

Adobe



Relatório sobre o estado da criatividade - 2024

Adobe em parceria com a Edelman Data
& Intelligence e a Havas Play.

Prefácio

Não tem como negar: o mercado de trabalho está muito diferente do que era há alguns anos. Apesar de um setor criativo repleto de sonhadores e dos melhores analistas de tendências do mundo, acho que ninguém previu o estado atual do mercado de trabalho, muito menos todo o legado que a pandemia global deixaria para trás. Com avanços tecnológicos acelerados e o advento da IA generativa, as coisas vão mudar ainda mais.

Porém, a mudança pode ser algo bom. Ela traz oportunidades (e muitos aprendizados, sem dúvidas), além da chance de crescer e questionar como fazemos as coisas.

Qual será o papel da IA generativa? Como podemos aproveitar o poder dela para aumentar a produtividade dos membros das equipes? Como podemos libertar as equipes de tarefas monótonas, eliminar inconsistências e capacitar os funcionários para que sejam as melhores versões de si mesmos?

Essas são dúvidas que eu tenho, e aposto que você também tem. Encomendamos o relatório de estado da criatividade para conseguir as respostas. Não vejo a hora de compartilhá-las com você.

Trabalhamos com a Edelman e a Havas Play, especialistas do setor e em pesquisa, e conversamos com tomadores de decisões e profissionais criativos e não criativos de diversos setores, como varejo, manufatura, mídia e finanças. Entrevistamos pessoas de diversas gerações, regiões, funções e cargos, pois a criatividade não é inerente a um tipo de pessoa. Além disso, nenhum de nós está imune às mudanças significativas que ocorrem na produtividade criativa.

Como esperado, **83%** dos tomadores de decisões perceberam uma mudança na carga de trabalho de funcionários nos últimos 12 meses e, curiosamente, **3 em cada 4** afirmaram que investiriam em ferramentas e softwares para ajudar a dar conta de volumes de trabalho cada vez maiores e melhorar a produtividade.

O objetivo deste relatório é determinar o estado da produtividade criativa hoje, incluindo quem (e o que) está impulsionando isso, os problemas relacionados às maneiras de trabalhar e como a IA generativa está melhorando ou agravando esses problemas.

Felizmente, este documento ajudará a responder a algumas das suas dúvidas (e talvez gere outras).

Uma coisa é certa: as pessoas que resistem à mudança serão governadas por ela. Aceite a mudança, e talvez você tenha poder sobre o que acontecerá depois. De qualquer maneira, tenha uma boa leitura. Esperamos que o relatório seja útil para você.

Claire Darley
Vice-presidente sênior de vendas,
Adobe



Não é segredo para ninguém que o mercado de trabalho está acelerando. Isso inclui o setor criativo. Conforme o consumo de redes sociais e plataformas de streaming aumenta, nosso mundo está ficando cada vez mais visual, aumentando a demanda por design e conteúdo bons.

Se você está lendo este relatório, provavelmente já está sentindo os efeitos disso. O cenário econômico complicado está pressionando os funcionários a produzirem mais com menos suporte, e os membros das equipes em todos os níveis das empresas estão sentindo isso.

A boa notícia? A tecnologia pode ajudar. O advento da IA generativa indica um novo cenário criativo. Ainda assim, a adoção da IA generativa em todo o setor ainda é feita com cautela, mesmo com **78%** dos funcionários entrevistados observando maior eficiência no trabalho.

Tash Thomas, diretora de operações da Havas no Reino Unido, chama isso de uma **“proliferação inédita de tecnologia”** e um **“marco de uma mudança drástica no setor”**. Ela acredita que a IA generativa está acelerando a convergência entre criatividade e tecnologia e que líderes estão adotando essa ferramenta para aumentar a produtividade e o lucro.

O que é IA generativa?

IA generativa é um subconjunto da inteligência artificial (IA) que se concentra em criar ou gerar novo conteúdo, como textos, imagens ou até mesmo músicas. Ela usa técnicas de aprendizado de máquina para gerar dados semelhantes aos dados existentes com os quais foi treinada. Ela é diferente da IA tradicional: a IA tradicional foca o reconhecimento de padrões, já a IA generativa se concentra na criação de padrões.

Este relatório explora o estado da produtividade criativa em vários setores, como varejo, mídia, finanças e manufatura.

Vamos descobrir mais sobre o aumento no volume de trabalho que as funções criativas e não criativas estão enfrentando atualmente, além da pressão para trabalhar mais rapidamente e as tensões que isso causa nos tomadores de decisões.

Vamos explorar algumas das medidas que as primeiras empresas que adotaram essa tecnologia estão tomando para dar conta do volume maior de trabalho, as barreiras que outras empresas estão enfrentando e algumas perspectivas que essa nova era da automação oferece em termos de agilidade e eficiências, bem como design inovador.

Conversamos com 450 profissionais criativos e não criativos e 200 executivos tomadores de decisões em diversos setores e em vários níveis de implementação da IA para entender os problemas, as vantagens e as oportunidades.

Os três grupos de pesquisa estavam otimistas em relação ao uso da IA generativa para projetos criativos, com alguns deles afirmando que ela já os está ajudando a trabalhar com mais eficiência. Isso libera mais tempo para focar tarefas estratégicas e de alto nível. Mais de **70%** dos entrevistados acreditam que a IA generativa pode gerar novas oportunidades para exercer a criatividade.

Meredith Cooper, diretora sênior de marketing de produto na Adobe, acredita que a melhor oportunidade em meio a tanta mudança é a possibilidade do surgimento de uma nova era de criatividade: **“O surgimento da IA generativa realmente possibilita criatividade ilimitada. As ideias são instantâneas. Profissionais criativos têm uma ideia e dão vida a ela em instantes para compartilhar, iterar e colaborar. Isso evita que tudo seja feito de qualquer jeito, sessões de criação que ficam só no campo da imaginação e retrabalhos demorados”**.

Seja para aumentar a produtividade, diminuir a pressão nos funcionários ou aprimorar sua criatividade, as próximas páginas estão repletas de insights do mundo real para ajudar você, não importa a etapa da jornada em que está.

IA generativa e produtividade criativa

01 // Admiráveis mundos novos

02 // Quando as coisas ficarem difíceis, peça a ajuda da IA

03 // Formação do futuro do trabalho

Admiráveis mundos novos

Quando pensamos em “criativo” no mundo do trabalho, a primeira coisa que vem à mente é artes impressionantes: renderizações 3D detalhadas, fotos belamente retocadas ou textos chamativos. Porém, na realidade, esse resultado final é apenas uma parte do processo criativo.

O volume cada vez maior de tarefas nos locais de trabalho modernos exige que os funcionários sejam versáteis. É nesse quesito que estamos vendo as tendências mais recentes e empolgantes relacionadas à IA generativa. Profissionais criativos estão usando essa ferramenta para agilizar tarefas manuais intensas e repetitivas, já profissionais não criativos estão usando para aperfeiçoar as habilidades.

O que quer dizer “profissionais criativos” e “profissionais não criativos”?

Embora a criatividade transcenda cargos e funções, queremos distinguir cargos tradicionalmente criativos de não criativos. Para os fins deste relatório, nossa pesquisa chama de profissional criativo qualquer pessoa com um função de criação ou de design em uma empresa que usa um software de design. Um profissional não criativo é um funcionário (diretor, gerente etc.) com funções específicas que criam, produzem ou colaboram na criação de conteúdo.

Conversamos com diversos líderes executivos sobre o estado da produtividade criativa em suas forças de trabalho, e **83%** deles perceberam mudanças na carga de trabalho de funcionários nos últimos 12 meses, enquanto **40%** deles acreditam que seus respectivos setores foram prejudicados pelo cenário econômico atual.

Isso não é nenhuma surpresa. Na era do trabalho remoto e da expansão da digitalização dos locais de trabalho, as empresas ainda estão tentando entender o “novo normal”. As empresas preferem dias de trabalho estruturados no escritório privilegiando equipes menores em vez de esquemas de trabalho flexíveis e modernos. CEOs em diversos setores estão exigindo novamente que as equipes voltem para o escritório.



Para completar, o mundo está ficando cada vez mais digitalizado e interconectado, adicionando uma “nova dimensão de complexidade”, de acordo com Jonathan Tse, diretor de marketing de produto da Adobe.

“ Não se trata mais apenas de ter as melhores ferramentas criativas para criar conteúdo rapidamente. O objetivo é reunir as melhores pessoas para criar ideias únicas e diferenciadas que permitem que as organizações se destaquem no cenário hipercompetitivo moderno. ”

Jonathan Tse
Diretor de marketing
de produto, Adobe

O “retorno ao trabalho” está acontecendo a todo vapor, acompanhado de uma produtividade voraz.

Lewis Oliver, designer sênior na Havas Play, traz insights sobre as implicações reais relacionadas a esse aumento de produtividade.

“O objetivo é aumentar a agilidade. Quando a maior parte do trabalho estava conectada a cronogramas impressos, os processos eram mais lentos. Agora, é possível criar e fazer upload de algo no mesmo dia ou publicar o conteúdo 10 minutos depois de criar o arquivo. Isso está iniciando um loop quase perfeito de criação e publicação de trabalho. Nossos clientes querem estar prontos para tudo. Agora, temos resumos para agir de acordo com os assuntos públicos em alta entre as pessoas, na cultura pop. Existe uma demanda natural para reagir com rapidez.”

Produtividade é bom para os negócios, mas pode ser um desastre para a qualidade. **42%** dos tomadores de decisões entrevistados estão preocupados com a queda da qualidade dos entregáveis e **75%** deles planejam investir em ferramentas e softwares para melhorar a produtividade e manter os padrões.

A IA generativa é uma ferramenta avançada, e o Adobe Firefly já é popular entre profissionais criativos.

“A IA generativa não é uma novidade. E ela provavelmente não substituirá os humanos, mas possivelmente se tornará parte integral das nossas vidas e trabalhos de agora em diante. É essencial dominarmos essa tecnologia para transformar não apenas nossas empresas, mas também nossas vidas.

”



Quando as coisas ficarem difíceis, peça a ajuda da IA

Quase metade dos profissionais criativos entrevistados (**44%**) passou metade da semana de trabalho fazendo tarefas de design repetitivas, **50%** enfrentam desafios em tarefas trabalhosas e **71%** têm dificuldades relacionadas ao gerenciamento de projetos.

A sobrecarga é um tema recorrente. Todos os setores estão operando em um novo ritmo após a pandemia, e as empresas e as pessoas que trabalham da maneira antiga estão tendo dificuldades de acompanhar o ritmo. Essa é uma afirmação verdadeira principalmente para profissionais criativos que trabalham em corporações maiores, com mais de 500 funcionários. Já funcionários de empresas de pequeno e médio porte têm mais chances de ter dificuldades no gerenciamento de projetos e nas tarefas criativas do dia a dia.

Curiosamente, descobrimos que, apesar da grande variedade de ativos com os quais profissionais criativos trabalham, houve um aumento na demanda de todos eles, então uma solução precisaria reduzir o tempo gasto em tarefas repetitivas e encontrar maneiras de criar conteúdo em grande escala.

O que profissionais criativos fazem? São criativos. Entre os profissionais criativos, **82%** atualmente

usam e planejam conteúdo utilizando IA generativa. Desses, **74%** acreditam que essa ferramenta os ajuda a trabalhar com mais eficiência. Além de liberar tempo para focar tarefas mais estratégicas e de alto nível, a automação de fluxos de trabalho frequentes e demorados ajuda a manter a consistência da marca e a reduzir as chances de precisar refazer o trabalho.

Softwares de IA generativa como o Adobe Firefly aceleram as tentativas e os erros, permitindo que profissionais criativos experimentem diferentes elementos e tratamentos com muito mais rapidez.

Meredith Cooper, diretora sênior de marketing de produto na Adobe, acredita que softwares como o Firefly podem mudar o jogo para profissionais criativos. A habilidade dessa ferramenta de combinar o poder transformativo da IA generativa com aplicativos de criação avançados aumenta a eficiência e possibilita um processo criativo bem mais abrangente. **"A IA generativa remove os obstáculos no caminho até as grandes ideias. O único limite é sua própria criatividade."** Sem se preocupar com os meios, profissionais criativos podem dedicar mais tempo ao que desejam criar: usar comandos de texto simples para substituir imagens de maneira rápida e fácil, alterar imagens de fundo, mudar as cores e adicionar ou remover

elementos. Ferramentas como essa também costumam ser integradas aos produtos. Graças à plataforma interconectada da Adobe, você pode abrir um projeto em um aplicativo, usar a IA generativa para adicionar ou remover objetos ou transformar o texto e depois abrir o arquivo em outro produto para continuar trabalhando nele.

Depois que as equipes entenderem bem o potencial criativo da IA generativa, elas podem focar os recursos de gerenciamento de projetos da ferramenta. Como acontece com toda nova tecnologia, a maior barreira para a adoção é o receio. A maioria das pessoas tem um receio natural em relação às mudanças, sem falar do possível tempo desperdiçado indo atrás de cada inovação. No entanto, com a IA generativa, descobrimos que a adoção antecipada gera uma integração horizontal em todos os fluxos de trabalhos e departamentos e uma integração vertical nas linhas de subordinação para cima e para baixo.

Para as pessoas criativas, experimentar a IA generativa as ajuda a perder o receio relacionado a possíveis desvantagens de usar a tecnologia. Não é possível dizer o mesmo de profissionais não criativos.

Formação do futuro do trabalho

Em comparação com seus colegas criativos, profissionais não criativos demoram para adotar a IA generativa devido à falta de suporte ou treinamento corporativo. Por isso, eles têm mais receios em relação aos possíveis riscos do uso da IA generativa, mesmo que **83%** dos usuários atuais acreditem que ela os ajudou a trabalhar com mais eficiência.

Tash pede para as empresas adotarem a tecnologia e a transformação que ela proporciona para manter a relevância.

Essa será uma tarefa árdua. As empresas precisam **“analisar seus processos e entender em que partes elas podem identificar casos de uso de IA. Não apenas resultados criativos, mas como ela pode resolver problemas específicos ao longo da jornada. Para fazer isso, você precisa fazer uma análise em tempo real dos processos e identificar as áreas em que a IA generativa pode ser útil.”**

Mas o que as equipes acham? Com mais trabalho criativo sendo feito internamente, as demandas de criação de conteúdo estão caindo nas mãos de profissionais não criativos que, além de ter dificuldades relacionadas a tempo e recursos limitados (**79%**), são pressionados a aprimorar suas habilidades de design e encontrar maneiras

de trabalhar com mais eficiência. Um total de **79%** dos profissionais não criativos afirma que nem todo mundo em suas equipes tem o mesmo nível de habilidades criativas, apesar de dois terços deles reconhecerem que a narrativa visual que usa imagens, animações ou vídeos está se tornando parte essencial de seus trabalhos.

Cada vez mais é esperado que os profissionais não criativos deem conta da criação de conteúdo e aprimorem suas habilidades de design. Ao contrário de profissionais criativos, que observaram uma demanda maior por todos os ativos que criam, profissionais não criativos perceberam que o maior aumento de demanda está relacionado a ativos que costumam ser gerenciados por equipes criativas.

Um dia comum de trabalho de profissionais não criativos, que antes envolvia apresentações internas, apresentações de vendas, treinamentos e processos internos, agora inclui um volume maior de solicitações para produzir diversos ativos, de conteúdo para as redes sociais (aumento de **66%**) a conteúdo da Web (**58%**), CRM (**56%**) e mídias pagas (**49%**).





A lacuna nas habilidades é enorme e geralmente limitadora. A digitalização da força de trabalho continua fazendo os cargos e as descrições evoluírem, e essa disparidade nas habilidades pode trazer muitos desafios.

Os funcionários precisam de soluções com design intuitivo e fácil de usar para abranger diversos níveis de experiência e confiança. Essas ferramentas precisam ser colaborativas para permitir que várias partes interessadas trabalhem nos projetos juntas e para ajudar a diminuir desafios de alocações de recursos e aumentar a eficiência. Além disso, os modelos podem ajudar em outro desafio na produção de ativos: manter a consistência da marca.

“Uma boa parte da conversa se concentra em como o Firefly pode aprimorar os fluxos de trabalhos para profissionais criativos, mas estamos observando um grande impacto em pessoas que têm cargos não criativos”, diz Meredith. “Conforme podemos perceber neste relatório, a carga de trabalho de profissionais não criativos aumenta constantemente para abranger várias tarefas criativas. Não apenas a idealização e a criação, mas também o gerenciamento do processo criativo, por exemplo, consolidar feedbacks, gerenciar projetos e compartilhar arquivos. O Firefly foi criado para ajudar em cada etapa do processo criativo, aumentando de 2 a 8 vezes a capacidade criativa.”

Conforme vimos com profissionais criativos, as pessoas que trabalham em corporações têm mais chances de serem pressionadas em relação à carga de trabalho, mas, curiosamente, elas também têm

desafios na colaboração e no suporte. É por causa desses desafios que os tomadores de decisões estão considerando a IA generativa. Trabalhar com mais inteligência em vez de trabalhar mais. É a mesma história de sempre: como aproveitar ao máximo poucos recursos? Em uma busca incessante por eficiência, essa pergunta deve ser feita a líderes empresariais: **“As empresas estão buscando em todos os lugares maneiras de reduzir os custos operacionais e aumentar a produtividade para aproveitar ao máximo o que elas têm hoje”,** diz Jonathan Tse. Relutantes em contratar mais pessoas para fazer as tarefas repetitivas ou que não contribuem para o resultado da empresa, os tomadores de decisões acreditam que a IA generativa terá um papel fundamental em suas organizações.

A IA generativa é uma realidade palpável, e não uma fantasia distante de ficção científica. Ela pode agilizar a realização de tarefas criativas simples, automatizar trabalhos manuais repetitivos e ajudar no gerenciamento de projetos.

Segundo Tash, a mudança sempre será algo desconfortável.

“Como seres humanos, muitos de nós resistimos à mudança.

E a IA generativa representa uma mudança significativa e desconhecida. Não sabemos qual será o estado final, então naturalmente ficamos com o pé atrás.”

Mas a mudança não precisa ser difícil. Além disso, ao analisar as vantagens que a IA generativa oferece em termos de agilidade, produtividade e gerenciamento de tarefas, talvez a mudança não seja tão intimidadora.

Agilidade e eficiência

01 // Fazer mais com menos

02 // Deixar a tecnologia fazer todo o esforço

03 // Apresentação do Adobe Stock e do Frame.io

20

Fazer mais com menos

Em 1965, Gordon E. Moore (o pioneiro tecnológico de Silicon Valley que cofundou a Intel) observou que a potência dos chips de computador dobrava a cada dois anos, independentemente do custo desses computadores.

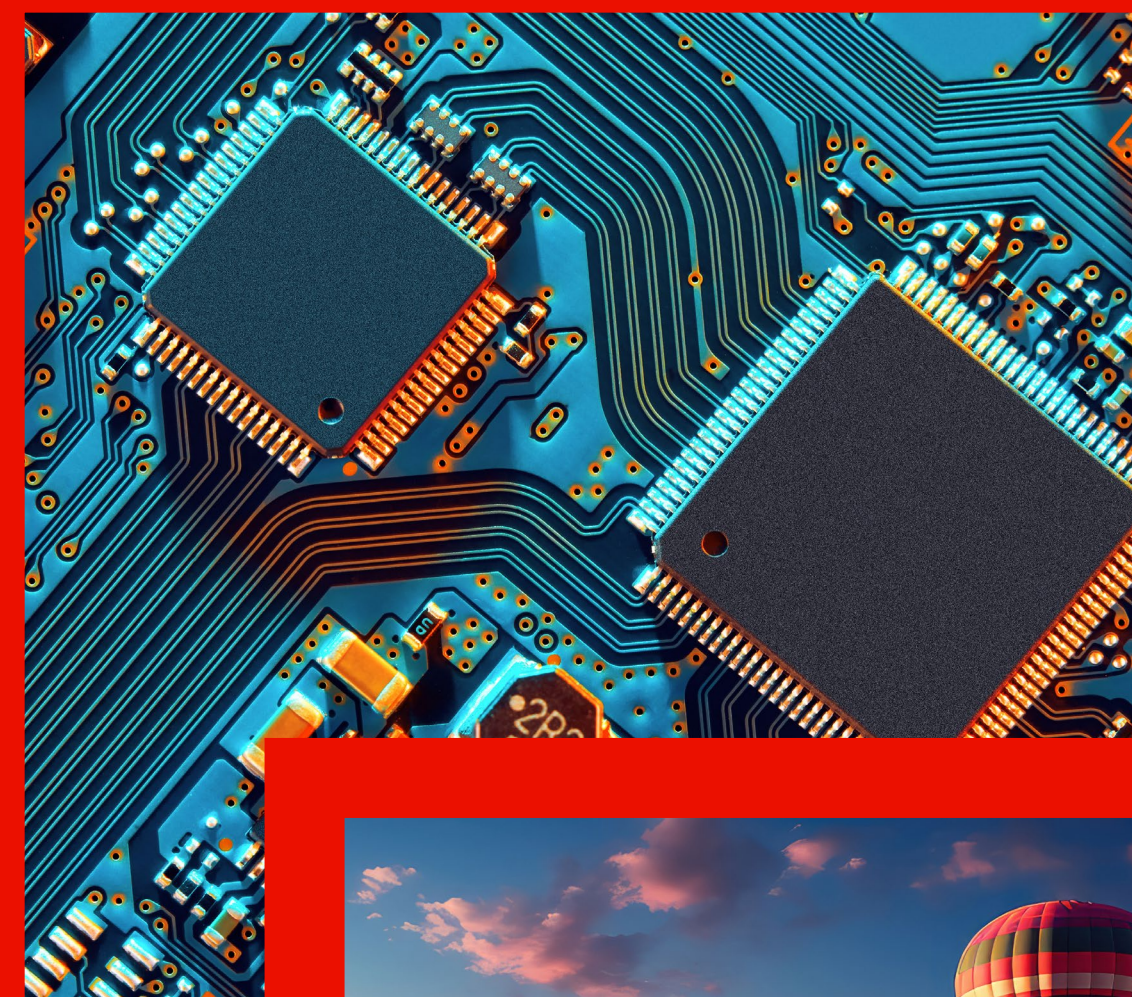
Embora as pessoas questionem a veracidade dessa máxima hoje, parece que ela é verdadeira para a força de trabalho.

Se fosse necessário resumir o estado da produtividade hoje em duas palavras, elas seriam “agilidade” e “eficiência”. Como fazemos mais com menos?

Analisamos os recentes resultados positivos da IA generativa em profissionais criativos e o papel dela em desenvolver as habilidades de profissionais não criativos. Porém, como esses dois grupos estão lidando com a quantidade enorme de trabalho? Entre profissionais criativos, **71%** dizem que um dos principais desafios do volume maior de trabalho está relacionado ao gerenciamento de projetos, como monitorar feedbacks e compartilhar arquivos. Entre profissionais não criativos, **79%** enfrentam desafios de limitações de

tempo e alocação de recursos, com **53%** também tendo dificuldades na colaboração.

Tomadores de decisões estão buscando uma solução na tecnologia. De cada **4** pessoas, **3** afirmaram que investirão em ferramentas ou softwares para melhorar a produtividade. Meredith Cooper, diretora sênior de marketing de produto na Adobe, diz que essa é uma tendência que ela já observa entre os clientes B2B da Adobe. **“As pessoas em todos os setores e cargos estão cada vez mais buscando recursos de IA para ajudar a gerenciar a carga de trabalho. Com os produtos da Adobe, a colaboração, a produtividade, o compartilhamento de arquivos e o monitoramento de feedbacks acontecem tudo dentro do mesmo ecossistema, facilitando o gerenciamento de projetos e volumes de trabalho.”**



Colaborar e revisar.

Profissionais criativos e não criativos perceberam que precisam realizar mais tarefas mais rapidamente, apesar de a natureza e a dificuldade das tarefas continuarem as mesmas. Um total de **72%** dos profissionais não criativos e **63%** dos profissionais criativos acreditam que suas empresas estão pedindo para eles assumirem mais projetos. Os dois grupos (**60%**) concordaram que as empresas estão pedindo para que eles façam esses projetos mais rapidamente.

Além do volume enorme de trabalho, observamos obstáculos consistentes relacionados à agilidade e à eficiência: colaboração e gerenciamento de projetos.

Sete em cada 10 profissionais criativos relatam desafios relacionados ao gerenciamento de projetos, com **27%** citando falta de clareza em relação às mudanças nos requisitos dos projetos e **26%** admitindo ter dificuldades de gerenciar o processo de revisão.

A IA generativa pode ser uma solução. Lewis Oliver, designer sênior na Havas Play, já está vendo pessoalmente como a tecnologia está ajudando no processo: **“Com a Creative Cloud, é muito mais fácil para todo mundo compartilhar arquivos com eficácia. Não só compartilhar arquivos, mas**

ter acesso ao mesmo arquivo e trabalhar de maneira colaborativa.”

São exatamente esses desenvolvimentos que facilitam tarefas demoradas como coletar feedbacks ou compartilhar documentos sendo usados. Isso também ajuda a garantir a consistência e permite que vários membros da equipe trabalhem no mesmo documento de uma vez.

Seis em cada 10 profissionais criativos afirmam que recursos relacionados a gerenciamento de projetos deixariam os projetos mais eficientes, **26%** deles pedem especificamente a capacidade de automatizar e monitorar a revisão criativa e **14%** deles querem passar menos tempo revisando trabalho.

Para profissionais não criativos, o ponto principal é a colaboração, com **5 em cada 10** enfrentando dificuldades. Um total de **30%** cita tempos de espera longos para revisar trabalhos, **22%** enfrentam dificuldades no gerenciamento do controle de versões na fase de revisão e **19%** têm dificuldades no compartilhamento de arquivos para revisão.

Deixar a tecnologia fazer todo o esforço



Observamos pequenas diferenças entre empresas de pequeno e médio porte (SMBs) e corporações (ENTs), mas a ideia é a mesma: trabalhar mais com mais rapidez. Profissionais criativos em ENTs estão mais propensos a sentir a pressão do trabalho devido ao cenário econômico atual, já profissionais que trabalham em SMBs têm mais chances de enfrentar dificuldades no gerenciamento de projetos (**76%**) e em tarefas criativas visuais do dia a dia.

Lembrete: ENTs são corporações maiores, com mais de 500 funcionários, já SMBs têm menos de 500 funcionários.

Profissionais não criativos que trabalham em ENTs têm maiores chances do que profissionais em SMBs de enfrentarem pressões relacionadas à carga de trabalho e ter desafios de suporte e colaboração: **37%** sentem que não recebem ajuda suficiente das equipes criativas internas e **34%** enfrentam tempos maiores para revisão do trabalho e aprovações.

Pelo visto, quanto maior for a empresa, maior é a pressão relacionada à carga de trabalho para profissionais criativos e não criativos. Como é de se esperar, empresas de maior porte com volumes maiores de trabalho têm problemas na colaboração. Ainda assim, devido à sua quantidade maior de recursos, elas costumam estar mais bem preparadas em termos de tecnologia para enfrentar esses desafios. Por outro lado, as SMBs enfrentam imprevistos relacionados aos processos de revisão e de gerenciamento de processos.

Soluções reais

Parece que a tecnologia é responsável por essa bagunça, mas ela também pode resolvê-la. Entre tomadores de decisão, **57%** acreditam que a IA generativa terá um papel importante em suas organizações, resolvendo alguns dos maiores desafios de criadores de conteúdo. Desses, **60%** especificamente querem ajudar a diminuir o prazo para comercialização. Jonathan Tse, diretor de marketing de produto na Adobe, diz que a IA generativa está ajudando a resolver o antigo problema de como fazer mais com menos: **“Os líderes empresariais já estão vendo um grande aumento na produtividade depois que adotaram soluções específicas de IA generativa”**.

Profissionais na linha de frente da criação de conteúdo têm pedidos muito específicos:

- **79%** querem uma maneira para as câmeras fazerem upload das gravações diretamente na nuvem para fazer edições e revisões instantaneamente.
- **76%** querem acesso melhor a gravações em bancos de conteúdo para preencher as lacunas quando não há tempo ou dinheiro para filmagens no local.
- E **74%** querem acesso melhor a imagens em bancos de recursos pelo mesmo motivo.
- **76%** queriam uma maneira de os colaboradores desenharem diretamente nos quadros dos vídeos para esclarecer seus feedbacks.
- E **71%** queriam a capacidade de fazer comentários e feedbacks diretamente na ferramenta de edição.

Dez a 15% mais profissionais criativos em SMBs votaram a favor dos últimos quatro pontos em comparação a profissionais em ENTs.

Apresentação do Adobe Stock e do Frame.io

Adobe Stock

Você provavelmente já conhece o Adobe Stock. A coleção de conteúdo isenta de royalties personalizada da Adobe permite que profissionais criativos e não criativos façam impressões e criem projetos, campanhas para as redes sociais, filmes e vídeos. Sua integração aos aplicativos da Creative Cloud ajuda a poupar tempo e simplificar os fluxos de trabalho: dois desafios importantes que profissionais criativos e não criativos enfrentam.

Usuários podem pesquisar e licenciar milhões de ativos de alta qualidade, incluindo elementos gráficos, vídeos, faixas de músicas, modelos, conteúdo 3D e as coleções Premium e Editorial da Adobe, ajudando a descobrir conteúdo diversificado e autêntico para vários públicos-alvo.

A pesquisa visual viabilizada pelo Adobe Sensei agora permite que os usuários soltem imagens na barra de pesquisa para buscar imagens complementares ou alternativas. Usuários podem utilizar filtros de estética para refinar a pesquisa com base em espaço para texto, taxas de quadro e duração ou profundidade de campo.

Assim como muitos produtos da Adobe, sua natureza intuitiva ajuda a democratizar a produtividade criativa, aliviando muitos dos desafios que profissionais não criativos enfrentam devido aos requisitos de empregos cada vez maiores.

Frame.io

Unifique a colaboração criativa com o Frame.io.

Por anos, as equipes criativas usaram várias ferramentas para colaboração, revisão de projetos em andamento, transferência de arquivos e aprovações. De acordo com nossa pesquisa, esses processos separados atrapalham a produtividade e prejudicam a criatividade. O Frame.io reúne tudo e todo mundo em um só lugar.

Integre ferramentas de colaboração e revisão na nuvem avançadas às ferramentas da Adobe usando o Frame.io. Agora, está ainda mais fácil simplificar os fluxos de trabalho de vídeos, fotos, design e muito mais graças a uma só plataforma para armazenar, compartilhar, se comunicar, revisar e aprovar todos os projetos criativos.

“O Frame.io oferece uma plataforma central para reunir equipes criativas, ativos e conversas em um só lugar para simplificar a colaboração e reduzir o retrabalho, agilizando a disponibilização de novas ideias no mercado.”

Jonathan Tse, diretor de marketing de produto da Adobe.

A plataforma atua como um hub central para compartilhar mídias, monitorar feedbacks e simplificar fluxos de trabalho para que as equipes possam trabalhar juntas em qualquer lugar do mundo.

Usuários no mundo inteiro já relatam execuções **31%** mais rápidas, **27%** menos rodadas de revisão e **25%** menos revisões necessárias. Em uma era focada em agilidade e eficiência, a ferramenta está se tornando o caminho mais rápido para a pós-produção e a publicação de conteúdo, o que significa menos adivinhações e mais entregas.



Inovação criativa: o que vem a seguir?

01 // Todas as pessoas são artistas

02 // O setor visual em evolução

03 // Criatividade ilimitada

30

Todas as pessoas são artistas



Você se lembra daquela tendência viral em que todo mundo usava um aplicativo de IA para se transformar instantaneamente em um artista no Instagram? Os autorretratos de pessoas em cenários etéreos gerados por IA fizeram o aplicativo ficar muito popular em 2022, gerando um consumo em massa de IA.

Da noite para o dia, parecia que todo mundo estava criando com IA generativa. No centro disso, está a beleza da arte viabilizada por IA. Ela democratiza a criatividade de uma maneira totalmente nova.

É compreensível que algumas pessoas fiquem com o pé atrás, mas o futuro da criatividade viabilizada por IA não é tão distópico quanto achamos. A IA generativa ainda exige entradas, então ela ainda requer texto para gerar imagens e vídeos e ainda requer ideias. As ideias sempre foram o pilar da criatividade. Os criadores ainda vão precisar considerar a forma, a composição, a iluminação, as cores e a perspectiva. Porém, agora suas ideias não serão mais limitadas por suas técnicas. Tash Thomas, diretora de operações da Havas no Reino Unido, gosta de encarar a IA generativa como uma impressora da imaginação.

“Quando uma pessoa criativa tem uma ideia, ela geralmente precisa desenhá-la à mão ou escrevê-la em forma de script. Agora, você pode inserir um comando em qualquer tipo de mecanismo de imagem, e ele produzirá algo que você talvez nunca tenha esperado.”

Essa é certamente uma maneira interessante de experimentar ideias e iterar conceitos. Isso deixa profissionais criativos livres para ter ideias incríveis que ganham prêmios e prendem a atenção.

Com essa liberdade sem restrições, qual é o futuro do design?

O setor visual em evolução



Conforme os setores visuais e de vídeo continuam evoluindo, profissionais criativos estão cada vez mais interessados em dominar diferentes técnicas de foto e vídeo.

Além disso, estamos observando uma tendência clara nas principais áreas de conteúdo em que criadores estão interessados: vídeos live action, em stop motion e em 360 graus/realidade virtual.

Meredith Cooper, diretora sênior de marketing de produto na Adobe, acompanha de perto essa tendência. **“Adoro ver profissionais criativos usarem avanços tecnológicos para criar tendências. Nós as acompanhamos de perto na Adobe. Queremos garantir que a Adobe esteja aqui para ajudar independentemente de como os profissionais criativos escolham expressar seus trabalhos e de como as marcas desejem alcançar seus públicos-alvo. A criatividade deve ser o foco. Qual é a melhor maneira de fazermos isso? Como podemos ajudar e capacitar as pessoas por trás disso?”**

A expansão do setor visual e de vídeo está incentivando criadores a buscarem novas áreas de crescimento. Um total de **60%** dos profissionais criativos entrevistados já trabalha com edição de fotos, **51%** deles trabalha com efeitos visuais e **49%** com design de imagem 2D. Incríveis **72%** afirmam que apostam em vídeos para entregar experiências personalizadas, com quase **3 em 4** profissionais concordando que vídeos em 8K estão se tornando uma prioridade maior em suas organizações. Com as melhorias rápidas na tecnologia e nas imagens, além da velocidade e da facilidade de produção cada vez melhores, os elementos visuais que eram usados por especialistas de nichos estão se tornando cada vez mais acessíveis. Mais da metade dos profissionais criativos entrevistados quer criar mais vídeos em 360 graus/realidade virtual, **53%** querem trabalhar mais com stop motion e **61%** estão interessados em videografia live action.

Qual é a barreira? Apesar do aumento da acessibilidade, impedimentos como treinamento e educação ainda dificultam o aprendizado de novas habilidades.

Um total de **59%** afirma que a falta de experiência impede que eles criem os tipos de conteúdo visual em que têm interesse. Já **56%** dizem que não têm treinamento suficiente, **52%** não têm tempo suficiente e **50%** não têm acesso às ferramentas certas no local de trabalho. Conforme já vimos, tarefas criativas manuais e repetitivas consomem muito tempo e energia de profissionais criativos. Fazer upload das gravações na nuvem, pesquisar gravações em bancos de conteúdo para preencher as lacunas, esclarecer, entender e implementar feedbacks e transferir mídias de cartões de memória e discos rígidos são tarefas importantes, mas também são partes demoradas do volume de trabalho de profissionais criativos. Entre profissionais criativos, **58%** citam a espera para o upload, o download e a transferência de arquivos como uma enorme ineficiência em seus fluxos de trabalho. Enquanto **54%** afirmam que seus trabalhos são interrompidos mais de uma vez na semana por alguém pedindo acesso a conteúdo, mídias ou ativos.

Criatividade ilimitada

Quando se trata de projetos com conteúdo visual, a maioria dos profissionais criativos sente que está perdendo tempo em tarefas manuais e queria que existissem soluções melhores.

Lewis Oliver dá o exemplo da Ferramenta Seleção direta. Antigamente, **“cortar uma imagem levaria horas dependendo da complexidade dela. Agora, com o Preenchimento generativo, você só precisa literalmente pressionar um botão. Uso essa ferramenta quando tenho pouco tempo ou para criar um painel semântico”**.

É aqui que observamos o poder da IA generativa: ela não é usada apenas para criar obras de arte, mas também poupa a commodity mais valiosa do local de trabalho moderno: o tempo. Ela não é usada apenas para aumentar a eficiência, mas também para disponibilizar o espaço necessário para pensar mais longe e colocar em prática criatividade líder do setor.

Quase **3 em cada 4** profissionais criativos e **83%** dos profissionais não criativos acreditam que usar IA generativa nos projetos criativos os ajudou a trabalhar com mais eficiência. E mais de **70%** dos tomadores de decisões, dos profissionais não criativos e **(75%)** dos profissionais criativos acham que a IA generativa pode gerar novas oportunidades para exercer a criatividade, pois ela libera tempo para focar tarefas mais estratégicas

e de alto nível, como design 3D. Profissionais criativos (**84%**) têm muito interesse em trabalhar com conteúdo 3D para conseguir impacto visual imediato (criando experiências imersivas e designs 3D) e para descobrir eficiências no trabalho. Apesar desse interesse, o orçamento (**35%**), as ferramentas certas (**32%**) e o treinamento (**32%**) são citados novamente como obstáculos que impedem a adoção.

Com tomadores de decisão e profissionais criativos e não criativos aprovando quase que unanimemente a IA generativa, ainda existe uma discrepância entre vontade e ação. Infelizmente, isso ocorre desde o topo. Entre tomadores de decisão, **85%** estão confiantes com os resultados em curto prazo de suas empresas, **83%** observaram uma mudança na carga de trabalho de funcionários nos últimos 12 meses e **3 em 4** afirmam que investirão em ferramentas e softwares para aumentar a produtividade, mas ainda parece existir uma lacuna entre essa afirmação e a verdadeira ação que libera o tempo de profissionais criativos.

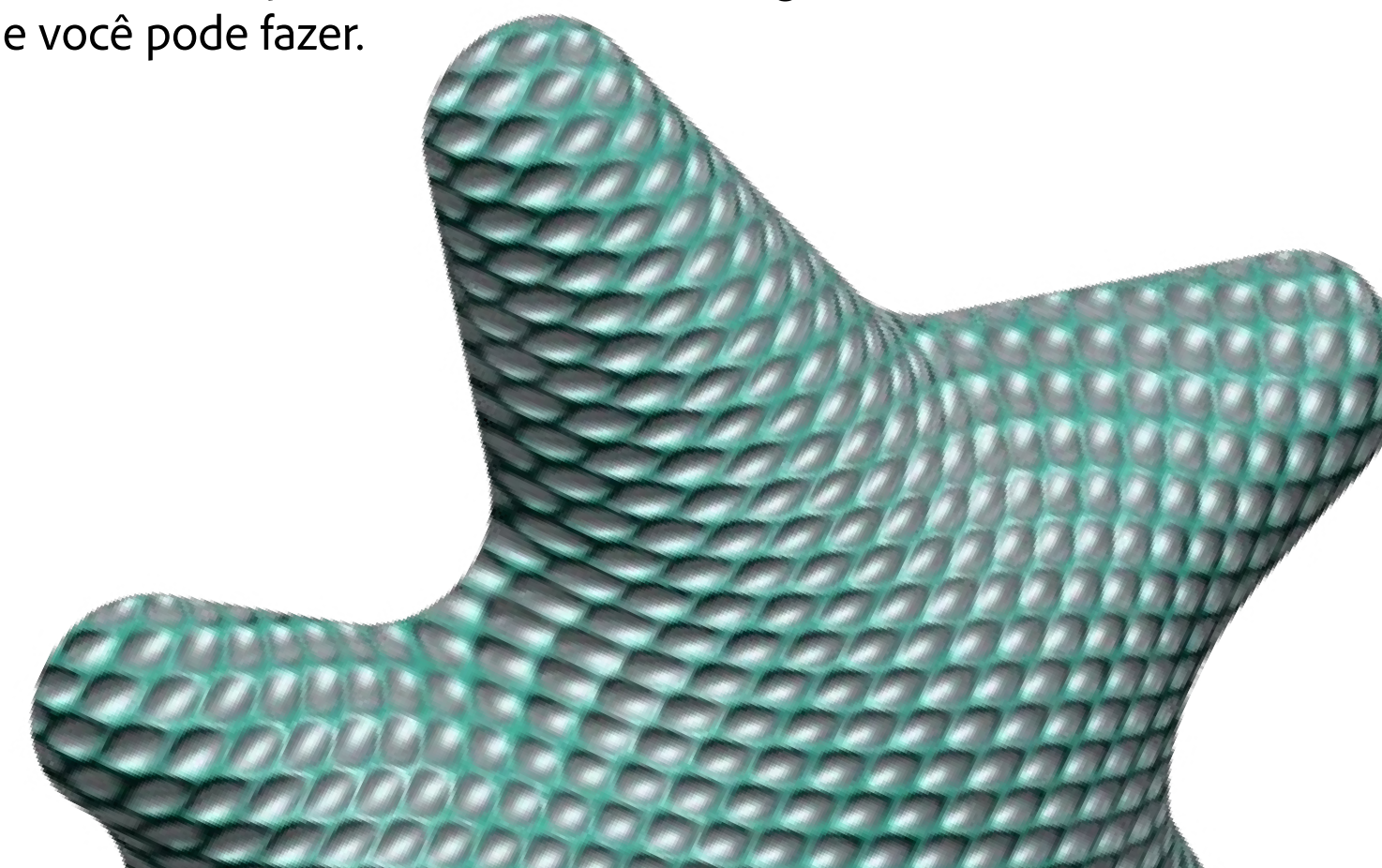
Receber pelo seu tempo.

Fazer upload de gravações, transferir arquivos e coletar feedbacks fazem parte do trabalho de profissionais criativos e, claro, de suas horas faturáveis. Porém, o verdadeiro valor para as empresas de criação e os clientes está na arte em si.

Em vez de se concentrar em tarefas manuais repetitivas, profissionais criativos querem criar modelos 3D (**47%**), visualizar designs em 3D (**45%**), criar fotografias virtuais (**30%**) e desenvolver experiências imersivas de AR/VR (**28%**). Para isso, precisam criar experiências mais interessantes para clientes, aprimorar as próprias habilidades de criação de conteúdo e agilizar os processos de design.

Aperfeiçoar as habilidades das equipes e liberar tempo para que elas consigam fazer isso melhora o moral dos funcionários, atraindo os melhores talentos, e também ajuda a aumentar as ofertas de design aos clientes, conseguir mais apoio dos clientes e criar fluxos de receita.

Essas não são ideias distantes: isso está acontecendo diante dos nossos olhos. Se o seu tio João consegue criar uma imagem em que ele é um deus do rock espacial dos anos 1920, imagine só o que você pode fazer.



Conclusão

Em 2024, o trabalho está indo em uma direção

“
Com a necessidade de prender a atenção dos clientes em um ambiente cada vez mais conectado digitalmente, a necessidade de criar mais conteúdo com mais rapidez está cada vez maior.

”

Jonathan Tse
Diretor de marketing
de produto, Adobe

Então, o que 2024 reserva para o universo do trabalho? Embora ninguém consiga prever o futuro, o trabalho parece estar aumentando. Pelo visto, o volume e a produtividade continuarão aumentando, o que é bom para quem consegue acompanhar o ritmo.

Como sempre, a pressão exerce sua força para baixo, com tomadores de decisão e funcionários sentindo a tensão. A boa notícia é que os avanços tecnológicos que impulsionam essa intensificação do trabalho também podem ajudar a aliviá-la.

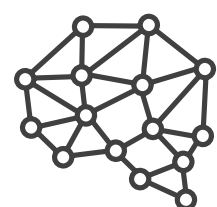
A IA generativa já está se tornando uma parte integral da maioria dos fluxos de trabalho, mas ainda existem pessoas relutantes ou com o pé atrás para usá-la. Embora essa relutância seja esperada, isso não precisa acontecer. Ferramentas intuitivas como o Adobe Express, o Frame.io e o Adobe Stock estão integrando IA generativa às suas interfaces, ajudando a superar as barreiras que profissionais criativos e não criativos estão enfrentando.

Para profissionais criativos, ela reduz o tempo gasto em tarefas manuais intensas e repetitivas (ou menos importantes). Para profissionais não criativos, ela ajuda em problemas relacionados ao gerenciamento de conteúdo, embora os dois tipos de profissionais queiram colaboração aprimorada e integração melhor em relação a feedbacks e compartilhamento de ativos.

Como acontece com toda mudança, as pessoas que a aceitam colherão os frutos enquanto as outras podem ter dificuldade de acompanhar o ritmo. A plataforma de criatividade da Adobe tem tudo para você, sua equipe e sua empresa ter sucesso. **Nós temos tudo pronto. E você?**

Prepare suas ofertas criativas para o futuro com a Adobe Creative Cloud para empresas, viabilizada pela IA generativa do Adobe Firefly.

A Creative Cloud para empresas com o Firefly e o Frame.io atendem às demandas de produção de conteúdo reunindo as melhores ferramentas criativas em uma plataforma integrada para todo o trabalho criativo.



Solte a criatividade. Agilize a ideação e a criação com as ferramentas avançadas de IA generativa dentro dos aplicativos de criação. Aprimore a identidade visual usando extensões e APIs de modelos personalizados.



Aumente a produtividade. Melhore as narrativas com **mais de 350 milhões** de fotos, vídeos, faixas de músicas e muito mais, tudo em alta qualidade e integrado de maneira nativa.



Unifique a colaboração. Integre a colaboração criativa a uma plataforma que centraliza a revisão e o controle de versões rápidos e seguros em todo o ciclo de vida criativo com armazenamento e compartilhamento centralizados.

NOVIDADE: IA generativa

Recursos viabilizados pelo Firefly dentro dos aplicativos de criação e indenização por violação de propriedade intelectual (IP)*.



Aplicativos líderes do setor

Mais de 20 aplicativos de criação, incluindo o Photoshop, o Premiere Pro e o Adobe Express.

Revisão criativa centralizada

Uma solução para armazenamento, colaboração e revisão criativos com o Frame.io.

Ativos criativos

Acesso ilimitado ao Adobe Stock dentro dos aplicativos de criação.

* Oportunidade de receber da Adobe uma indenização por violação de propriedade intelectual relativa ao conteúdo gerado por determinados fluxos de trabalho viabilizados pelo Firefly em determinadas ofertas. Os termos se aplicam.

Adobe

Agradecemos a atenção

Se quiser saber mais

Fale conosco