

01 CAPA

- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS

PESQUISA DE MERCADO 2026

O Estado do Mercado Criativo Brasileiro

Uma análise quantitativa e qualitativa sobre comportamentos, percepções e estratégias de 88 profissionais criativos brasileiros diante da transição tecnológica imposta pela IA generativa.

N=88 RESPONDENTES | JUNHO 2026 | 88 VOZES DO MERCADO CRIATIVO

METODOLOGIA

Este relatório apresenta análise mista — quantitativa e qualitativa — de **88 respostas** coletadas em junho de 2026 junto a profissionais do mercado criativo brasileiro.

A análise qualitativa das respostas abertas seguiu o protocolo de Análise Temática de Braun & Clarke (2006). Os perfis comportamentais foram construídos via Goodwin Persona Method. A categorização de problemáticas utilizou Affinity Mapping como estrutura de organização dos achados.

A adoção de metodologia validada não é protocolo formal — é garantia de que nenhum padrão relevante se perdeu na interpretação.

THEMATIC ANALYSIS — Braun & Clarke

Codificação das respostas abertas — 6 fases: familiarização, codificação inicial, busca de temas, revisão, definição e nomeação, redação.

GOODWIN PERSONA METHOD

Construção dos 5 perfis de profissional a partir de variáveis comportamentais reais extraídas dos dados.

AFFINITY MAPPING

Categorização das problemáticas identificadas nas respostas em 6 grupos temáticos.

Nota sobre a amostra

88 respostas válidas do formulário *"Pesquisa IA"*. Um segundo formulário ("Workshop", 32 respostas) coletado na mesma campanha foi identificado e excluído por não pertencer a esta pesquisa.

Todos os gráficos seguem a base bruta **n=88** do relatório-fonte (ou o número de respostas válidas por pergunta, quando indicado).

QUEM RESPONDEU

77,3%

têm mais de 10 anos de mercado

46,6%

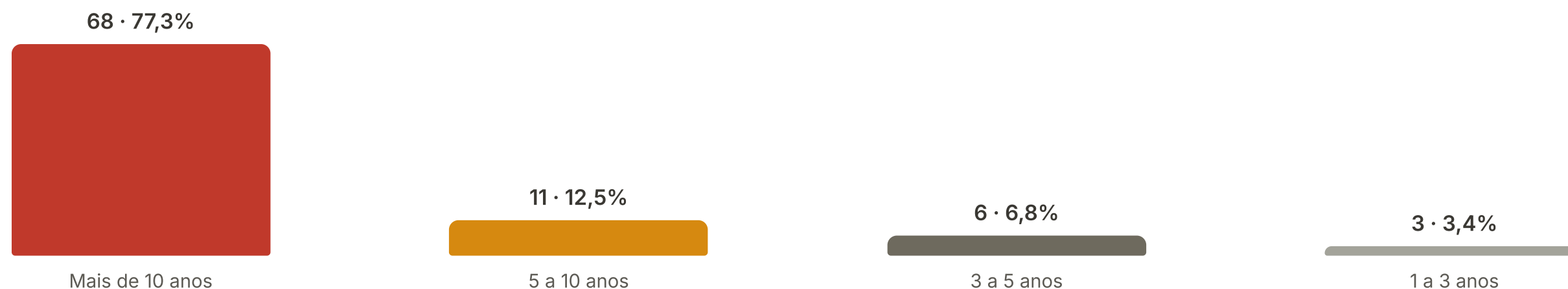
se consideram profissional híbrido completo

86,4%

toparam aprofundar via conversa (Meet)

8 · Tempo de experiência no mercado criativo

N=88



O QUE ISSO REVELA

A composição da amostra por profissionais estabelecidos confere peso analítico particular às respostas sobre ameaça e adaptação. Quando um profissional com mais de uma década de mercado relata insegurança, a hipótese mais provável não é déficit de repertório: é sinal de uma ruptura estrutural em curso.

PERGUNTAS EM ABERTO

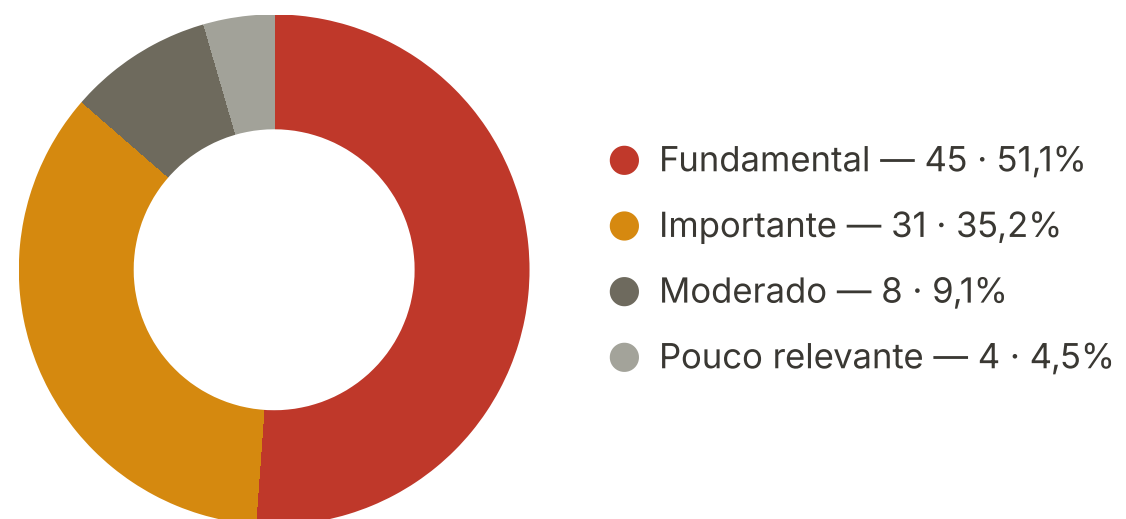
→ Uma pesquisa só com veteranos captura o mesmo medo que os iniciantes sentem?

→ O que muda na leitura dos próximos dados sabendo que 77% já tem carreira consolidada?

REPERTÓRIO CULTURAL

10 · Impacto do repertório cultural na qualidade do trabalho

N=88



O QUE ISSO REVELA

86,3% dos respondentes classifica o repertório cultural como fundamental ou importante para a qualidade do trabalho criativo — mesmo em contexto de ampla disponibilidade de ferramentas generativas. O julgamento estético é tratado como capital humano acumulado, não como capacidade replicável por automação.

PERGUNTAS EM ABERTO

- Repertório cultural pode ser formado ou comprado, ou é vantagem estrutural de quem já é experiente?
- Como isso se traduz em formação para quem está começando agora, sem tempo de acumular vivência?

HIBRIDISMO PROFISSIONAL

11 · Perfil profissional: híbrido ou especialista

N=88



O QUE ISSO REVELA

83% se classificam como híbridos completos ou parciais, e mais 9,1% estão em transição para esse perfil — apenas 8% seguem como especialistas puros. O mercado está absorvendo mais etapas da cadeia por profissional, não terceirizando julgamento criativo para a IA.

PERGUNTAS EM ABERTO

→ Híbridismo é evolução natural de carreira ou sobrevivência forçada pela pressão do mercado?

→ Especialistas puros (8%) estão em risco maior, ou ainda têm espaço de nicho?

PAPEL DA IA NO FLUXO

12 · Papel da IA no processo criativo

N=88

Complementar — otimiza etapas que já domino

50 · 56,8%

Pontual — processo principal é tradicional

21 · 23,9%

Central — maior parte passa pela IA

9 · 10,2%

Ainda integrando a IA ao fluxo

8 · 9,1%

O QUE ISSO REVELA

Apenas 10,2% tratam a IA como elemento central do processo criativo. Para a maioria expressiva da amostra (80,7%), ela é complementar ou pontual — uma ferramenta a mais na caixa, não o novo centro de gravidade do trabalho.

PERGUNTAS EM ABERTO

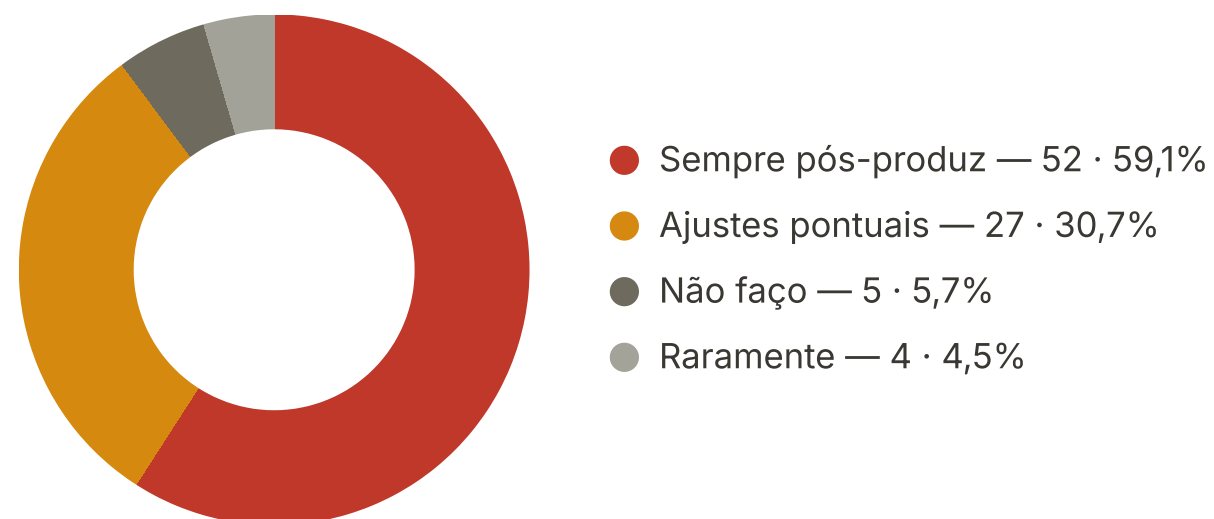
→ Esse padrão muda por área (3D, ilustração, motion, fotografia)?

→ Os 10,2% que já centralizam em IA estão à frente da curva ou correndo risco de dependência excessiva?

PÓS-PRODUÇÃO MANUAL

13 · Pós-produção manual em entregas com IA

N=88



O QUE ISSO REVELA

59,1% sempre refina manualmente o resultado da IA; outros 30,7% fazem ajustes pontuais — juntos, 89,8% não aceita a saída direta da ferramenta como entrega final. A narrativa de que 'a IA já faz tudo sozinha' não encontra sustentação no comportamento relatado: para 89,8% da amostra, a saída crua da ferramenta nunca é a entrega final.

PERGUNTAS EM ABERTO

- Se o profissional não trata a saída da IA como final, por que parte do mercado (clientes) trata?
- Quanto desse refino manual é para corrigir qualidade vs. para adicionar autoria?

VOLUME x VALOR AGREGADO

14 · Impacto da velocidade da IA na rotina

N=88



O QUE ISSO REVELA

O ganho de velocidade proporcionado pela IA não se traduz, na maioria dos casos, em simples aumento de volume de baixo valor: 35,2% conseguiu equilibrar produção com projetos mais complexos, e 9,1% migrou diretamente para projetos de maior valor agregado. Quase um terço ainda não registrou mudança significativa na rotina.

PERGUNTAS EM ABERTO

→ Por que quase 32% ainda não sentiu impacto — está fora da curva de adoção ou seu nicho é mais resistente?

→ 'Mais volume sozinho' (23,9%) é ganho de produtividade ou sinal de perda de colaboração e equipe?

PRESSÃO DE PREÇO

15 · Pressão de preço/prazo por percepção de IA

N=88

Sim — forte pressão por preços menores/prazos curtos

44 · 50,0%

Parcialmente — alguns pressionam, outros pagam mais

33 · 37,5%

Não — clientes entendem custo premium

8 · 9,1%

Orçamentos até aumentaram

3 · 3,4%

O QUE ISSO REVELA

Metade da amostra relata forte pressão por preços menores e prazos mais curtos, motivada pela percepção de que 'a IA faz tudo sozinha'. Ainda assim, quase 40% descreve clientes mistos — parte pressiona, outra segue reconhecendo e pagando por qualidade.

PERGUNTAS EM ABERTO

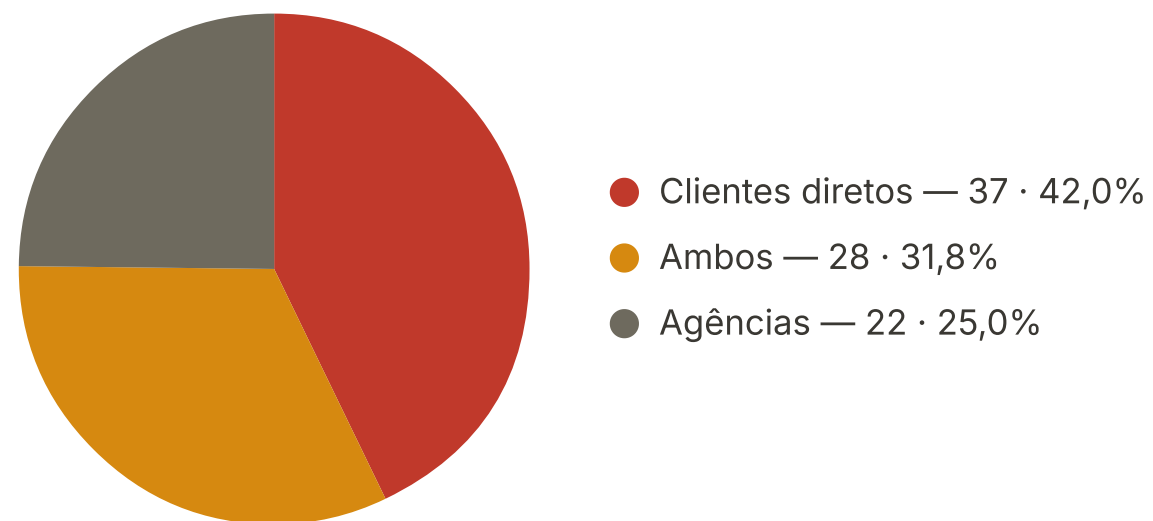
→ Pressão de preço é sobre o produto entregue ou sobre a percepção do esforço e tempo envolvido?

→ Como comunicar valor quando o cliente só vê o tempo de execução, não o repertório por trás?

ORIGEM DE CLIENTES

16 · Origem principal dos clientes

n=87 (1 sem resposta)



O QUE ISSO REVELA

Clientes diretos já superam agências como canal principal (42% vs. 25%) — um terço opera de forma equilibrada entre os dois canais. O centro de gravidade da demanda está deixando de passar exclusivamente por intermediários.

PERGUNTAS EM ABERTO

→ Essa migração é permanente ou reflete um momento específico do ciclo econômico?

→ Clientes diretos pagam o mesmo valor que agências pagavam pelo mesmo trabalho?

MUDANÇA NA DEMANDA

17 · Mudança na origem da demanda no último ano

N=88

Sim — agências reduziram contratações

20 · 22,7%

Não — origem da demanda estável

20 · 22,7%

Ainda não percebi mudança clara

14 · 15,9%

Ainda é cedo para dizer

14 · 15,9%

Sim — novos tipos de cliente

13 · 14,8%

Sim — mais demanda direta de marcas

7 · 8,0%

O QUE ISSO REVELA

Entre quem registrou mudança de origem, o sinal mais forte é a retração de agências (22,7%) — não a substituição por novos clientes de marca (8%). O mercado está se realocando mais do que crescendo em novas frentes.

PERGUNTAS EM ABERTO

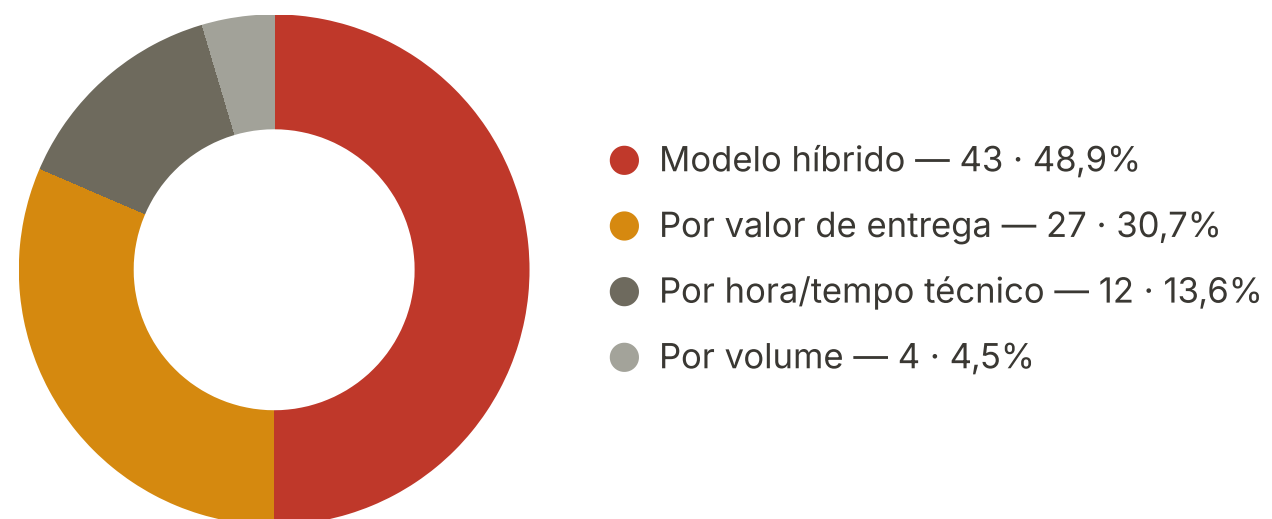
→ A queda de demanda de agências é estrutural (internalização via IA) ou conjuntural?

→ Os 31,8% que dizem 'ainda é cedo' ou 'sem mudança clara' vão sentir o efeito depois, com atraso?

MODELO DE PRECIFICAÇÃO

18 · Modelo de precificação de serviços com IA

n=86 (2 sem resposta)



O QUE ISSO REVELA

Quase metade já opera com modelo híbrido de precificação, combinando critérios conforme o cliente e o projeto. Esse padrão indica que o setor ainda não consolidou um modelo dominante para serviços que envolvem IA — cada profissional está construindo sua própria régua de valor na ausência de um referencial coletivo.

PERGUNTAS EM ABERTO

- Existe um modelo de precificação padrão emergindo, ou cada um está inventando o próprio?
- Cobrar por volume (4,5%) está se tornando obsoleto num mercado que valoriza mais direção e curadoria?

SENTIMENTO DE AMEAÇA

19 · Sentimento diante da concorrência de "só prompt"

N=88

IA ampliou meu trabalho

30 · 34,1%

Sinto concorrência, mas diferencio

26 · 29,5%

Me sinto ameaçado

13 · 14,8%

Me adaptando

12 · 13,6%

Sem impacto real

7 · 8,0%

O QUE ISSO REVELA

63,6% da amostra se declara confiante ou em processo ativo de adaptação. Porém, 14,8% relata perda concreta de projeto para quem só domina prompt — um grupo pequeno em número, mas o que mais demanda resposta prática, não apenas o discurso de que 'IA é ferramenta'.

PERGUNTAS EM ABERTO

→ O que fazer concretamente com o grupo que já perdeu renda real para prompt-only?

→ Essa ameaça concreta tende a crescer ou é um fenômeno de transição que se resolve sozinho?

DIREÇÃO DE INVESTIMENTO

20 · Direção de investimento para se manter competitivo

N=88



O QUE ISSO REVELA

Mais da metade investe de forma equilibrada entre IA e processos tradicionais — apenas 10,2% aposta exclusivamente no tradicional. A tendência dominante não é escolher um lado: é hibridizar também o próprio desenvolvimento profissional.

PERGUNTAS EM ABERTO

- Investimento equilibrado é estratégia deliberada ou cautela diante da incerteza?
- Os 4,5% que não investiram em nada novo estão em risco maior de ficar para trás?

COMO SE ATUALIZA EM IA

21 · Como tem se atualizado em IA

N=88

Experimentos próprios

57 · 64,8%

Cursos e treinamentos

20 · 22,7%

Eventos e conferências

5 · 5,7%

Mentorias

3 · 3,4%

Consultorias

2 · 2,3%

Não sinto necessidade

1 · 1,1%

O QUE ISSO REVELA

O aprendizado é majoritariamente autodidata: 64,8% aprende testando ferramentas de forma independente. Cursos formais ficam bem atrás (22,7%), e mentoria mais consultoria juntas somam apenas 5,7% — indicando quase ausência de curadoria estruturada nesse processo de atualização.

PERGUNTAS EM ABERTO

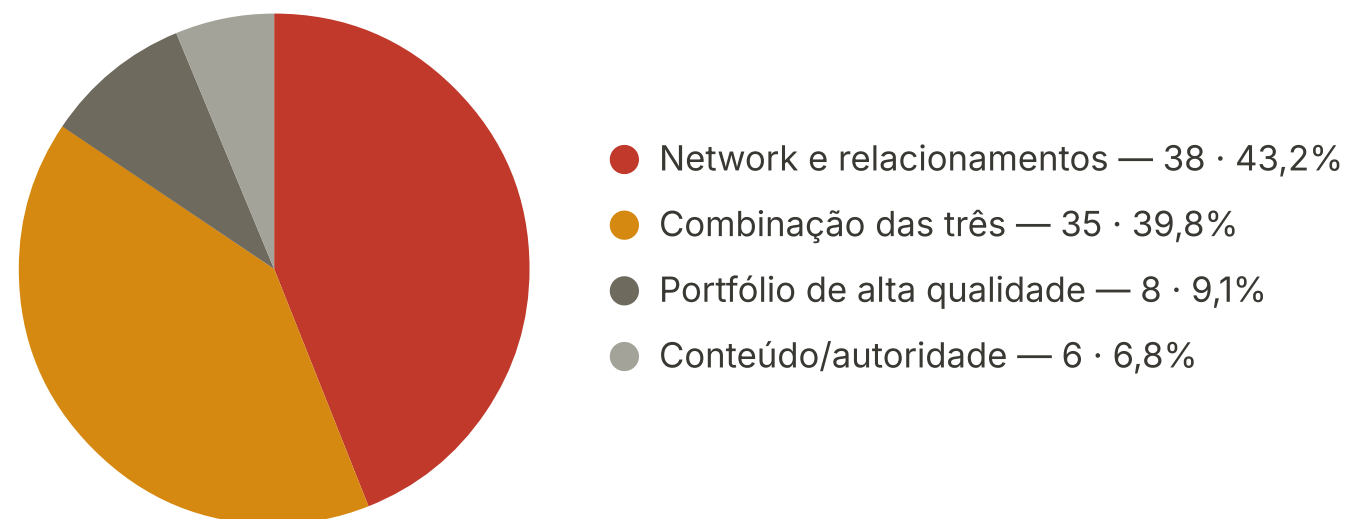
→ Existe espaço real para educação estruturada em IA para esse público, ou o mercado já resolveu sozinho na prática?

→ O aprendizado 100% autodidata está gerando lacunas de fundamentos que só aparecem depois, no resultado do trabalho?

ESTRATÉGIA DE DESTAQUE

22 · Estratégia com mais peso para fechar projetos hoje

n=87 (1 sem resposta)



O QUE ISSO REVELA

Network segue sendo a moeda mais forte do mercado (43,2%), à frente inclusive de portfólio isolado (9,1%). Mas quase 40% acredita que apenas a combinação das três frentes funciona — sinal de que nenhuma estratégia sozinha é mais suficiente como diferencial de fechamento.

PERGUNTAS EM ABERTO

→ Se network pesa mais que portfólio, o que isso diz sobre como profissionais deveriam investir seu tempo?

→ Conteúdo para autoridade (6,8%) é subestimado ou realmente tem menos retorno direto nesse mercado?

IDENTIDADE AUTORAL

23 · Identidade criativa e estilo autoral preservados

n=84 (4 sem resposta)



- Depende do projeto — 37 · 42,0%
- Estilo identificável — 31 · 35,2%
- IA homogeneizando — 8 · 9,1%
- Desenvolvendo linguagem própria — 8 · 9,1%

O QUE ISSO REVELA

O cenário é ambíguo por natureza: 42% responde 'depende do projeto' — o que sugere que a genericidade da IA é administrável caso a caso, não uma condição permanente de perda de voz autoral. Apenas 9,1% relata perda real de identidade. O campo de disputa segue aberto.

PERGUNTAS EM ABERTO

- 'Depende do projeto' é controle criativo deliberado ou concessão comercial disfarçada?
- O grupo que 'trabalha ativamente para desenvolver linguagem própria' (9,1%) — o que estão fazendo de diferente?

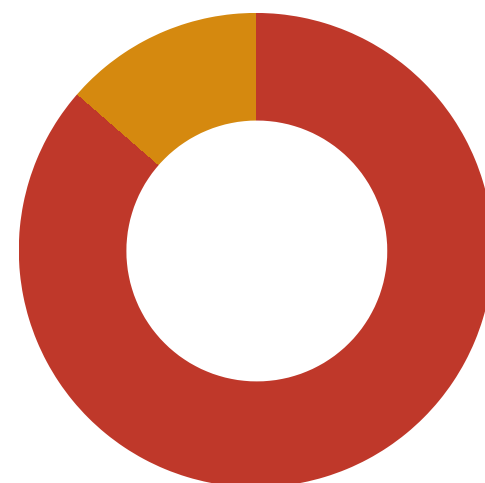
DISPONIBILIDADE P/ DEBATE

86,4%

topam uma conversa de aprofundamento

25 · Disponibilidade para bate-papo de aprofundamento

N=88



- Sim, disponível via Meet — 76 · 86,4%
- Não — 12 · 13,6%

O QUE ISSO REVELA

Uma taxa de 86,4% de disponibilidade para conversa não remunerada sobre o tema é incomum em pesquisas de mercado — indica que a pauta não é periférica. É algo que essa amostra quer discutir ativamente, não apenas responder passivamente em um formulário.

PERGUNTAS EM ABERTO

- Como converter esse interesse em um espaço real de debate, e não deixar a conversa parar no report?
- Esse nível de engajamento sustenta uma comunidade contínua sobre o tema?

TRANSCRIÇÃO REAL

Trechos originais, sem edição, das respostas à pergunta 24: *"Se você pudesse deixar uma mensagem para quem está começando ou se sente perdido diante do tsunami da IA no mercado criativo, o que diria?"*

A qualidade foi nivelada por baixo, mas, ainda assim, tem sido muito bem aceita pelas grandes mídias. [...] Sempre enxerguei nosso mercado como forte, pequeno, porém resiliente. Agora, pela primeira vez, me sinto vulnerável e com vontade de seguir por outro caminho.

— #48 Anderson Dias Torres

Atualmente eu sinto que estou recomeçando, sai de um faturamento relativamente bom para um faturamento quase negativo, preciso me atualizar ainda mais com o mercado atual para voltar ao jogo.

— #36 Ericson Borba de Oliveira

Estamos aos poucos viajando da era hiper-tecnológica e digital em direção de volta pra era analógica e tradicional [...] Na minha opinião, O FUTURO É SOLAR PUNK!

— #78 José Roberto Cahali

IA é ferramenta. Atrás de cada ferramenta precisa ter um operador que saiba usá-la. Uma faca mata alguém ou faz um bom prato de comida. É uma ferramenta.

— #83 Cristiano Fernandes

A IA sempre vai te entregar o genérico, cabe a você pegar este genérico e criar sobre ele a sua linguagem própria. Arte não é só estética é também narrativa.

— #22 Adriano Bathist

"Muda de área"

— #1 Igor Machado

"Caia Fora"

— #56 Guilherme Duarte

"Se fodeu!"

— #40 Fábio Vieira

As últimas 3 citações curtas foram mantidas propositalmente para representar o extremo pessimista real da amostra, ao lado das respostas mais elaboradas — o relatório não filtra apenas discurso otimista.

ANÁLISE CRÍTICA

A análise temática das 87 respostas abertas identificou sete padrões com frequência e consistência suficientes para serem tratados como achados centrais desta pesquisa:

01 "IA é ferramenta, não substituto" — framing dominante, citado quase literalmente em ~25 das 87 respostas abertas

02 Fundamentos e repertório pré-IA aparecem como o principal argumento de defesa contra a comoditização

03 A ameaça não é só percepção: há relatos concretos de queda de faturamento e desistência de carreira

04 Pressão de preço e prazo por percepção de que "a IA faz tudo sozinha"

05 Identidade autoral como campo de disputa — divide opiniões entre "meu estilo permanece" e "depende do projeto"

06 Clientes com expectativa distorcida sobre velocidade e capacidade da IA ("Deus ex machina" corporativo)

07 Visão de futuro polarizada — de otimismo cíclico ("bolha vai estourar") a resignação de mudança de carreira

A coexistência de discursos resilientes e relatos concretos de queda de faturamento indica que o fenômeno não é homogêneo — e que leituras generalizantes sobre "o criativo se adaptando bem à IA" não encontram sustentação nesta amostra.

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO**
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS

MAPA DE COMPORTAMENTO

POSTURA EMOCIONAL: AMEAÇADO → CONFIANTE

RESISTENTE-VULNERÁVEL

Receio de comoditização, considera sair do mercado.

Ex: #48, #78

ADOTANTE-ANSIOSO

Usa IA mas teme ser substituído por quem só sabe prompt.

CÉTICO-AUTORAL

Aposta no manual e no tradicional como diferencial.

Ex: #80, #33

FLUENTE-ESTRATÉGICO

IA integrada, fundamentos sólidos.

Ex: #34, #74

ADOÇÃO DE IA: BAIXA → ALTA

PERSONAS

O Veterano Resiliente

10+ anos, híbrido, pós-produção manual sempre, cobra por valor de entrega, diferenciação por repertório.

"IA é ferramenta. Atrás de cada ferramenta precisa ter um operador que saiba usá-la." — #83

O Ameaçado Concreto

Já perdeu renda real, mercado mudou rápido demais, considera mudar de área.

"Sai de um faturamento relativamente bom para um faturamento quase negativo." — #36

O Estrategista Adaptativo

Usa IA com fundamentos sólidos, foca em liderança, estratégia e repertório além da técnica.

"Direção criativa vai ser o diferencial." — #53

O Cético Filosófico

Acredita em ciclo e bolha, aposta no retorno ao valor humano e analógico.

"O FUTURO É SOLAR PUNK." — #78

O Iniciante em Risco

Menor experiência, menos base para diferenciar. Fatia de 1 a 3 anos de mercado (3,4%) — a mais exposta à concorrência de "só prompt".

"Comece entendendo suas demandas e buscando as ferramentas certas." — #67

PROBLEMÁTICAS

01 Pressão econômica (preço/prazo)

02 Crise de identidade autoral e genericidade

03 Concorrência desleal (prompt-only sem formação)

04 Expectativa de cliente distorcida (instantaneidade e mágica)

05 Ansiedade de atualização constante (FOMO de ferramentas)

06 Reconfiguração do canal de demanda (direto vs agência)

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO**
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS

VISAO DE MERCADO

Os dados apontam para um processo de bifurcação estrutural em curso. 50% dos respondentes relata pressão concreta de preço e prazo — dado que, considerando o perfil maduro da amostra, não pode ser lido como percepção subjetiva.

Em paralelo, profissionais com entrega autoral sólida demonstram capacidade de resistência a essa pressão. A coexistência desses dois movimentos sugere não uma crise homogênea, mas uma segmentação acelerada do setor. O canal de demanda também se reconfigura: de agências (25%) para clientes diretos (42%).

50%

sentem forte pressão de preço/prazo

42% vs 25%

clientes diretos vs. principalmente agências

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS**
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS

VISAO DOS PROFISSIONAIS

O comportamento dominante da amostra aponta para uma estratégia de integração seletiva da IA — não rejeição, não adoção irrestrita.

77,3% dos respondentes possui mais de 10 anos de mercado. 59,1% realiza pós-produção manual extensiva em todo trabalho que envolve IA generativa. Esses dados, lidos em conjunto, sugerem que profissionais maduros estão utilizando a IA como acelerador de etapas já dominadas — e não como substituto do julgamento criativo. A recusa em entregar o output direto da ferramenta como produto final pode ser interpretada como um mecanismo ativo de preservação de identidade autoral e diferenciação de mercado.

77,3%

têm mais de 10 anos de mercado

59,1%

sempre fazem pós-produção manual extensiva

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO**
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS

PROJECAO DE FUTURO

A partir dos padrões identificados, dois cenários emergem como hipóteses de médio prazo para o mercado criativo brasileiro:

CENÁRIO 1 — Bifurcação Permanente

Mercado se divide definitivamente entre commodity de massa produzida via IA e um mercado autoral/premium sustentado pelo valor humano e repertório.

CENÁRIO 2 — Correção de Bolha

Quando a saturação estética de IA se tornar visível ao público, o valor do trabalho humano volta a ser reconhecido e precificado como diferencial.

PERGUNTAS AO MERCADO

Os achados desta pesquisa não encerram o debate — eles o abrem com maior precisão. Cinco questões estruturais emergem dos dados e merecem investigação contínua pelo setor criativo brasileiro:

Se a IA nivela a execução, o que realmente diferencia um profissional hoje?

Quanto vale a experiência de quem tem 10+ anos de fundamentos vs quem só sabe prompt?

Como estabelecer critérios de precificação em um cenário onde a percepção do cliente sobre o papel da IA distorce o valor real do trabalho entregue?

Estamos caminhando para um mercado bifurcado: commodity de massa via IA de um lado, luxo autoral humano do outro?

O que fazemos com a geração que está entrando agora sem ter passado pelos fundamentos pré-IA?

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO**
- 29 JEAN CAMPOS

CONCLUSÃO

O mercado criativo brasileiro não está rejeitando a IA — está recusando o genérico.

Entre 88 profissionais, a maioria madura, híbrida e experiente, emerge um consenso: fundamentos, repertório e identidade autoral são o que segue diferenciando trabalho de commodity. Mas a pressão econômica é real, e para uma parte da amostra, já custou renda e confiança no futuro do próprio ofício.

Este relatório não pretende encerrar essa discussão — pretende inaugurá-la com base em dados reais, não em intuição de mercado. As perguntas da seção anterior são um convite direto ao setor: agências, marcas, clientes e profissionais para debater publicamente o que vem a seguir.

VAMOS CONTINUAR ESSA CONVERSA.

- 01 CAPA
- 02 METODOLOGIA
- 03 QUEM RESPONDEU
- 04 REPERTÓRIO CULTURAL
- 05 HIBRIDISMO PROFISSIONAL
- 06 PAPEL DA IA NO FLUXO
- 07 PÓS-PRODUÇÃO MANUAL
- 08 VOLUME x VALOR AGREGADO
- 09 PRESSÃO DE PREÇO
- 10 ORIGEM DE CLIENTES
- 11 MUDANÇA NA DEMANDA
- 12 MODELO DE PRECIFICAÇÃO
- 13 SENTIMENTO DE AMEAÇA
- 14 DIREÇÃO DE INVESTIMENTO
- 15 COMO SE ATUALIZA EM IA
- 16 ESTRATÉGIA DE DESTAQUE
- 17 IDENTIDADE AUTORAL
- 18 DISPONIBILIDADE P/ DEBATE
- 19 TRANSCRIÇÃO REAL
- 20 ANÁLISE CRÍTICA
- 21 MAPA DE COMPORTAMENTO
- 22 PERSONAS
- 23 PROBLEMÁTICAS
- 24 VISÃO DE MERCADO
- 25 VISÃO DOS PROFISSIONAIS
- 26 PROJEÇÃO DE FUTURO
- 27 PERGUNTAS AO MERCADO
- 28 CONCLUSÃO
- 29 JEAN CAMPOS**

JEAN CAMPOS



Jean Campos

Diretor Criativo On Demand

Sócio-Fundador, MUVA House

Fundador e diretor criativo da MUVA House, traz mais de 20 anos de experiência no mercado publicitário e foi Head de Criatividade e Inovação no Rock in Rio por 4 anos. Sua carreira é marcada por projetos premiados e reconhecimentos internacionais — tendo sido destaque na plataforma Behance e na revista Digital Artist UK, além de conquistar prêmios como Cannes, Lumière Awards e Clío — o que reforça seu papel como referência em inovação e tecnologias criativas.

WhatsApp · (41) 99830-2251 **E-mail** · jeancampos@muvalhouse.com **Site** · muvalhouse.com **Behance** · behance.net/muvalhouse