



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Seu FOOH viralizou. O recorte não deveria custar um asset novo.

Quais peças encomendar do pitch ao recorte, o que o asset CGI leva adiante e a divisão do orçamento por etapa, com preços de estúdio de médio porte.

COMECE AQUI

O asset é o orçamento. A maioria das marcas paga duas vezes

No FOOH, o caro não é o vídeo. É o objeto em CGI: o produto gigante, modelado, texturizado e preparado para se mover e interagir com uma rua de verdade. Todo o resto da campanha é construído em volta desse asset.

O orçamento vaza quando cada etapa trata o asset como trabalho novo. A equipe do pitch rabisca a própria versão, a produtora modela de novo para o lançamento e, quando o post performa e a marca quer mais três cidades, uma terceira equipe começa dos packshots. O segundo vazamento é o timing: as placas de locação são filmadas antes de alguém checar o que o CGI precisa, e a composição tem de brigar com o material.

COMPRADO ETAPA POR ETAPA		PLANEJADO COMO UM ROTEIRO	
01	Uma equipe nova modela o produto em cada etapa	Um asset CGI, feito na aprovação e guardado em arquivo	
02	Placas filmadas sem dados de câmera ou de luz	Tracking, dados de lente e HDRI captados no dia	
03	Lançamento em um formato, reenquadrado depois com custo	Renderizado com folga para vertical, quadrado e horizontal	
04	O recorte para uma nova cidade orçado como nova campanha	Novas cidades e temporadas sobre o asset existente	

Planeje o segundo post antes de o primeiro sair.

Um vídeo FOOH que funciona é pedido de novo, em outra cidade ou para outro produto. Se o asset, o rig e o look development ficam com um só estúdio, a continuação é uma placa nova e uma composição nova, não uma produção nova.



Render de produção da Maverick Frame.

O ROTEIRO

O que pedir em cada etapa e o que fica

As cinco etapas abaixo são as da nossa página de FOOH. Para cada uma: o que encomendar, quem vê e o que a próxima etapa herda em vez de pagar de novo.

ETAPA	ENCOMENDE ESTAS PEÇAS	QUEM USA	O QUE PASSA ADIANTE
Pitch	Frames de conceito e um animatic bruto	Marca e agência	A ideia e o movimento de câmera inicial
Aprovação	Styleframes e uma previs do objeto CGI na locação real	Aprovação do cliente	O asset CGI pronto, look e rig de animação
Captação	Placas de locação, tracking de câmera, HDRI e referência de luz	Equipe de produção, compositores	Câmeras rastreadas e dados de luz por locação
Lançamento	O vídeo FOOH principal em cortes vertical, quadrado e horizontal	Redes sociais, mídia paga, PR	O asset, a simulação e a cor
Recorte	Novas cidades, produtos ou versões sazonais sobre o mesmo asset	Posts de continuação, novos mercados	Uma biblioteca crescente de locações e versões

Comece de onde você está

Se a ideia está aprovada e a captação está chegando, planeje as placas em função do CGI: peça ao estúdio uma lista de planos com altura de câmera, lente e referências necessárias, e que tracking e HDRI sejam captados no dia. Peça que o asset e o rig fiquem em arquivo, para que os cortes de lançamento e qualquer recorte os reaproveitem.



Render de produção da Maverick Frame.

QUANTO CUSTA

Um asset CGI, cinco etapas, orçado linha por linha

Um exemplo composto de uma campanha FOOH em uma locação, com continuação em duas cidades, com preços de estúdio de médio porte. O asset é feito uma vez, na aprovação. As linhas marcadas como reaproveitadas custam menos porque o produto não precisa ser modelado de novo.

	ITEM	BASE	PREÇO DE ESTÚDIO
01	Pitch: frames de conceito	3 x \$400	\$1.200
02	Pitch: animatic bruto	rascunho	\$1.300
03	Aprovação: asset CGI do produto, modelado e riggado	modelagem, uma vez	\$3.700
04	Aprovação: styleframes na locação real	3 x \$500	\$1.500
05	Aprovação: previs do movimento	rascunho	\$1.800
06	Captação: tracking, HDRI e referência de luz	1 locação	\$2.000
07	Lançamento: filme FOOH principal, 30 segundos	0,5 min x \$8.000, asset reaproveitado da Aprovação	\$4.000
08	Lançamento: simulação e composição na placa	por plano	\$2.800
09	Lançamento: cortes vertical, quadrado e horizontal	3 x \$400	\$1.200
10	Recorte: duas novas cidades, mesmo asset	2 x \$2.150, asset reaproveitado da Aprovação	\$4.300
11	Recorte: versão sazonal do produto	asset reaproveitado, retexturizado	\$1.200
	Subtotal Pitch		\$2.500
	Subtotal Aprovação		\$7.000
	Subtotal Captação		\$2.000
	Subtotal Lançamento		\$8.000
	Subtotal Recorte		\$5.500

Planejado como um roteiro \$25.000

As mesmas peças compradas etapa por etapa, do zero \$32.400



Do zero significa as mesmas linhas mais \$7.400: o asset CGI de \$3.700 feito de novo por uma equipe nova no Lançamento e outra vez no Recorte. As participações acima são sobre o total planejado de \$25.000.

UMA PÁGINA

O que nos mandar em cada etapa

As equipes cujos logos aparecem nas nossas páginas de serviço não mandam especificações longas. Em cada etapa elas mandam algumas coisas como estas, geralmente no corpo de um e-mail, e isso basta para orçar e começar.

01	Pitch: a ideia	Um parágrafo ou um rabisco: o que aparece onde e o que faz.
02	Pitch: a marca	O produto, os packshots e o tom da marca. Links servem.
03	Aprovação: o produto	CAD, facas da embalagem ou o produto físico como referência.
04	Aprovação: a locação	A rua, o prédio ou o ponto turístico, com fotos se você tiver.
05	Captação: o plano	Data da filmagem, câmera e lente, e quem está no set. Devolvemos uma lista de planos CGI.
06	Captação: as placas	Material bruto, marcadores de tracking e referência de HDRI ou bola cromada.
07	Lançamento: os canais	Onde vai rodar, orgânico, pago ou PR, e a duração por canal.
08	Lançamento: os formatos	Vertical, quadrado e horizontal, e qual deles lidera.
09	Recorte: as versões	Novas cidades, produtos ou temporadas, e quais placas existem para elas.
10	Toda etapa: o orçamento	Um valor ou uma faixa por etapa. É o caminho mais rápido para um escopo que cabe, e não é sinal de fraqueza.

Mude de etapa, mantenha a cena

Se fizemos o seu asset CGI numa etapa anterior, um recorte começa com um e-mail: a nova cidade ou produto, as placas que você tem e as datas. Asset, rig e look development estão em arquivo, então o orçamento começa na composição, não na modelagem.

Nossas condições estão na próxima página

Preços de mercado, prazos e o que conta como rodada de revisão estão na página 06. O exemplo da página 04 usa os mesmos preços de estúdio de médio porte.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagem interna, avulsa	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animação, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Mande o que você já tem

Plantas, um modelo, fotos ou um rascunho de briefing, do jeito que estiverem. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que definem os dois, por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contato	maverickframe.com/contacts/
Campanhas FOOH	maverickframe.com/pt-br/servicos/publicidade-fooh-cgi/
Ou simplesmente	responda ao e-mail em que este guia chegou.

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é cofundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.