



ESPECIAL

Os Criativos do Futuro

Como a inteligência artificial está
redesenhando a indústria criativa no
Brasil, a partir das vozes de quem faz

Relatório da série de entrevistas do
projeto "Futuros Criativos"

1ª Edição - 2025

reglab
centro de estratégia
& regulação

Sobre o Reglab

Somos um centro de pesquisa privado especializado no setor de mídia e tecnologia, que auxilia empresas, associações e formuladores de políticas a tomarem decisões estratégicas baseadas em dados e evidências.

Saiba mais em www.reglab.com.br

Expediente

Diretor Executivo: Pedro Henrique Ramos

Diretora de Pesquisa: Marina Gonçalves Garrote

Autoras: Larissa Camargo e Natália Ribeiro

Pesquisadoras: Larissa Camargo e Nayara Queiroz

Citação Sugerida: CAMARGO, L.; RIBEIRO, N. **Os Criativos do Futuro: como a inteligência artificial está redesenhando a indústria criativa no Brasil, a partir das vozes de quem faz.** São Paulo: Reglab, 2026.

Introdução	4
Metodologia: a amostragem de casos extremos	5
Resultados	6
A trajetória de adoção: alguns profissionais da indústria criativa chegaram antes no mundo da IA	6
Onde a IA entra no processo criativo?	10
O que a Inteligência Artificial permite fazer hoje que antes era difícil ou impossível?	15
Os principais desafios, limitações e preocupações do uso da IA no trabalho criativo	18
Autoria e responsabilidade na criação com IA	22
Perspectivas sobre o futuro do trabalho criativo com IA	27
Análise e comentários	32
Conclusão	34
Anexo de Metodologia Reglab	36

Introdução

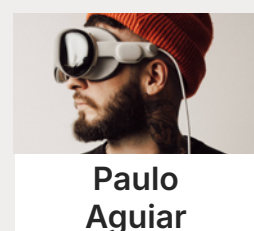
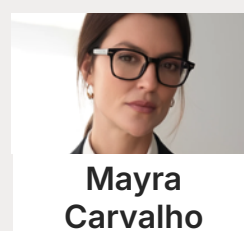
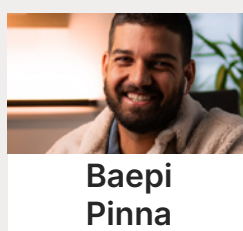
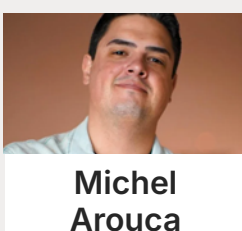
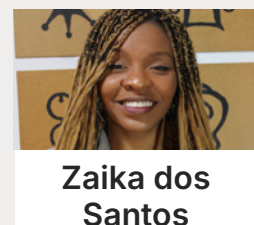
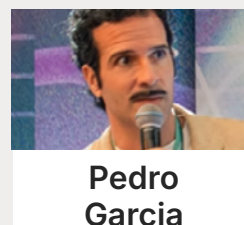
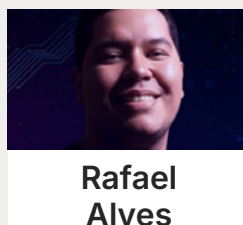
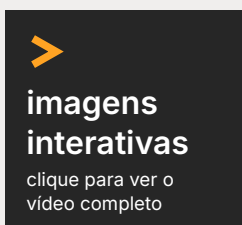
O relatório Futuros Criativos: Como a Inteligência Artificial está transformando a indústria criativa no Brasil ([Garrote; Ribeiro; Pimenta, 2025](#)) sistematizou evidências para mapear tendências e percepções emergentes sobre a adoção de Inteligência Artificial Generativa (IAG) na indústria criativa. No recorte observado, os dados sugerem expansão do uso dessas ferramentas em diferentes etapas do trabalho criativo, ainda que em ritmos distintos entre subsetores.

Os dados indicam que, em grande parte dos subsetores criativos, a IA tem operado de forma predominantemente *augmentativa*, ampliando capacidades produtivas, acelerando fluxos de trabalho e criando novas possibilidades estéticas e econômicas.

Ao mesmo tempo, os efeitos da IAG dependem do contexto de adoção e de condições como capacitação, tempo de aprendizagem, infraestrutura tecnológica e acesso, além de levantar tensões sobre autoria, especialização profissional e distribuição de benefícios no ecossistema criativo.

Este relatório integra a série *Os Criativos do Futuro*, **projeto multimídia baseado em entrevistas em vídeo, e apresenta um recorte complementar, concentrando-se em trajetórias de profissionais que incorporaram a IA de forma intensiva em seus processos**. Ao observar percursos específicos, é possível identificar como a tecnologia é apropriada no cotidiano e quais condições parecem habilitar esse tipo de adoção.

Os vídeos estão disponíveis no perfil de Instagram do Reglab.



Este documento consiste em uma sistematização das entrevistas realizadas, reunindo trechos selecionados das falas dos participantes e organizando-os em torno de eixos analíticos comuns.

Metodologia: a amostragem de casos extremos

Nas pesquisas do Reglab, nenhuma coleta e análise de dados é feita sem cuidado e rigor metodológico. A escolha dos profissionais entrevistados foi baseada na estratégia de **amostragem por casos extremos** (*extreme case sampling*), uma técnica de amostragem intencional utilizada em pesquisas qualitativas para examinar situações nas quais um fenômeno aparece de forma especialmente intensa, reveladora ou exemplar.

A partir disso, a pesquisa selecionou profissionais que já incorporaram a IA de maneira avançada em seus trabalhos, justamente porque esses casos permitem observar com maior nitidez as condições, competências, oportunidades e tensões associadas à adoção da tecnologia. As entrevistas exploraram os seguintes temas:

- usos da IA na criação artística, cultural e pedagógica;
- mudanças nos processos de trabalho e colaboração com tecnologia;
- desafios técnicos, éticos e autorais associados a esse novo cenário.

Os casos extremos funcionam como uma lente para identificar hipóteses sobre o futuro da criação com IA. Eles ajudam a investigar se elementos como repertório criativo, letramento digital, acesso a ferramentas e capacidade de curadoria são apenas atributos individuais de profissionais muito específicos ou se podem ser desenvolvidos, distribuídos e fomentados por políticas públicas, iniciativas educacionais e estratégias setoriais.

Essa técnica permite deslocar a discussão de uma oposição abstrata entre “IA contra artistas” e “IA a favor da criatividade” para uma pergunta mais concreta: sob quais condições a IA pode ampliar oportunidades criativas, e para quem?

Por se tratar de uma amostra intencional, os resultados não são generalizáveis para toda a indústria criativa. Ainda assim, oferecem um recorte para compreender possibilidades emergentes, limites práticos e condições de adoção que podem orientar pesquisas futuras e debates sobre formação, inclusão produtiva e políticas para o setor criativo.

Resultados

A trajetória de adoção: alguns profissionais da indústria criativa chegaram antes no mundo da IA

Ao serem perguntados sobre quando começaram a utilizar Inteligência Artificial e em qual contexto, os entrevistados descrevem trajetórias variadas, mas com um ponto em comum: a adoção aparece ligada a curiosidade tecnológica, necessidade prática ou formação prévia, muitas vezes antes do tema se tornar *mainstream* no mercado brasileiro.

Mayra Carvalho - Designer; direção criativa com IA

Mayra tem uma trajetória longa no design, começando no editorial impresso e migrando gradualmente para o digital. Ela mesma se descreve como muito curiosa e sempre atenta a novidades tecnológicas.

Essa curiosidade aparece como traço constante da carreira: blog, redes sociais, marketing digital, conteúdo, e depois IA.

O lançamento do Chat GPT aparece como um momento de tensão. Ela relata medo inicial de substituição profissional, semelhante ao sentimento generalizado do mercado, porém, decidiu tomar uma decisão estratégica ao incorporar a ferramenta em seu trabalho.

"E aí 2023 veio o lançamento do Chat GPT, foi aquele boom, né? ... eu parei e pensei, eu preciso ver o copinho meio cheio, aproveitar que eu comecei antes e sair na frente. Aí eu coloquei a minha energia 100% nisso e eu tô aqui até hoje."

Rafael Alves - Professor de História; criador do projeto "IA afro-indígena: recriando narrativas e heróis"

Rafael começou a usar IA em 2022 como forma de atualização profissional e para destravar ideias e ampliar recursos didáticos em sala de aula, especialmente na reconstrução de representações históricas pouco documentadas. Como professor de História, viu a oportunidade de se atualizar e usar o que havia de mais moderno naquele momento, quando ouviu que a "inteligência artificial estava vindo com tudo para o ano de 2023".

Zaika dos Santos - Cientista de dados, designer e multiartista

No caso de Zaika, a IA não aparece como novidade disruptiva, mas como continuidade de um percurso técnico: a adoção precoce é associada a letramento em dados e formação formal em IA. Ela começou a usar IA muito cedo, porque já estudava ciência de dados e inteligência artificial.

Diferente de outras pessoas, para ela a IA não foi uma novidade radical, mas algo que se encaixou naturalmente no que já fazia. Como já conhecia programação, dados e automação, Zaika não estranhou as novas ferramentas de IA, tratando-as como articulação de narrativas.

Baepi Pinna - Roteirista e diretor de publicidade e fotografia

Baepi descreve um processo de adoção precoce influenciado por sua rede próxima, especialmente seu sócio, que já acompanhava de perto o desenvolvimento de ferramentas de IA e que, inclusive, lhe apresentou o Chat GPT e por uma leitura estratégica de mercado. Em sua percepção, poucos profissionais do audiovisual no Brasil estavam atentos ao tema no início, e a IA surgiu como oportunidade em um contexto de reorganização pós-pandemia.

Ele já atuava no mercado audiovisual e publicitário antes da adoção de IA, e sua entrada nesse universo ocorreu justamente no período pós-pandemia, quando houve redução significativa de equipes e questionamentos sobre os custos das produções.

"Eu já estava no mercado audiovisual há bastante tempo, sempre trabalhando com publicidade, cinema, set, equipe grande... E aí, principalmente no pós-pandemia, a gente começou a ter uma redução

muito grande de equipe e de orçamento. Foi nesse momento que a inteligência artificial começou a entrar mais forte na minha vida profissional. Eu tive a sorte de ter um sócio que já estava olhando para isso antes, que já vinha acompanhando essas ferramentas, e meio que me puxou para esse universo. No começo, praticamente ninguém no mercado de finalização aqui no Brasil estava falando sobre isso (...). Para mim, a IA entrou muito mais pela questão da viabilidade. No mercado publicitário, o que mais pesa é dinheiro. Muitas vezes não é nem velocidade ou estética, é custo. A IA passou a viabilizar projetos que antes simplesmente não saíam do papel. Eu não acho que a IA faz algo que o cinema já não fazia antes. O grande diferencial é que ela torna isso mais acessível. Mais gente consegue criar, testar ideias, mostrar projetos (...) isso muda completamente o jogo.”

Paulo Aguiar - Cofundador do CR_IA; criador de conteúdo e educador

Paulo relata que sempre teve o hábito de experimentar ferramentas novas para criar na sua trajetória profissional corporativa no “mundo da criatividade”, em agência de publicidade e no marketing. A adoção da IA se consolida a partir de um momento específico que ele descreve como uma “virada de chave”. Esse ponto ocorre quando passa a combinar diferentes ferramentas, especialmente o Chat GPT, o Midjourney, Dall-e e soluções de vídeo, e percebe o surgimento de uma nova forma de criar.

Rapidamente ele entendeu que, com as ferramentas de IA generativa, “esse é o futuro da forma como a gente materializa nossas ideias”.

Pedro Garcia - Artista visual, diretor de criação e educador de IA

Pedro conecta a adoção à autonomia criativa e à possibilidade de materializar ideias que antes dependiam de orçamento e intermediários, além de usar a IA como ferramenta de experimentação e ensino.

“O ‘Cartê Bressão’ surgiu como um projeto que eu comecei a desenvolver depois que voltei a morar no Rio (...). Durante o Carnaval, eu

me fantasiei de fotógrafo (...) aquilo me deu uma liberdade muito grande para experimentar com a câmera no meio do bloco. A partir daí, esse projeto foi ganhando vida própria. Eu acho interessante esse paralelo do Carnaval com a inteligência artificial, porque, da mesma forma que o Carnaval me permitiu sair de uma visão limitada do que eu podia fazer, eu enxergo a IA como uma ferramenta que amplia a capacidade de expressão (...) e, no fundo, de como a gente pode se enxergar através do que a gente produz. Quando começaram a surgir essas ferramentas de IA, eu tive naturalmente vontade de experimentar como uma evolução desse trabalho de fotografia de rua. (...) Eu fui percebendo a potência dessas ferramentas de enxergar o mundo de maneiras diferentes, de abrir outras possibilidades de criação, de linguagem e de expressão."

Michel Arouca - Produtor e comunicador; audiovisual

Michel já está inserido no audiovisual e na cultura pop há muitos anos, com atuação como colunista, apresentador e produtor. Atua no mercado audiovisual, com produtora própria e está envolvido em projetos audiovisuais que incorporam IA.

Michel deixa claro que sua principal motivação no uso de IA é a expansão: fazer coisas que antes eram inviáveis.

Sobre a motivação de experimentar com IA, Michel relata:

"A gente sente que existem possibilidades de aumentar, de expandir (...). A gente não queria, de forma alguma, substituir humanos por IA. A gente queria encontrar possibilidades onde a gente pudesse crescer como empresa, onde a gente pudesse gerar novas oportunidades e ir para lugares onde atualmente a gente não trabalha. Foi isso que aconteceu. Então, nós contratamos artistas para fazer todo o trabalho manual de storyboard, de criação do zero (...) e nós estamos agora fazendo uma parceria com algumas marcas e algumas instituições que têm essa demanda. A gente encara isso como uma forma de fazer algo que seria inviável de fazer até então fora da inteligência artificial. Então, é muito

uma questão de expansão (...). A gente não encarou a nossa empreitada em IA como algo onde a gente pudesse economizar, tanto em termos de dinheiro como de funcionários. Pelo contrário, a gente falou: 'cara, a gente só vai fazer se for possível expandir'. E foi o que a gente conseguiu. A gente encontrou esse caminho."

Onde a IA entra no processo criativo?

Ao serem perguntados sobre como a IA entra no trabalho cotidiano, e no processo criativo, na prática, os entrevistados descrevem usos que variam do apoio pontual à integração transversal em todo o processo: desde a fase de ideação à produção, passando por prototipação, curadoria e comunicação de ideias.

Em comum, aparece a percepção de que a IA não substitui a intenção criativa, mas reorganiza fluxos, amplia possibilidades e altera a forma de materializar ideias.

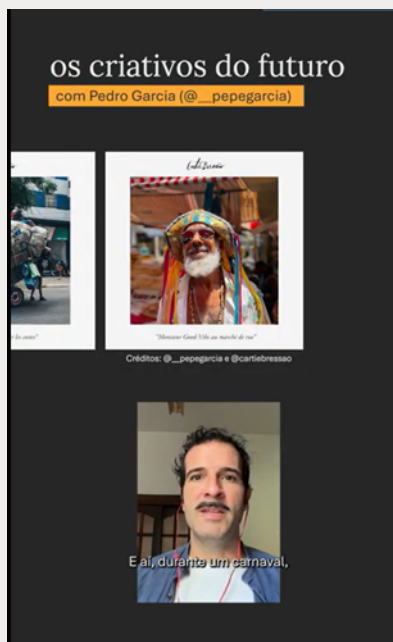


Imagem 01 - Trecho da entrevista com Pedro Garcia

Para **Pedro Garcia**, a Inteligência Artificial é utilizada como uma plataforma de experimentação criativa, integrada desde o início do processo. A partir de sua trajetória na fotografia de rua, Pedro passa a explorar a IA como continuidade dessa prática experimental, utilizando a ferramenta para criar imagens e desenvolver séries autorais, como no projeto dos Carnavais Artificiais.

A IA entra como meio pelo qual os próprios projetos são concebidos e desenvolvidos. Pedro utiliza a tecnologia para testar composições, personagens, atmosferas e narrativas visuais, ampliando a lógica do acaso e da observação que já estavam presentes em sua fotografia.

O uso da IA, para Pedro, está ligado à ideia de autonomia criativa: ao transformar a ferramenta em um ambiente próprio de experimentação, ele consegue materializar ideias

de forma independente, sem a necessidade de estruturas complexas, equipes extensas ou orçamentos elevados.

“Foi uma coisa que eu fui conduzindo naturalmente, guiado por essa curiosidade. E acho que teve também uma coisa do processo que se mostrou muito parecida com a fotografia de rua para mim, que é esse diálogo com o acaso. Porque todas essas ferramentas de IA generativa, de uma certa maneira, é como se a gente estivesse criando com uma ferramenta que tem alma, ou que tem uma opinião. E eu acho que isso é muito parecido com a fotografia de rua, no sentido de que eu estou ali dialogando com a rua, não tenho como prever o que vai acontecer (...) É um pouco como essa possibilidade de estar aberto para o que aparece. E isso eu consegui colocar nessas ferramentas de IA. E hoje continua sendo muito assim, apesar de já termos tido muita evolução nessas ferramentas, principalmente no que diz respeito ao controle (...) ainda existe um componente do acaso. Porque, como eu falei, é como se a ferramenta te desse alguma coisa. E eu fui percebendo também que é justamente através desse diálogo e dessas muitas decisões que vão sendo tomadas que eu sinto que consegue se materializar a minha identidade — ou a identidade de quem está se propondo a criar algo com ferramentas como essas.”

Para **Rafael Alves**, o uso da IA se dá principalmente no campo pedagógico e didático, integrado ao planejamento de aulas e à construção de materiais educativos. A IA é aplicada para gerar imagens, narrativas e representações históricas que não estão disponíveis em acervos tradicionais, especialmente no ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena.

Nesse contexto, a tecnologia entra como ferramenta de apoio ao aprendizado, acompanhada de mediação crítica, transparência sobre o uso e discussão com os alunos sobre processos de criação utilizando ferramentas de IA generativa.

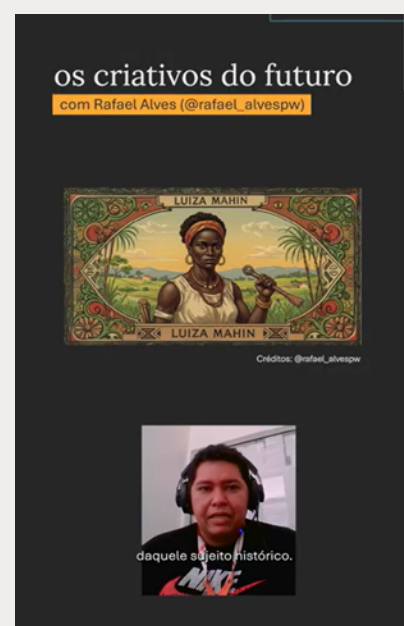


Imagem 02 - Trecho da entrevista com Rafael Alves

Para **Zaika dos Santos**, a Inteligência Artificial atravessa o processo criativo de forma estrutural, sem separação rígida entre etapas como pesquisa, concepção, produção e exibição.

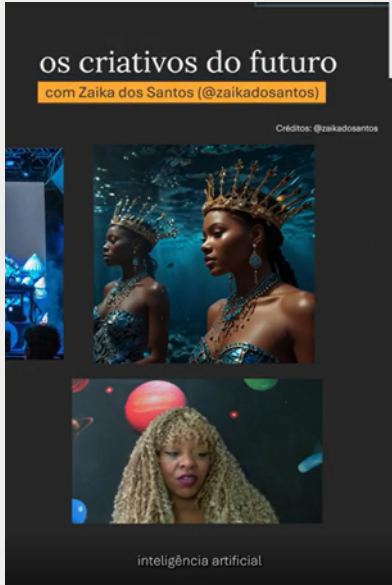


Imagem 03 - Trecho da entrevista com Zaika dos Santos

Na criação artística, a IA vai da confabulação de imaginários - construção especulativa de passados, presentes e futuros - até obras complexas como instalações site-specific, performances e ambientes imersivos.

A IA se manifesta também na dimensão corporal e performática. Zaika usa tecnologias de geração e manipulação de imagem, incorporando o corpo como elemento central da narrativa.

A IA atua ainda na acessibilidade e inclusão.

Zaika associa arte digital e sistemas interativos à ampliação do acesso para pessoas com deficiência, neurodivergentes e públicos excluídos dos espaços artísticos convencionais. Suas obras convidam à interação, imersão e participação ativa.

No processo criativo de Zaika a IA é um campo de experimentação crítica, que permite operar simultaneamente em múltiplas camadas sem a necessidade de escolher um único domínio de atuação.

No trabalho de **Baepi Pinna**, a IA entra de forma estratégica na viabilização de projetos audiovisuais, especialmente no mercado publicitário. A tecnologia é utilizada para criar imagens, conceitos visuais e materiais de apresentação que antes exigiriam equipes maiores e orçamentos elevados. O uso se concentra nas fases de concepção, visualização e pré-produção, permitindo demonstrar ideias e estruturar campanhas de forma mais acessível.

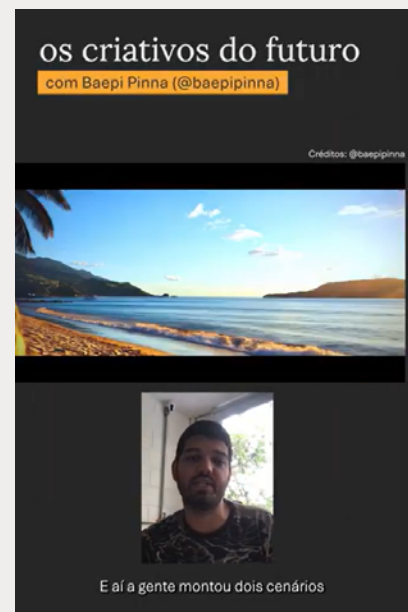


Imagem 04 - Trecho da entrevista com Baepi Pinna

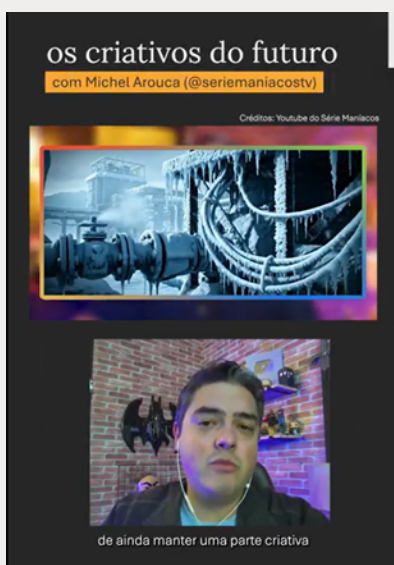


Imagem 05 - Trecho da entrevista com Michel Arouca

Para **Michel Arouca**, a IA é incorporada como ferramenta de **expansão e otimização**. Ela entra no processo criativo para testar ideias, criar protótipos visuais, estruturar projetos e ampliar o escopo de atuação da produtora. O uso é integrado a processos colaborativos já existentes, com artistas e equipes humanas responsáveis por storyboard, roteiro e decisões centrais. A IA atua como suporte técnico que reduz tempo e custo, sem substituir a criatividade humana nem a colaboração entre profissionais.

"Hoje a gente encara a IA como uma ferramenta de otimização. Não diria que é exatamente membro da equipe, porque realmente a gente contratou especialistas e artistas para poder usar essas ferramentas em prol daquilo que a gente quer. Ainda continua sendo um processo muito colaborativo. Eu acho que isso é essencial para qualquer projeto que envolva a audiovisual. A gente faz muita questão de ainda manter uma parte criativa humana. Então, roteiros, por exemplo, a gente não usa nenhum tipo de IA".

No caso de **Mayra Carvalho**, a Inteligência Artificial passa a integrar o processo criativo como ferramenta de design e direção de arte. Com formação em design gráfico e longa trajetória no design editorial e digital, Mayra utiliza a IA principalmente para ideação visual, criação de imagens, direção estética, prototipação rápida e produção de narrativas visuais completas, incluindo peças estáticas e audiovisuais.

Na prática, a IA entra desde o início do processo criativo. Mayra combina diferentes ferramentas de geração de imagem e vídeo para construir conceitos visuais, testar estéticas e simular campanhas.

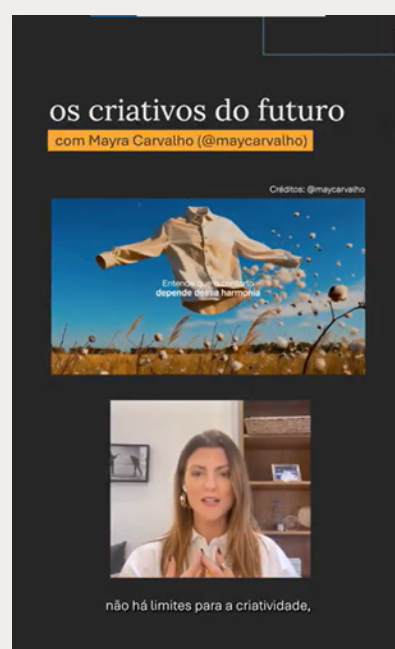


Imagem 06 - Trecho da entrevista com Mayra Carvalho

Como designer, ela enfatiza que a IA não opera de forma autônoma: o resultado depende da curadoria, do repertório visual e da direção criativa humana. Sua experiência prévia no design editorial é apontada como fundamental para orientar os prompts, selecionar resultados e construir storytelling próprio, evitando soluções genéricas ou replicações estilísticas.

No caso de **Paulo Aguiar**, a Inteligência Artificial passa a integrar o processo criativo como parte de uma nova forma de criar, marcada pela experimentação contínua. A incorporação da IA surge do histórico de testar ferramentas novas e se consolida quando ele combina soluções de texto, imagem e vídeo, percebendo que essa articulação inaugurava um modo distinto de conceber e desenvolver ideias.

A partir dessa “virada de chave”, a IA passa a estruturar também uma prática pedagógica. Paulo cria o CR_IA como um espaço de aprendizado, voltado a ensinar outras pessoas a experimentar, testar e compreender o funcionamento das ferramentas de IA generativa. A plataforma surge como um ambiente de acompanhamento de um ecossistema tecnológico em constante transformação.

Nesse sentido, o trabalho de Paulo articula criação e ensino: a IA aparece como ferramenta criativa e como objeto de educação, exigindo prática, curiosidade e paciência diante da rápida evolução das tecnologias. A educação em IA, para ele, é uma parte constitutiva do próprio processo criativo contemporâneo.

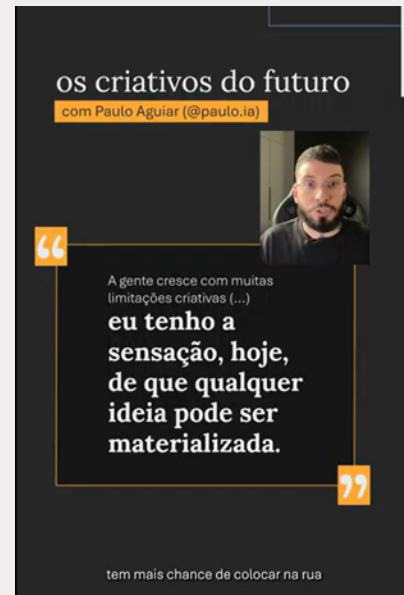


Imagem 07 - Trecho da entrevista com Paulo Aguiar

O que a Inteligência Artificial permite fazer hoje que antes era difícil ou impossível?

Ao serem perguntados sobre o que a Inteligência Artificial passou a permitir em seus trabalhos criativos, os entrevistados descrevem ganhos que envolvem:

- **viabilidade;**
- **escala;**
- **velocidade;**
- **autonomia; e**
- **ampliação de possibilidades criativas.**

Em muitos casos se trata de reduzir barreiras práticas como de custo, tempo, acesso técnico ou material, que antes limitavam a materialização de ideias.

Para **Pedro Garcia**, a IA permite materializar ideias autorais de forma independente, sem a necessidade de intermediários, grandes equipes ou orçamentos elevados. Projetos que antes ficariam restritos à imaginação ou dependeriam de condições externas passam a ser experimentados diretamente. A IA amplia a capacidade de testar linguagens visuais, criar séries autorais e desenvolver uma plataforma própria de experimentação estética, mantendo o diálogo com o acaso que já existia em sua fotografia de rua.

No caso de **Rafael Alves**, a IA viabiliza algo que antes era particularmente difícil no ensino de História: a criação de representações visuais de sujeitos históricos pouco documentados, especialmente no contexto da História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena. A tecnologia permite criar imagens, narrativas e personagens que não aparecem nos acervos tradicionais, ampliando recursos pedagógicos e possibilitando abordagens mais inclusivas em sala de aula.

“Eu trouxe esses personagens [da história afro-brasileira e indígena] para dentro da sala de aula, e veio a argumentação de um estudante que falou assim: ‘Mas professor, essa história realmente é real? E a foto desse sujeito histórico, nós temos a foto?’ Veio a ideia, então, de criar uma primeira imagem. Eu vou pegar as informações que a historiografia

me traz daquele sujeito histórico (...) vou pegar os elementos, o cenário, o contexto em que ele viveu, as roupas daquele povo, e vou tentar recriar com a inteligência artificial. Então, dessa forma, nós damos uma cara, nós damos uma identidade àquele sujeito histórico."

Para **Zaika dos Santos**, a IA permite articular, em um mesmo processo, pesquisa, criação artística, tecnologia e performance, operando em múltiplas camadas simultaneamente. A artista passa a desenvolver obras interativas, instalações e performances que combinam automação, robótica, geração de imagens e sistemas responsivos ao público - práticas que seriam extremamente complexas ou inviáveis sem o uso intensivo de tecnologias de IA e código.

No trabalho de **Baepi Pinna**, a principal mudança está na viabilidade econômica e no acesso à produção audiovisual. A IA permite criar imagens, conceitos visuais e materiais de apresentação que antes exigiriam estruturas caras e equipes extensas. Projetos que não saíam do papel por limitação orçamentária passam a ser testados, apresentados e desenvolvidos, tornando o audiovisual mais acessível a criadores independentes e pequenos estúdios.

"Eu sempre acreditei muito nessa coisa da democratização. As câmeras digitais democratizaram um pouco o audiovisual. A IA democratiza muito. Tipo, o menino da Ilhabela consegue contar a história que ele quiser com inteligência artificial."

Para **Michel Arouca**, a IA possibilita expandir o escopo de atuação da produtora, explorando projetos e formatos que antes seriam inviáveis em termos de tempo e custo. A tecnologia permite testar ideias, estruturar projetos e criar protótipos visuais, ampliando oportunidades de negócio e de criação. O ganho está mais na capacidade de ir para lugares onde a empresa não atuava antes.

"Então, é muito uma questão de expansão, de você ser mais prático, de você ser mais eficiente. Eu acho que tudo isso envolve, sempre tentando, sabe, gerar novas oportunidades e não... A gente não encarou a nossa empreitada de IA como algo onde a gente pudesse economizar, tanto em

termos de dinheiro, como de funcionários. Pelo contrário, a gente falou, cara, a gente só vai fazer se for possível expandir. E foi o que a gente conseguiu. A gente encontrou esse caminho.”

Para **Mayra Carvalho**, a principal transformação trazida pela IA está na compressão de tempo, custo e dependência de grandes estruturas produtivas, especialmente no design editorial, publicitário e audiovisual.

Ela descreve que processos que antes exigiam meses de trabalho, grandes equipes e alto orçamento hoje podem ser concebidos, produzidos e finalizados por uma única pessoa, em poucos dias, com qualidade profissional.

Com a IA, ela descreve que passa a exercer controle integral do processo criativo, do conceito inicial à imagem final, passando por animação e edição de vídeo — algo que, segundo ela, era impensável anteriormente, sobretudo por não vir do audiovisual. Esse controle não elimina o trabalho humano, mas reorganiza fluxos, exige repertório, direção e tomada de decisão constante.

“Antigamente você pautava o fotógrafo, dava o briefing, ele fazia o shooting, você recebia as fotos, você editava e criava o layout. E hoje, com a inteligência artificial, você consegue fazer 100% do processo criativo. Você cria a imagem, você anima, você faz a edição de vídeo, se você quiser.”

Mayra destaca que essa autonomia amplia a liberdade criativa, especialmente para profissionais independentes, ao reduzir interferências externas e a necessidade de equipes extensas, ainda que reconheça que o processo se torna mais solitário e exige maior responsabilidade criativa por parte de quem cria.

“Então você consegue ter 100% do controle. É trabalho que, assim, ele é até um pouco mais solitário. Você não tem mais um time em que cada um faz uma coisa, (...) mas você tem mais autonomia, tem mais liberdade criativa, não tem 50 pessoas opinando e mexendo, você começou uma coisa e depois vai virar uma coisa totalmente diferente. (...) Mas eu acho que ter essa liberdade, essa autonomia para criar é a melhor parte do processo, sabe?”

Já **Paulo Aguiar** destaca que a IA permite prototipar ideias de forma contínua, transformando pensamentos abstratos em versões visuais ou narrativas rapidamente testáveis. Esse “superpoder criativo” possibilita criar mais, experimentar mais e errar mais rápido, algo que antes exigiria mais tempo, recursos ou equipes. Além disso, a IA torna viável ensinar outras pessoas a criar e experimentar, ampliando o alcance do aprendizado criativo para além do uso individual da ferramenta.

“A gente cresce com muitas limitações criativas (...) e eu tenho a sensação, hoje, que qualquer ideia pode ser materializada (...) tem mais chance de autonomia, tem mais chance de colocar na rua uma ideia”.

De forma geral, as entrevistas indicam que a IA não é percebida como responsável por substituir a criatividade humana, mas por reduzir fricções históricas do trabalho criativo, tornando mais acessíveis processos que antes dependiam de altos custos, domínio técnico específico ou longos ciclos de produção.

Os principais desafios, limitações e preocupações do uso da IA no trabalho criativo

Ao serem questionados sobre os limites, tensões e dificuldades associadas ao uso da Inteligência Artificial em seus processos criativos, os entrevistados apontam desafios que envolvem aspecto técnico, dimensões formativas, éticas, autorais, econômicas e institucionais. No geral, os entrevistados reconhecem que a incorporação da IA no trabalho cotidiano exige tempo, disposição para aprendizagem, adaptação contínua e decisões conscientes.

Para **Pedro Garcia**, o principal desafio está na **velocidade de transformação das ferramentas**. Ele destaca que trabalhar com IA exige disposição constante para reaprender e acompanhar mudanças rápidas das tecnologias.

A necessidade de atualização contínua demanda tempo, paciência e dedicação. Há também o risco de uma relação pouco sustentável com a ferramenta, caso o processo não seja “nutritivo” criativamente. Ele reforça que toda tecnologia é amoral, e que o principal ponto é a responsabilidade de quem cria e usa.

“Tudo vai ter lados bons e ruins, toda tecnologia é amoral. Então, na verdade, o que eu me preocupo mais é qual é a utilização que eu estou fazendo e qual é que eu defendo. Acho que é isso, se responsabilizando pouco. Mas é isso, não faltam preocupações. A humanidade, acho que qualquer grande invenção ou qualquer coisa que aconteceu, sempre gerou esse tipo de paradoxo, que acho que faz parte um pouco do estar vivo.”

Os desafios apontados por **Rafael Alves** atravessam principalmente as dimensões educacional, ética e estrutural.

No início, enfrentou dificuldades técnicas, especialmente na formulação de prompts, relacionado à geração de imagens idênticas em sequências, e no uso pedagógico da IA.

Um desafio mencionado é a desigualdade entre educação pública e privada. Professores da rede pública, segundo ele, têm menos acesso a letramento digital e formação em IA para aplicar nas escolas estaduais e municipais. Rafael alerta que, apesar do potencial democratizante da tecnologia, a IA pode aprofundar o abismo educacional se essas assimetrias não forem enfrentadas.

Há também preocupação com autoria, sobretudo quando conteúdos são gerados a partir de prompts genéricos, sem identidade. Rafael também enfatiza a transparência com os leitores das imagens e histórias em quadrinho geradas com auxílio de IA como princípio ético no uso da IA em sala de aula.

Zaika dos Santos aponta desafios que se concentram no plano estrutural, político e jurídico.

Zaika aponta o risco de exclusão se a adoção tecnológica não vier acompanhada de formação, infraestrutura e políticas públicas, reconhecendo que o Brasil enfrenta atrasos em acervos digitais e educação tecnológica. Para ela, o desafio não é a tecnologia em si, mas o uso acrítico e a falta de compreensão de como ela funciona.

Baepi Pinna destaca desafios ligados ao mercado, à regulação, à autoria e à precificação das criações com Inteligência Artificial.

Um dos pontos mencionados é a rapidez da evolução das ferramentas, que dificulta a consolidação de especializações.

Ele também critica a lentidão dos processos legislativos para regular a IA no audiovisual, apontando o risco de que leis sejam formuladas com base em versões de ferramentas que rapidamente se tornam obsoletas.

Além disso, Baepi menciona explicitamente a precificação como um desafio prático emergente. Ele observa que, apesar da redução de custos em infraestrutura tradicional (sets, equipes extensas), o valor do trabalho criativo se desloca para direção, narrativa, curadoria, tomada de decisão e entendimento do briefing.

Segundo Baepi, a IA expõe uma tensão central no mercado: se duas pessoas conseguem gerar imagens ou vídeos semelhantes, o diferencial deixa de estar na ferramenta e passa a estar no conhecimento narrativo, na experiência profissional e na capacidade de conduzir o processo criativo. Nesse contexto, cobrar mais ou menos por um projeto depende diretamente daquilo que o profissional entrega para além da tecnologia.

As preocupações de **Michel Arouca** estão ligadas ao uso ético da IA.

O principal receio apontado por Michel é o uso de IA com má-fé, especialmente no contexto de *deepfakes*, que podem gerar desinformação, manipulação de imagens e impactos negativos em processos democráticos.

“Em termos de preocupação, eu acho que a gente tem que estar muito atento a pessoas que querem enganar outras pessoas usando imagens que parecem reais. Eu acho que isso talvez seja o grande problema, sabe? Você trabalhar com desinformação, trabalhar com mentiras. A gente está chegando num momento em que está ficando cada vez mais difícil distinguir IA de realidade (...) E eu tenho muito medo de isso ser usado por um lado que acabe atrapalhando as pessoas, sabe? Quem sabe, sei lá, eleições (...) algum vídeo feito com esse objetivo. Então essa é a minha preocupação. Eu acho que nós vamos chegar a um momento em que vai existir alguma regulamentação, onde materiais feitos com

IA talvez tenham uma marca d'água da ferramenta que gerou aquilo. Eu acho que isso seria muito útil. Acho que seria importante, principalmente, para conteúdos disseminados nas redes sociais."

Para **Mayra Carvalho**, os desafios se distribuem entre ética, mercado e limites técnicos.

Ela aponta a falta de ética e responsabilidade no uso da IA como uma das maiores preocupações, destacando a existência de vieses nas ferramentas, especialmente quando prompts são genéricos.

No mercado, observa que clientes frequentemente associam IA a custo zero, ignorando os custos das ferramentas, muitas vezes cobradas em dólar.

"O que me preocupa, acho que é a falta de ética na criação. A gente tem que ter responsabilidade quando está criando, sabe? Uma coisa que eu sempre falo pros meus alunos é que, quando a gente está criando uma imagem, uma narrativa, é preciso ter cuidado com representatividade e diversidade. Essas ferramentas de IA têm vieses muito fortes. Então, por exemplo, se você coloca prompts genéricos (...) se você coloca 'CEO', não vem uma mulher, vem um homem branco, entendeu? Então a gente tem que ter esse cuidado de escrever o prompt da forma correta, para gerar pessoas diversas, gerar representatividade. É muito uma questão de ética mesmo." "Eu também tenho a impressão de que as marcas acham que, por ser inteligência artificial, você faz em um dia e que também dá para pagar super barato. E não é assim que funciona. Por trás da inteligência artificial, por exemplo, está um profissional que tem 20 anos de bagagem, de repertório visual, para agregar aquilo. A gente usa diferentes ferramentas de inteligência artificial no processo criativo (...) e todas são cobradas em dólar."

Paulo Aguiar enfatiza os desafios relacionados à formação e uso superficial ou acrítico da IA.

Um ponto de desafio apontado é que aprender IA exige prática diária, já que as ferramentas mudam o tempo todo.

Para ele, o maior desafio é desenvolver senso crítico e bom gosto, elementos difíceis de ensinar e fundamentais no uso criativo da IA.

Ele observa, como limitação, que muitas pessoas utilizam IA apenas para fazer as mesmas coisas de forma mais rápida e barata, sem explorar seu potencial inventivo, de fazer algo novo.

Paulo aponta preocupações com conteúdos abusivos e impactos sobre públicos vulneráveis.

“Uma outra coisa que me preocupa é a falta de moderação que diversas plataformas têm de conteúdo abusivo, infantil, sexual e diversas outras coisas, que é esse lado obscuro da inteligência artificial que gente fala tão pouco, mas que deixa tantas pessoas vulneráveis, principalmente crianças e adolescentes”

Autoria e responsabilidade na criação com IA

Ao serem questionados sobre autoria e responsabilidade em trabalhos criativos que envolvem o uso de Inteligência Artificial, os entrevistados não apresentam uma visão homogênea, mas compartilham a percepção de que a autoria não desaparece com a tecnologia. Em vez disso, ela se reconfigura, para a intenção, direção criativa, curadoria e a tomada de decisão humana.

Para **Pedro Garcia**, a autoria está ligada às microdecisões tomadas ao longo do processo criativo. Mesmo quando a IA introduz elementos de acaso e imprevisibilidade, é o criador quem escolhe, ajusta, descarta e direciona os resultados.

A autoria não é percebida como um problema criativo ou identitário. O principal desafio está no campo comercial e jurídico, especialmente na circulação das obras.

Pedro reforça que a tecnologia é amoral: a responsabilidade está sempre em quem decide como utilizá-la.

“Sem entrar numa questão jurídica, legal ou comercial, eu sinto que a sensação de autoria é muito verdadeira para quem faz, ela é inquestionável, porque ela parte de processo de muitas decisões (...) Você define que determinados personagens vão estar ali numa cena e eles começam a falar e quando que vai parar o diálogo? Por que que vem aquela palavra depois da outra? Então, acho que o que acaba conduzindo a criação de uma obra são as centenas e as milhares de microdecisões que você vai tomando baseado no seu instinto. Então, se existe a possibilidade de que essas mesmas decisões e esse mesmo instinto sejam acessados, eu acredito que quando você chega numa obra, você sente que ela é sua.”

Rafael Alves associa autoria à responsabilidade pedagógica e à transparência.

Ele defende que materiais criados com apoio de IA devem ser explicitamente identificados como tal, demonstrando desconforto com produções geradas a partir de prompts genéricos, que resultam em conteúdos sem identidade. Para Rafael, a autoria permanece humana quando há mediação crítica, pesquisa historiográfica e intenção pedagógica clara.

“Uma coisa que eu sempre deixei muito clara para os alunos é a transparência. Eu sempre falo que aquele material foi criado com o auxílio da inteligência artificial, que não foi uma pintura feita à mão, que não foi uma foto histórica. Isso precisa estar explícito.”

“A inteligência artificial não cria sozinha. Existe uma mediação humana ali. Existe pesquisa historiográfica, existe escolha de elementos, de contexto, de cenário. É isso que dá sentido ao material.”

Zaika apresenta uma visão crítica sobre a questão de autoria em obras criativas geradas com intervenção de IA:

Ela questiona leituras simplistas que tratam a IA como ruptura radical, lembrando que a arte sempre operou com remix, apropriação e recombinação.

Defende que a autoria deve ser entendida de forma relacional e processual, especialmente em obras interativas, e aponta a necessidade de atualizar o debate jurídico sobre direitos autorais, considerando práticas já consolidadas na arte digital, no copyleft e nas licenças abertas.

“Eu acho que o primeiro desafio é no que tange a artistas e criativos entenderem a discussão sobre direitos autorais. Essa é uma conversa que não aconteceu muito no campo das artes. Ela não acontece tanto dentro das escolas de arte, nem dentro do próprio campo da criatividade. Ao mesmo tempo, a gente ainda tem uma legislação de direitos autorais que precisa passar por uma atualização. E foi nesse contexto que eu também fui me desenvolver mais nesse tema, porque quando eu estudei audiovisual, acabei estudando Creative Commons, copyleft e copyright.”

Baepi Pinna descreve a autoria como um tema confuso e ainda pouco resolvido, especialmente no audiovisual.

Para ele, a responsabilidade deve sempre recair sobre quem está produzindo, dirigindo e validando o resultado final. Faz paralelos com debates já existentes sobre plágio: se algo é excessivamente parecido com o trabalho de outra pessoa, o problema não é da ferramenta, mas de quem a utilizou. A IA não elimina a autoria, mas desloca o foco para direção, narrativa e decisão criativa.

“A minha sensação em relação à autoria é que esse é um debate muito complexo, e nem sempre eu sei exatamente como responder. (...) Ferramentas como o Midjourney, por exemplo, foram criadas a partir do treinamento em tudo o que existia na internet naquele momento (...) E aí entra a dúvida: a ferramenta está gerando coisas inspiradas no meu trabalho. Quando a gente pega um exemplo como o Wes Anderson, que tem uma linguagem muito própria, fica fácil perceber. A IA consegue produzir imagens e cenas no estilo dele. (...) Hoje, qualquer pessoa consegue gerar algo “no estilo Wes Anderson” porque a IA foi treinada com imagens dos filmes dele. Então a autoria fica confusa, porque você passa a conseguir produzir algo inspirado nessa linguagem. (...) E, na

prática, a gente evita fazer isso porque entende que estaria copiando uma identidade. Mas, ao mesmo tempo, quando a gente pensa em diretores como o Tarantino (...), ele se inspira em muita coisa (...). Ele usa referência o tempo inteiro. Então a pergunta que fica é: até que ponto ter referência é um problema? Eu não acho que seja. Pelo contrário, o ideal é que todos nós tenhamos o máximo de referências possível para produzir o nosso próprio trabalho."

Michel Arouca entende a autoria como multicamadas.

A ideia original, o planejamento e o direcionamento do projeto permanecem humanos, e o uso de IA não transfere automaticamente a autoria para a máquina.

"Eu acho que a autoria hoje dos projetos vindos de IA acontece em algumas camadas. Eu acho que duas coisas podem ser verdade ao mesmo tempo. Existe todo um estudo que foi feito antes de qualquer prompt: briefing, decisões, direcionamentos pensados por pessoas. A partir disso vem o prompt, e depois o resultado final. Então, pra mim, a autoria está muito mais ligada a quem teve a ideia original, a quem planejou o projeto. A não ser que o engenheiro de prompt tenha criado absolutamente tudo, do zero, sem nenhum tipo de direcionamento anterior. Mas, se houve planejamento, se houve uma equipe ou pessoas por trás das ideias, é daí que a gente pode considerar a autoria desses projetos."

Mayra Carvalho associa autoria ao repertório humano e à direção criativa.

Ela reforça que ferramentas de IA não operam sozinhas: sem curadoria, intenção e bagagem visual, os resultados tendem a ser genéricos. Demonstra também preocupação com o uso de estilos de artistas reconhecíveis e com a fragilidade do debate autoral no Brasil.

"Eu acho que só a ferramenta de inteligência artificial, sem uma pessoa dirigindo, não é nada. O maior ativo do criativo, do designer, do profissional, é o nosso repertório humano. Sem o nosso repertório, sem a nossa curadoria, a gente não tem como dar o input para a inteligência

artificial. Então, quando a gente cria alguma coisa com IA, isso vem muito da bagagem que a pessoa tem.

Por trás da inteligência artificial, muitas vezes tem um profissional com 20 anos de repertório visual, de referências, de experiência, que é o que realmente agrega valor ao trabalho. Eu também vejo que o debate de autoria ainda é muito frágil, principalmente aqui no Brasil. A gente precisa ter cuidado, por exemplo, com o uso de estilos muito específicos de artistas, porque aí entra uma questão ética e autoral importante. E tem também a responsabilidade na criação. Quando a gente está criando imagens ou narrativas com IA, é preciso ter cuidado com representatividade e diversidade, porque as ferramentas têm vieses muito fortes. Se você usa prompts genéricos, os resultados vêm enviesados. Então, a autoria também passa por essas escolhas conscientes que a gente faz durante o processo.”

Paulo Aguiar descreve a autoria como subjetiva e graduada.

Quanto maior o nível de material humano inserido no prompt, maior o sentimento de autoria. Prompts genéricos tendem a gerar resultados genéricos, nos quais ele não se reconhece como autor. Para Paulo, criatividade, bom gosto e senso crítico são elementos humanos que a IA não substitui.

“A questão da autoria, pra mim, é muito subjetiva. Cada pessoa vai ter uma percepção diferente do quanto aquilo é autoral ou não. No meu caso, quanto mais material humano eu coloco no prompt - referências, contexto, intenção, mais eu me sinto autor daquilo que a IA devolve. Quando o prompt é muito genérico, a resposta também vem genérica. E aí eu não consigo me reconhecer como dono daquele resultado. Parece que não tem personalidade, não tem intenção ali. Então, pra mim, a autoria está muito ligada ao nível de elaboração humana. A IA não imagina nada sozinha. Se alguma coisa foi criada, é porque alguém imaginou antes. A IA responde a estímulos, ela não é proativa. Tem também uma parte que eu acho muito humana, que é a escolha.

Criatividade, bom gosto e senso crítico. A IA gera várias possibilidades, mas escolher o que faz sentido, o que é bom, o que representa alguma coisa, isso continua sendo totalmente humano. Talvez essa seja uma das coisas mais difíceis de ensinar para as pessoas."

Perspectivas sobre o futuro do trabalho criativo com IA

Ao responderem a perguntas "como você enxerga o futuro do trabalho criativo com uso da IA?" e "quais conselhos você daria para profissionais criativos sobre o uso da IA?", os entrevistados apresentam visões que combinam entusiasmo, cautela e pragmatismo, refletindo suas trajetórias profissionais e os contextos específicos de atuação. As falas apontam para mais de um futuro possível, mas revelam expectativas compartilhadas sobre adaptação e aprendizado contínuos e responsabilidade no uso da tecnologia.

Para **Pedro Garcia**, o futuro da criação com Inteligência Artificial está ligado à ampliação da autonomia criativa e à possibilidade de mais pessoas conseguirem materializar ideias que antes permaneciam apenas no plano da imaginação.

Ele enxerga a IA como uma ferramenta que reduz intermediários e expande o campo de expressão, permitindo que narrativas, visões de mundo e experimentações estéticas ganhem forma mesmo fora de estruturas tradicionais de produção. Ao mesmo tempo, Pedro enfatiza que esse futuro exige uma relação profunda e contínua com as ferramentas.

Seu conselho para quem está começando é desenvolver uma relação "nutritiva" com a IA, baseada em curiosidade, prazer no processo e autoconhecimento criativo, já que o ritmo acelerado de mudança tecnológica dessas ferramentas exige reaprendizado constante.

"O que me empolga é a quantidade de pessoas que vão poder contar histórias de maneira com aqueles recursos que eu falei de alcance, não só do pop como, enfim, Marvel, dessas coisas feitas especiais, mas sim viajar no tempo, fazer passados, presentes, futuros... Então eu penso quantas pessoas não têm visões sobre o que é humanidade, que

é ser humano, de onde viemos, de onde vamos, de caráter muito mais filosófico, que também não vão poder contar essas histórias. E no fundo acaba abandonando a percepção que nós, como humanidade, temos de nós mesmos. Que acho que esse é o grande papel da arte, acho que é ir conduzindo uma percepção e uma evolução da humanidade.”

Zaika dos Santos enxerga o futuro do trabalho criativo como cada vez mais híbrido, atravessando arte, ciência, tecnologia e política. Para ela, a IA representa a continuidade de práticas já existentes na arte digital e generativa.

O futuro da criação passa, segundo Zaika, pela capacidade de compreender a tecnologia em profundidade, inclusive seus aspectos técnicos, históricos e jurídicos.

Seu conselho para quem está começando é não se limitar ao uso superficial das ferramentas: é fundamental entender como elas funcionam, questionar seus pressupostos, reconhecer seus vieses e assumir uma postura crítica. A IA, para ela, amplia possibilidades criativas, mas exige consciência e responsabilidade.

“Então, acho que é muito fundamental, primeiro, partir por lugar de leitura, de ler mesmo o que tange a história da arte digital, ler também como que surgem sistemas de automação. (...) Não adianta só ‘eu quero falar de inteligência artificial’, mas vamos saber como que foi (...) eu gosto muito de refletir também a revolução industrial e os medos que se tem (...) hoje com esse medo todo de olhar para uma inteligência artificial e falar ‘nossa, o exterminador do futuro está vindo’ (...) é um olhar romântico mesmo.

(...) Não dá só pra usar a ferramenta pela ferramenta (...) tá, eu sou criativa também, mas eu também não quero ser uma criativa que tá ali só de maneira usual no espaço digital. Eu também quero construir de maneira colaborativa, eu também quero colocar o meu olhar crítico ali pra essa construção. Então, acho que é isso: é sair do lugar de espectador e passar realmente pra esse lugar de criativo, afinal, criador, né? Criatividade tá aí pra ser utilizada.”

Baepi Pinna descreve o futuro do trabalho criativo, especialmente no audiovisual, como um cenário em que a adaptação deixa de ser opcional. Ele acredita que a IA não elimina o trabalho criativo, mas redefine suas condições, tornando o mercado mais competitivo e exigente.

A tecnologia amplia o acesso à produção e reduz barreiras orçamentárias, mas não substitui repertório, narrativa ou visão autoral. Seu conselho para profissionais criativos que estão começando é que é preciso aprender continuamente, experimentar as ferramentas e aceitar que a transformação faz parte do ofício. Quem se recusar a se adaptar tende a perder espaço, enquanto quem desenvolve visão criativa e responsabilidade consegue se diferenciar.

“Cara, eu acho que tem conselho para dois grupos de pessoas, né? Se você é do audiovisual, se você já trabalha com isso, não tenha medo. (...) Porque, de verdade, eu acredito que aprender IA no audiovisual vai demandar de você talvez três, quatro meses (...) e depois disso é evolução constante. As ferramentas vão mudando, então você tem que estar sempre antenado, sempre up to date com as coisas. Mas não tenha medo (...) Os profissionais do audiovisual ainda vão continuar tendo muito destaque. Eles vão perder espaço para gente que faz tudo sozinho? Vão. Mas, se aprenderem, não vão perder. Então o conselho para a galera do audiovisual é esse: aprendam, porque vocês estão em vantagem. E para quem está começando, eu diria: não faz sentido não aprender IA.”

Para **Michel Arouca**, o futuro da criação com IA está associado à expansão de possibilidades, e não à redução do trabalho humano.

Ele vê a tecnologia como meio para viabilizar projetos que antes eram inviáveis, ampliando o escopo de atuação de produtores e criadores, inclusive independentes.

Ao mesmo tempo, demonstra preocupação com o uso indevido da IA, especialmente em contextos de desinformação e *deepfakes*. Seu conselho para profissionais criativos é estudar, experimentar e não se acomodar.

A IA tende a se tornar parte estrutural do trabalho criativo, e quem não se atualiza corre o risco de se tornar irrelevante dentro do próprio mercado.

“Eu acho que produtores independentes têm muitas oportunidades de evoluir bastante. Não sei se chega ao caso de competir com grandes produtoras, mas é uma possibilidade que eu recomendo bastante. Quem começa a estudar, quem começa a encontrar novas oportunidades e consegue fechar alguns trabalhos por conta própria, isso sempre é bom para o produtor independente, para o criador de conteúdo. Eu acho que é importante a gente não se tornar dinossauros do nosso próprio meio, do nosso próprio segmento, sabe? Porque, por mais que você esteja confortável, por mais que você esteja bom no que você faz, é muito importante estar de olho no que está por vir, no que está acontecendo. E a IA (...) é constante a evolução. A ferramenta que a gente usava na semana passada, a gente já não usa mais essa semana. Já tem outra melhor, mais barata, mais prática, mais ágil, mais eficiente. Então, eu acho que é importantíssimo, para quem quer se renovar e se manter relevante, estar de olho nisso. Estar de olho nas oportunidades envolvendo a IA.”

Mayra Carvalho enxerga o futuro do trabalho criativo como um ambiente marcado pelo surgimento de novas funções e especializações, como designers, diretores criativos e filmmakers que trabalham diretamente com IA.

Para ela, a tecnologia não diminui a importância do criativo, mas valoriza ainda mais quem tem repertório, curadoria e senso crítico.

Seu conselho para profissionais criativos sobre uso de IA é aprender fazendo, experimentar constantemente e assumir responsabilidade ética pelo que cria.

Mayra ressalta que a IA não funciona sozinha, sem direção humana, os resultados tendem a ser genéricos. O futuro, para ela, pertence a quem consegue combinar tecnologia com bagagem criativa e consciência ética.

“Se eu pudesse dar conselho sobre o uso da inteligência artificial, não tenha medo de se jogar, sabe? No começo a gente vai errar mesmo, você vai mirar numa coisa, vai sair outra, mas a gente tem que ir testando, sabe? Tem que ir se aprofundando. (...) Então agora as ferramentas e interfaces estão bem mais fáceis e a gente tem muito espaço para experimentação, então é não ter medo de criar... e aos poucos vai evoluindo, sabe? Na vida a gente tem que se permitir ser iniciante, né? Ninguém começa alguma coisa, num hobby, num esporte, já sendo ou superatleta. Então, a mesma coisa assim com inteligência artificial. Se permita ser iniciante e vai, se joga”.

Paulo Aguiar projeta um futuro em que a IA se torna naturalizada no trabalho criativo, de forma semelhante ao que ocorreu com a internet - algo que tende a se tornar invisível e natural.

Para ele, a tecnologia oferece um “superpoder criativo”, permitindo que mais pessoas criem, prototipem e testem ideias rapidamente. No entanto, esse potencial só se concretiza com aprendizado contínuo. Seu conselho para profissionais criativos que estão começando é dedicar tempo diário à experimentação e ter paciência com o processo, já que as ferramentas mudam constantemente.

Paulo enfatiza que criatividade, bom gosto e senso crítico continuam sendo humanos e serão cada vez mais o diferencial no futuro da criação com IA.

“Eu acho que cada vez mais a gente se torna figuras híbridas, assim, entre o que é humano e o que é tecnológico, assim, sabe? Eu vejo as pessoas se tornando super humanos criativos, assim, né? Ter essas ferramentas no dia a dia, eu acho que essa mistura é muito importante, assim, né? Se é tecnológico demais, a gente tem problema, e se você é criativo e não usa análise de tecnologia, você também tem problema, assim. Encontrar esse equilíbrio, eu acho que é a coisa mais importante pra todos os criativos hoje, assim. Porque no final do dia, são... novas formas de materializar ideias que quanto mais humanas, melhores elas

são. A capacidade de se conectar com as pessoas é uma habilidade muito humana. E quando você usa a tecnologia para isso, você consegue expandir e tornar praticamente ilimitado essas possibilidades.”

Análise e comentários

As entrevistas convergem com os resultados identificados no relatório Futuros Criativos: Como a Inteligência Artificial está transformando a indústria criativa no Brasil ([Garrote; Ribeiro; Pimenta, 2025](#)) apontando para um cenário de revalorização e reconfiguração de cargos e profissões na indústria criativa. Os relatos mostram que a adoção da IA não se traduz, para esses profissionais, em substituição do trabalho criativo humano, mas em uma mudança nas competências exigidas e nas formas de diferenciação profissional.

A incorporação da IA no trabalho criativo aparece associada à necessidade de adaptação contínua, exigindo dos profissionais o domínio técnico das ferramentas, a capacidade crítica, repertório criativo e compreensão dos processos narrativos.

A questão da atribuição de autoria permanece controversa, inclusive para os próprios entrevistados. Ainda que reconheçam a centralidade da ideia, do direcionamento criativo e das decisões humanas no processo, os relatos evidenciam incertezas sobre os limites entre referência, inspiração e reprodução mediada por IA, reforçando a percepção de que, para esses criadores e criadoras, a discussão sobre o resultado gerado pela IA (output) parece mais relevante do que a do treinamento (input).

Mesmo que não provocados diretamente, a maioria dos entrevistados mencionou como desafio a necessidade constante de atualização e aprendizado, diante da rápida evolução das ferramentas de IA. A transformação tecnológica exige aprendizado contínuo, o que pode beneficiar especialmente profissionais que têm mais tempo disponível, acesso a recursos, apoio de redes profissionais e oportunidades de formação.

As entrevistas reforçam a importância do letramento em IA como condição para que os ganhos de produtividade e ampliação criativa não aprofundem desigualdades estruturais entre os profissionais criativos. A capacidade de compreender como as ferramentas funcionam, seus limites, vieses e impactos é um elemento importante para evitar uma apropriação instrumental e passiva da tecnologia.

Os relatos dos criativos dialogam com a constatação, já presente no relatório *Futuros Criativos*, de que a agenda regulatória ainda não acompanha a sofisticação econômica, técnica e simbólica do fenômeno. Os entrevistados expressam preocupações relacionadas a processos legislativos demorados e leis que se tornam desatualizadas rapidamente por não acompanhar a velocidade da transformação tecnológica.

Diferentemente do diagnóstico geral de percepções ambíguas identificado em algumas pesquisas do relatório [Futuros Criativos](#), as entrevistas revelam um tom predominantemente entusiasmado em relação ao uso da IA. Vale notar que esse resultado reflete o recorte metodológico adotado, relacionado com a amostragem de casos extremos, ou seja, profissionais que incorporaram a IA de forma ativa em seus processos criativos.

Embora os achados não sejam generalizáveis para toda a indústria criativa, **a metodologia de casos extremos tem como propósito justamente testar a hipótese contrária** - a de que a IA representa necessariamente um fator de redução de empregos e empobrecimento criativo. Os relatos dos criadores e criadoras entrevistados demonstram que, **quando superadas barreiras relacionadas ao acesso às ferramentas, à capacitação técnica e ao letramento digital, a IA pode atuar como fator de amplificação da expressão artística, e não de sua destruição.**

Conclusão

O que buscamos responder com esse estudo?

O relatório buscou investigar como profissionais da indústria criativa brasileira que utilizam Inteligência Artificial de forma avançada e com constância incorporam essas ferramentas em suas rotinas e como percebem seus efeitos sobre processos criativos, autoria e o futuro do trabalho criativo. A partir de entrevistas qualitativas em profundidade, buscamos entender sob quais condições a transformação do trabalho criativo se torna possível e para quem. A seleção dos entrevistados seguiu a estratégia de amostragem por casos extremos (*extreme case sampling*), priorizando profissionais que adotam IA de forma transformadora, tendo em vista que esses perfis permitem observar com maior nitidez as competências, condições e tensões que envolvem essa incorporação.

E o que encontramos?

As entrevistas mostram que a IA generativa integra, de forma concreta, o trabalho criativo de profissionais da indústria no Brasil. Os usos variam do apoio pontual à integração transversal em todo o processo, da ideação à produção, passando por prototipação, curadoria e comunicação de ideias.

A adoção pioneira dos entrevistados está associada a trajetórias prévias de letramento digital, curiosidade tecnológica, formação técnica ou influência de redes profissionais próximas. Onde esse repertório não estava consolidado, os entrevistados relataram busca ativa por aprendizado e adaptação gradual. Nos casos analisados, a IA não aparece como substituta da criatividade humana, mas como reorganizadora de fluxos e meios de materialização das ideias, capaz de ampliar autonomia criativa, reduzir barreiras de custo e tempo e viabilizar projetos que antes dependeriam de estruturas, equipes ou orçamentos mais elevados.

Os relatos evidenciam, ainda, desafios recorrentes: a velocidade de atualização das ferramentas exige aprendizado constante e dificulta especializações estáveis; questões éticas e autorais aparecem de forma transversal, com preocupações sobre vieses, transparência e uso mal-intencionado da IA. A autoria é compreendida como reconfigurada, deslocando-se para as camadas humanas de intenção, curadoria e tomada de decisão.

Por fim, os efeitos positivos estão condicionados ao contexto, como acesso às ferramentas, tempo de aprendizagem, repertório criativo prévio e capacidade de direção criativa. Onde essas condições não estão presentes, surgem riscos de uso superficial ou acrítico; o que reforça que o tom entusiasmado identificado nas entrevistas reflete o recorte metodológico, e não necessariamente o cenário geral da indústria criativa brasileira.

E por que isso importa?

Ao ouvir profissionais criativos que incorporaram a IA de forma transformadora e com constância em seus processos, este estudo contribui para um debate qualificado sobre o papel dessa nova tecnologia na indústria criativa brasileira. A análise sugere que os efeitos da IA generativa sobre o trabalho criativo não são uniformes nem inevitáveis, mas dependem de condições de acesso, letramento e repertório que precisam ser compreendidas antes de serem avaliadas.

A metodologia de casos extremos, ao investigar onde o fenômeno se manifesta de forma mais intensa, permite identificar hipóteses sobre o futuro da criação com IA e deslocar o debate de oposições abstratas para outras perguntas, como: sob quais condições a IA amplia oportunidades criativas? Quais barreiras precisam ser superadas? E para quem esse “futuro” já está disponível?

Nesse contexto, os achados dialogam com discussões mais amplas sobre formação profissional, inclusão produtiva e regulação tecnológica no setor criativo, indicando que compreender as condições de adoção é um passo importante que pode orientar políticas, iniciativas educacionais e estratégias setoriais que tornem os benefícios da IA generativa amplamente acessíveis.

Anexo de Metodologia

Reglab

Título

Os Criativos do Futuro: como a Inteligência Artificial está redesenhando a indústria criativa no Brasil, a partir das vozes de quem faz.

Pergunta de pesquisa

Como profissionais da indústria criativa que utilizam IA de forma transformadora e com constância incorporam essas ferramentas em suas rotinas de trabalho e como percebem seus impactos sobre processos criativos, autoria e o futuro da criação?

Resumo de metodologia

Esta etapa da pesquisa teve como objetivo investigar, a partir de entrevistas em profundidade com profissionais da indústria criativa, como a Inteligência Artificial vem sendo incorporada aos processos de criação, identificando transformações nas práticas profissionais, percepções sobre autoria, desafios e perspectivas sobre o futuro do trabalho criativo.

A seleção dos participantes entrevistados seguiu a estratégia de amostragem por casos extremos (*extreme case sampling*), priorizando indivíduos que se destacam pelo uso intensivo ou transformador dessas tecnologias em seus fluxos de trabalho.

O estudo se configura como uma camada complementar ao relatório [Futuros Criativos: Como a Inteligência Artificial está transformando a indústria criativa no Brasil](#) 1ª Edição - 2025, aprofundando percepções, práticas e sentidos atribuídos à adoção da IA generativa no setor criativo.

Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas qualitativas semiestruturadas, conduzidas com profissionais da indústria criativa que utilizam Inteligência Artificial de forma recorrente em seus processos de trabalho. A seleção dos participantes seguiu uma estratégia intencional orientada pela lógica de casos extremos (*extreme case sampling*)*, priorizando indivíduos que se destacam pelo uso avançado ou transformador dessas tecnologias em suas práticas profissionais.

A identificação dos participantes foi realizada por meio de busca em redes sociais, análise de perfis públicos e indicações dentro da própria rede profissional, com o objetivo de mapear profissionais da indústria criativa que incorporam IA em suas rotinas de produção. A participação foi voluntária, e as pessoas entrevistadas assinaram termo de consentimento.

As entrevistas foram conduzidas individualmente, em formato online, com base em um roteiro revisado por mais de um pesquisador do Reglab. O roteiro contemplou questões relacionadas à trajetória de adoção da IA, formas de uso nos processos criativos, percepções sobre autoria, desafios enfrentados e

expectativas sobre o futuro da indústria criativa para os profissionais. As conversas foram registradas, por áudio e vídeo e transcritas para análise.

O período de coleta ocorreu entre setembro e novembro de 2025.

*Fonte: PALINKAS, Lawrence A. et al. **Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research**. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, v. 42, n. 5, p. 533–544, 2015. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4012002/>

Análise de dados

A análise dos dados foi conduzida por meio de **análise temática**, adequada a investigações qualitativas exploratórias em contextos de alta complexidade e transformação tecnológica.

As entrevistas foram integralmente transcritas e analisadas, permitindo a identificação de padrões, recorrências e divergências entre os relatos.

A partir desse processo, foram construídas categorias analíticas como:

- trajetória de adoção da IA;
- formas de uso nos processos criativos;
- percepções sobre autoria;
- desafios e limitações;
- expectativas sobre o futuro do trabalho criativo.

O processo analítico contou com apoio de ferramentas de Inteligência Artificial como suporte à organização e sistematização dos dados, sem substituição da interpretação qualitativa conduzida pela equipe de pesquisa.

O período de análise ocorreu entre novembro e dezembro de 2025.

Procedimentos de redução de vieses

Foram adotadas estratégias metodológicas para aumentar a consistência e a confiabilidade dos resultados:

- utilização de roteiro de entrevista previamente definido e revisado, garantindo consistência na condução das entrevistas;
- dupla validação interna dos instrumentos e do conteúdo, com participação de mais de um pesquisador do Reglab;
- uso de ferramentas de Inteligência Artificial como instrumento complementar de organização e checagem, e não como substituição da análise humana;
- fundamentação em referências teórico-metodológicas consolidadas em pesquisa qualitativa.

Limitações metodológicas

Este estudo apresenta limitações inerentes ao seu desenho metodológico. A amostragem por casos extremos (*extreme case sampling*) impede a generalização dos resultados para toda a indústria criativa, privilegiando profissionais em estágios avançados de adoção de IA.

O perfil dos entrevistados, mais próximos de tecnologias emergentes e abertos à experimentação, pode gerar viés de otimismo sobre a IA, não capturando percepções mais críticas de outros segmentos.

O caráter declaratório das entrevistas, baseado na percepção dos participantes, pode não refletir integralmente a complexidade dos processos de trabalho.

Dada a rápida evolução das ferramentas de IA, os achados devem ser interpretados em um contexto dinâmico, sujeito a mudanças que podem alterar práticas, percepções e modelos de atuação.

Uso de software

ChatGPT: utilizado como ferramenta auxiliar para organização e limpeza das transcrições das entrevistas, contribuindo para padronização textual.

Notion AI: utilizado para apoio na estruturação dos conteúdos, categorização inicial dos dados e organização dos insumos analíticos.

[Riverside.fm](#): para gravação das entrevistas.

Suite Adobe CC: edição dos vídeos, diagramação e finalização de gráficos e ilustrações.

O uso dessas ferramentas teve caráter complementar, não substituindo a análise crítica conduzida pela equipe de pesquisa, responsável pela interpretação dos dados, definição das categorias analíticas e validação dos achados.

Diretrizes éticas

Esta pesquisa foi financiada pela Google Brasil internet Ltda. Para garantir a integridade deste trabalho, os autores desenvolveram, conduziram e analisaram o estudo de forma independente, sem interferência da empresa, que também não influenciou ou interferiu na interpretação dos resultados.

As pessoas entrevistadas não foram remuneradas, e os autores mantêm total independência profissional e responsabilidade pelo conteúdo e conclusões deste trabalho.

reglab

centro de estratégia
& regulação

www.reglab.com.br | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)
