

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À EFICIÊNCIA CRIATIVA: ESTUDO DE CASO EM UMA FINTECH**

Thomaz Fernandes Balthazar De Oliveira - Universidade de Fortaleza

Milena De Arruda Pinheiro

Afonso Carneiro Lima - UNIFOR

**Resumo**

A emergência da inteligência artificial (IA) como agente transformador no campo criativo tem redefinido práticas, estruturas e estratégias de produção. Este artigo analisa como a integração da IA no processo criativo não apenas amplia a eficiência operacional, mas também ressignifica o papel humano, liberando capacidades cognitivas para o desenvolvimento narrativo e estratégico. A partir da experiência da fintech Meutudo, o estudo demonstra a reestruturação completa do fluxo de produção audiovisual com o uso de avatares digitais e automações, resultando em um aumento de mais de 600% na capacidade produtiva mensal de vídeos, sem prejuízo à qualidade percebida pelo público. A análise estrutura-se sobre um tripé conceitual (processo, narrativa e eficiência) para evidenciar como a IA pode ser incorporada de forma estratégica, promovendo uma verdadeira democratização da criatividade. Ao repensar os fundamentos do fazer criativo, o artigo aponta caminhos para a construção de ecossistemas híbridos entre humanos e máquinas, capazes de combinar escala, profundidade e inovação de maneira sustentável.

**Palavras-chave:** Inteligência artificial, Processo criativo, Inovação, Transformação digital, Criatividade aumentada**Abstract**

The emergence of artificial intelligence (AI) as a transformative agent in the creative field has redefined production practices, structures, and strategies. This article examines how the integration of AI into the creative process not only enhances operational efficiency but also repositions the human role by freeing cognitive capacity for narrative development and strategic thinking. Based on the case of the fintech Meutudo, the study demonstrates a complete restructuring of the audiovisual production workflow through the use of digital avatars and automation, resulting in an increase of over 600% in monthly video production capacity without compromising perceived quality. The analysis is structured around a conceptual framework of process, narrative, and efficiency, highlighting how AI can be strategically incorporated to foster a genuine democratization of creativity. By rethinking the fundamentals of creative work, this article outlines pathways for building hybrid ecosystems between humans and machines, capable of sustainably combining scale, depth, and innovation.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Creative Process, Innovation, Digital Transformation, Augmented Creativity

# Inteligência Artificial Aplicada à Eficiência Criativa: Estudo de Caso em uma Fintech

## Resumo

A emergência da inteligência artificial (IA) como agente transformador no campo criativo tem redefinido práticas, estruturas e estratégias de produção. Este artigo analisa como a integração da IA no processo criativo não apenas amplia a eficiência operacional, mas também ressignifica o papel humano, liberando capacidades cognitivas para o desenvolvimento narrativo e estratégico. A partir da experiência da fintech meutudo, o estudo demonstra a reestruturação completa do fluxo de produção audiovisual com o uso de avatares digitais e automações, resultando em um aumento de mais de 600% na capacidade produtiva mensal de vídeos, sem prejuízo à qualidade percebida pelo público. A análise estrutura-se sobre um tripé conceitual (processo, narrativa e eficiência) para evidenciar como a IA pode ser incorporada de forma estratégica, promovendo uma verdadeira democratização da criatividade. Ao repensar os fundamentos do fazer criativo, o artigo aponta caminhos para a construção de ecossistemas híbridos entre humanos e máquinas, capazes de combinar escala, profundidade e inovação de maneira sustentável.

**Palavras-chave:** Inteligência artificial, Processo criativo, Inovação, Transformação digital, Criatividade aumentada.

## 1 Introdução

A última década marcou uma mudança paradigmática na compreensão e prática da criatividade, impulsionada pelo avanço acelerado dos sistemas de inteligência artificial (IA). Mais do que uma ferramenta de automação, a IA tem se consolidado como um catalisador que amplia as capacidades técnicas dos criadores e transforma elementos centrais do processo criativo. Essa transformação não se limita ao aprimoramento de métodos tradicionais, mas inaugura uma nova etapa na produção de ideias, permitindo a experimentação de formas expressivas e a exploração de territórios conceituais anteriormente inacessíveis.

O diferencial da IA em relação a outras tecnologias reside em seu potencial de colaborar ativamente na geração de soluções criativas. Conforme argumenta Margaret Boden (1998), a IA não apenas simula atividades humanas, mas também pode operar em níveis de criatividade considerados transformacionais, capazes de modificar os próprios limites do espaço de possibilidades cognitivas. Nesse sentido, os sistemas inteligentes desafiam a concepção de que a criatividade é um atributo exclusivamente humano, ao produzir resultados originais, relevantes e, muitas vezes, surpreendentes.

Pesquisas recentes, como as de Kantosalo e Takala (2020), contribuem para esse debate ao propor modelos teóricos de co-criatividade entre humanos e máquinas. Nesses modelos, a IA não atua como substituta do pensamento humano, mas como parceira complementar, potencializando processos de descoberta, associação e refinamento de ideias. Esse tipo de colaboração, sustentado por quadros conceituais como o das “Cinco Dimensões da Co-Criatividade”, sugere que os limites entre autoria humana e computacional se tornam mais difusos, reconfigurando o papel dos profissionais criativos diante das tecnologias emergentes.

No campo prático, observa-se que a adoção consciente e estratégica da IA tem gerado impactos mensuráveis em diferentes áreas da criação, como design, publicidade, música, audiovisual e produção textual. Profissionais que integraram essas tecnologias em seus fluxos de trabalho reportam não apenas ganhos operacionais, mas também acesso a novas formas de expressão e à experimentação com linguagens híbridas. Isso indica uma mudança estrutural no modo como a criatividade é exercida, menos centrada na execução técnica e mais voltada à concepção de sentido, à curadoria de possibilidades e à articulação de narrativas significativas.

Mais do que uma atualização tecnológica, a integração da IA configura uma reconfiguração profunda dos fundamentos do processo criativo. Ao redistribuir tarefas operacionais para sistemas automatizados, abre-se espaço para que o capital humano se concentre na intuição, no pensamento crítico e na elaboração conceitual. Nesse novo ecossistema, a criatividade deixa de ser restringida por limitações técnicas ou pela escassez de recursos e passa a ser moldada por critérios estratégicos, éticos e expressivos. A colaboração entre humanos e máquinas, portanto, não apenas expande os horizontes do possível, mas redefine o próprio papel da criatividade na sociedade contemporânea.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 A democratização da criatividade no contexto da IA**

Historicamente, o campo da criação profissional sempre foi guiado pela busca por ideias relevantes e significativas. A construção simbólica, mais do que a forma técnica, sempre ocupou posição central nos processos criativos. No entanto, a realização dessas ideias esteve, muitas vezes, condicionada às habilidades técnicas disponíveis e aos recursos financeiros viáveis para a sua execução. Em mercados menores ou com menos infraestrutura, a viabilidade de uma ideia era fator determinante para sua adoção. Criar significava, também, ponderar sobre o que era possível fazer.

Durante décadas, as equipes criativas se organizaram a partir de competências técnicas específicas: profissionais que dominavam ferramentas de ilustração, edição ou modelagem 3D eram decisivos para viabilizar certas propostas visuais. A categorização de profissionais com base nessas habilidades influenciava oportunidades, formatos de entrega e decisões estratégicas. A forma e o meio, nesse contexto, funcionavam como condicionantes importantes, sem os quais a ideia não ganhava corpo.

A inteligência artificial altera profundamente esse cenário. Ao reduzir drasticamente as barreiras técnicas de execução, a IA amplia o acesso às ferramentas de criação e viabiliza a participação de agentes criativos que antes estavam à margem dos processos mais sofisticados. Pequenas empresas, empreendedores individuais e profissionais de diferentes formações agora têm à disposição recursos antes limitados a grandes estruturas produtivas. Essa transformação, discutida no âmbito do design participativo como uma forma de democratizar a inovação (Björgvinsson, Ehn, & Hillgren, 2010), permite que o fator limitante da execução técnica perca centralidade.

Com isso, a dimensão conceitual da criatividade ganha espaço para se manifestar com mais autonomia. A pergunta “como fazer?” continua relevante, mas deixa de ser uma barreira estrutural. A IA viabiliza a execução com mais agilidade, acessibilidade e qualidade técnica, permitindo que criadores concentrem maior energia na formulação estratégica, na elaboração simbólica e na construção de narrativas potentes. O foco não muda de lugar: ele apenas deixa de competir com limitações técnicas que antes restringiam seu pleno desenvolvimento. Em um ecossistema mais horizontalizado, a disputa pelo impacto comunicacional se torna mais simétrica, e a qualidade da ideia volta a ser o principal diferencial.

### **2.2 O tripé da transformação criativa: processo, narrativa e eficiência**

A estrutura de um sistema criativo eficaz pode ser analisada sob três dimensões interdependentes: processo, narrativa e eficiência. Esses elementos constituem a base para a compreensão da transformação promovida pela inteligência artificial no contexto da criação contemporânea.

#### **2.2.1 Processo**

A introdução da IA no ambiente criativo exige mais do que a simples inserção de ferramentas em fluxos já estabelecidos. Trata-se de uma mudança estrutural que demanda o redesenho completo do processo. Amabile e Pratt (2016), ao discutirem a criatividade organizacional, destacam que a inovação ocorre de maneira significativa quando há

reconfiguração dos sistemas de trabalho, permitindo que o ambiente favoreça tanto o progresso quanto o sentido no desenvolvimento das tarefas.

Nesse sentido, a IA deve ser integrada de forma estratégica, como um elemento constitutivo do processo, e não como um aditivo. Essa abordagem implica revisar todas as etapas da criação, desde o briefing à entrega, com base nas capacidades oferecidas pelas tecnologias emergentes. A transformação do processo, portanto, não se limita à automação de tarefas, mas envolve a definição de novos fluxos, a redistribuição de papéis entre humanos e sistemas e a construção de rotinas adaptadas a contextos de alta velocidade e complexidade criativa.

### **2.2.2 Narrativa**

Com a IA assumindo parte significativa das etapas operacionais, os profissionais passam a dispor de mais tempo e recursos cognitivos para se dedicarem à construção de narrativas. Essa mudança permite um aprofundamento qualitativo na forma como as ideias são estruturadas, articuladas e apresentadas. Sternberg (2006), ao analisar os fundamentos da criatividade, enfatiza que ela se manifesta de forma mais impactante quando voltada à geração de significado, à reformulação de problemas e à produção de valor subjetivo.

A liberação do tempo anteriormente investido em tarefas técnicas cria uma oportunidade concreta de reforçar o papel das competências humanas, a exemplo da empatia, pensamento simbólico, imaginação e leitura de contexto, no processo de criação. Profissionais criativos passam a se concentrar em escolhas estratégicas, no refinamento de linguagens e na adaptação das mensagens a públicos e plataformas distintas. Nesse ambiente, a narrativa não é mais um produto residual do processo, mas torna-se o núcleo da atividade criativa.

### **2.2.3 Eficiência criativa**

O terceiro eixo da transformação diz respeito à eficiência. Longe de ser uma meta isolada, a eficiência impulsionada pela IA deve ser compreendida como um meio para qualificar a criação. Kantosalo e Toivonen (2016) argumentam que os sistemas de co-criatividade devem ser avaliados não apenas pela produtividade, mas por sua capacidade de ampliar a profundidade criativa e a diversidade de soluções geradas.

Nesse contexto, a automação de tarefas repetitivas permite que os criadores explorem múltiplas possibilidades com mais rapidez e menor custo cognitivo, favorecendo a experimentação e o refinamento contínuo das propostas. Richards (2007), ao tratar da criatividade cotidiana, reforça a ideia de que a ampliação do acesso a ferramentas criativas e o encorajamento à expressão pessoal favorecem um ambiente mais fértil para a inovação. A IA, ao facilitar essa ampliação, contribui para que cada iteração no processo seja não apenas mais rápida, mas mais rica em termos qualitativos.

Portanto, a eficiência criativa promovida pela IA não está restrita à aceleração de entregas. Ela se manifesta na elevação do padrão criativo, na ampliação da autonomia dos profissionais e na criação de condições mais favoráveis para o desenvolvimento de soluções originais, estratégicas e relevantes.

## **3 Estudo de Caso: meutudo**

### **3.1 Diagnóstico do processo e identificação dos pontos críticos de otimização**

Como ponto de partida para a reestruturação da produção audiovisual na meutudo, realizou-se um mapeamento completo do fluxo de produção de vídeos, com o objetivo de identificar as etapas com maior impacto no tempo total de entrega. A análise permitiu quantificar a contribuição relativa de cada fase do processo, oferecendo subsídios para decisões baseadas em dados operacionais.

O fluxo vigente era composto por cinco macroetapas: (1) roteirização, dedicada ao planejamento e à estruturação dos conteúdos; (2) pré-produção, que incluía agendamentos, definição de recursos, cenografia e preparação técnica; (3) gravação, envolvendo equipe, estúdio e equipamentos para captação do material; (4) pós-produção, responsável pela edição,

tratamento de áudio, correção de cor e inserção de elementos visuais; e (5) finalização, que contemplava renderização e publicação do conteúdo.

O diagnóstico indicou que as etapas de gravação e pós-produção concentravam os principais gargalos operacionais. Ambas demandavam elevado grau de coordenação logística, exigiam recursos computacionais robustos e apresentavam atividades repetitivas, com baixa escalabilidade. Além disso, identificaram-se tarefas manuais passíveis de automação ou otimização por meio de soluções baseadas em inteligência artificial e outras tecnologias.

Diante desse cenário, definiu-se que a transformação do processo teria como foco inicial essas duas etapas, com a adoção de um novo modelo de produção que conciliasse eficiência técnica, redução de custos operacionais e aderência às demandas estratégicas de expansão no volume de conteúdos audiovisuais.

### **3.2 Reestruturação da gravação e pós-produção com uso de avatar digital**

A partir da identificação das etapas de gravação e pós-produção como os principais pontos críticos no fluxo audiovisual da meutudo, estabeleceu-se como prioridade a busca por soluções com impacto direto e mensurável nessas fases. A meta estabelecida foi a de reduzir o tempo de produção e aumentar a previsibilidade operacional, preservando os padrões de qualidade técnica dos vídeos.

O primeiro foco concentrou-se na etapa de gravação, historicamente associada a desafios logísticos e operacionais. O processo demandava a mobilização de múltiplos profissionais, i.e., equipe técnica, apresentadores e suporte de estúdio, além de estar diretamente condicionado à disponibilidade dos colaboradores responsáveis pela apresentação. A estratégia da meutudo de utilizar talentos internos como apresentadores fortaleceu a identidade institucional dos conteúdos, mas também introduziu elevada variabilidade na execução. A ausência de formação técnica específica resultava em pausas frequentes, erros e necessidade de regravações, ampliando o tempo de produção e sobrecarregando a etapa de edição.

Adicionalmente, a gestão de agendas dos apresentadores tornou-se um fator limitante, especialmente diante da ampliação da demanda e da necessidade de agilidade na abordagem de temas sensíveis ao tempo. O modelo então vigente, dependente da disponibilidade humana contínua, revelou-se insustentável, demandando uma revisão estrutural desse ponto do processo.

Neste cenário, foi identificado o potencial de adoção de um avatar virtual, capaz de operar sob demanda, eliminando os entraves logísticos das gravações presenciais. A solução foi implementada por meio da plataforma HeyGen, especializada na geração de vídeos com avatares digitais realistas, construídos a partir de vídeos-modelo gravados previamente por humanos. A tecnologia permite criar um avatar animado, com alta fidelidade visual e expressiva, a partir de uma única captura inicial. A geração de novos vídeos ocorre de forma automatizada, mediante a simples inserção de roteiros.

A incorporação dessa tecnologia representou um marco na transformação do modelo produtivo. Com a consolidação de um vídeo-base, previamente tratado com rigor técnico, incluindo ajustes de áudio, imagem e iluminação, realizados nas plataformas Adobe Premiere e After Effects, estabeleceu-se um padrão de qualidade que passou a ser replicado em todos os vídeos subsequentes gerados via avatar. Essa estratégia eliminou a necessidade de gravações adicionais e automatizou a entrega de conteúdos audiovisuais com consistência técnica.

Como o vídeo-base já incorporava todo o tratamento estético e técnico, os conteúdos gerados herdavam essas características, reduzindo significativamente a necessidade de intervenções manuais na edição. Esse avanço possibilitou a migração da etapa de finalização para plataformas mais ágeis, otimizando o tempo de ajustes e publicação.

O impacto foi expressivo. Enquanto o modelo tradicional permitia a entrega de aproximadamente 25 a 30 vídeos por mês, a adoção do avatar virtual elevou a capacidade produtiva para uma média de 220 vídeos mensais no segundo semestre de 2024. Esse aumento

não apenas atendeu aos objetivos operacionais de escalabilidade e agilidade na publicação, como também consolidou um novo paradigma produtivo, pautado na eficiência, consistência e capacidade de resposta rápida às demandas de conteúdo.

### **3.3 A reestruturação do fluxo de edição na produção audiovisual da Meutudo**

Após a etapa de captação de imagem, todo vídeo produzido passa por um ciclo técnico fundamental de montagem e finalização, no qual o conteúdo bruto é organizado, ajustado e preparado para publicação. Essa etapa abrange desde a edição linear da narrativa até a correção de cor, o tratamento de áudio, a inserção de elementos gráficos e a renderização final. Trata-se de um momento determinante tanto para a qualidade perceptiva do conteúdo quanto para a eficiência do ciclo produtivo.

No mercado audiovisual, os softwares mais utilizados para essas funções incluem Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects, DaVinci Resolve, Final Cut Pro e, mais recentemente, CapCut. No contexto da Meutudo, as ferramentas predominantes eram Adobe Premiere Pro e Adobe After Effects, amplamente adotadas no setor pela robustez, integração e alto desempenho técnico.

O Premiere Pro desempenhava função central na edição linear, permitindo cortes, organização das cenas, tratamento básico de cor e áudio, além da sincronização de trilhas e narrações. O After Effects era utilizado para a criação de motion graphics, vinhetas, transições animadas e efeitos visuais, além de correções avançadas. A integração entre os dois softwares, realizada por meio do recurso Dynamic Link, possibilita a atualização automática de projetos entre as plataformas, sem a necessidade de renderizações intermediárias, garantindo eficiência no fluxo de trabalho e alto controle criativo.

Com o aumento da demanda por conteúdos e a necessidade de ciclos de publicação mais ágeis, o fluxo tradicional de edição, baseado em processos manuais e renderizações locais, passou a representar um gargalo operacional. As demandas de tempo para processamento, ajustes estéticos recorrentes e configuração de projetos tornaram-se incompatíveis com os novos volumes de produção. Esse cenário impulsionou a busca por soluções que preservassem a qualidade técnica, mas que fossem otimizadas para escalabilidade e ganho de velocidade.

Nesse contexto, adotou-se o CapCut como solução complementar no processo de finalização. Desenvolvido pela ByteDance, o CapCut é um software multiplataforma que combina uma interface intuitiva com recursos robustos, projetados para produção em escala. Seus diferenciais incluem uma ampla biblioteca de elementos gráficos pré-formatados (títulos animados, filtros, efeitos sonoros), ferramentas de inteligência artificial — como legendas automáticas, remoção de fundo e dublagem —, além de alta performance no processamento, mesmo em equipamentos de configuração intermediária. A operação baseada em nuvem permite uma edição fluida entre dispositivos, eliminando etapas de renderização parcial e reduzindo significativamente o tempo de publicação.

Mais do que uma substituição de ferramentas, a adoção de avatares virtuais impulsionou um novo patamar de controle técnico e padronização na produção audiovisual. O processo tem como base a criação de um vídeo-modelo com apresentador real, submetido a um tratamento completo na suíte Adobe, incluindo correção de cor, ajustes de som e refinamento visual. Este vídeo-base serve como referência para que a plataforma de geração de avatar replique, de forma automática, os parâmetros visuais e sonoros nos vídeos subsequentes. Dessa forma, elimina-se a necessidade de aplicar os mesmos processos técnicos a cada nova peça, garantindo consistência estética e otimização de tempo.

Os vídeos gerados via avatar seguem diretamente para edição no CapCut, onde são realizados ajustes narrativos, cortes e inserções de elementos visuais com agilidade, a partir de modelos visuais pré-configurados. A escolha pelo CapCut foi motivada principalmente por sua eficiência no processamento, facilidade de operação e capacidade de manter consistência visual, características alinhadas às demandas estratégicas da Meutudo.

A integração entre o refinamento técnico proporcionado pela suíte Adobe na construção do vídeo-base e a agilidade operacional do CapCut na edição seriada viabilizou um modelo produtivo híbrido, que combina controle de qualidade e eficiência em larga escala. Esse arranjo tornou possível sustentar um fluxo contínuo de produção, mantendo o rigor estético e a identidade visual já consolidados pelo canal.

### **3.4 Reconfiguração estrutural do fluxo de produção audiovisual**

A integração de soluções baseadas em inteligência artificial nas etapas de gravação e pós-produção resultou em uma transformação profunda e definitiva no modelo de produção audiovisual da Meutudo. O fluxo anteriormente estruturado em etapas complexas e sequenciais (envolvendo pré-produção, agendamentos, gravações presenciais, ajustes técnicos recorrentes e pós-produção completa) foi reconfigurado em um processo mais enxuto, previsível e escalável.

Com a adoção do avatar digital, eliminou-se a necessidade de gravações contínuas. A criação de um vídeo-base, desenvolvido com rigor técnico por meio da suíte Adobe, passou a funcionar como matriz para toda a produção subsequente. Dessa forma, as etapas de captação, configuração de iluminação, correção de cor e tratamento de áudio deixaram de ser executadas de forma recorrente, sendo aplicadas uma única vez. Os parâmetros técnicos desse vídeo-base são replicados automaticamente em escala na geração dos vídeos por meio do avatar.

De forma complementar, a adoção do CapCut como solução principal para a etapa de edição viabilizou uma reorganização do fluxo de trabalho, proporcionando ganhos substanciais em velocidade e eficiência operacional. A edição passou a se concentrar exclusivamente em ajustes narrativos e na personalização de conteúdo, deixando de ser um gargalo técnico no processo.

O novo modelo de produção foi racionalizado em três núcleos operacionais principais: roteirização, geração automatizada do vídeo e edição final simplificada. Essa estrutura não apenas elevou a capacidade produtiva em mais de 600%, como também redefiniu a lógica do trabalho criativo na organização. O modelo anterior, limitado por restrições técnicas, foi substituído por uma operação orientada à estratégia, à intenção editorial e à capacidade de resposta rápida.

### **3.5 Resultados e implicações da reestruturação**

Os resultados obtidos com a reconfiguração do fluxo de produção audiovisual na Meutudo demonstram de forma clara o potencial transformador da aplicação estratégica de inteligência artificial em ambientes criativos. A transição de um modelo tradicional, baseado em ciclos lineares e operações intensivas, para uma estrutura modular, automatizada e escalável, proporcionou ganhos concretos e mensuráveis.

A produção média mensal evoluiu de 25 para 220 vídeos, o que representa um aumento superior a 600%, sem qualquer comprometimento da qualidade técnica ou da identidade visual dos conteúdos. Esse novo patamar operacional possibilitou a adoção de uma estratégia editorial mais dinâmica, com maior frequência de publicações, mais agilidade na abordagem de temas emergentes e uma ampliação significativa das frentes de conteúdo.

Esse avanço na capacidade produtiva, combinado às estratégias de crescimento adotadas para o canal, resultou em um marco relevante: o alcance de 100 mil inscritos no YouTube. Esse resultado representa não apenas um indicador quantitativo, mas também um reconhecimento simbólico e estratégico da consolidação do canal como um ativo de comunicação da marca.

É importante destacar que a adoção de inteligência artificial no processo de criação audiovisual não gerou resistência perceptível por parte da audiência. Pelo contrário, análises realizadas a partir dos dados da plataforma Social Blade indicam que, entre os dez vídeos com maior desempenho no canal, cinco foram produzidos com o suporte de inteligência artificial. Esse dado evidencia que o público manteve altos níveis de engajamento e percepção de valor, mesmo com a incorporação dessa nova tecnologia no processo produtivo.

Além dos impactos quantitativos e qualitativos, essa transformação reposicionou o papel da equipe criativa. A eliminação de tarefas operacionais repetitivas e de gargalos técnicos permitiu que os profissionais passassem a concentrar esforços no desenvolvimento de narrativas relevantes, alinhadas à estratégia da marca e às demandas da audiência. Houve uma migração do foco na execução técnica para uma atuação orientada à gestão editorial, à criatividade e à comunicação estratégica.

De forma sintética, a integração entre tecnologia, reorganização de processos e foco criativo resultou na consolidação de um modelo de produção mais inteligente, ágil e sustentável. Esse modelo está plenamente alinhado às demandas da comunicação digital contemporânea e às metas estratégicas da organização.

### **3.6 Desafios e considerações futuras**

A integração da inteligência artificial ao processo criativo, embora repleta de oportunidades, também impõe desafios significativos que demandam análise crítica e gestão cuidadosa. Colton e Wiggins (2012), em seus estudos sobre criatividade computacional, destacam a importância de manter o equilíbrio entre o potencial transformador da inteligência artificial e a preservação da autenticidade criativa, bem como da agência humana no processo.

No contexto da Meutudo, a reestruturação do processo audiovisual e os resultados obtidos serviram como uma prova de conceito que viabilizou a expansão do uso de inteligência artificial para outros domínios criativos dentro da organização. Atualmente, estão em desenvolvimento iniciativas que envolvem desde a criação de um banco de imagens proprietário, gerado por inteligência artificial, até o desenvolvimento de agentes especializados na produção textual e visual de conteúdos para os canais digitais da marca.

Esse movimento de expansão não tem como única motivação a automação dos processos. Ele é orientado principalmente pelo compromisso com uma abordagem criativa mais eficiente, estratégica e sustentável. O foco permanece na exploração de narrativas inovadoras, garantindo a manutenção da coerência estética, da relevância comunicacional e da autonomia criativa da equipe.

## **4 Conclusão**

A reestruturação do processo criativo na Meutudo, apoiada por tecnologias baseadas em inteligência artificial, demonstrou que é possível conciliar eficiência operacional e profundidade criativa por meio de uma gestão intencional dos fluxos de trabalho. O objetivo inicial não se limitava ao aumento da produção, mas sim ao estabelecimento de controle sobre o processo produtivo, garantindo consistência, agilidade e a criação de espaço para que a equipe se dedicasse às atividades de maior valor, como a construção estratégica de narrativas com relevância e propósito.

A automação de etapas operacionais, incluindo gravação, pós-produção técnica e processos de edição repetitiva, possibilitou a liberação da equipe criativa de tarefas mecânicas. Com isso, tornou-se viável redirecionar o foco dos profissionais para atividades de maior valor simbólico, estratégico e criativo. Essa reorganização, fundamentada em dados concretos de produtividade e desempenho, resultou na adoção de um modelo mais enxuto, previsível e escalável, no qual a jornada criativa passou a se concentrar em três núcleos principais: roteirização, geração automatizada dos vídeos e edição final simplificada.

Os resultados obtidos confirmam a eficácia dessa abordagem. A produção mensal de vídeos apresentou um crescimento superior a 600%, o canal alcançou a marca de 100 mil inscritos e houve a validação, por parte da audiência, da aceitação do conteúdo gerado com suporte de inteligência artificial. Dados indicam que os vídeos automatizados figuram entre os mais relevantes do canal, o que reforça a efetividade do modelo adotado.

Mais do que simplesmente alcançar ganho de escala, o processo evidenciou uma nova lógica na produção de conteúdo digital, caracterizada por maior leveza, inteligência operacional e foco estratégico. Nesse contexto, a inteligência artificial não se apresenta como substituta da

criatividade humana, mas sim como uma tecnologia que potencializa suas capacidades, ao eliminar barreiras técnicas e permitir que a equipe atue com mais liberdade e intenção.

Essa experiência também abre oportunidades para futuras expansões, com a aplicação de inteligência artificial em outros campos criativos da organização, como a geração de imagens, o desenvolvimento de personas digitais e a automação de conteúdos para múltiplos canais. Consolida-se, assim, um modelo de colaboração entre humanos e tecnologia, no qual eficiência, escalabilidade e profundidade criativa deixam de ser objetivos conflitantes e passam a ser componentes complementares de uma mesma estratégia de inovação.

### Referências

- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157–183. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203508527>
- Bratteteig, T., & Wagner, I. (2016). What is a participatory design result? In *Proceedings of the 14th Participatory Design Conference* (pp. 141–150). ACM. <https://doi.org/10.1145/2940299.2940316>
- Cisco. (2020). *Cisco annual internet report (2018–2023) white paper*. Cisco Systems. <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.html>
- Colton, S., & Wiggins, G. A. (2012). Computational creativity: The final frontier? In *Proceedings of the 20th European Conference on Artificial Intelligence* (pp. 21–26). IOS Press. <https://doi.org/10.3233/978-1-61499-098-7-21>
- Csikszentmihalyi, M. (2014). *The systems model of creativity: The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-94-017-9085-7>
- Hootsuite. (2023). *Social media trends 2023: Global report*. Hootsuite Inc. <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- Kantosalo, A., & Toivonen, H. (2016). Modes for creative human-computer collaboration: Alternating and task-divided co-creativity. In *Proceedings of the Seventh International Conference on Computational Creativity* (pp. 77–84).
- Lubart, T. I. (2005). How can computers be partners in the creative process: Classification and commentary on the special issue. *International Journal of Human-Computer Studies*, 63(4–5), 365–369. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.04.002>
- Richards, R. (2010). Everyday creativity: Process and way of life – Four key issues. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 189–215). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511763205.013>
- Sternberg, R. J. (2019). Why the research on artificial intelligence-based creative tools is not yet creative enough. *Perspectives on Psychological Science*, 14(1), 21–24. <https://doi.org/10.1177/1745691618792253>