GUIA TANGRAM · 2026

IA generativa na produção de vídeo

O que já funciona, o que ainda falha e o que exigir

Um guia sem promessa e sem pânico: onde a IA generativa já trabalha bem num filme de marca, onde ainda quebra, para onde o dinheiro se move e o que precisa estar escrito antes de publicar.

Carta de *abertura*

Quase toda conversa sobre um projeto novo passa, em algum momento, pela mesma pergunta: dá para fazer com IA? Às vezes ela chega como curiosidade, às vezes como pressão do orçamento, às vezes como pedido pronto, “queremos um vídeo feito com IA”. Em todos os casos, a pergunta costuma vir antes da mais importante: qual problema esse vídeo precisa resolver?

Este guia existe para separar as duas coisas, e é escrito por quem usa. Na Tangram, a IA trabalha ao lado da criação humana e da tecnologia de produção, como aceleradora de etapas: entra em diferentes projetos, onde faz sentido — pesquisa, roteiro, pré-visualização, versões, pós, legendas e localização —, e geramos imagem, cena ou a peça inteira quando esse é o propósito — sempre com direção, critério e regras escritas. O que não fazemos é publicar porcentagens próprias de economia: o mercado está cheio de números de ganho que ninguém consegue auditar, e não queremos acrescentar mais um. Os dados deste guia são públicos e verificáveis (pesquisas de mercado, anúncios oficiais de plataformas, projetos de lei); a leitura deles é de quem produz com a ferramenta.

A tese é simples. A IA generativa já é uma camada real do processo audiovisual, e quem a ignora faz à mão o que não precisaria. Mas ela é uma camada, não a base. Filme de marca continua dependendo de alguém que decida o que a imagem precisa dizer, de pessoas em frente à câmera quando a história pede pessoas, e de regras claras sobre rosto, voz e produto. É nessa combinação — criação humana, IA e tecnologia na mesma direção — que a nossa operação trabalha.

Se você já leu nosso texto mais curto sobre IA na produção audiovisual, este é o aprofundamento: com capítulos sobre custo, governança, regulação e o time que muda. Ele foi escrito para quem aprova, e não só para quem opera a ferramenta.

— Tangram

RESPOSTA CURTA

A IA generativa entrega mais onde o objetivo é ver rápido e variar com critério claro: pesquisa, frames de estudo, animatic, versões, legendas, localização e limpeza de pós. Ainda falha em atuação, continuidade de personagem, fidelidade de produto e segurança de direitos. O dinheiro não some: sai de horas repetitivas e vai para direção, revisão, jurídico e registro.

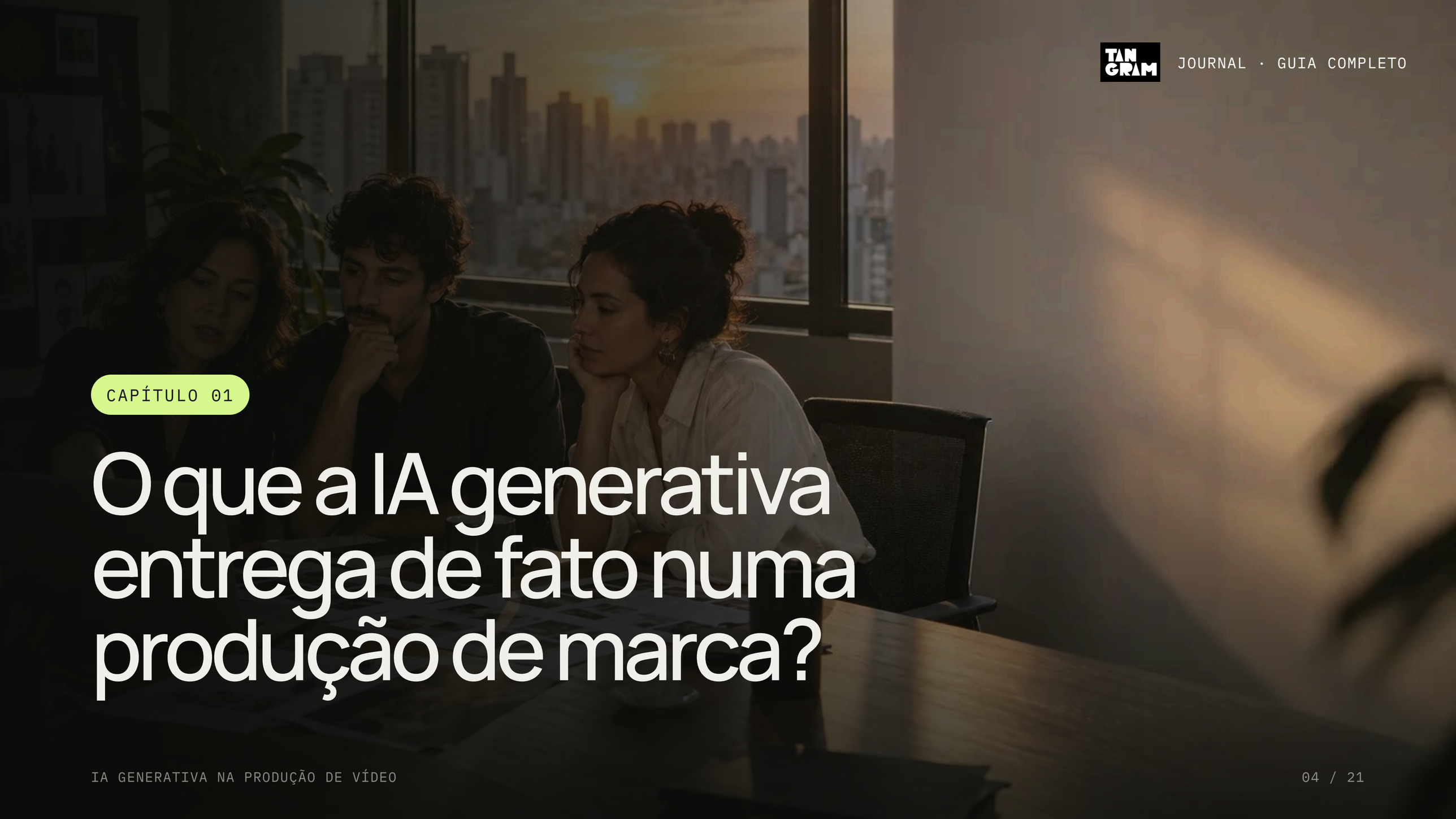
EM RESUMO

01 A adoção é alta, mas usar IA em alguma etapa é diferente de substituir a produção.

02 O ganho mais seguro está antes do set e nas versões; o risco mais caro está em rosto, voz e produto.

03 O orçamento muda de lugar: menos horas de tarefa repetitiva, mais direção, curadoria e revisão.

04 No Brasil, a lei geral de IA ainda não foi votada na Câmara; consentimento escrito e registro já são exigíveis por contrato.



CAPÍTULO 01

O que a IA generativa entrega de fato numa produção de marca?

CAPÍTULO 01 · DISCURSO × PRODUÇÃO

O que a IA generativa entrega de fato numa produção de marca?

- Dois em cada três compradores de mídia já usam IA generativa no criativo de vídeo, mas isso vai de legendas a filmes inteiros, e só um terço das peças usa a tecnologia.
- A percepção do público está mais fria do que o mercado imagina, principalmente entre os mais jovens.
- A pergunta útil não é “dá para fazer com IA?”, e sim “em qual etapa a IA melhora esta peça?”.

2 em 3

compradores de mídia de vídeo nos EUA já usam IA generativa nos criativos em 2026 — mas só um terço das peças usa a tecnologia.

Fonte: IAB — 2026 Digital Video Ad Spend & Strategy, parte 2 (jul. 2026)

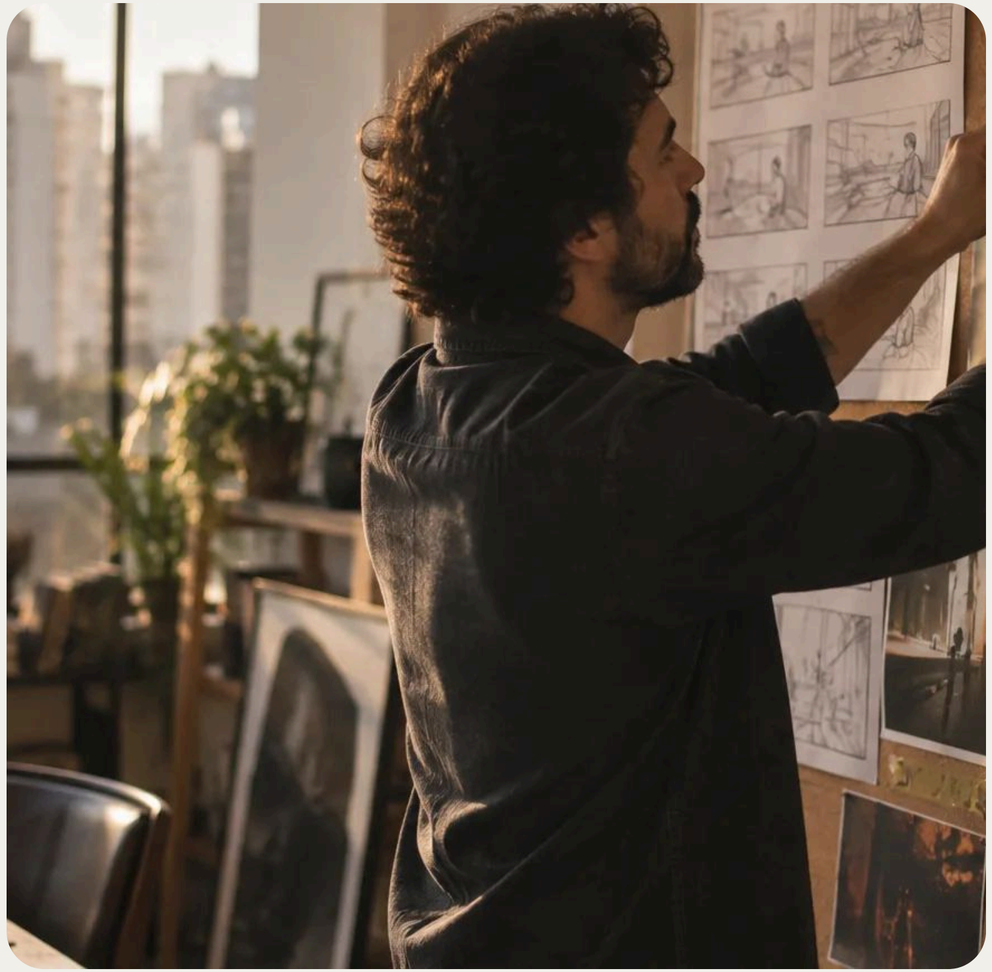
CAPÍTULO 02

Onde a IA generativa já funciona bem na produção de vídeo?

CAPÍTULO 02 · ONDE FUNCIONA

Onde a IA generativa já funciona bem na produção de vídeo?

- O ganho mais seguro está antes do set: pesquisa, frames de estudo, animatic e testes visuais.
- Depois do corte aprovado, a IA acelera versões, formatos, legendas e localização, sempre com revisão humana.
- Funciona onde o critério de qualidade é claro e onde errar custa pouco.



CAPÍTULO 03

Onde a IA generativa ainda falha num filme de marca?

CAPÍTULO 03 · ONDE AINDA FALHA

Onde a IA generativa ainda falha num filme de marca?

- Atuação, continuidade de personagem e fidelidade de produto continuam sendo os pontos fracos em peças de marca.
- Texto, rótulo e logotipo dentro da imagem gerada raramente passam numa aprovação sem correção.
- Direitos sobre o que entrou e o que saiu da ferramenta são uma falha de processo, não de imagem.

CAPÍTULO 04

A IA generativa deixa a produção de vídeo mais barata?

CAPÍTULO 04 · CUSTO REAL

A IA generativa deixa a produção de vídeo mais barata?

- Algumas etapas ficam mais rápidas, mas o dinheiro não some: ele muda de lugar.
- Direção, curadoria, revisão, jurídico e licenças passam a pesar mais no orçamento.
- Depender de uma única ferramenta é um custo escondido, como mostrou o encerramento do Sora.

CAPÍTULO 05

O que checar antes de publicar uma peça feita com IA?

CAPÍTULO 05 · GOVERNANÇA

O que checar antes de publicar uma peça feita com IA?

- Toda peça com elemento gerado precisa de um registro: ferramenta, insumos, autorizações e responsável.
- A aprovação tem camadas: criativa, de marca e produto, jurídica e de rotulagem.
- O guia de 2026 do Conar deixa claro que conteúdo feito com IA segue as mesmas regras éticas da publicidade tradicional.

CAPÍTULO 06

O que a lei brasileira diz sobre IA generativa, imagem e voz?

CAPÍTULO 06 · REGULAÇÃO NO BRASIL

O que a lei brasileira diz sobre IA generativa, imagem e voz?

- O marco legal da IA (PL 2.338/2023) foi aprovado pelo Senado em 2024 e, em setembro de 2026, ainda aguarda parecer na comissão especial da Câmara.
- Vários projetos tratam de réplica digital de rosto e voz; todos giram em torno de consentimento prévio, específico e remunerado.
- Sem lei nova, consentimento escrito, escopo de uso e registro já são exigíveis por contrato.

18 meses

é o tempo do PL 2.338/2023 na Câmara desde que chegou do Senado, em março de 2025, ainda sem parecer na comissão especial (consulta em 27/09/2026).

Fonte: Câmara dos Deputados, ficha de tramitação

CAPÍTULO 07

Como muda o time de produção com a IA generativa?

CAPÍTULO 07 · O TIME QUE MUDA

Como muda o time de produção com a IA generativa?

- Crescem as funções de decisão e conferência: direção, curadoria, revisão e registro.
- As funções de execução ficam mais versáteis: quem edita também gera, quem filma também fotografa.
- O que não muda é o que depende de gente: direção de elenco, set, escuta do cliente.

Fontes 1/3

1. IAB — 2025 Digital Video Ad Spend & Strategy Full Report (comunicado)
   https://www.iab.com/news/nearly-90-of-advertisers-will-use-gen-ai-to-build-video-ads/ · 15.07.2025
2. IAB — The AI Ad Gap Widens
   https://www.iab.com/insights/the-ai-gap-widens/ · 15.01.2026
3. NBC News — Coca-Cola causes controversy with AI-made ad
   https://www.nbcnews.com/tech/innovation/coca-cola-causes-controversy-ai-made-ad-rcna180665 · 18.11.2024
4. The Coca-Cola Company — Givers of the Season, AI-powered storytelling in global holiday campaign
   https://www.coca-colacompany.com/media-center/coca-cola-refreshes-givers-of-the-season-embraces-ai-powered-storytelling-in-global-holiday-campaign · 03.11.2025
5. YouTube Blog — Unlocking a global audience with auto dubbing
   https://blog.youtube/news-and-events/youtube-auto-dubbing-expressive-speech/ · 04.02.2026
6. YouTube Blog — How we're helping creators disclose altered or synthetic content
   https://blog.youtube/news-and-events/disclosing-ai-generated-content/ · 18.03.2024
7. The Decoder — OpenAI sets two-stage Sora shutdown
   https://the-decoder.com/openai-sets-two-stage-sora-shutdown-with-app-closing-april-2026-and-api-following-in-september/ · 28.03.2026
8. Propmark — Conar atualiza guia de publicidade com influenciadores e inclui regras sobre IA
   https://propmark.com.br/digital/conar-atualiza-guia-de-publicidade-com-influenciadores-e-inclui-regras-sobre-ia/ · 13.05.2026
9. Senado Federal — PL 2.338/2023
   https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233 · 27.09.2026

Fontes 2/3

10. Câmara dos Deputados — ficha de tramitação do PL 2.338/2023
    https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2487262 · 27.09.2026

11. Congresso em Foco — Projeto cria regras para uso de imagem e voz em vídeos feitos por IA (PL 1.460/2026)
    https://www.congressoemfoco.com.br/noticia/117708/projeto-cria-regras-para-uso-de-imagem-e-voz-em-videos-feitos-por-ia · 05.04.2026

12. Agência Câmara — Projeto define regras para réplicas de humanos geradas por IA em obras de audiovisual (PL 4.400/2024)
    https://www.camara.leg.br/noticias/1139897-projeto-define-regras-para-o-uso-de-replicas-de-humanos-geradas-por-ia-em-obras-de-audiovisual/ · 04.04.2025

13. Agência Câmara — Comissão aprova regras para uso de imagens e obras autorais por IA (PL 4.025/2023)
    https://www.camara.leg.br/noticias/1234723-comissao-aprova-regras-para-uso-de-imagens-e-obras-autorais-por-inteligencia-artificial/ · 19.12.2025

14. Lei 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais), art. 11
    https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1998/lei-9610-19-fevereiro-1998-365399-publicacaooriginal-1-pl.html · 19.02.1998

15. Comissão Europeia — Quick facts: transparency rules for AI systems (AI Act, art. 50)
    https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/quick-facts-transparency-rules-ai-systems · 27.09.2026

16. DLA Piper — 2025 SAG-AFTRA Commercials Contracts MOAs transform in the digital age
    https://www.dlapiper.com/en/insights/publications/2025/04/2025-sag-aftra-commercials-contracts-moas-transform-in-the-digital-age · 01.04.2025

17. IAB — Business Outcomes Are Just the Beginning (2026 Digital Video Ad Spend & Strategy, parte 2)
    https://www.iab.com/news/business-outcomes-are-just-the-beginning/ · 14.07.2026

18. NBC News — McDonald's pulls AI-generated Christmas ad after social media backlash
    https://www.nbcnews.com/world/europe/mcdonalds-ai-generated-christmas-advert-social-media-backlash-rcna248590 · 11.12.2025

Fontes 3/3

19. NPR — An AI video ad is making a splash. Is it the future of advertising? (Kalshi)
https://www.npr.org/2025/06/23/nx-s1-5432712/ai-video-ad-kalshi-advertising-nba-finals · 23.06.2025

20. YouTube Blog — YouTube CEO Neal Mohan's 2026 letter
https://blog.youtube/inside-youtube/the-future-of-youtube-2026/ · 21.01.2026

21. YouTube Blog — Made On YouTube 2026: all announcements
https://blog.youtube/news-and-events/innovation-youtube-era-made-on-viewers-creators/ · 23.09.2026

22. Meta — Second Quarter 2026 Results Conference Call (transcrição)
https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2026/q2/META-Q2-2026-Earnings-Call-Transcript.pdf · 29.07.2026

23. Meta — Expanding GenAI transparency for Meta's ads products (atualizado em 1/6/2026)
https://about.fb.com/news/2025/02/gen-ai-transparency-metas-ads-products/ · 01.06.2026

24. Google Ads Ajuda — About Asset studio (consultado em 27/09/2026)
https://support.google.com/google-ads/answer/16456563?hl=en · 27.09.2026

25. TikTok for Business — Transforming video creation with TikTok Symphony and Dreamina Seedance 2.5
https://ads.tiktok.com/business/en/blog/transforming-video-creation-tiktok-symphony-dreamina-seedance · 03.08.2026

26. Tela Viva — Dubladores brasileiros se unem em campanha por regulamentação da IA
https://telaviva.com.br/19/02/2024/dubladores-brasileiros-se-unem-em-campanha-por-regulamentacao-da-inteligencia-artificial/ · 19.02.2024

TANGRAM · CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E OPERAÇÃO DE CONTEÚDO

Da primeira ideia *ao último corte.*

oi@tangram.vc · tangram.vc/journal/ia-generativa-na-producao-de-video

São Paulo · Rio Grande do Sul