

 <https://doi.org/10.61917/3086-2833.2026.41>

Lookbook experimental: a inteligência artificial como ferramenta de coautoria no ensino de *Design* de Moda

Paulo Tavares Guimarães
pauloguimaraes@pe.senac.br
Faculdade Senac PE

Resumo

O presente artigo relata a experiência pedagógica *Lookbook* experimental, desenvolvida com alunos do curso de *Design* de Moda da Faculdade Senac Pernambuco. O objetivo foi investigar o uso da inteligência artificial generativa como ferramenta para transpor croquis manuais em imagens fotorrealistas, superando limitações financeiras e logísticas comuns à produção de moda acadêmica. A metodologia envolveu a criação de coleções autorais, seguida de intervenções práticas sobre engenharia de *prompts* e uso de plataformas multimodais (ChatGPT e Gemini) para geração de imagens *image-to-image*. Os resultados demonstraram um salto qualitativo na apresentação visual dos projetos e o desenvolvimento de marcas formativas essenciais, como autonomia digital e visão crítica. Conclui-se que a IA atua como coautora eficaz, permitindo aos discentes simular cenários de mercado e profissionalizar seus portfólios.

Palavras-chave: *design* de moda; inteligência artificial; *lookbook*; ensino de moda; processo criativo.

1 Introdução

A moda contemporânea transcende a materialidade do vestuário; ela se estabelece, primordialmente, como um fenômeno de comunicação visual. Nesse cenário, o *lookbook* atua como uma ferramenta estratégica indispensável, servindo como a ponte narrativa entre a coleção desenvolvida pelo *designer* e a percepção de valor pelo consumidor. Para que essa comunicação seja eficaz, o mercado exige imagens que evoquem desejo, situando o produto em cenários e corpos que dialoguem com o “espírito do tempo”. No entanto, alcançar a qualidade estética e a verossimilhança exigidas pela indústria profissional impõe barreiras técnicas e financeiras significativas, especialmente no ambiente de formação acadêmica.



Esta obra está licenciada sob uma licença Creative Commons
- Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional.

No contexto do ensino superior de *Design* de Moda, os estudantes frequentemente se deparam com um descompasso entre a criatividade de seus projetos e a viabilidade de sua apresentação final. Embora o croqui e o desenho manual sejam fundamentais para a gênese criativa e o desenvolvimento técnico da roupa, eles muitas vezes não possuem a força comunicacional necessária para simular a realidade de um *lookbook* comercial. A produção de editoriais fotográficos com modelos humanos e locações reais – padrão ouro do mercado – esbarra na escassez de orçamento e nos prazos exíguos do calendário acadêmico, limitando a capacidade do aluno de visualizar e comunicar sua coleção em sua plenitude.

Diante deste desafio, este artigo apresenta o relato de experiência do projeto *Lookbook Experimental*, desenvolvido com discentes do 4º módulo do curso de *Design* de Moda da Faculdade Senac Pernambuco, na unidade curricular de Linguagem para Projetos de Comunicação, no primeiro semestre de 2025. A proposta buscou investigar o potencial da inteligência artificial (IA) generativa como ferramenta de coautoria, permitindo a transposição dos croquis autorais manuais para imagens hiper-realistas. O objetivo deste trabalho é descrever como a integração entre o traço manual e a engenharia de *prompts* possibilitou aos alunos superar limitações produtivas, criando um espaço de experimentação visual onde o imaginário do desenho encontra a simulação da realidade.

2 Fundamentação teórica

2.1 O desenho manual: do traço à cognição

No processo de *design* de moda, o desenho não atua apenas como um meio de representação gráfica, mas constitui uma ferramenta cognitiva essencial. Segundo Pallasmaa (2013), em sua obra *A mão que pensa*, existe uma conexão intrínseca e misteriosa entre a mão e o cérebro; o ato de desenhar permite que o *designer* “pense” por meio do traço, materializando intenções, dúvidas e soluções que ainda não existem no plano verbal.

Nesse sentido, o croqui manual desenvolvido pelos estudantes no início do projeto não deve ser visto como uma etapa obsoleta diante da tecnologia, mas como o momento da “reflexão na ação”, conceito proposto por Schön (2000). É no esboço

tátil, com lápis e papel, que o estudante dialoga com a forma, o caimento e a identidade da coleção. Sem essa etapa prévia de ideação manual, o uso de ferramentas tecnológicas corre o risco de se tornar um exercício vazio de geração de imagens, desprovido de conceito e intencionalidade projetual.

2.2 O *lookbook* como narrativa visual e ferramenta de mercado

Diferentemente do catálogo técnico, cuja função primária é a venda direta e a descrição detalhada de produtos, o *lookbook* configura-se como uma ferramenta de comunicação estratégica focada na construção de imagem de marca (*branding*). Segundo Posner (2015), o *lookbook* é o suporte responsável por traduzir o conceito abstrato de uma coleção em uma narrativa visual tangível, servindo como material essencial para imprensa, compradores e consumidores, situando-os no universo estético proposto pelo *designer*.

No mercado de moda atual, impulsionado pela velocidade das redes sociais, esta ferramenta atua como o principal ponto de contato visual entre a marca e o público. Como aponta Treptow (2013), a imagem de moda não vende apenas a roupa, mas o “estilo de vida” e os valores associados a ela. Para que essa comunicação seja efetiva, exige-se uma qualidade imagética que simule a realidade de uso, com iluminação, cenografia e *styling* adequados. É justamente nesta exigência de mercado que reside o desafio acadêmico: como ensinar o aluno a produzir esse material de alto nível profissional sem os recursos de uma grande produção fotográfica?

2.3 A inteligência artificial como intérprete visual

Diante do hiato estabelecido entre a subjetividade do croqui manual e a exigência de hiper-realismo do *lookbook* comercial, a inteligência artificial generativa (IAG) surge neste projeto não como substituta do criador, mas como uma ferramenta de “prototipagem visual” avançada. Diferentemente da fotografia tradicional, que captura o real, a IA opera na criação de simulacros baseados em dados (Manovich, 2021).

No contexto educacional proposto, a tecnologia atuou como uma ponte. Ao utilizar algoritmos de *image-to-image* (em que uma imagem base guia a geração da nova imagem), a IA permitiu que a essência do traço manual descrita por Pallasmaa (2013) ganhasse a textura, a iluminação e a atmosfera exigidas pelo mercado de moda. Dessa forma, a ferramenta democratiza o acesso a imagens de alto padrão estético para estudantes, permitindo que eles visualizem suas criações com a verossimilhança de um editorial de moda, sem os altos custos de uma produção física.

3 Metodologia

O presente relato descreve uma experiência pedagógica de natureza qualitativa e exploratória, realizada na Faculdade Senac Pernambuco. A atividade foi conduzida junto aos discentes do 4º módulo do curso superior de Tecnologia em *Design* de Moda, durante a disciplina de Linguagem para Projetos de Comunicação, no encerramento do primeiro semestre letivo de 2025.

A disciplina, com enfoque na interseção entre moda e *design* gráfico editorial, propôs o desenvolvimento de um *lookbook* digital. A metodologia foi estruturada em três etapas distintas: concepção analógica, intervenção pedagógica tecnológica e execução via inteligência artificial.

3.1 Concepção analógica: o projeto de coleção

Na primeira fase, os estudantes foram desafiados a desenvolver um projeto de coleção cápsula voltado para marcas locais de moda, composto por uma média de 10 peças (*looks*). A exigência inicial pautou-se no desenvolvimento manual: pesquisa de tendências, definição de público-alvo, resultando na elaboração dos croquis desenhados à mão. Esta etapa garantiu que a autoria criativa e as definições de silhueta, caimento e identidade da marca fossem estabelecidas pelo aluno por meio do traço, antes de qualquer interferência algorítmica.

3.2 Intervenção pedagógica: o desafio da comunicação

Após a finalização dos croquis, identificou-se um hiato comunicacional: embora tecnicamente corretos, os desenhos manuais não transmitiam a “atmosfera comercial” e o realismo fotográfico necessários para um *lookbook* de mercado.

Para solucionar essa questão, foi introduzida a utilização de inteligência artificial generativa. A intervenção docente ocorreu por meio de aulas expositivas-dialogadas e demonstrações práticas. O professor realizou testes em tempo real, projetando a tela e construindo a imagem passo a passo junto com a turma, utilizando as ferramentas ChatGPT e Gemini. A escolha dessas plataformas justificou-se pela sua capacidade multimodal e acessibilidade.

3.3 Engenharia de *prompt* e técnica *image-to-image*

A fase de execução técnica focou no letramento digital dos alunos para a “engenharia de *prompt*”. O processo de transposição do desenho para a imagem realista seguiu um fluxo específico:

- *upload* do croqui (*image-to-image*): os alunos utilizaram a função de reconhecimento de imagem das plataformas, subindo a foto do croqui manual como referência estrutural (guia de pose e proporção);
- estruturação do *prompt*: os discentes aprenderam a converter elementos visuais em descrições textuais detalhadas. Foi necessário descrever texturas de tecidos, tipos de iluminação (ex: *studio lighting*, *golden hour*), características físicas do modelo e o cenário, solicitando que a IA mantivesse a fidelidade ao desenho enviado;
- refinamento: por meio de iterações sucessivas no ChatGPT e no Gemini, os alunos ajustavam os parâmetros até que o resultado alcançasse o equilíbrio entre o realismo fotográfico e a fidelidade ao *design* original da peça.

4 Resultados e discussão

A aplicação da proposta pedagógica resultou na entrega de *lookbooks* digitais com qualidade estética significativamente superior àquela usualmente obtida apenas com técnicas de ilustração manual ou colagens digitais simples. A observação docente e o feedback discente durante o processo revelaram três dimensões principais de análise: o impacto visual, os desafios técnicos e a reconfiguração do papel do *designer*.

4.1 Da ilustração à fotografia: o salto qualitativo

O primeiro resultado observável foi a mudança na percepção de valor do próprio trabalho pelos alunos. Ao verem seus croquis manuais, muitas vezes limitados pela habilidade de desenho individual, transformados em imagens fotorrealistas, os discentes relataram uma sensação de profissionalização imediata.

A inteligência artificial conseguiu interpretar a volumetria e o caimento sugeridos no traço, aplicando texturas de tecidos complexos (como *jeans*, seda ou couro) e iluminação de estúdio que seriam difíceis de renderizar manualmente em curto prazo. A Figura 1 ilustra esse processo comparativo, demonstrando como a IA preservou a pose e a silhueta original, mas adicionou a camada de verossimilhança necessária ao mercado.

Figura 1 – Comparativo do processo criativo. À esquerda, o croqui desenvolvido pelo aluno; à direita, a imagem final gerada pela IA simulando fotografia de moda



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.2 Alucinações e o desafio do controle

Apesar do êxito visual, o processo não foi isento de falhas, tecnicamente chamadas de “alucinações” da IA. Observou-se que, embora a atmosfera geral da imagem fosse excelente, a ferramenta frequentemente reinterpretava detalhes técnicos específicos da roupa. Houve casos em que a IA alterou tipos de golas, ignorou estamparias específicas desenhadas à mão ou criou anomalias anatômicas (principalmente em mãos e rostos). Isso exigiu dos alunos uma postura crítica e iterativa: eles precisaram voltar ao *prompt*, refinar a descrição textual ou editar a imagem novamente, reforçando a ideia de que a IA não é “mágica”, mas uma ferramenta que exige direção técnica precisa.

Figura 2 – “Alucinações” da IA. Demonstração de detalhes da imagem que a IA interpretou de maneira diferente ao do desenho manual



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

4.3 O *designer* como diretor criativo

A discussão final recai sobre a mudança de competência. O aluno de moda, neste contexto, deixou de ser apenas o “executor do desenho” para se tornar um “diretor criativo”. A atividade exigiu que eles desenvolvessem vocabulário técnico para descrever luz, cenografia e fotografia (termos como *bokeh*, *golden hour*, *high fashion* editorial), conectando áreas do conhecimento que muitas vezes ficam separadas na grade curricular. O resultado final comprova que a tecnologia, quando guiada por uma base conceitual sólida (o projeto de coleção prévio), amplifica a capacidade criativa em vez de substituí-la.

5. Considerações finais

A experiência vivenciada no projeto *Lookbook* Experimental demonstrou que a integração entre o ensino tradicional de moda e as tecnologias de inteligência artificial generativa não é apenas viável, mas necessária para a atualização das práticas

pedagógicas. O uso da IA como ferramenta de coautoria permitiu superar barreiras produtivas históricas no ambiente acadêmico – como a falta de orçamento para produções fotográficas e a escassez de tempo –, democratizando o acesso a portfólios visuais de alto nível.

Mais do que o resultado estético, a atividade evidenciou o desenvolvimento de competências alinhadas diretamente às Marcas Formativas Senac, que buscam diferenciar o egresso no mundo do trabalho. Destacam-se, nesta vivência, três marcas principais:

- autonomia digital: ao dominarem a engenharia de *prompts* e navegarem entre plataformas multimodais (ChatGPT e Gemini), os alunos transitaram de consumidores passivos de tecnologia para produtores ativos, evidenciando fluência no uso de ferramentas digitais contemporâneas;
- criatividade e atitude empreendedora: a solução encontrada para a produção do *lookbook* – contornando a restrição orçamentária por meio da inovação tecnológica – reflete a capacidade de buscar soluções originais e viáveis para problemas reais de mercado;
- visão crítica: o processo de curadoria das imagens geradas, em que o aluno precisou identificar e corrigir as “alucinações” da IA para garantir a fidelidade ao *design* original, exigiu um olhar analítico apurado, indo além da aceitação automática do resultado algorítmico.

Conclui-se, portanto, que a inteligência artificial, quando mediada por uma metodologia que valoriza a autoria humana (o desenho manual), não ameaça a criatividade do *designer*, mas a potencializa. Para trabalhos futuros, sugere-se a expansão desta prática para outras etapas da cadeia de moda, como a prototipagem de estampas e vitrinismo virtual, consolidando o letramento em IA como componente curricular indispensável na formação do *designer* de moda do futuro.

Referências

MANOVICH, Lev. **Artificial Aesthetics**: A Critical Guide to AI, Media and Design. [S.l.]: The Author, 2021. Disponível em: <http://manovich.net/index.php/projects/artificial-aesthetics>. Acesso em: 11 dez. 2025.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

PALLASMAA, Juhani. **As mãos inteligentes**: a sabedoria existencial e corporalizada na Arquitetura. Porto Alegre: Bookman, 2013.

POSNER, Harriet. **Marketing de moda**. 2. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

SCHÖN, Donald A. **Educando o profissional reflexivo**: um novo design para o ensino e a aprendizagem. Porto Alegre: Artmed, 2003.

SENAC. DN. **Diretrizes do Modelo Pedagógico Senac**. Rio de Janeiro: Senac Departamento Nacional, 2024. Disponível em: <http://www.extranet.senac.br/modelopedagogicosenac/>. Acesso em: 11 dez. 2025.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 5. ed. Brusque: Doris Treptow, 2013.