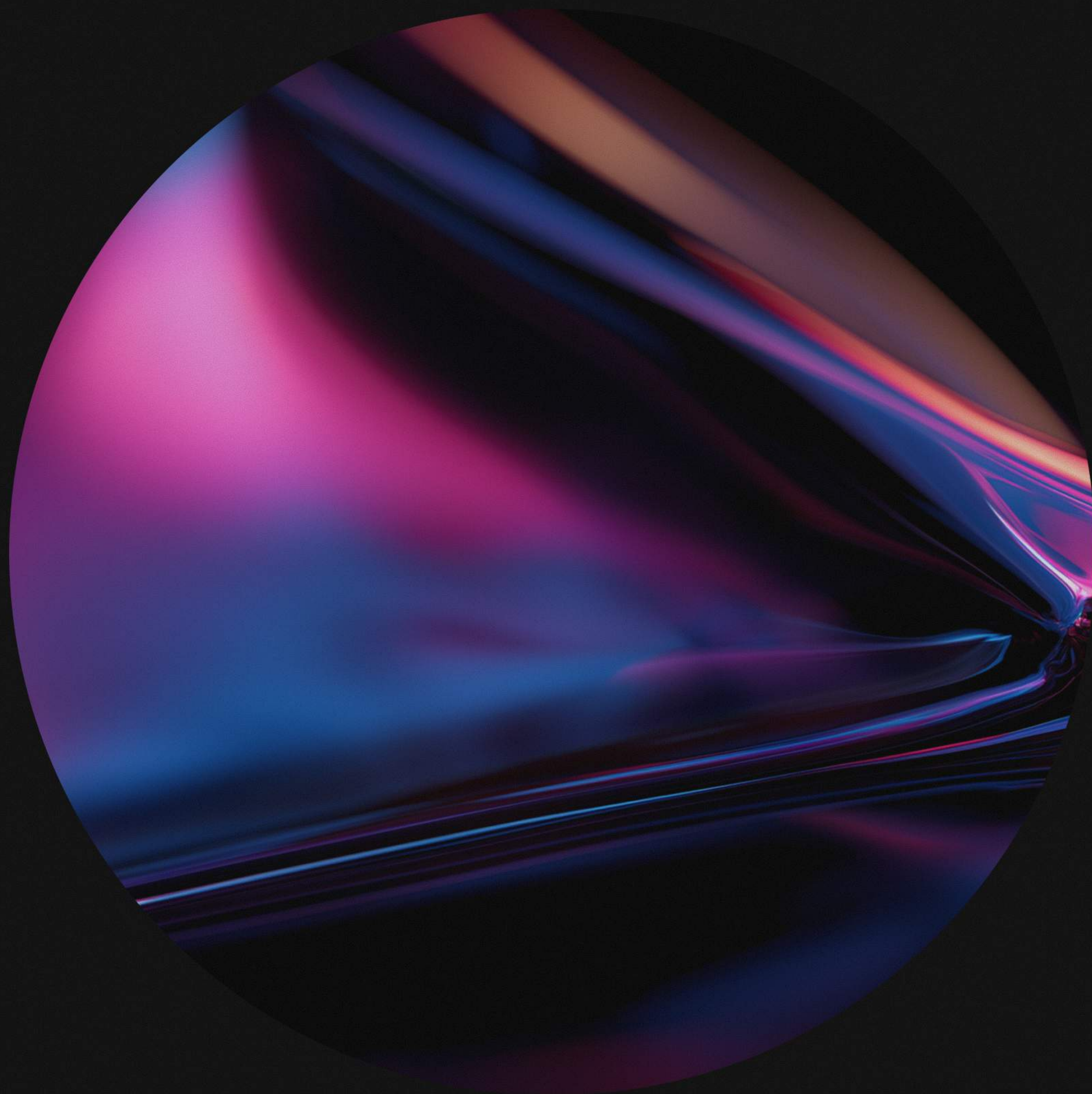


# IA no Design 2025: adoção, impacto e maturidade



# Um panorama sobre o uso da inteligência artificial no design brasileiro

O estudo realizado pela Møre e Ibpad mostra que a Inteligência Artificial deixa de ser acessório e passa a ocupar posição central no avanço das capacidades criativas, operacionais e estratégicas do design. Os resultados indicam que a IA aumenta produtividade, acelera ideação e prototipação e fortalece análises mais profundas sobre comportamentos e oportunidades de mercado.

Do ponto de vista organizacional, a integração entre IA e práticas de design reduz o tempo entre estratégia e execução, qualifica decisões e favorece experiências mais personalizadas. A combinação de automação, dados e criatividade orientada por IA abre espaço para modelos de operação mais eficientes e inovadores.

Para designers, a pesquisa aponta uma mudança de perfil: a IA potencializa competências essenciais e amplia o valor das habilidades humanas, como pensamento crítico, curadoria, julgamento estético e visão sistêmica. Com isso, o designer pode assumir um papel mais estratégico, atuando como integrador de processos e mediador entre tecnologia, negócio e experiência.

O que se revela é o impacto da IA indo muito além da automação. Ele redefine como as empresas operam, como os profissionais de design atuam e como a própria disciplina evolui, ampliando seu alcance, sua relevância e sua responsabilidade no futuro dos produtos e serviços.

Longa vida ais designers!



**Léo Xavier**

Founder & CEO da Møre

01 Introdução à pesquisa

---

02 Perfil das pessoas entrevistadas no estudo

---

03 O uso da IA no cotidiano

---

04 A transformação do processo criativo e a democratização do design

---

05 Aprendizado e maturidade organizacional

---

06 A IA no ambiente corporativo: cultura, segurança e governança

---

07 A IA e o futuro dos profissionais

---

08 O que aprendemos até aqui

---

# Introdução à pesquisa



1

# Introdução à pesquisa

Este estudo nasceu da colaboração entre a Møre e o IBPAD. O objetivo foi oferecer um retrato inédito de como a Inteligência Artificial já está impactando o campo do design no Brasil.

A Møre é uma consultoria que trabalha de forma estratégica na criação de futuros possíveis, ajudando organizações a se transformarem em aspectos culturais e tecnológicos, a partir de pesquisa, design, experimentação e criatividade.

O IBPAD, Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados, é referência nacional em pesquisa aplicada e ciência de dados. Reconhecido pelo rigor metodológico, transforma informações complexas em conhecimento acessível, apoiando academia, mercado e sociedade.

Essa colaboração surgiu da convicção de que o design precisa se olhar com mais profundidade, com dados sólidos e contexto cultural. Não basta apenas medir o uso de ferramentas, é preciso entender o que elas significam para o trabalho, a criatividade e a cultura das organizações.

O resultado combina precisão analítica e sensibilidade de campo. Um panorama consistente que não só informa, mas também provoca reflexões sobre o papel do design e dos profissionais diante da IA.

## Metodologia do estudo

O estudo combinou o rigor quantitativo com a riqueza qualitativa.

Após a coleta de dados com os 823 entrevistados e a análise estatística dos resultados, os achados foram compartilhados com profissionais experientes do mercado de design no Brasil.

Esses especialistas trouxeram suas perspectivas práticas, ajudando a interpretar os números à luz da realidade do setor e a identificar nuances que os dados isolados não revelariam.

Essa análise em duas camadas garantiu que o estudo não apenas medisse o fenômeno da adoção de IA, mas também compreendesse seu significado real para a profissão.



Léo Xavier  
Môre



Natalie Nodari  
Môre



Jane Leroy  
Môre



Jaqueline Buckstegge  
IBPAD



Max Stabile  
IBPAD



Luiza Aikawa  
IBPAD

Profissionais que acreditam no design como prática estratégica e relevante para o presente e futuro.

# Perfil das pessoas entrevistadas no estudo

2

O design brasileiro é plural, jovem e estratégico, refletindo diversidade de perfis e concentrando sua energia criativa nos polos onde tecnologia e inovação se encontram.



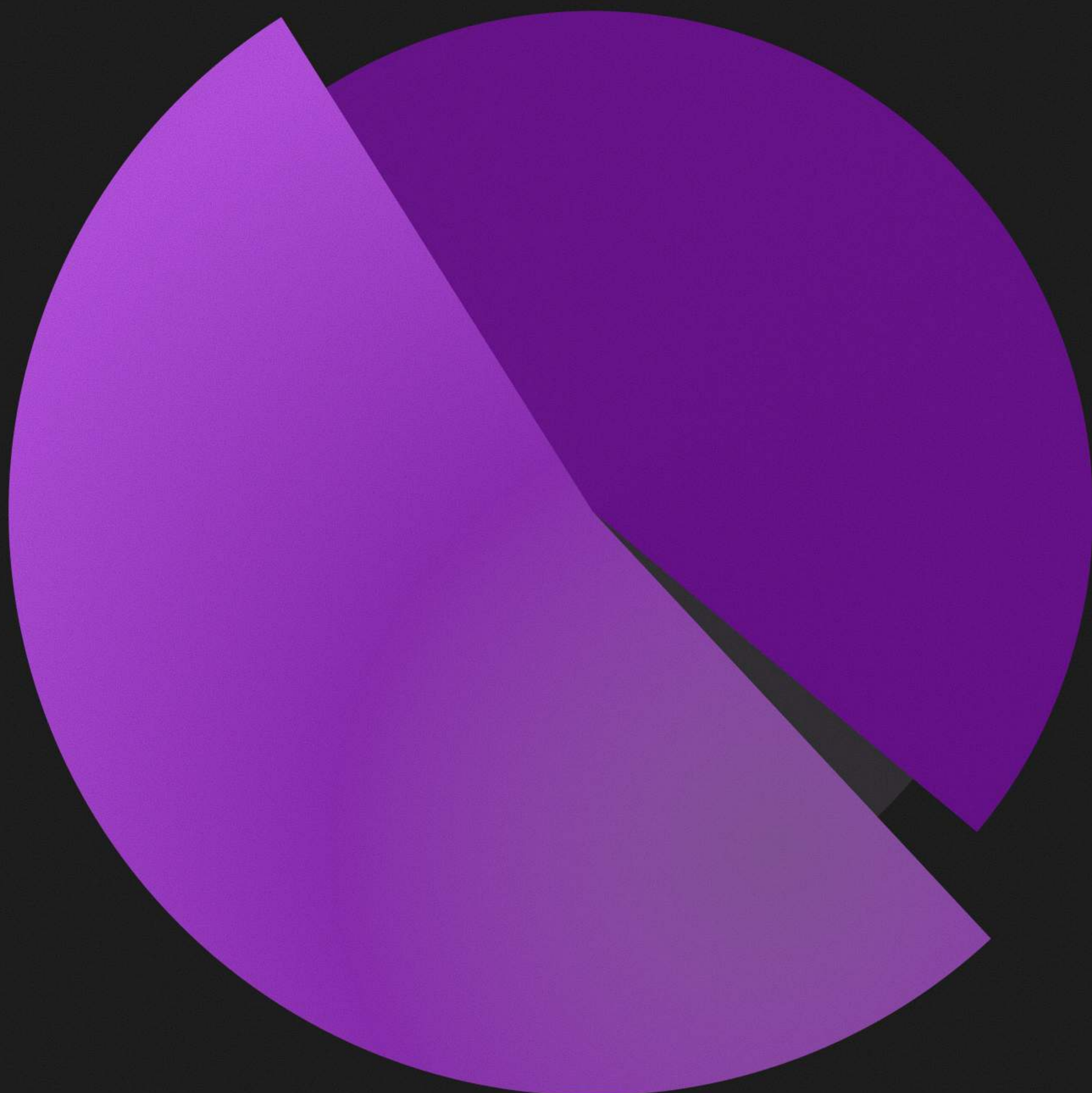
44%

● TÊM ENTRE 25-34 ANOS

31%

● TÊM ENTRE 35-44 ANOS

Principais faixas etárias



53%

● MULHER

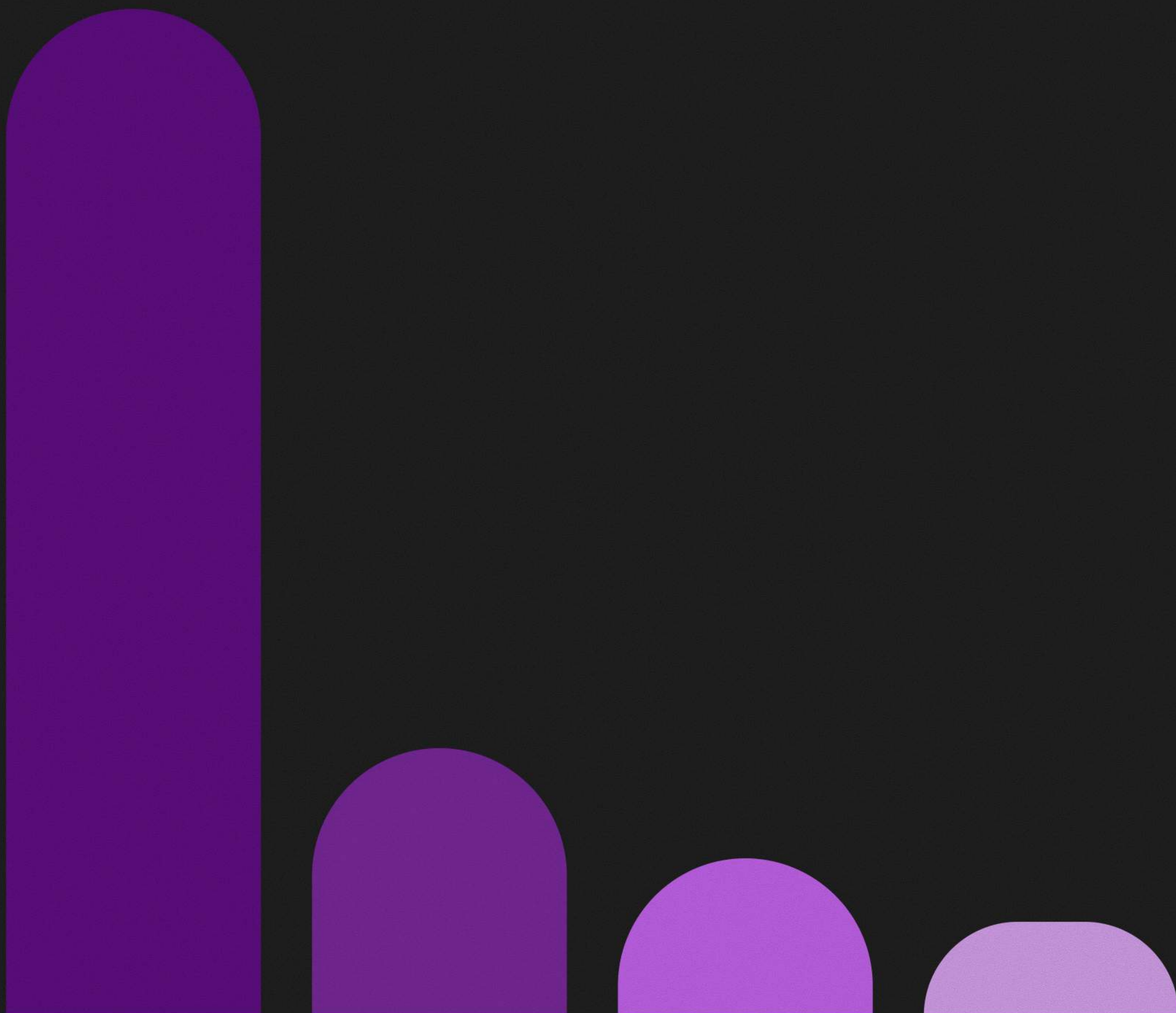
45%

● HOMEM

2%

● NÃO-BINÁRIO

Gênero



67%

● SUDESTE

17%

● SUL

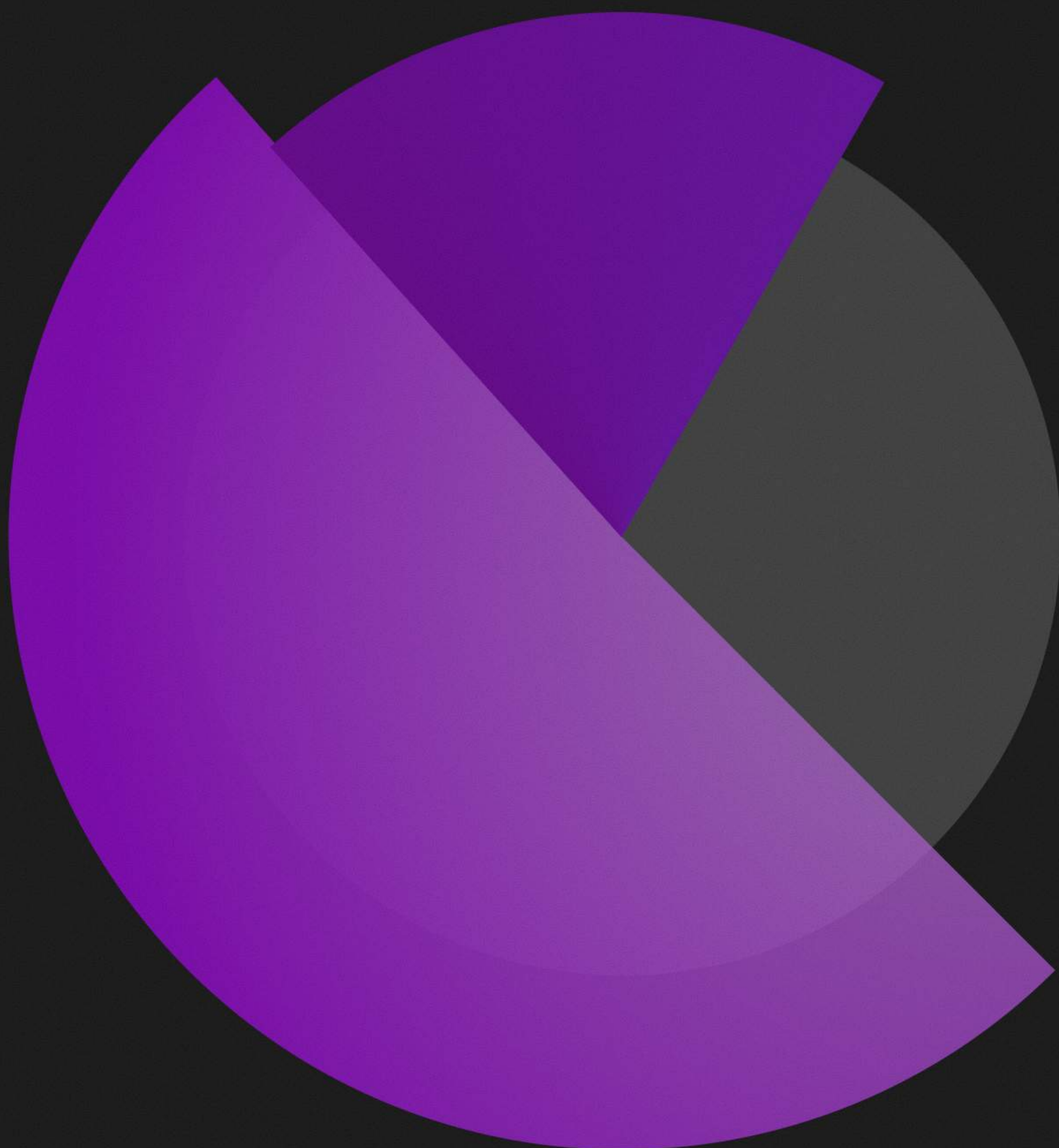
10%

● NORDESTE

6%

● OUTRAS REGIÕES

Região do Brasil



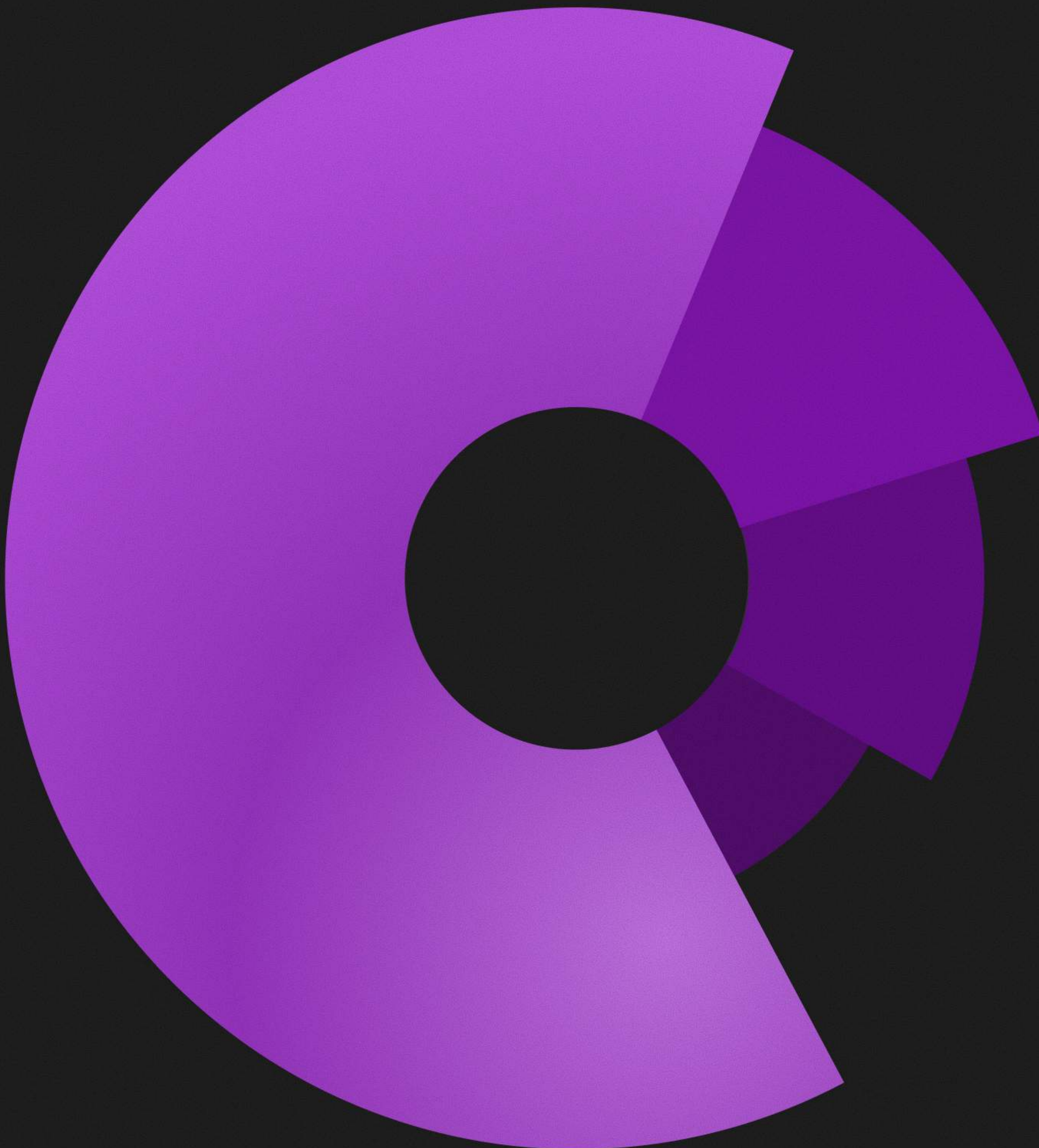
51%

● SÃO PROFISSIONAIS DE  
DESIGN DE PRODUTO

20%

● DESIGN VISUAL &  
COMUNICAÇÃO

Principais áreas de atuação



64%

● PLENO/SÊNIOR

14%

● C-LEVEL/  
DIRETOR

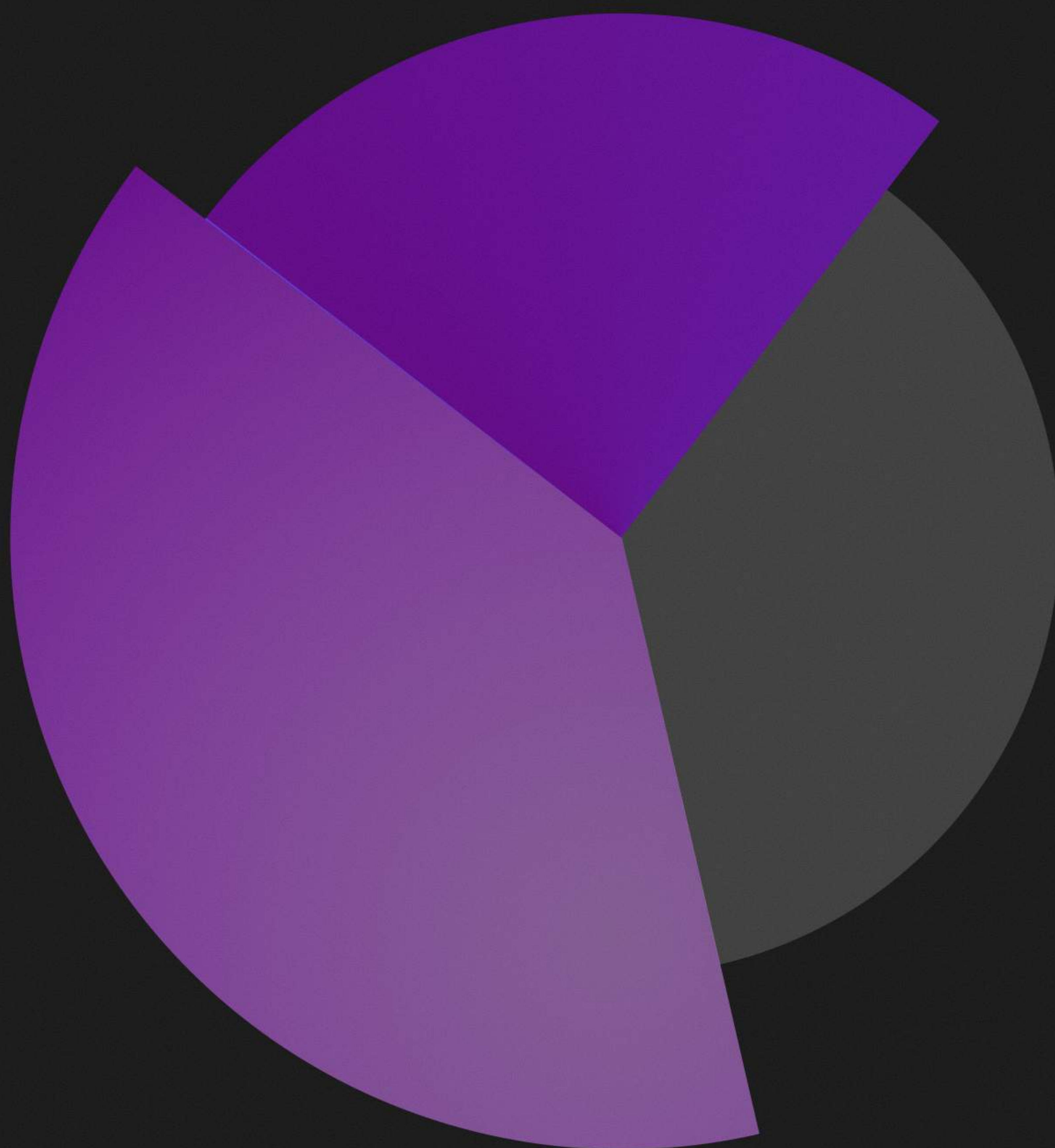
13%

● JÚNIOR

10%

● COORDENADOR

Senioridade



39%

● ATUAM EM EMPRESAS PRIVADAS

25%

● ATUAM EM CONSULTORIAS

Setor de atuação



37%

● TECNOLOGIA E  
SOFTWARE

15%

● FINANÇAS E  
SEGUROS

13%

● COMUNICAÇÃO E  
ENTRETENIMENTO

No mercado de trabalho, a maioria atua em empresas privadas, consultorias e startups, com menor presença no setor público e entre freelancers.

Setor de atuação

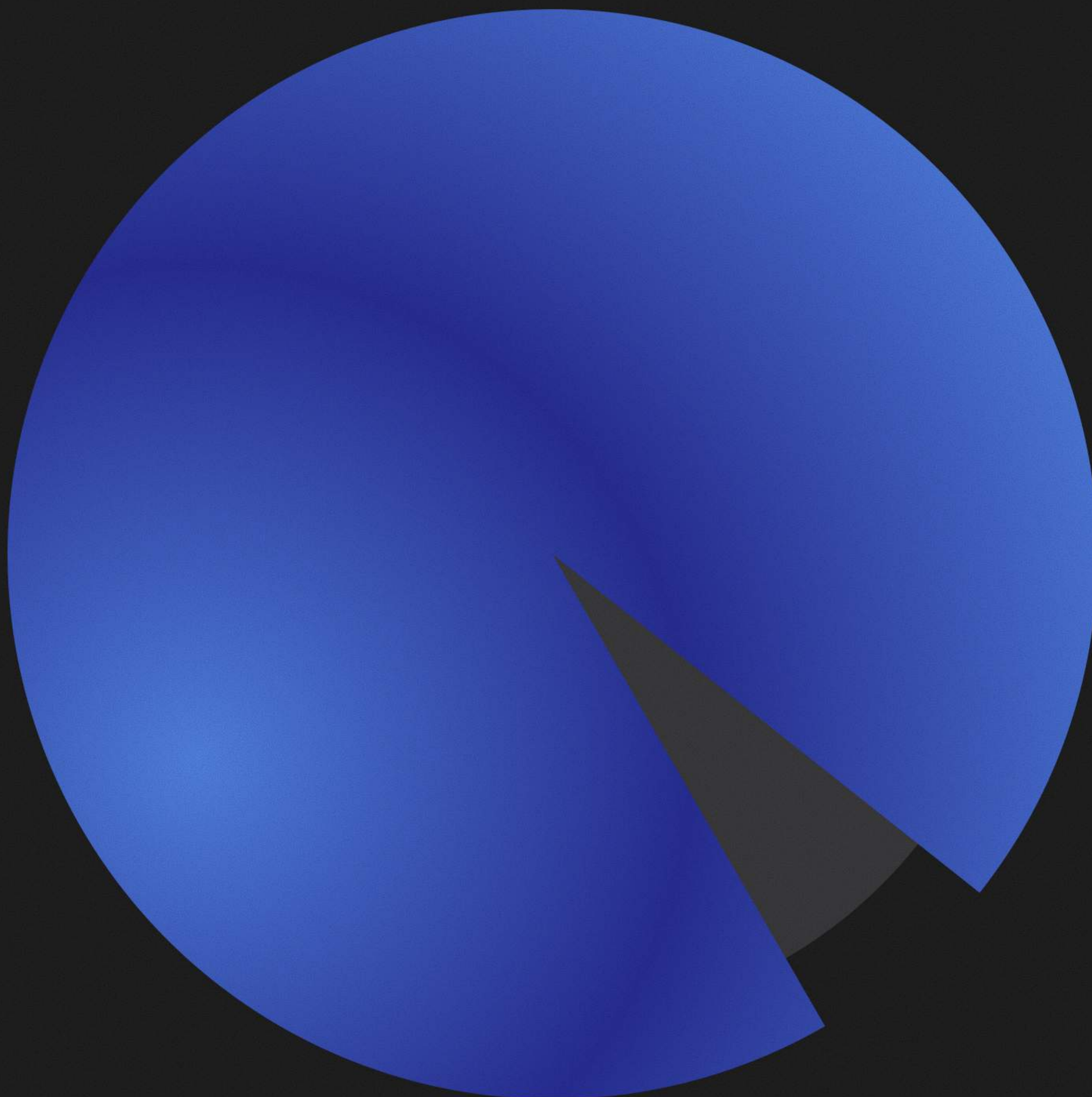
# O uso da IA no cotidiano



# 3

# O uso da inteligência artificial já faz parte do dia a dia da maioria dos designers no Brasil.

O estudo mostra que a tecnologia não é acessória: ela está integrada às rotinas de trabalho e vem moldando tanto a velocidade quanto o formato de criação.



94%

- DOS DESIGNERS JÁ INCORPORARAM  
O USO DE IA NO TRABALHO

IA no trabalho



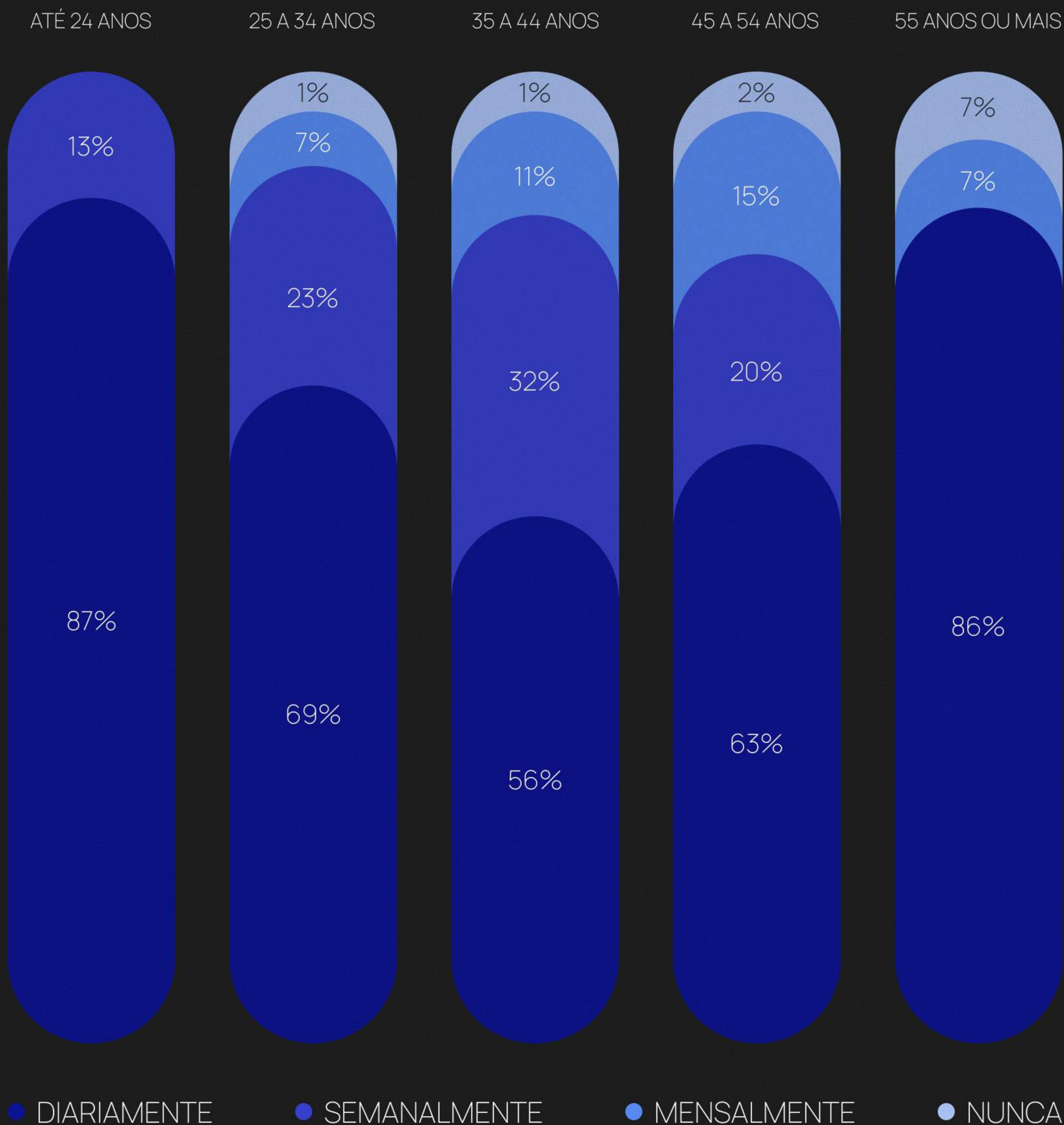
66%

● UTILIZAM DIARIAMENTE

25%

● SEMANALMENTE

Frequência de uso



A curva em "U" revela que os nativos digitais (até 24 anos) e os profissionais maduros (55+) compartilham uma característica comum: incorporaram sem receios o uso da IA em suas rotinas.

Uso diário de IA no trabalho

"Eu uso muito quando eu estou querendo fazer uma busca específica de conteúdo. Como ele usa a base do Google, quando eu quero uma referência é como se fosse um Google facilitado pra mim."

**Designer de Produto**

Participante do estudo



89%

- DOS PROFISSIONAIS CONHECEM O CHATGPT, E SEIS EM CADA DEZ JÁ INCORPORARAM SEU USO AO DIA A DIA.



82%

- DOS PROFISSIONAIS CONHECEM O GEMINI, SENDO A SEGUNDA FERRAMENTA MAIS CONHECIDA E UTILIZADA, E 48% O UTILIZAM SEMANALMENTE.



68%

- DOS PROFISSIONAIS CONHECEM A FERRAMENTA DO FIGMA AI, E 38% JÁ A UTILIZAM SEMANALMENTE.

ChatGPT/DALL-E e Gemini são as ferramentas mais conhecidas, enquanto ChatGPT lidera em uso diário e Gemini e Figma AI mantêm presença relevante no uso semanal.

# O design brasileiro que usa IA reflete uma geração inquieta, criativa e em transformação.

Na linha de frente entre tecnologia e  
criação, essa comunidade  
experimenta, erra e aprende enquanto  
redefine o design brasileiro.



“Talvez não seja uma surpresa, mas é muito interessante que praticamente todos os designers brasileiros usam alguma ferramenta de IA no trabalho.

Mesmo assim, a dica que eu daria para quem está lendo esta pesquisa é lembrar que estamos em uma fase de transição. Parte de nós, por usarmos a IA diariamente, temos a sensação de que sempre foi assim, mas ainda que IA seja uma tecnologia que está se desenvolvendo há décadas, foi apenas nos últimos 2 anos que sua evolução e a percepção do mercado em relação a ela mudou radicalmente.

Entender que estamos em uma transição traz duas questões importantes. Primeira, a IA que conhecemos hoje ainda vai evoluir muito. Coisas que ela não faz bem, fará muito em breve. Segunda, ao aumentar conhecimento sobre as ferramentas, a maturidade das empresas e a integração dos processos, muitos destes índices apontados na pesquisa poderão mudar radicalmente.”

## **Ricardo Cavallini**

Consultor de inovação na Singularity University

# A transformação do processo criativo e a democratização do design

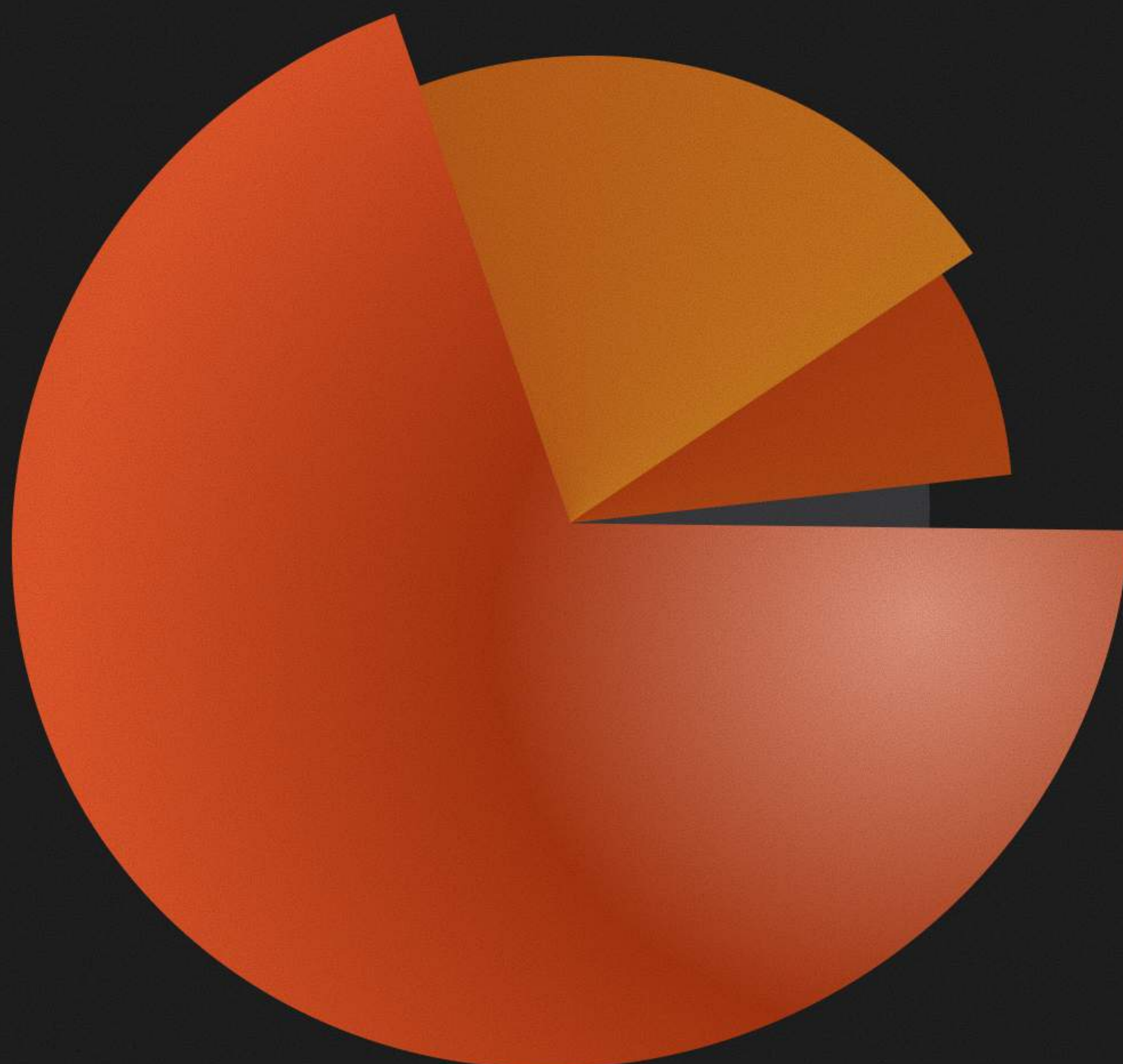


# 4

# Do processo interno à entrega de valor.

Criar sempre foi sobre imaginar o que não existe e dar forma.

Agora, com a IA, esse olhar ganha novas lentes, novas texturas e novas velocidades. Ela não substitui o processo criativo, ela o amplia.



69%

● INCREMENTAL

21%

● TRANSFORMADOR

8%

● MÍNIMO

1%

● NENHUM

69% da amostra trata a IA como um suporte incremental em seu dia a dia, sem revolucioná-lo. É uma percepção pragmática de quem vê a IA como uma útil ferramenta de aceleração e suporte, mas que ainda não muda o papel do designer.

Ao mesmo tempo, apenas 1% não percebe nenhum impacto da IA em suas atividades, confirmando que ela já é uma realidade na categoria, mesmo que seu impacto seja mais evolutivo do que disruptivo.

Impacto da IA no trabalho



“Embora o estudo mostre que o impacto ainda é incremental, ele aponta para uma transformação iminente. Minha reflexão pessoal, baseada tanto no estudo quanto nas minhas experiências no Brasil e no exterior, é que o “design tradicional” já desapareceu ou não é mais valorizado pelas empresas. Em organizações líderes como o Itaú, os designers já se tornaram líderes de produtos e solucionadores de problemas de negócios e clientes. Eles utilizam escuta ativa com GenAI para criar soluções que agregam valor ao negócio e aos clientes, gerando receita e reduzindo custos, 100% integrados à estratégia.”

## **Fabricio Dore**

Diretor de Experiência e Design no Itaú

ESCRITA E REVISÃO

82%

IDEAÇÃO / BRAINSTORMING

67%

PESQUISA DE REFERÊNCIAS

56%

ANÁLISE DE DADOS

55%

GERAÇÃO DE IMAGENS

48%

AUTOMATIZAÇÃO DE TAREFAS

34%

PROTOTIPAGEM

27%

CRIAR APRESENTAÇÕES

25%

APOIO NA PROGRAMAÇÃO

16%

GERAÇÃO DE VÍDEOS

10%

A relevância e o suporte de ferramentas de IA é crescente, principalmente no início do processo (ideação, exploração, geração de alternativas). A IA vem transformando o processo criativo: de um funil estreito (poucas opções, caminho linear) para uma exploração mais ampla (muitas opções, ciclos rápidos de teste e refinamento). É uma mudança no workflow do profissional: de linear para o múltiplo, do limitado para o abundante.

Principais usos de IA

"Aquela pesquisa que eu teria que fazer a mão, olhando referências, eu posso dar aquela acelerada com o ChatGPT. Aí eu vejo se eu preciso perguntar mais coisas pra ele ou se, com os insumos que ele me deu, já resolveu o meu problema."

## UX Designer

"Eu uso para construir roteiros para mídias sociais. A parte de texto eu também já usei para transcrição de entrevista, me ajuda a sumarizar as informações e a gerar insights."

## Designer de Produto

Participantes do estudo



49%

● SIM

26%

● AINDA NÃO, MAS  
TENHO INTERESSE

12%

● NÃO SEI DIZER

12%

● NÃO

Uma experiência bem-sucedida estimula a abertura para novas ideias, caminhos e experimentações. O risco, quando bem calculado, é mínimo. E o ganho, pode ser máximo.

O uso de IA tem incentivado os profissionais a testarem metodologias ou abordagens de design/UX que não utilizavam antes?



6

● DIARIAMENTE

4

● SEMANALMENTE

4

● MESALMENTE

Heavy users de IA não concentram seu uso em poucas ferramentas. Os números indicam que há um grupo de profissionais totalmente imerso em IA, enquanto outros parecem integrar a tecnologia de forma mais pontual em seus workflows.

Média de ferramentas que usa por frequência



“O que noto é que, na prática, os profissionais estão usando a IA para abrir espaço para a criatividade acontecer de verdade. Não é só automatizar tarefas, mas usar essa tecnologia para gerar ideias novas e dar vida a novos projetos.”

## Karina Tronkos, Nina Talks

Criadora de conteúdo e educadora



41% 36% 11% 10% 2%

● APENAS  
ACELERA  
ENTREGAS

● MELHORA A  
EXPERIENCIA

● NÃO SABE  
DIZER

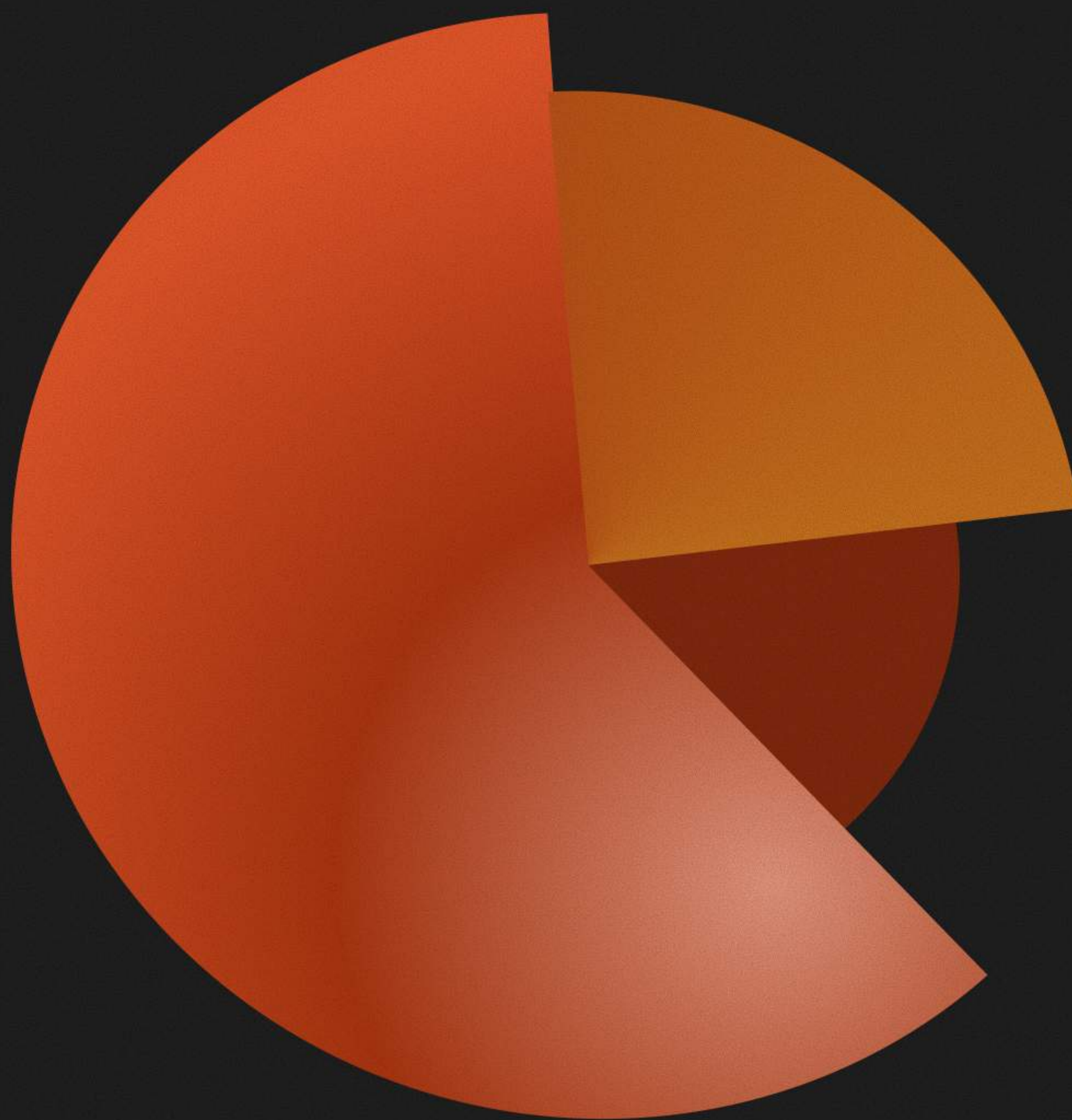
● NÃO ACELERA  
OU MELHORA

● ACELERA  
MAS PIORA A  
EXPERIENCIA

O uso de IA acelerou entregas e melhorou a experiência final. 77% tem percepção positiva, indicando que os profissionais veem a IA como ferramenta que tanto acelera o trabalho quanto melhora os resultados entregues aos usuários finais.

Como resultado, o mercado ganha profissionais mais produtivos, com capacidade de entregar mais e melhor em menos tempo.

O que a IA faz pela experiência do usuário?



61%

● SIM

24%

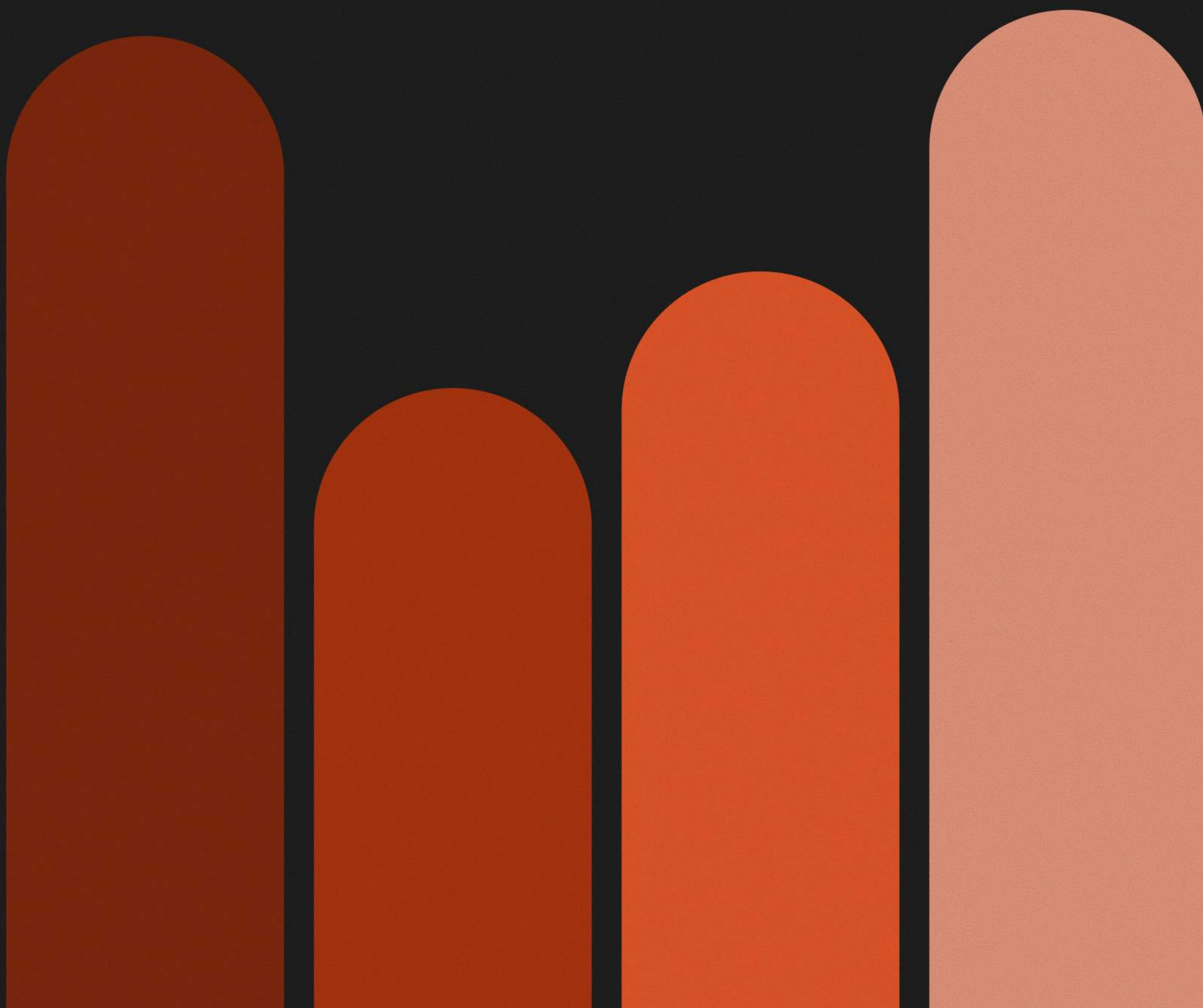
● NÃO SEI DIZER

15%

● NÃO

Uma coisa é certa: a introdução da IA e sua constante evolução em ferramentas e formatos democráticos, torna as práticas de UX acessíveis a cada vez mais profissionais. E este sentimento, com maior ou menor intensidade, é compartilhado por todos dentro da empresa.

IA tornou as práticas de UX mais acessíveis?



75%

48%

57%

77%

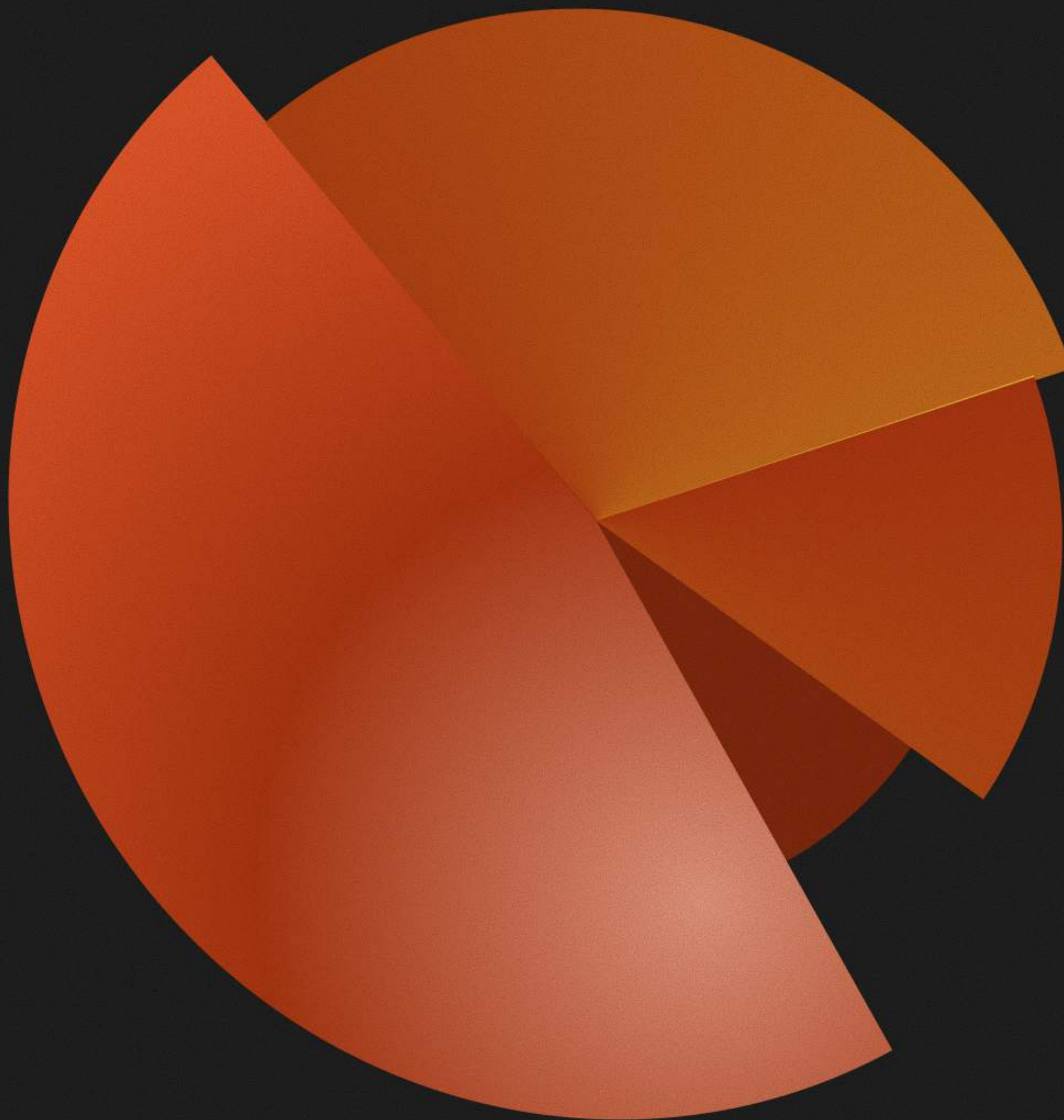
● C-LEVEL /  
DIRETOR

● COORDENADOR

● PLENO/SÊNIOR

● JÚNIOR

Quem mais percebe essa acessibilidade?



47%

31%

15%

7%

● MENSALMENTE

● SEMANALMENTE

● NUNCA

● DIARIAMENTE

A validação permanece humana. Mesmo com o avanço das ferramentas de IA, a validação com usuários segue essencial no trabalho de design. Hoje, 85% ainda utilizam métodos tradicionais de UX, indicando que a IA não substituiu a necessidade de validação humana.

Frequência de uso de técnicas tradicionais de validação

"Eu acho um risco a pessoa usar a IA, obter uma resposta errada e não validar isso. Você pede uma melhor prática de mercado, recebe uma resposta horrorosa e talvez não perceba e leve essa resposta adiante."

**Designer de Produto**

Participante do estudo



“Sempre que eu tiver um nível de entrega mais estratégica, o mundo ideal é usar IA pra fazer a primeira triagem — ou seja, enquanto eu ainda estou na fase de produção — e depois fazer uma validação mais qualitativa com usuários reais. É aí que está o ganho. O maior ganho da IA no processo é sobre subir a régua de qualidade, não necessariamente sobre acelerar.”

## Thiago Hassu

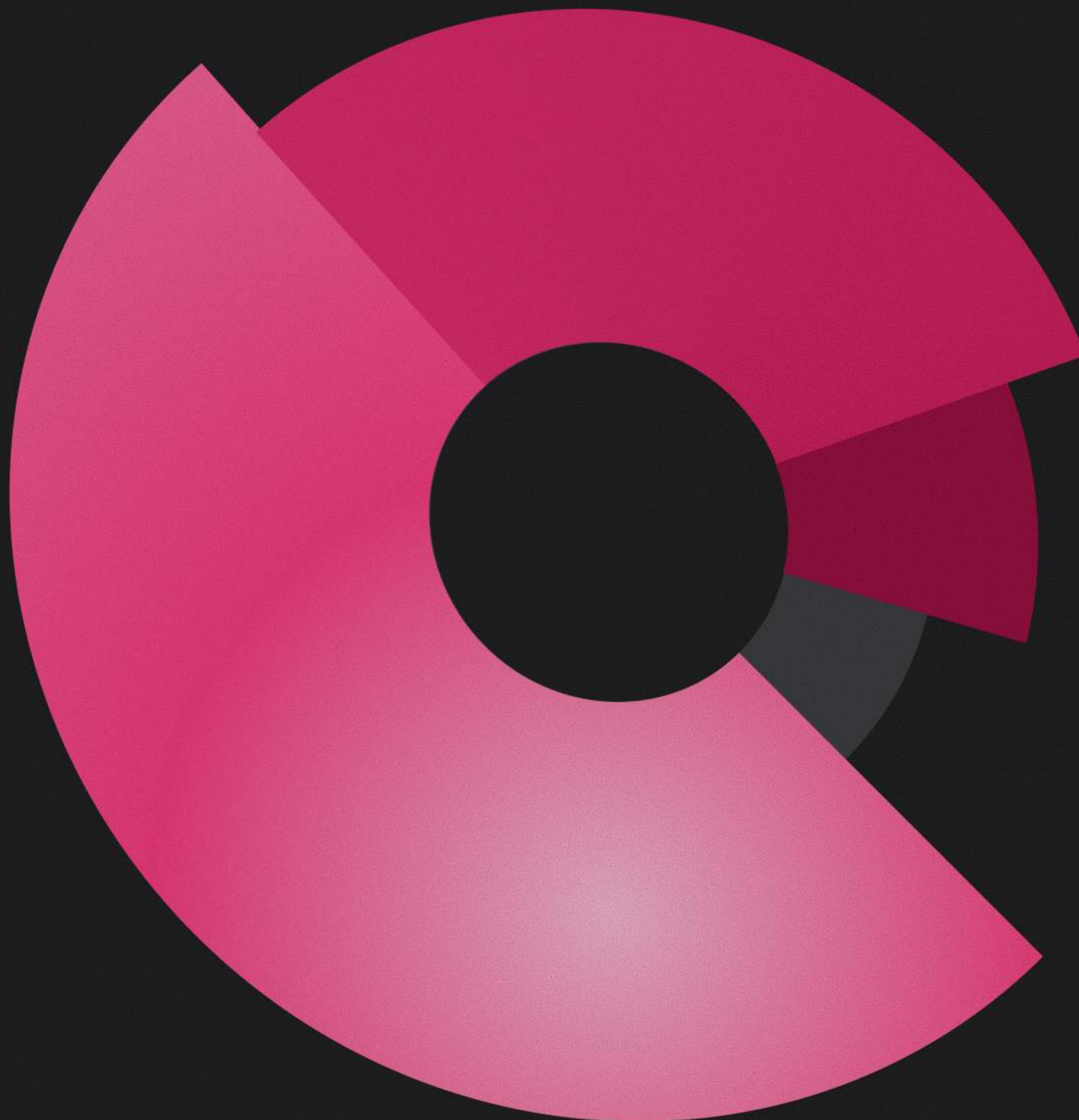
Founder & CEO na Meiuca

A IA amplia o acesso e a experimentação, mas é a sensibilidade humana que continua dando direção, contexto e propósito.

# Aprendizado e maturidade organizacional



5



51%

● POR CONTA  
PRÓPRIA

31%

● AINDA NÃO SE  
CAPACITOU

10%

● POR INICIATIVA  
DA EMPRESA

9%

● NÃO QUER SE  
CAPACITAR

61% dos designers já participou de algum processo de capacitação em IA. E o que mais chama a atenção é que, entre eles, a grande maioria fez isso por iniciativa própria. Eles assumiram o controle da própria capacitação!

Capacitação em IA

DESEMPREGADO / EM TRANSIÇÃO

100%

AUTÔNOMO / FREELANCER

68%

CONSULTORIA

56%

INSTITUIÇÃO PÚBLICA

50%

AGÊNCIA / PRODUTORA

50%

TERCEIRO SETOR

48%

EMPRESA DE MÉDIO / GRANDE PORTE

46%

STARTUP

39%

Os profissionais que estão em transição e aqueles que trabalham de forma autônoma são os que mais buscam capacitação por iniciativa própria. Esse fenômeno reflete a necessidade de se manter atualizado e competitivo no mercado de trabalho.

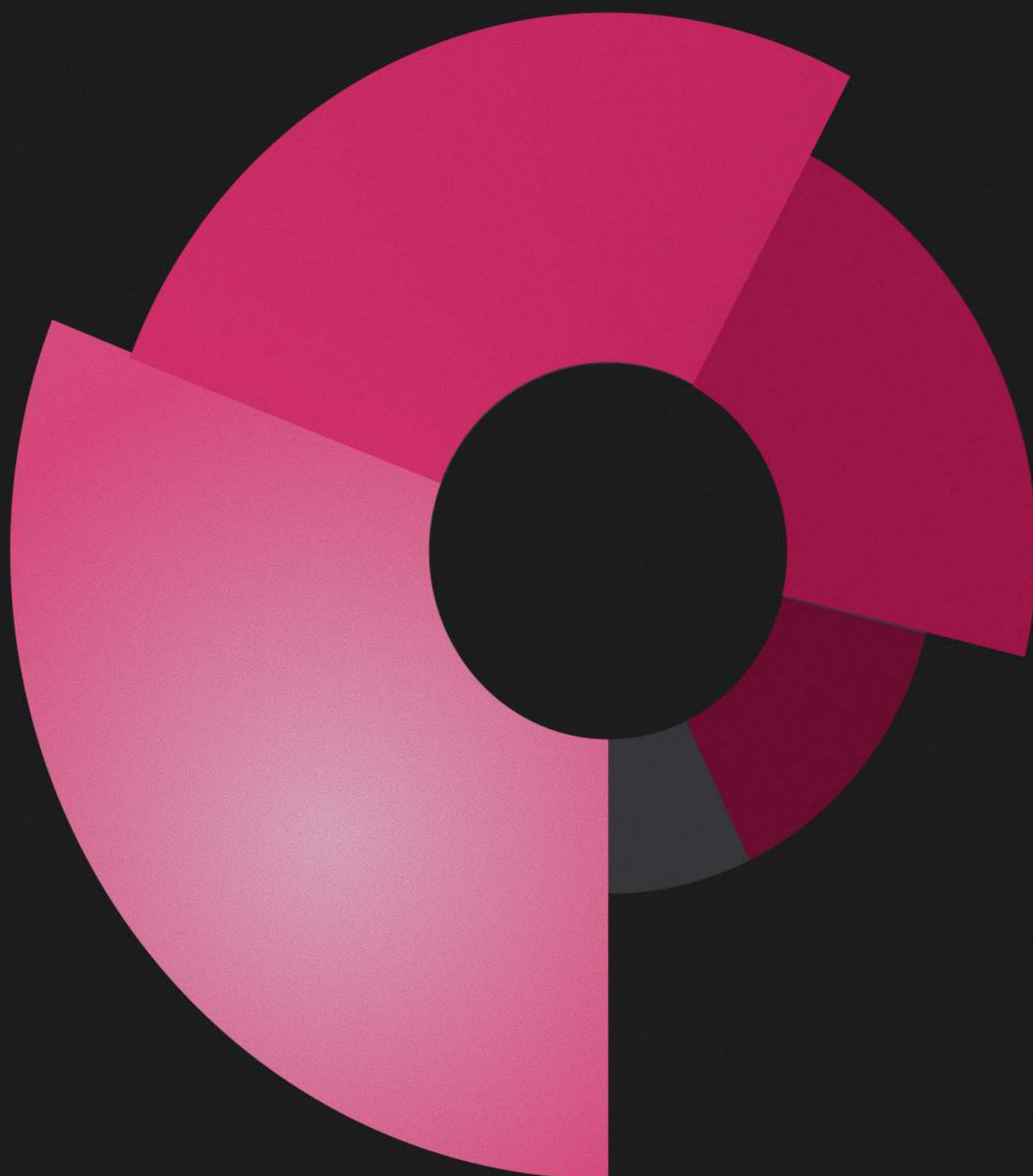
Capacitação por iniciativa própria, por tipo de empresa



“A revolução da IA em design não começou nas lideranças, nem nas ferramentas. Começou nas pessoas, curiosas, testando e aprendendo por conta própria. Vida longa aos designers e empreendedores que mudam o mundo e as empresas ao seu redor.”

## Fabricio Dore

Diretor de Experiência e Design no Itaú



31% 27% 21% 14% 7%

● LEITURA DE  
ARTIGOS  
E TUTORIAIS

● CURSOS  
ONLINE  
GRATUITOS

● CURSOS  
PAGOS

● TREINAMENTOS  
INTERNOS  
PROMOVIDOS  
PELA EMPRESA

● AULAS OU  
WORKSHOPS  
PRESENCIAIS

A capacitação em IA é predominantemente autodidata e informal. 79% dos designers aprendem por conta própria (31% leitura, 27% cursos gratuitos, 21% cursos pagos), enquanto apenas 14% recebem treinamento da empresa.

Capacitação em IA

"Eu busquei capacitação por conta própria, para minha utilização e exploração. Eu vou atrás porque eu entendo que faz parte do meu trabalho, independente da empresa onde eu estou, eu gostaria de ter esse know-how, sabe?"

**Designer de Produto**

"Eu fiz um curso recentemente atrelado a branding e imagem, coisas relacionadas à parte visual. Acho que por acreditar que IA não é mais o amanhã, é o hoje, é o ontem. Por isso que eu busco esse conhecimento."

**Designer de Produto**

Participantes do estudo



82%

● C-LEVEL /  
DIRETOR

61%

● COORDENADOR

58%

● PLENO/SÊNIOR

56%

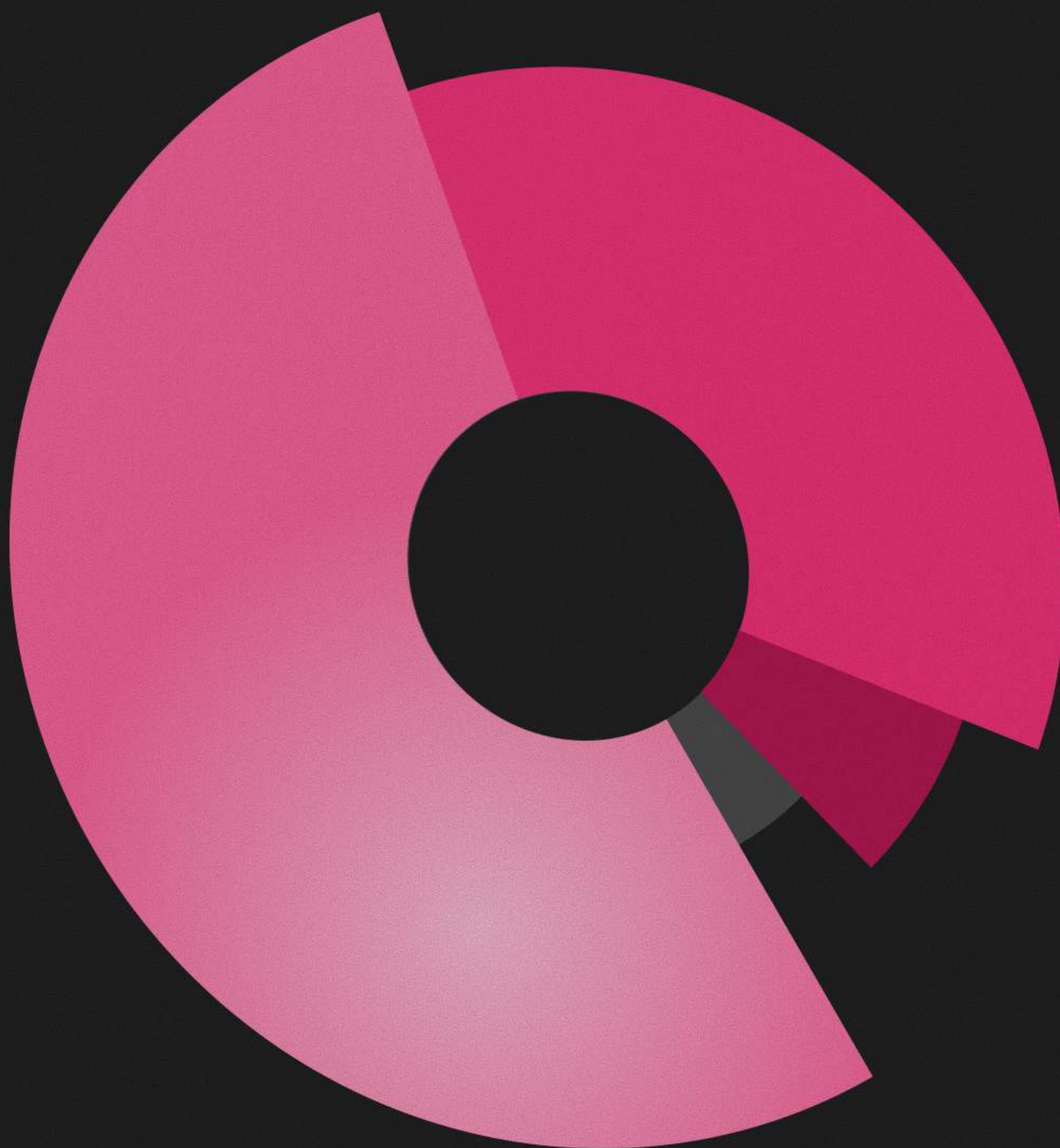
● JÚNIOR

Diferentes níveis de senioridade atribuem sentidos distintos ao papel da IA em suas rotinas.

A alta liderança é o grupo que mais buscou capacitação em IA, com foco em ganhos estratégicos, como aumento de produtividade e melhor tomada de decisão.

Profissionais juniores também têm buscado se qualificar, mas demonstram maior preocupação com a qualidade das entregas, refletindo o desejo de se destacar e permanecer relevante no mercado.

Quem mais buscou capacitação em IA



53%

● MODERADA

36%

● INICIAL

7%

● AVANÇADA

4%

● NULA

Apesar do bom nível de adoção moderada, o mercado ainda está longe da maturidade: 36% das pessoas designers atuam em empresas em estágio inicial de uso de IA, e apenas 7% em estágio avançado. Esse cenário não representa uma limitação, mas sim uma oportunidade, indicando que o setor ainda está estruturando processos, capacitações e governança, como será detalhado no capítulo seguinte.

Maturidade de uso de IA na empresa onde trabalham

## UX & SERVICE DESIGN



## TECNOLOGIA / DESENVOLVIMENTO



## DESIGN VISUAL E COMUNICAÇÃO



## DESIGN DE PRODUTO



## GESTÃO / OPERAÇÕES



● AVANÇADA      ● MODERADA      ● INICIAL      ● NULA

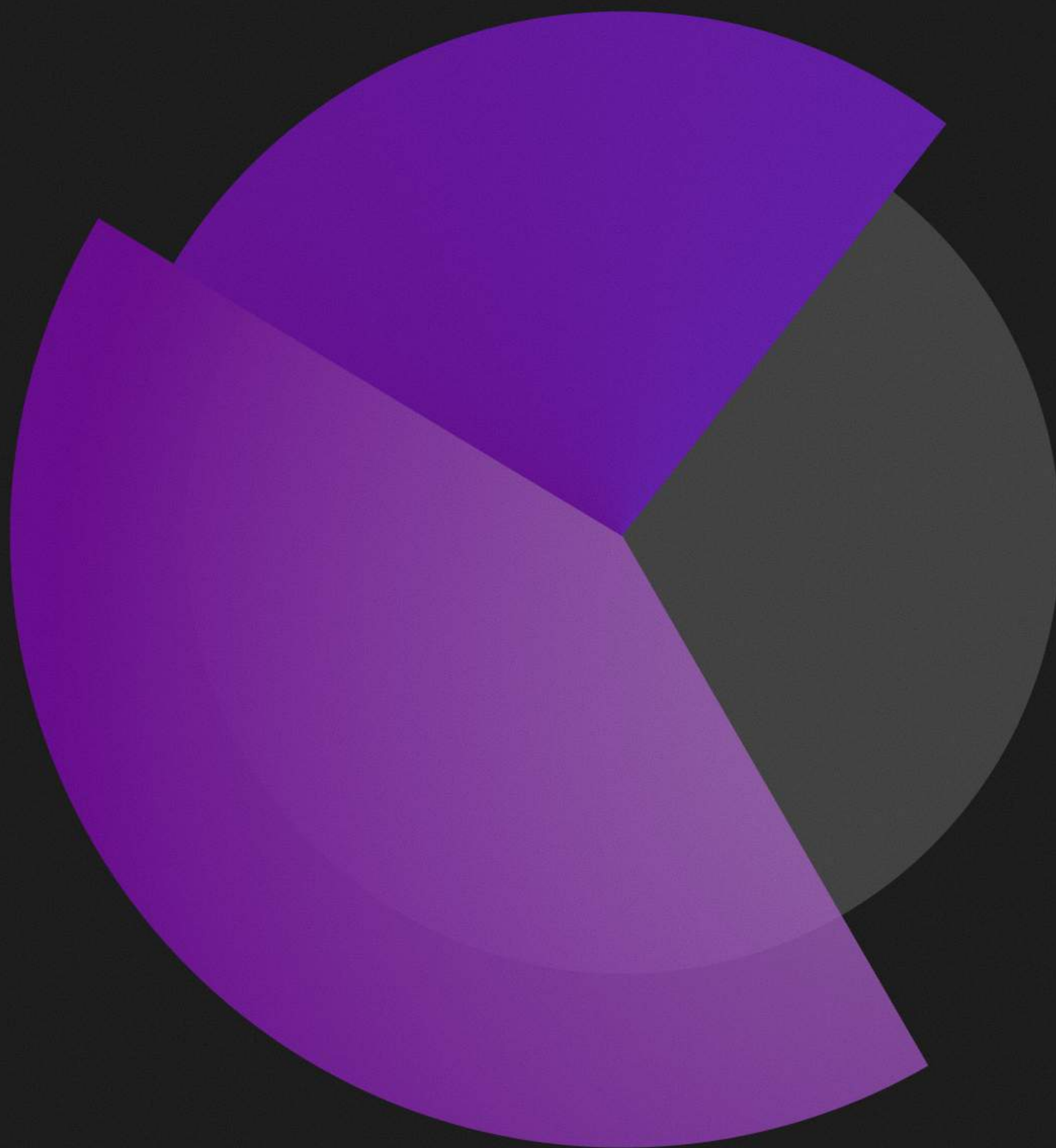
A área de UX e Service Design (70%) são as que mais percebem integração de IA no fluxo de trabalho como avançada ou moderada. Em contraste, a visão é ligeiramente diferente em Design de Produto (56%) e Design Visual e Comunicação (59%), áreas onde estão a maior percepção de que a IA ainda está em estágio inicial, restrita a testes e usos pontuais.

Grau de maturidade de integração, por área de atuação

# A IA no ambiente corporativo: cultura, segurança e governança



6



42%

● PAGA PELA EMPRESA

29%

● VERSÃO GRATUITA

27%

● PAGA COM RECURSOS PRÓPRIOS

O uso da IA ainda se dá na base do "improviso": mesmo que 90% dos designers brasileiros utilizem as ferramentas pelo menos uma vez por semana, apenas quatro em dez usam IA por meio de uma conta corporativa, paga pela empresa em que trabalha.

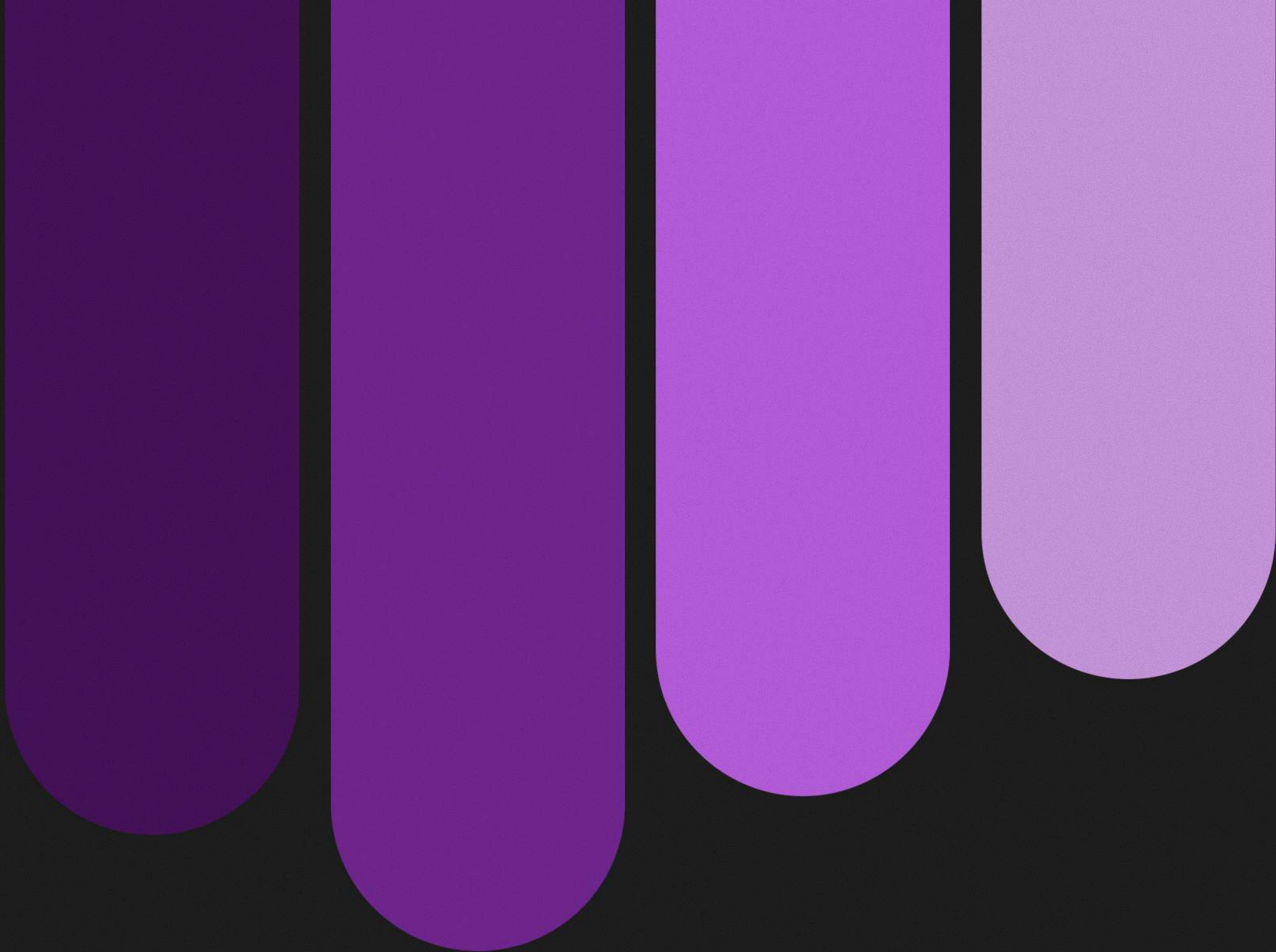
Forma de acesso à IA



“A pesquisa mostra exatamente onde estamos no uso de IA em design. O que mais chama atenção é como tem gente busca aprender por conta própria e como ainda temos um gap enorme de diretrizes e preparo nas empresas. Nosso desafio é transformar esse uso no dia a dia em algo mais estratégico para a gente avançar de verdade.”

## Marcela Ullian

Head de Canais Digitais no Santander



43% 49% 41% 35%

● C-LEVEL /  
DIRETOR

● COORDENADOR

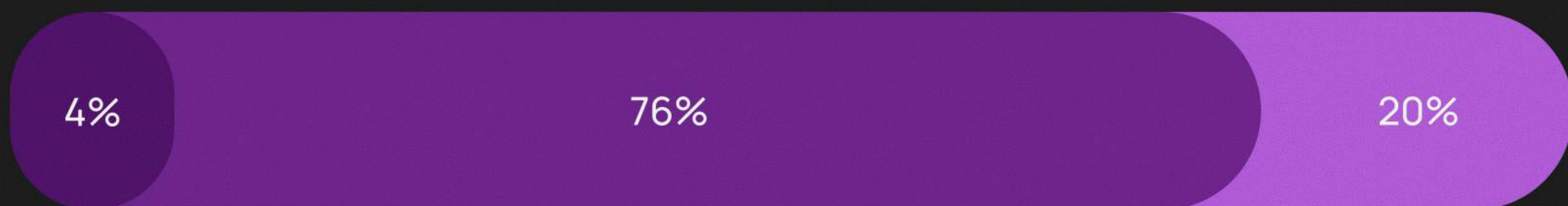
● PLENO/SÊNIOR

● JÚNIOR

O acesso à IA segue uma lógica de impacto: é a linha de frente quem mais recebe apoio direto da empresa, com quase metade das pessoas coordenadoras (49%) usando contas pagas. Já estagiários e juniores dependem majoritariamente de versões gratuitas (62% e 42%), e pouco mais de um terço desse grupo tem acesso a contas corporativas.

Quem mais buscou capacitação em IA

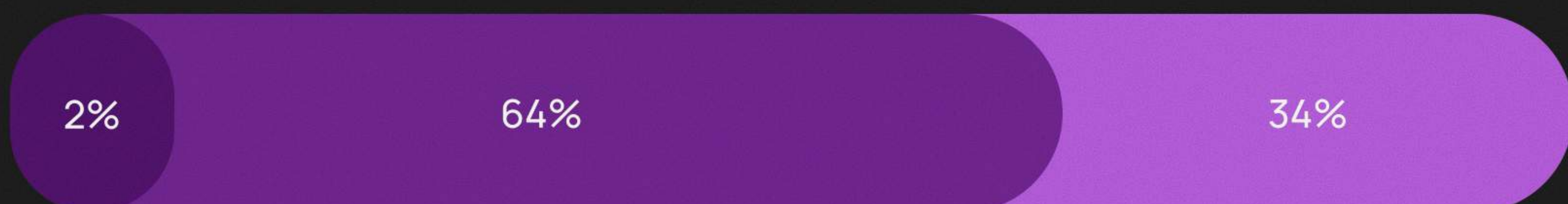
#### PAGA PELA EMPRESA



#### CONTA GRATUITA



#### PAGA COM RECURSOS PRÓPRIOS

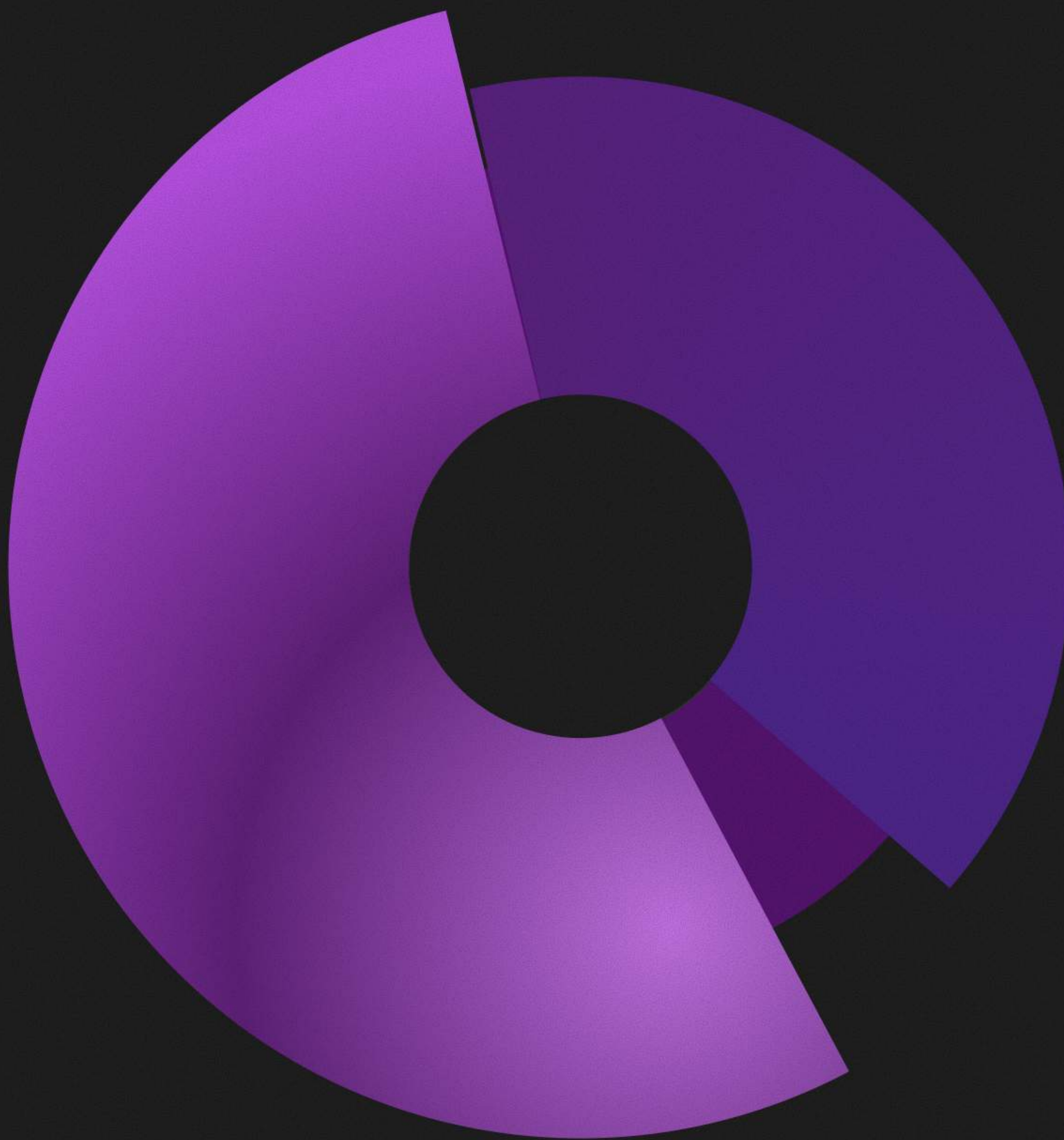


● MÍNIMO                      ● INCREMENTAL                      ● TRANSFORMADOR

Pessoas que pagam do próprio bolso por ferramentas de IA declaram obter um impacto mais transformador em seu trabalho, superando inclusive quem utiliza serviços pagos pela empresa.

Uma possível explicação é o grau de motivação e seletividade: ao investir recursos próprios, o engajamento aumenta e a percepção de valor também. Essas pessoas não usam IA por usar, mas escolhem ferramentas específicas para resolver seus principais desafios, com uma intenção claramente estratégica.

Impacto da IA no trabalho por tipo de conta



54%

● SIM

40%

● NÃO

6%

● NÃO SEI

Há um vácuo de liderança. Profissionais navegam sozinhos por temas complexos como ética, segurança e propriedade intelectual. Apenas 54% recebem diretrizes de uso das empresas, o que significa que 4 em cada 10 pessoas designers utilizam IA sem qualquer orientação.

Há diretrizes sobre IA na empresa?

"Não há uma orientação que eu saiba. A informalidade da IA pra tudo que estamos usando atualmente, principalmente na parte de dados, por hora esbarra mais em um bom senso do que em uma diretriz mesmo."

### **Designer de Produto**

"Acho que tem mais um senso comum dentro da empresa do que uma diretriz. Tem algumas práticas de ética com a privacidade das pessoas e uma norma da empresa de não divulgar dados confidenciais em lugar nenhum, não interessa se é com IA ou não."

### **UX Designer**

"Minha empresa proibiu o uso de ChatGPT no computador corporativo e criaram uma IA própria. Só que eu não tenho acesso porque meu vínculo é de consultoria. Então por enquanto eu uso no meu computador pessoal. [...] E eu sei que outras pessoas utilizam o ChatGPT com informações da empresa."

### **Designer de Produto**

Participantes do estudo

## USO RESPONSÁVEL E ÉTICO

53%

## CONFIDENCIALIDADE DE INFORMAÇÕES

48%

## LGPD E PROTEÇÃO DE DADOS DE USUÁRIOS

48%

## PROPRIEDADE INTELECTUAL

33%

## LIMITAÇÕES TÉCNICAS DA IA

28%

## ALINHAMENTO COM BRANDING

18%

Três a cada quatro designers (74%) nunca receberam qualquer orientação sobre LGPD e proteção de dados. E dos 54% que receberam orientações ou diretrizes internas, apenas metade teve direcionamento sobre o uso responsável e ético, informações confidenciais ou proteção de dados.

Temas que a empresa já ofereceu orientações relacionadas ao uso de IA

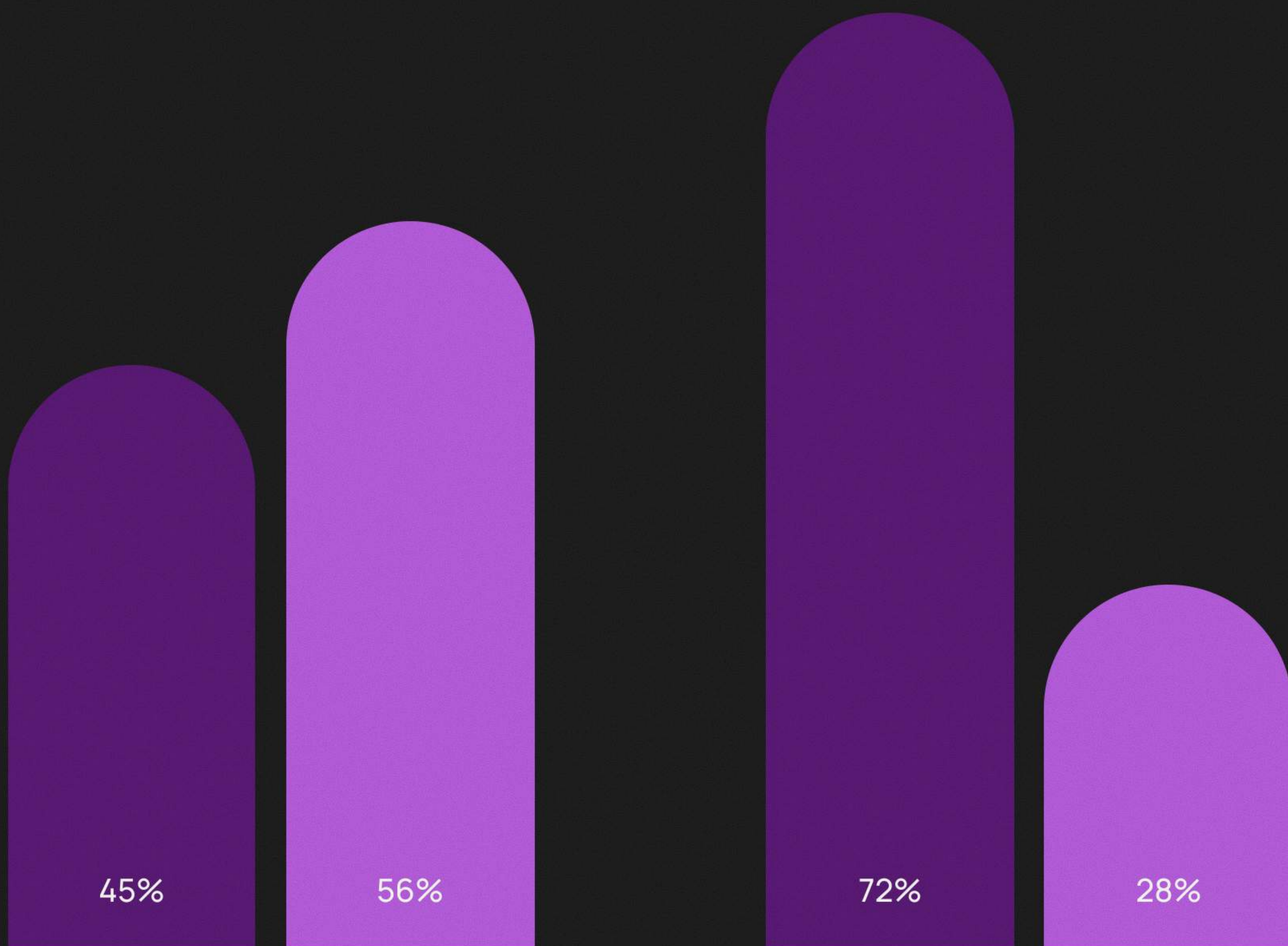


“A ausência de diretrizes não é só uma lacuna de governança, é uma barreira para transformar experimentação em maturidade. Empresas que já criaram diretrizes apresentam percepção de integração e impacto estratégico muito maior: 72% dos designers em empresas com diretrizes percebem alta maturidade no uso da IA, contra apenas 28% nas que não têm orientação. Ou seja: a estratégia vem antes do impacto. Sem ela, ficamos presos no improviso, no uso descoordenado, no ganho imediato, na sensação de velocidade.”

## Jaakko Tammela

Executive Advisor em Design, Produto & Inovação

● ALTA MATURIDADE      ● BAIXA MATURIDADE



NÃO HÁ DIRETRIZ CLARA

HÁ DIRETRIZ CLARA

Quando há orientação/diretriz de boas práticas, é sinal de que a empresa tem alta maturidade no tema. Já entre os que não têm uma diretriz clara, o padrão se inverte: apenas 45% percebem maturidade alta no uso da tecnologia. 72% X 45% é uma diferença estatisticamente significativa.

Maturidade e diretrizes das empresas no tema

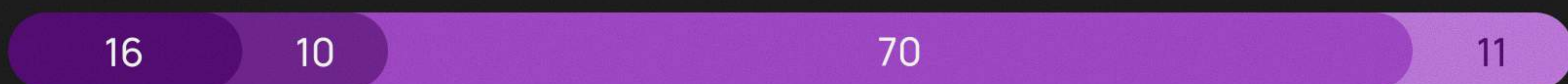


“O estudo revela algo muito interessante: o tamanho do vácuo entre a curiosidade individual e a estrutura institucional. Quatro em cada dez designers usam IA sem nenhuma diretriz das lideranças mas, onde há diretrizes, a maturidade floresce. Quando há autonomia e aprendizado ativo, o otimismo dobra. A transformação real não está em usar IA, mas em criar culturas que aprendem com ela. Onde curiosidade individual e estratégia organizacional caminham juntas. Esse é o verdadeiro design do futuro.”

**Leandro Herrera**

Founder na Tera

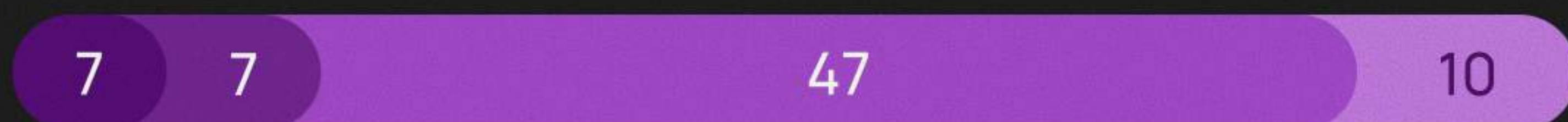
## AUTORIA, CRIATIVIDADE E VERACIDADE



## COMPLIANCE E LGPD



## SUPORTE INSTITUCIONAL E ACESSO



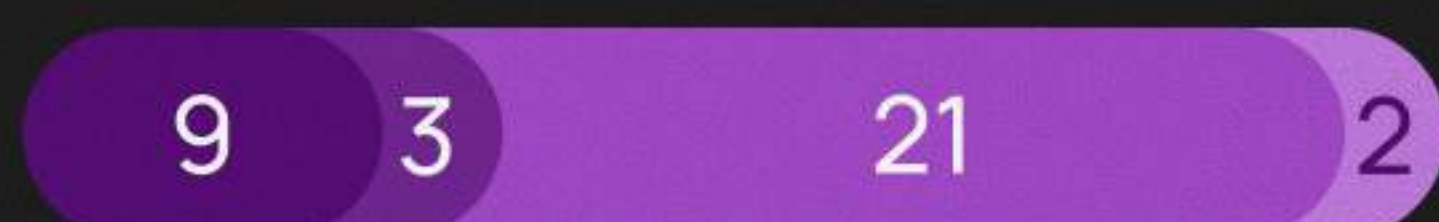
## DEPENDÊNCIA E TECNODOMINÂNCIA



## ÉTICA, VIÉS E RESPONSABILIDADE



## NENHUM RECEIO



## SUBSTITUIÇÃO E AMEAÇA À CARREIRA



● C-LEVEL/DIRETOR      ● COORDENADOR      ● PLENO/SÊNIOR      ● JÚNIOR

E justamente onde está a maior fragilidade, reside o maior temor. Os receios sobre proteção de dados, direitos autorais e compliance revelam a fragilidade corporativa: designers estão usando IA sem políticas claras de governança, expondo empresas (e eles próprios) a riscos legais de LGPD e vazamento de propriedade intelectual. Esse não é um medo individual — é um sinal de alerta em que todos, na hierarquia, expõem.

Receios em relação à IA por senioridade

"Um dos meus receios é justamente essa questão de segurança, porque a gente não sabe onde nossas informações estão sendo armazenadas e quem pode ter acesso a elas. Então, como é que as tecnologias estão fazendo pra tratar questões de dados sensíveis. Eu não faço ideia de como que está rolando."

### Designer de Produto

"Eu me preocupo porque a gente ainda não sabe o quanto aquilo que está compartilhando com as IAs pode ou vai ser usado contra nós. As pessoas mal têm bom senso para falar sobre suas pessoalidades, imagine o que elas não entregam em contexto de trabalho se for pra facilitar a vida delas."

### Designer de Produto

Participantes do estudo



“O que mais me chama a atenção é a questão de governança e o uso, muitas vezes, individual da IA! É notável que uma parcela significativa dos profissionais de design usa IA sem diretrizes formais da liderança, o que pode abrir espaço para desafios importantes em termos de ética e segurança. Por isso, é essencial que as organizações trabalhem para estabelecer uma governança sólida da IA.”

## Karina Tronkos, Nina Talks

Criadora de conteúdo e educadora

Sem clareza, a confiança  
fica comprometida. E sem  
confiança, o impacto da  
tecnologia se torna limitado.

A ética é o que mantém a IA alinhada  
àquilo que o design sempre defendeu:  
gerar valor e confiança para as pessoas.

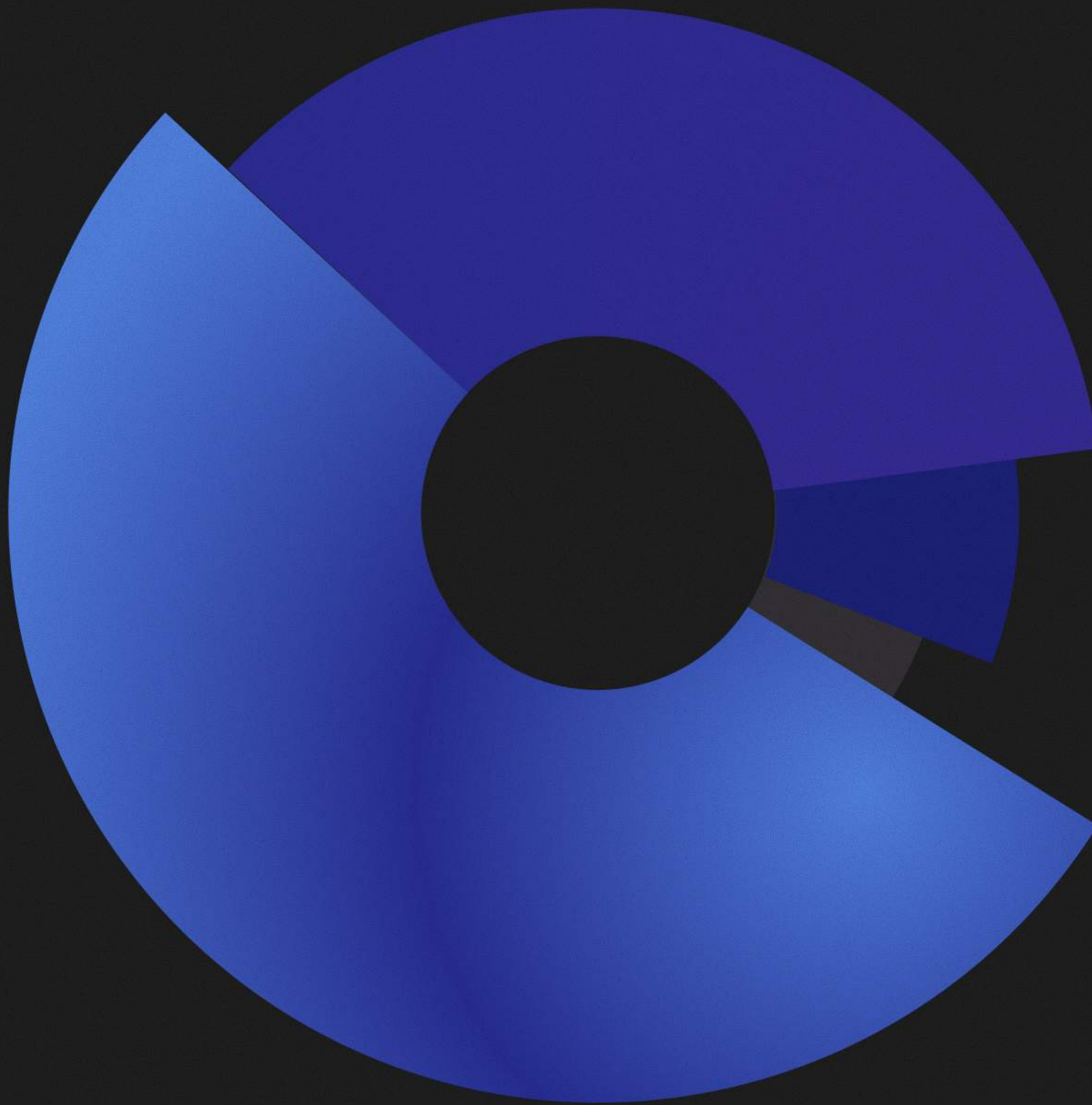
# A IA e o futuro dos profissionais



7

# O futuro do design já começou. E ele é mais humano do que nunca.

A inteligência artificial não substitui o  
olhar, amplia o alcance. Não rouba o ofício,  
redefine o papel.



53%

● OTIMISTA

36%

● PREOCUPADO/A

8%

● INDIFERENTE

3%

● PESSIMISTA

Mais de metade dos profissionais se sentem otimistas em relação ao futuro. Uma parcela relevante, no entanto, mostra-se preocupada com possíveis impactos da IA.

Sentimento sobre o futuro

#### CAPACITAÇÃO POR INICIATIVA PRÓPRIA



#### CAPACITAÇÃO POR INICIATIVA DA EMPRESA



#### NÃO QUER SE CAPACITAR



#### AINDA NÃO SE CAPACITOU



● OTIMISTA      ● PREOCUPADO/A      ● INDIFERENTE      ● PESSIMISTA

Quanto mais o profissional se capacita e se envolve, menos ele teme. O conhecimento é o melhor antídoto contra o medo. Profissionais que já buscaram algum tipo de capacitação em IA têm quase o dobro de chances de se dizer otimistas em relação ao futuro da tecnologia, em comparação com aqueles que dizem não querer se capacitar. Em comparação, aqueles que não querem se capacitar se dizem pessimistas sobre o futuro da IA cerca de 10x mais do que aqueles que se capacitaram.

Sentimento sobre o futuro com IA, por tipo de capacitação



“Não é sobre IA. É sobre atitude. O dado que mais me chama atenção nesse estudo é o mesmo que separa quem surfa a onda de quem ainda observa da areia: quem se capacitou por conta própria é duas vezes mais otimista em relação ao futuro. Isso não é sobre “saber usar ferramenta”, é sobre postura. Quem se mexe, quem se prepara, quem explora — muda o jeito de pensar, de decidir, de criar. Muda a vida.”

## **Bob Wollheim**

Partner & EVP na Ci&T

TEMPO PARA ESTRATÉGIA

21%

OTIMIZAÇÃO DE TAREFAS

18%

PRODUTIVIDADE

13%

DECISÃO COM DADOS

11%

QUALIDADE CRIATIVA

10%

INOVAÇÃO

10%

DESENVOLVER COMPETÊNCIAS

7%

REDUZIR ERROS

5%

NENHUMA EXPECTATIVA

3%

Expectativa é a de que a IA libere tempo! Designers não esperam que IA substitua criatividade; esperam que a potencialize. Querem usar IA para sair da execução e subir para a esfera da decisão. No fim do dia, a IA não é vista como ameaça à criatividade, mas como ferramenta para fazer mais criatividade com menos tempo operacional.

Principais expectativas



“Talvez este seja o momento de “colocar a bola no chão”. A fase do medo já passou. A da euforia já está em curso. O próximo passo é construir uma visão clara: por que usar IA no design? Para quê? Com qual estratégia? Sem responder a essas perguntas, corremos o risco de olhar para trás em pouco tempo e perceber que tínhamos em mãos uma tecnologia capaz de transformar radicalmente nosso processo, mas nos contentamos em usá-la apenas para acelerar tarefas. E isso seria desperdiçar a maior oportunidade do design em décadas.”

## Jaakko Tammela

Executive Advisor em Design, Produto & Inovação



“O papel dos designers deve se deslocar para um lugar ainda mais estratégico. Não é sobre saber como construir, mas sobre saber decidir o que merece ser construído. Essa mudança exige maturidade. Muitos profissionais ainda se agarram ao “como” e se sentem ameaçados. Mas o que se fortalece a nossa prática é a capacidade de questionar, colaborar, experimentar e colocar o usuário no centro — virtudes que a IA não substitui.”

## Luis Alt

Founder na Livework

# O que aprendemos até aqui



# 8

# 1. Enquanto os profissionais correm para o futuro, as empresas ainda buscam o mapa

A revolução da IA no design não é algo que vai acontecer; ela já está aí, confortável no sofá, abrindo um novo capítulo da rotina criativa. Mas, se quase todo mundo já começou a experimentar, quem realmente está conduzindo essa transformação?

Os dados deixam claro um descompasso: de um lado, designers aprendendo, testando e avançando num ritmo acelerado; do outro, empresas que ainda observam à distância, presas à incerteza e à inércia. A inovação está nascendo na ponta, muitas vezes de forma isolada, com profissionais dedicando tempo, energia e até recursos próprios para não ficar para trás.

E é justamente nesse improviso criativo que o design brasileiro revela sua potência: mesmo sem estrutura, continua abrindo caminho, inventando o próprio futuro.

## 2. O descompasso entre o uso e o investimento em IA

Enquanto 94% dos designers já incorporaram a IA ao seu trabalho, apenas 42% atuam em empresas que investem oficialmente nessas ferramentas.

O resultado é um terreno fértil e arriscado de experimentação sem estrutura. A inovação acontece, mas sem diretrizes.

Mais da metade dos profissionais está criando com IA de forma independente, em versões gratuitas ou pessoais. Isso abre brechas que vão muito além da técnica: falta de segurança e compliance, desalinhamento entre equipes e perda de eficiência coletiva.

As empresas ainda olham a IA como custo, quando na verdade ela é infraestrutura de futuro. E quem não governa o uso perde mais do que dados: perde velocidade, consistência e aprendizado.

# 3. A IA como copiloto criativo

A IA não veio para substituir o olhar humano; veio para ampliar o alcance dele. No dia a dia do design, ela já atua como uma parceira de ritmo: acelera o início, organiza o caos e impulsiona a criatividade em momentos de bloqueio. É a faísca que ajuda a transformar intenção em ação.

O estudo mostra que os profissionais a enxergam como ferramenta de aceleração, não de substituição. Porque empatia, pensamento crítico e intuição continuam sendo o que move o design, e isso é intransferível.

A IA pode escrever, sugerir, analisar; mas a decisão, o refinamento e o sentido final seguem nas mãos humanas. E é justamente aí que mora a beleza dessa parceria: quando o algoritmo encontra o olhar humano, o design ganha fôlego novo.

Das 28 hipóteses testadas, 10 foram rejeitadas, e isso diz muito sobre o estágio de amadurecimento do design com IA no Brasil.

O que os dados revelam é que a prática está mais à frente do que os modelos teóricos previam: o uso da IA não segue padrões de idade, senioridade ou tipo de empresa. A adoção é mais orgânica, menos previsível e muito mais movida pela curiosidade do que por estrutura.

Ao mesmo tempo, as hipóteses confirmadas reforçam o que já sentimos no cotidiano: a IA se consolida como copiloto criativo, ampliando a produtividade e o alcance do trabalho, sem substituir o pensamento humano. A rejeição de parte das hipóteses não enfraquece o estudo, pelo contrário, expõe um campo vivo, em transição, onde os aprendizados são tão valiosos quanto as certezas.

O design brasileiro vive um momento raro.  
Entre medo e entusiasmo, técnica e sensibilidade,  
nasce uma nova consciência criativa.

As tarefas podem ser automatizadas, mas o  
pensamento continua humano.

A IA não tira o lugar do designer. Amplia sua presença,  
sua escuta e seu impacto.

O design ampliado por inteligência é, antes de tudo, um  
design ampliado por humanidade.

Um convite para transformar curiosidade em cultura,  
experimentação em estratégia e velocidade em sentido.

O futuro do design já está aqui. E é feito por quem decidiu usar a inteligência artificial para ser ainda mais humano.



Um panorama sobre o uso  
da inteligência artificial no  
design brasileiro

*uma parceria* **môre** & **ibpad**