristina Barbosa do; MEDEIROS, Lea Maria Bomfim Andrade. **O impacto da inteligência artificial nas empresas: oportunidades e desafios**. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (MBA em Finanças Corporativas, Mercados Financeiros e Finance Intelligence) – Universidade Católica do Salvador, Salvador, 2025.

SILVA, Carolina Garcia da; RODRIGUES, Leonardo Lopes. **Utilização da inteligência artificial no design gráfico**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Tecnologia da Informação) – Faculdade de Tecnologia de Assis, São Paulo, 2024.

SOUZA, Igor de lima. **Trabalho e Inteligência Artificial**: Perspectiva para o mercado dentro do design gráfico. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Cabedelo, 2024.

TAVARES, Eleonara Soares. **IA como ferramenta para área de Marketing**. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Amazonas, Parintins, 2025.