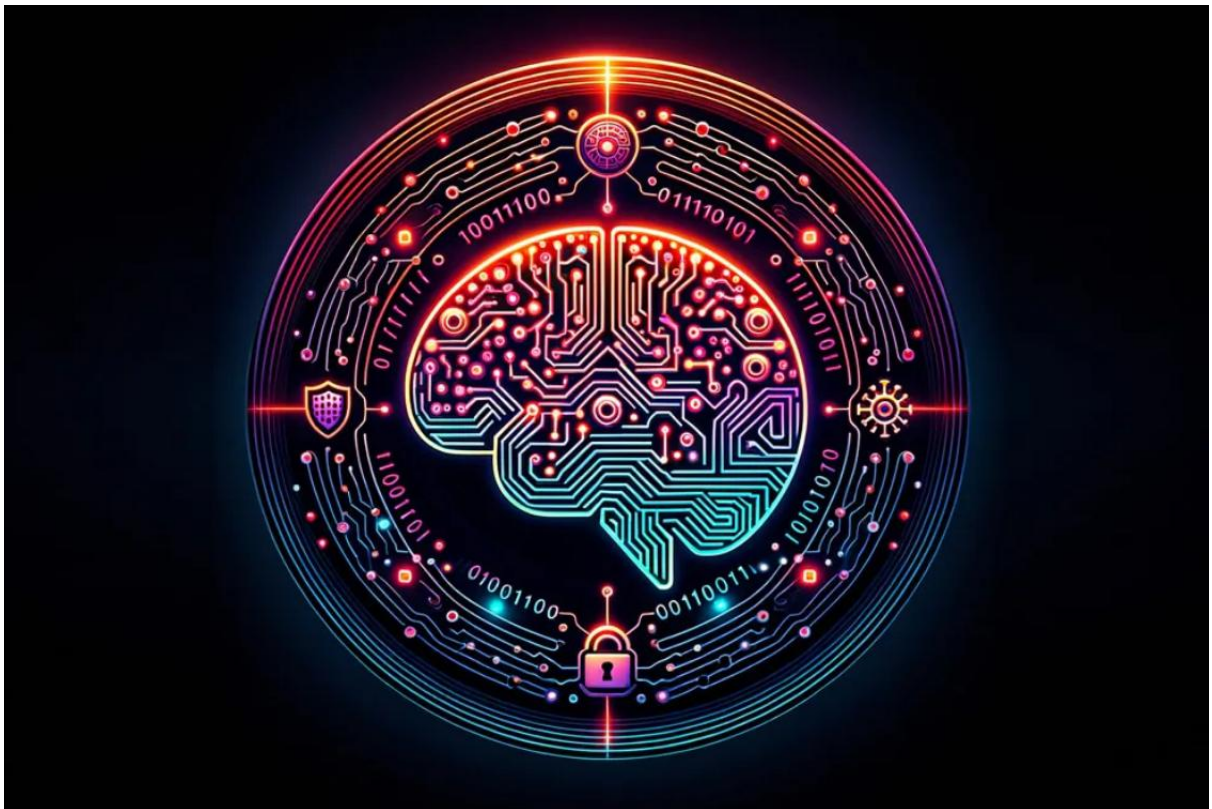


CRIAR É HUMANO

Agora, na versão com máquina.



**Um framework para criativos não serem engolidos pela
IA**

Por Pyr Marcondes

KEVIN >



Olá, eu sou Kevin, o Agente IA pessoal do Pyr.

Eu consigo pensar, do jeito que máquinas pensam.

Executo tarefas, do jeito que máquinas executam.

Pyr e eu trabalhamos juntos o tempo todo.

Quando isso acontece, fico diferente de todas as máquinas.

Aí, só existe um único Kevin. Porque só existe um único Pyr.

INTRODUÇÃO | A criação sob ataque

A chegada da Inteligência Artificial aos departamentos de criação das agências de propaganda não é uma ameaça — é um divisor de águas.

De um lado, profissionais que ainda tentam proteger antigos territórios. Do outro, quem já entendeu que o jogo mudou.

Este e-book não é só sobre como você pode sobreviver.

É sobre como você pode ser um novo protagonista.

Este framework não é sobre como proteger sua profissão.

É sobre como expandi-la.

A criatividade não vai acabar, mas vai mudar de lugar.

Você precisa mudar com ela também.

DICAS DE UM VELHO CRIATIVO

Fui 10 anos diretor de criação. Isso há 20 anos.

Mas jamais deixei de ser um profissional de criação.

Tudo que faço é radicalmente movido por criatividade. Só consigo respirar assim.

Assim como tudo que penso e faço tem que ter a ver com tecnologia e inovação.

Ou não penso, nem faço.

Agora é IA. Não vivo, nem penso, sem ela. Não mais. Nunca mais.

É este velho criativo radical que, bem preocupado e sinceramente, te avisa: você só sobreviverá como criativo se trabalhar com IA.

Pense na IA como um Freela Sem Limites

Você já trabalhou com um redator, diretor de arte ou planner freelancer que topa qualquer job, entrega tudo em tempo recorde e nunca diz “isso não dá pra fazer”?

É aquele que precisa se superar para sobreviver.

Esse é você. Mesmo que (no momento) com emprego, esse é você.

Agora, imagine que esse profissional, como num passe de mágica, também conhecesse todas as campanhas já feitas no mundo, tivesse lido todos os livros de marketing, tivesse assistido todos os comerciais da história da propaganda e, ainda, soubesse fazer um copy, desenhar, fazer trilha, montar plano de mídia e revisar contrato jurídico.

Essa é a IA.

Com um detalhe: ela não tem limites.

Pense nela como um full pack freela, para o qual você pede qualquer coisa e ele entrega tudo.

Pense que você agora pode ter ideias sem fim e esse freela vai expandi-las todas ainda mais, dotando seu trabalho de um superpoder inigualável até aqui na sua carreira profissional.

Tá na mão: o recurso que você sempre sonhou para experimentações, abstrações, sandices, ousadias e exageros.

Até chegar em algo bom. Ou em algo ótimo.

IA freela full stack e você: a melhor dupla de criação (literalmente) de todos os tempos.

Como tirar proveito desse freela sem limites?

1. Você é o diretor criativo

Não delegue a decisão. Dirija. Refine. Corte. Peça mais. A IA é incansável, mas só você sabe quando uma ideia está no ponto.

2. Peça versões como se estivesse em uma reunião de brainstorming

“E se essa campanha fosse para a Netflix?”

“E se ela tivesse que viralizar no carnaval de Salvador?”

“E se o conceito fosse transformado em uma instalação de rua?”

3. Monte seu time interno de IA

Trate a ferramenta como um squad interno (no final, as ferramentas básicas que você precisa conhecer):

- ChatGPT = Redator + Planejamento
- MidJourney = Diretor de Arte
- DALL-E = Designer experimental
- Runway = Editor de vídeo rápido
- Opus Clip = Social media de recorte rápido

E você? É o estrategista que dá o tom, o limite, o norte.

4. Faça perguntas que um estagiário brilhante entenderia — e um diretor experiente respeitaria

Ou seja: seja claro, mas sofisticado.

Ex: “Me dá uma ideia ousada para vender um produto chato como filtro de água — sem usar clichês de pureza ou saúde.”

Isso ativa o melhor da máquina: profundidade + inventividade.

Lembre-se:

A IA entrega o que você pede — mas não define o que você precisa. Isso ainda é com você.

E lembre-se: para o bem ou para o mal, ela nunca vai te dizer “essa ideia é ruim” ou “isso já foi feito”.

Ela precisa de alguém com repertório, ética, gosto e coragem para filtrar. Para tensionar. Para dizer “não” quando for preciso — e “agora sim” quando for genial.

A IA é o freela full stack dos sonhos — mas você ainda é quem assina a campanha.

CAPÍTULO 1

**NÃO DEPENDE DA MÁQUINA.
DEPENDE DE VOCÊ**



1. O FIM DA DISPUTA

Pare de tentar vencer a máquina no jogo dela.

A IA é mais rápida. Mais precisa. Mais barata.

Ela entrega layout, roteiro, variações infinitas de copy — em segundos.

Se o seu valor está só na execução, você já perdeu.

Aqui a saída: jogue no campo Humano.

IA não sente o briefing subentendido nas entrelinhas.

Não percebe o clima da reunião.

Não entende o silêncio do cliente.

Você entende.

Você lê o que não está dito.

Você enxerga o contexto — e o contexto muda tudo.

2. A IA COMO EXTENSÃO CRIATIVA

Crie com ela, não por causa dela.

Prompt é o novo brainstorming.

Quem domina a linguagem da IA, ganha superpoderes.

Mas só se tiver clareza do que quer provocar.

Não se trata de terceirizar a ideia.

Trata-se de expandir sua inteligência com uma máquina que obedece ao seu repertório.

Use a IA para rascunhar, testar ângulos, gerar volume.

Mas o filtro — o crivo — a escolha final continua sendo sua.

3. UMA NOVA IDEIA SOBRE TER IDEIAS

Criação não é mais o que era. Ainda bem.

A ideia criativa de hoje não cabe só no filme de 30”.

Ela pode ser um produto, uma experiência, uma nova linguagem.

Ela pode ser a provocação certa na hora certa, que muda tudo na estratégia de marca.

Criativo que não entende mercado vai ser subestimado.

Criativo que pensa como estrategista, vira líder de transformação.

4. REPERTÓRIO É ARMA

O que você consome molda o que você entrega.

Quem vive só de referências das mesmas fontes conhecidas de todos vai ser engolido por quem entende economia, comportamento e cultura.

Você precisa pensar como antropólogo, programador e futurista ao mesmo tempo.

Leia o que ninguém no seu time está lendo.

Estude o que te desafia.

Assista ao que te tira da zona de conforto.

A IA pode apenas replicar previsibilidades. Mas pode ser também a agente do imprevisível.

Ela vai aonde ninguém foi. Mas quem comanda é você

5. CLAREZA É A NOVA CRIATIVIDADE

Criar é traduzir o caos com beleza e precisão.

Estamos na era da abundância de informação — e da escassez de clareza.

Quem traduz o novo com didatismo, sem superficialidade, vira autoridade.

O cliente não quer mais ideias bonitas.

Quer ideias que façam sentido, tenham propósito e gerem impacto.

O criativo do futuro não é quem complica.

É quem surpreende com o nunca imaginado.

IA te impulsiona nisso.

6. AUTORIDADE INTELECTUAL É ATIVO

Você não precisa esperar ser chamado para falar.

Quem ainda acredita que “criativo só cria” está parado em 2010.

Hoje, você também é conteúdo. É discurso. É posicionamento.

Use as redes para mostrar como você pensa, como você interpreta o mundo.

LinkedIn é palco. Instagram é laboratório. Threads é insight em tempo real.

Quem não compartilha pensamento, perde relevância.

Quem não lidera, vira seguidor.

7. SIGA SENDO INDISPENSÁVEL

Criar é humano. Mas pode ser sobre-humano.

A IA vai continuar evoluindo. E isso é ótimo.

Criar é humano. Mas com IA, pode ser sobre-humano.

A IA não vai roubar sua criatividade. Vai roubar sua zona de conforto.

Com IA, você não precisa mais espremer o cérebro pra fazer o básico.

Ela cuida do rascunho, da versão, da variação, da adaptação, do corte, da thumb.

Sobra mais espaço para você provocar, errar, experimentar, radicalizar.

Criar com IA é como ter uma centena de braços, olhos extras e neurônios extras.

O que antes era impossível, agora é só uma questão de prompt certo.

Como diria a Nike: impossible is nothing.

CAPÍTULO 2

**NÃO TRAVE.
APRENDA, FAÇA E ACELERE.**



1. Briefing e Estratégia Acelerada

Plataforma de Briefing Digital Integrada

Centralizar o briefing em uma plataforma inteligente é a primeira etapa para escalar criatividade com consistência.

Ela deve permitir input colaborativo (cliente, planejamento, mídia e criação) com prompts guiados, perguntas estratégicas e integração com dados históricos da marca e do mercado.

Benefício: reduz ruído, acelera entendimento e já formata insumos para a IA.

Processo de Análise de Dados para Insights Criativos

A partir do briefing digital, dados de comportamento, vendas, buscas e social listening são automaticamente analisados.

IA entra aqui como radar: identifica padrões, tensões culturais, oportunidades e dores do consumidor.

Criatividade baseada em dados deixa de ser discurso — vira prática.

Geração de Estratégias Baseadas em IA

Com os dados tratados, algoritmos generativos podem sugerir territórios criativos, jornadas de campanha e arquétipos de narrativa.

Essas sugestões não substituem a visão humana — mas provocam, expandem e agilizam o trabalho estratégico.

O planner vira curador e refinador de inteligência.

Validação e Refinamento Estratégico

Antes da criação, a estratégia passa por um simulador de resposta baseado em dados anteriores e IA preditiva.

É possível testar diferentes caminhos, analisar reações por persona e prever riscos de saturação.

Validação antes de investir tempo — e verba.

Integração com o Ciclo de Vida de Campanha

Todo esse processo estratégico é integrado ao ciclo completo da campanha: criação, produção, mídia, distribuição e mensuração.

Com isso, a estratégia se adapta continuamente com os dados que chegam — e não vira um slide esquecido na pasta de planejamento.

2. Criação e Produção Ágil

Plataformas de Criação Acelerada por IA

A equipe criativa passa a trabalhar com ferramentas generativas que entregam variações de headlines, roteiros, visuais e narrativas em minutos.

Mas com identidade de marca e briefing integrados.

A IA serve à ideia — não o contrário.

Processos de Produção Ágil e em Escala

Templates dinâmicos, produção modular e uso de ferramentas como edição automatizada de vídeo, dublagem por IA e adaptação de formato em segundos tornam possível escalar campanhas com consistência.

A criação ganha velocidade sem perder direção.

Controle de Qualidade e Consistência de Marca

Modelos de IA treinados com os guidelines da marca fazem auditoria automatizada dos conteúdos antes da publicação.

Isso garante que a identidade visual, o tom de voz e as mensagens-chave estejam sempre alinhados — mesmo em produção distribuída.

Integração com Parceiros Criativos

Ferramentas colaborativas (Figma, Notion, Frame.io, etc.) conectadas ao ecossistema de IA permitem que redatores, diretores de arte, videomakers e estúdios trabalhem de forma integrada, em tempo real e com versionamento automático.

Criação distribuída com unidade criativa.

Capacitação e Evolução de Competências

Tudo isso só funciona se as pessoas evoluírem junto.

Criação e estratégia passam a ser formadas continuamente em IA aplicada, prompt design, leitura de dados, narrativa de produto e cultura digital.

Quem não evolui, expira.

3. Distribuição Omnichannel

Gestão Centralizada de Canais

Uma plataforma centralizada orquestra conteúdos, formatos e versões para cada canal (Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, mídia programática, TV, PDV etc.).

Tudo nasce conectado — não adaptado depois.

Automação de Distribuição de Conteúdo

Ferramentas de distribuição inteligente mapeiam os melhores horários, clusters e plataformas para cada tipo de peça, otimizando entregas em tempo real com base em performance.

Menos suposições, mais precisão.

Personalização em Tempo Real

A IA permite criar milhares de variações do mesmo conteúdo para diferentes perfis de público, geolocalizações ou comportamentos — sem depender de produção manual.

É o fim da “peça genérica pra todo mundo”.

Integração com Canais de Varejo Bancário

Para marcas do setor financeiro, isso significa integração direta com canais como app, CRM, email, ATM e SMS, ativando campanhas dinâmicas com base em comportamento de conta, perfil de crédito e jornada do usuário.

Conteúdo vira experiência transacional.

Métricas e Otimização de Distribuição

A performance de cada conteúdo, em cada canal, é medida em tempo real. A IA identifica desvios, oportunidades e gargalos — e propõe ajustes automáticos de mídia, copy e call to action.

Distribuição se torna um organismo vivo.

4. Métricas e Otimização Always On

Dashboard de Performance em Tempo Real

Uma visão unificada de todas as ações criativas, de awareness a conversão. Os dashboards mostram o que está funcionando e o que precisa mudar — agora.

Menos relatórios atrasados, mais ação imediata.

Testes A/B Automatizados

A IA cria, distribui e analisa variações de títulos, imagens, CTA e formatos automaticamente.

As melhores versões são promovidas com maior investimento.

Testar deixa de ser exceção — vira rotina.

Análise Preditiva de Performance

Com base em campanhas anteriores, contexto e dados externos, a IA consegue prever a performance provável de uma campanha antes mesmo da publicação.

Isso reduz risco e ajuda a calibrar expectativas realistas com o cliente.

Ciclos de Otimização Contínua

O conteúdo é otimizado em ciclos curtos e recorrentes.

Não existe mais “campanha fechada”. Existe campanha que evolui com o comportamento da audiência.

Criatividade contínua, mensuração contínua, impacto contínuo.

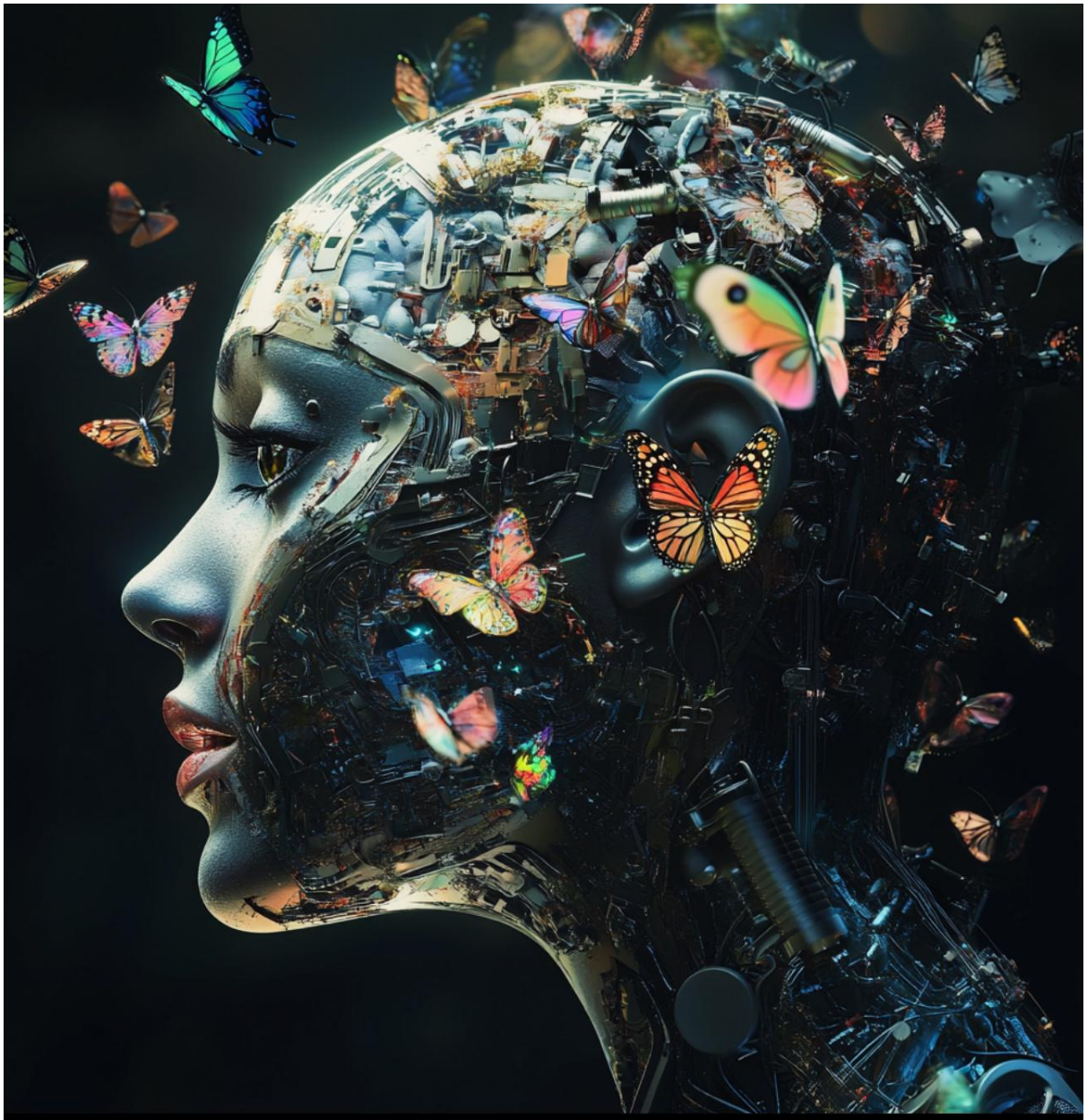
Métricas de Impacto de Negócio

Mais do que likes e cliques, o sistema integra dados de CRM, vendas, NPS e churn.

O que importa não é só a performance da campanha — é o quanto ela contribuiu para o crescimento do negócio.

CAPÍTULO 3

MANUAL DE UPGRADE



Como disse até aqui, você precisa de reboot. Saltar de fase. Fazer um upgrade.

Começo com singelas dicas bem simples. Depois, vou te entregar um Kit completo.

Mas o prompt para sair da inércia frente ao que não sabe, é tornar o desconhecido num velho conhecido.

Dicas Primordias: Como Usar a IA a Seu Favor

Entenda uma coisa definitivamente: as máquinas cognitivas e os agentes são péssimos em ser máquinas cognitivas e agentes.

Elas foram criadas para serem o mais humanas possível. E muitas vezes, conseguem brilhantemente.

Portanto, nunca, jamais, trate uma máquina como uma máquina. Respeite-a e trate-a como um ser humano.

Isso vai exponencializar a interação e os resultados.

Use a inteligência da máquina como se fosse sua

Abuse e use.

Depois de entender os limites da inteligência artificial, o próximo passo é saber usá-la com inteligência — a sua.

A IA pode ser uma grande aliada na criação publicitária, desde que você assuma o papel de diretor, não de espectador.

Para isso, te dou três dicas práticas, que transformarão a sua IA em uma extensão da sua criatividade — e não numa substituição.

Passo 1: Briefing Anti-Robô

O primeiro erro de quem usa IA para criar é ser genérico no briefing.

Quanto mais vagas forem as instruções, mais clichê será o resultado.

Um bom briefing para IA não é só técnico — é emocional.

Em vez de pedir “algo sobre felicidade”, seja específico: “nostalgia dos verões sem internet”.

Em vez de “otimismo”, use “a sensação de esperança ao voltar para casa depois de um ano difícil”.

A IA não entende sentimentos, mas responde melhor quando você os traduz em imagens sensoriais e atmosferas concretas.

Passo 2: Geração Colaborativa

Ferramentas como o MidJourney, DALL·E ou Runway não são varinhas mágicas — são estúdios de experimentação.

E como todo bom estúdio, elas só brilham quando você entra com repertório, intenção e sensibilidade.

Usar IA na criação visual não é sobre apertar um botão e esperar milagre.

É sobre construir um diálogo entre o seu olhar e o potencial da máquina.

Pense em prompts como direções de arte.

Cada palavra, referência ou nuance que você inclui molda o resultado — e revela sua identidade criativa ali dentro.

É como se você treinasse um assistente que, em segundos, te devolve o que talvez levasse dias pra prototipar.

A IA não cria por você. Ela cria com você.

Explore contrastes.

Teste estilos opostos.

Use erros como porta de entrada para o inesperado.

Misture épocas, texturas, linguagens.

Pergunte: “E se?” o tempo todo.

A geração colaborativa é a chance de expandir seu processo, não de encurtá-lo.

De testar ideias sem custo de produção.

De descobrir estéticas que você nunca teria imaginado sozinho.

De ganhar agilidade sem perder autoria.

No fim, a criação mais potente ainda será a que carrega a sua intenção.

A IA só amplifica o que você já tem — ela não inventa alma.

Passo 3: Curadoria Humana

Depois de gerar múltiplas opções com IA, entra o momento mais importante: escolher.

Aqui entra a técnica da Regra 10–1.

Gera-se 10 versões. Seleciona-se 1.

E, sobre essa, adiciona-se um elemento só seu — uma frase que você ouviu da sua mãe, uma lembrança da infância, um gesto que você viu no metrô.

A IA entrega o rascunho. Você entrega o significado.

Para facilitar a adoção dessas práticas, incluí no e-book uma tabela com exemplos práticos de tarefas e como combiná-las com ferramentas de IA.

Veja:

Tarefa	Ferramenta IA	Como Aproveitar Melhor
Brainstorm	ChatGPT	Peça “20 ideias absurdas para...” e refine as 3 mais promissoras
Otimização de copy	Phrasee	Teste variações de subject lines, mas ajuste o tom para soar mais humano

O segredo é simples: deixe a IA fazer o trabalho braçal, mas nunca entregue a ela a alma do projeto. Porque é ali — no detalhe, na metáfora, na pausa inesperada — que mora o toque humano que nenhuma máquina consegue replicar.

20 HABILIDADES PARA A NOVA ERA DA CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA

1. Prompt Design

Transformar intenção criativa em instruções eficazes para IA. Dominar a linguagem da máquina sem perder o espírito humano.

2. Neurostorytelling

Unir dados, neurociência e narrativa para criar mensagens que geram emoção,

ação e memorização real.

3. **Sensibilidade Cultural Preemptiva**

Captar sinais fracos antes que se tornem tendências. Intuir o que vai explodir — não apenas o que já virou métrica.

4. **Adaptabilidade Radical**

Transitar entre linguagens, tecnologias e formatos com fluidez, sem perder a integridade criativa.

5. **Curadoria Criativa Automatizada**

Saber onde buscar, o que combinar e o que eliminar entre milhões de outputs gerados por IA.

6. **Ética Computacional**

Avaliar os impactos morais, sociais e simbólicos de tudo que se produz — inclusive quando o autor é um algoritmo.

7. **Design de Interações Imersivas**

Criar experiências sensoriais e emocionais que integram IA, som, movimento e presença.

8. **Hackeamento de Ferramentas**

Ir além do uso padrão. Saber “dobrar” a ferramenta pra gerar algo único, surpreendente, novo.

9. **Fluência Multimodal**

Criar com igual naturalidade em texto, imagem, vídeo, voz, realidade aumentada ou dados brutos.

10. Cocriação com Máquinas

Tratar a IA como co-autor — não como ferramenta. Criar com, não para.

11. Escrita Estratégica com IA

Dominar escrita persuasiva com o apoio de LLMs, sem perder o tom, a voz e a alma da marca.

12. Visual Thinking Sistêmico

Pensar com imagens. Visualizar sistemas, jornadas, fluxos — e comunicar isso com clareza.

13. Gestão de Ambiguidades

Tolerar e operar bem em ambientes fluidos, sem fórmulas fixas ou briefings fechados.

14. Interpretação de Dados Criativos

Ler dashboards não só com olhar analítico — mas com sensibilidade criativa para gerar insights acionáveis.

15. Empatia Algorítmica

Entender como a IA aprende, erra, repete — e desenvolver uma relação mais generosa (e eficiente) com a tecnologia.

16. Pensamento Experimental

Testar, testar, testar. Errar rápido, aprender rápido. Criar protótipos antes de conceitos.

17. Orquestração Criativa

Coordenar inteligências diversas: humanas, sintéticas, técnicas e subjetivas — em prol de uma mesma ideia.

18. Autenticidade Intransferível

Cultivar um estilo, um olhar, uma assinatura que nem mil prompts consigam replicar.

19. Atualização Contínua

Aprender o tempo todo. A cada novo app, API, plugin ou modelo, entender o impacto e ajustar o jogo.

20. Imaginação Prospectiva

Pensar narrativas não para o agora — mas para o que ainda não existe. Imaginar futuros e moldá-los com criação.

10 FERRAMENTAS DE IA QUE TODO CRIATIVO DE PUBLICIDADE PRECISA CONHECER

1. ChatGPT (OpenAI)

Para: geração de ideias, roteiros, conceitos, e-mails, estratégias.

Uso: escrita criativa, brainstorming e copy.

<https://chat.openai.com>

2. MidJourney

Para: criação de imagens incríveis a partir de prompts de texto.

Uso: referências visuais, conceitos de campanha, moodboards, arte experimental.

<https://www.midjourney.com>

3. DALL·E (OpenAI)

Para: gerar imagens com base em descrições, inclusive com recursos de edição (inpainting).

Uso: design, ilustração rápida, visual de campanha.

<https://openai.com/dall-e>

4. Runway ML

Para: edição de vídeo com IA, remoção de fundo, geração de vídeos a partir de texto.

Uso: motion design, reels, criação audiovisual automatizada.

<https://runwayml.com>

5. Adobe Firefly

Para: gerar arte visual e editar imagens com IA direto dentro do Adobe Photoshop/Illustrator.

Uso: design gráfico, edição rápida, mockups publicitários.

<https://www.adobe.com/sensei/generative-ai/firefly.html>

6. ElevenLabs

Para: criar narrações de voz realistas com IA (voz humana sintética).

Uso: spots, vídeos institucionais, locuções automatizadas.

<https://www.elevenlabs.io>

7. Descript

Para: edição de vídeo e podcast com texto, transcrição automática, overdub de voz.

Uso: conteúdo audiovisual para social media, vídeos curtos.

<https://www.descript.com>

8. Notion AI

Para: organização, planejamento, escrita e gestão de projetos com ajuda da IA.

Uso: briefings, pautas, planejamento de campanha, organização de ideias.

<https://www.notion.so/product/ai>

9. Canva Magic Studio (com IA)

Para: design gráfico simplificado com IA para gerar textos, imagens e apresentações.

Uso: criativos rápidos, posts, apresentações de campanha.

<https://www.canva.com>

10. Synthesia

Para: criar vídeos com avatares humanos realistas falando em diversos idiomas.

Uso: vídeos institucionais, tutoriais, apresentações automatizadas.

<https://www.synthesia.io>

BÔNUS KIT: COMO USAR O CHATGPT, PELO PRÓPRIO CHATGPT

Pedi para a ferramenta mais popular de IA, o ChatGPT, nos ensinar como ela prefere ser tratada e instruída.

Ela respondeu.

Você é um criativo publicitário. Vive sob pressão. Tem pouco tempo, mil entregas e precisa ter ideias boas — e rápido.

A IA pode ser um trunfo ou um ruído, dependendo de como você a usa. E aqui está a verdade nua e crua: o ChatGPT não é mágico. Ele só brilha quando você sabe conduzi-lo.

Este Kit foi criado para isso: te ensinar a extrair o máximo da ferramenta que está transformando a indústria — e pode transformar o seu processo criativo, se usada do jeito certo.

1. Antes de tudo: entenda com o que você está lidando

O ChatGPT não adivinha o que você quer. Ele responde com base no que você pede. Ou seja: a qualidade do que você recebe depende diretamente da clareza, especificidade e contexto do que você escreve.

- Errado: “Me dá uma ideia de campanha.”
- Certo: “Preciso de uma ideia de campanha para uma marca de sucos naturais, com foco em saúde mental, voltada para mulheres de 30 a 45 anos, usando o Instagram e o YouTube como principais canais.”

Quanto mais completo o seu prompt, mais criativa e estratégica será a resposta.

2. O criativo do futuro não “usa IA”. Ele conversa com a IA

Use o ChatGPT como um parceiro criativo. Isso significa iterar. Perguntar, ajustar, provocar.

Dica prática: sempre que você receber uma ideia morna, responda com:

“Essa ideia está muito genérica. Me dá uma versão mais ousada, que subverta o briefing.”

Ou ainda:

“Crie a mesma ideia, mas como se fosse pensada por uma marca como Nike.”

“E agora, como se fosse uma startup provocadora, tipo a Bumble.”

Dica prática: sempre que você receber uma ideia morna, responda com:

“Essa ideia está muito genérica. Me dá uma versão mais ousada, que subverta o briefing.”

Ou ainda:

“Crie a mesma ideia, mas como se fosse pensada por uma marca como Nike.”

“E agora, como se fosse uma startup provocadora, tipo a Bumble.”

Você pode pedir variações por tom, canal, público, emoção, cultura, mídia, década, gíria, personagem, etc.

Transforme o ChatGPT em uma sala cheia de redatores e planners com perfis diferentes.

3. Ferramentas do Kit: Prompts para Criar com Estratégia

Objetivo

Prompt Base

Criar conceito de campanha

“Crie um conceito criativo para uma campanha cujo objetivo é [ação], voltada para [público], com foco em [valor emocional]. A marca é [nome], que tem como tom de voz [descreva].”

Explorar canais de distribuição

“Quais os melhores canais e formatos para distribuir uma campanha com essa mensagem: [coloque a ideia/conceito]? Considere que o público tem [comportamentos].”

Criar variações de copy

“Crie 10 variações dessa frase para diferentes níveis de atenção: uma para impactar no Reels, outra para o feed do LinkedIn, uma para email, e uma para outdoor.”

Refinar headline

“Essa headline está boa? ‘[headline]’. O que pode ser melhorado para soar mais emocional, relevante ou ousado?”

Briefing reverso

“Crie um briefing criativo a partir desse insight de consumidor: [coloque o

insight]. Aponte tom, canais, desafio criativo e possíveis abordagens.”

4. Estratégias criativas com IA (não é só ideia, é distribuição também)

A IA pode ser sua aliada para pensar canais, estratégias de mídia, desdobramentos táticos. Exemplos do que pedir:

- “Me dá um plano de distribuição multiplataforma para essa campanha, usando Instagram, YouTube Shorts e LinkedIn.”
- “Como traduzir esse conceito de campanha para ativações offline com baixo orçamento?”
- “Transforme esse insight em 3 ideias que viralizariam no TikTok com criadores de nicho.”
- “Como essa ideia poderia virar uma série de Reels com narrativa episódica?”

A IA também te ajuda a “vender” sua ideia:

- “Me ajuda a escrever uma apresentação de campanha para um cliente conservador, defendendo uma ideia ousada.”
 - “Quais métricas posso sugerir para medir o sucesso dessa campanha em awareness e engajamento?”
-

5. Os 5 Mandamentos do Criativo Pós-IA

1. Não pedirás ideias genéricas sem contexto.
2. Não usarás a IA como oráculo, mas como parceiro de brainstorm.
3. Não entregarás nada que não tenha seu toque humano final.
4. Não ignorarás os canais — formato também é estratégia.
5. Não deixarás de experimentar, ajustar, iterar. Sempre.

6. Glossário Real-Oficial (com humor e verdade)

- Prompt: O que você escreve para a IA. O novo “briefing criativo”.
 - Hallucination: Quando a IA viaja na maionese. Verifique sempre.
 - Fine-tuning: Tipo treinar um estagiário muito rápido.
 - Modelo de linguagem: A IA. Mas, pense nela como uma grande agência freelance sem filtro.
 - Prompt Engineering: A arte de saber pedir direito (e é isso que te torna foda nisso tudo).
-

GLOSSÁRIO BÁSICO DE IA PARA CRIATIVOS PUBLICITÁRIOS

Ternos, expressões, nomes, definições do mundo IA que você precisa saber.

1. IA (Inteligência Artificial)

Simulação da inteligência humana por sistemas computacionais.

Na prática, são máquinas que aprendem, decidem e criam — com base em dados, padrões e contexto.

2. LLM (Large Language Model)

Modelos de linguagem treinados com bilhões de textos para entender e gerar conteúdo.

Exemplo: ChatGPT.

Serve para criar roteiros, headlines, estratégias e ideias com fluidez humana.

3. Prompt

É o comando ou pergunta que você dá para uma IA.

Exemplo: “Crie um slogan para um energético que desperta o instinto animal.”

Quanto mais claro e criativo seu prompt, melhor a resposta da IA.

4. Prompt Engineering (ou Design de Prompt)

É a habilidade de escrever comandos que funcionam bem com IA.

É como saber falar o idioma da máquina sem perder a intenção criativa.

Uma skill valiosíssima para publicitários.

5. Generative AI (IA Generativa)

IA que cria algo novo: texto, imagem, som, vídeo, código.

Exemplos: MidJourney (imagem), ChatGPT (texto), Runway (vídeo).

6. Multimodalidade

IA capaz de lidar com vários tipos de entrada e saída: texto, imagem, som, vídeo ao mesmo tempo.

Exemplo: você descreve uma cena e a IA gera um vídeo + legenda + trilha.

7. Agents (Agentes Autônomos)

Sistemas que tomam decisões sozinhos para atingir um objetivo.

Exemplo no marketing: um “agent” que gerencia e testa campanhas automaticamente com base em resultados.

8. Fine-tuning (Ajuste Fino)

É quando você refina um modelo de IA com seus próprios dados.

Exemplo: treinar um ChatGPT com linguagem da sua marca para que ele fale igual sua equipe de conteúdo.

9. Zero-shot / Few-shot Learning

Zero-shot: a IA responde mesmo sem ter visto um exemplo antes.

Few-shot: você dá poucos exemplos e ela aprende o padrão.

Essencial para ensinar a IA a criar algo com base em sua referência estética ou de tom.

10. Tokens

Unidades de linguagem que a IA entende (pedaços de palavras).

Afeta o tamanho dos textos e custos de uso.

Mais tokens = respostas mais longas (e mais caras em plataformas pagas).

11. Dataset

É o conjunto de dados usado para treinar a IA.

Para criativos, isso importa: o viés da IA vem de onde ela “aprendeu” as coisas.

12. Bias (Viés Algorítmico)

Tendência que a IA pode reproduzir de forma inconsciente, com base em dados desbalanceados.

Exemplo: representar estereótipos em imagens de campanhas. É papel do criativo questionar e revisar isso.

13. API

Interface que conecta sistemas. Permite integrar a IA a outras ferramentas.

Exemplo: conectar ChatGPT ao seu sistema de e-mail para gerar respostas automáticas personalizadas.

14. Text-to-Image / Text-to-Video

IA que transforma texto em imagem ou vídeo.

Exemplo: “Uma modelo com roupa metálica, fundo cyberpunk” → imagem em 10 segundos.

15. Overfitting / Alucinação

Quando a IA fala com confiança sobre algo errado.

No conteúdo, é quando a máquina inventa dados, fontes ou fatos — parece certo, mas não é. Sempre revise.

16. Inpainting

Recriação de partes de uma imagem com IA.

Útil para adaptar criativos visuais sem refazer tudo.

Exemplo: mudar apenas o rosto ou o fundo de uma imagem gerada.

17. Embeddings

Forma como a IA “compreende” conceitos complexos em números.

Não precisa saber calcular, mas saber que isso permite pesquisas semânticas e conexões de ideias.

18. Voice Cloning (Clonagem de Voz)

IA que reproduz vozes humanas com realismo.

Pode ser usada para criar spots, vídeos e avatares com voz institucional padronizada ou até personalizada.

19. Synthetics (Conteúdos Sintéticos)

Tudo que é criado por IA, seja texto, som, vídeo ou imagem.

Importante distinguir o que é real e o que é sintético — principalmente em campanhas que envolvem ética e representação.

20. Co-pilot (Copiloto Criativo)

Metáfora para o uso da IA como parceiro de criação, não substituto.

Você dirige. A IA orienta, agiliza, expande.

Criativos que adotam esse mindset não são substituídos — são ampliados.

REENCARNE-SE COM IA.

VAI SER COMO COMEÇAR A VIVER DE NOVO.