

falei: Cara, vamos usar IA? Ele falou: será que vai conseguir? Criei uns negócios rápidos, umas imagens interessantes.

M.A: Alimentou.

L.L: Só estiguei. Olha que legal! Isso no sábado, o Botafogo joga hoje que é segunda-feira. Leo faz o seguinte: vamos montar um vídeo de 15 a 20 segundos que o Botafogo vai fazer assim, chegando em Los Angeles, Centrum está acontecendo assim. Beleza! Antigamente, antes da IA, que é o pulo do gato, eu precisaria de um profissional especializado em Blender ou Cinema 4D, que são ferramentas mais propícias para isso. Eu pagaria em média ali de 15 a 20 mil reais para um profissional desse fazer esse trabalho e precisaria de mais ou menos quatro a cinco dias para ele fazer isso.

M.A: Editando, colhendo imagem.

L.L: Pegar o produto, modelar ele, pegar o estúdio e modelar, torcida, bandeirinha, dá trabalho pra caceta, enfim. Não, e vou fazer com IA testa aqui, testa ali, eu tenho fluxo para você seguir e tudo mais. A gente entregou um vídeo de 20 segundos no domingo.

M.A: Que loucura! Em um dia?

L.L: Em um dia, começou no domingo, a gente entregou em horas, questão de 7 a 8 horas. O Cliente falou: Tá muito maneiro!

M.A: E é fidedigno, né?

L.L: Fidedigno.

M.A: E mais barato.

L.L: E mais barato.

M.A: Eu sou da época ainda de estúdios grandiosos, contratação de elenco, cenografia, iluminação. É claro que isso não vai acabar, evidentemente, mas tem o seu momento. Você me disse uma coisa muito interessante: Marcelo, hoje eu peço e vem tudo pronto. Quer dizer, eu quero uma pessoa assim, com roupa assado ou num cenário assim, com uma luz assim. Vem pronto! É isso, Leo?

L.L: É isso, é isso. A gente vende nosso pitch de vendas. O que a gente entrega para o cliente, não só a questão de tempo, mas também questão de custo. Então eu vou trazer coisas que são da minha área de propriedade para falar sobre isso, que é: antigamente a gente ia para um estúdio para fazer um comercial pra uma marca de cosméticos e a gente gastava na faixa de cinquenta, setenta, oitenta (mil reais) e por aí vai. Você tinha que alugar estúdio, uma diária de montagem de teste de iluminação, modelo, maquiagem, catering, gerador, tudo que você possa imaginar. A entrega era limitada, você tem ali um dia para gravar com aquela modelo, etc. Então eu pegava um contrato, entregava um vídeo de um minuto e algumas pílulas, cinco pílulas de quinze a vinte segundos e menos de vinte fotos. Hoje eu falo o seguinte: lembra daqueles sessenta mil? A gente faz por vinte (mil) e você não está limitado a um vídeo de um minuto e cinco pílulas de quinze segundos, eu vou te entregar dez vídeos de um minuto e cinquenta de 15 segundos.

M.A: Que loucura!

L.L: As fotos que antes de eu tinha dez ou quinze fotos, vou te entregar cem. Então você conseguiu diminuir custo e aumentar a entrega para o cliente. A gente fechou tem um mês e meio para um cliente também nosso, da área de cosméticos que a gente criou uma base de imagens pra ele. Exatamente isso. A gente chegou e disse: a modelo vai ser uma loira, uma morena, uma negra, uma de cabelo azul, enfim, uma base pra usar o produto no banheiro, na sala, no vaso, sei lá onde. Criamos uma base pra ele de duzentas fotos, para eles usarem nas redes sociais, em campanhas outdoor, online, offline, o que ele quiser. E está lá, banco de dados do cliente sem precisar contratar nenhuma modelo, sem precisar pagar nenhum estúdio, pagou um quinto do valor que precisava e IA.

M.A: Hoje o mundo tá muito rápido e quem não se adequar e quem não entender, vai ficar pra trás e onda passa literalmente.

Leo, queria falar um pouquinho sobre campanhas. Você me pontuou algumas campanhas, Coca-Cola, Heinz, enfim, algumas campanhas que usaram bastante a inteligência artificial. Fala um pouquinho sobre isso, como é que isso vem sendo usado em marketing, vendas, enfim, pra que esse nosso público entenda



Empresário foi entrevistado por Marcelo Alves nos estúdios da TVC

ainda mais dessa ferramenta para usar nas suas campanhas.

L.L: É, eu acho que é uma tendência, pegando o gancho anterior, relacionada a tempo e custo. Então as grandes empresas já estão vendo isso, porque corte de custo, enfim, esse cenário mundial, nacional, etc. Então assim, as grandes corporações já estão vendo isso, os menores também, os medianos, enfim, todo mundo está vendo isso. Então assim, a campanha da coca cola de Natal agora em 2024 foi feita cem por cento com inteligência artificial.

M.A: E eram comerciais caríssimos!

L.L: E eu acho engraçado um ponto sobre isso é que assim, hoje a gente tá em junho, julho. Se a própria Coca-Cola quisesse fazer o mesmo comercial, ela faria dez vezes melhor. Lembra daquele papo que eu falei? Na semana seguinte já melhorou, já não tem mais a imperfeição, já avançou de certa forma que aquele comercial da Coca-Cola já seria até um comercial melhor. Tem uma brasileira chamada "Cartão de Crédito Will, uma amarelinha. O grande diferencial hoje de usar IA é que, além de você produzir com IA, você vira notícia por ter feito com IA.

M.A: Aquele comercial da Maria Rita com a mãe Elis Regina

L.L: Foi ano passado.

M.A: Foi da Volkswagen

L.L: Ela viralizou, claro, pela entrega sensacional, de você consegue visualizar aquilo de uma forma extraordinária, emocionante. Saiu em diversos sites e matérias: A Volkswagen usou IA. Então o fato de você usar IA, hoje em dia, ainda tem esse boom.

Mas falando da campanha da Will que eu estava te falando é o seguinte: eles tinham usado o Will Smith para poder falar.

M.A: Eu lembro disso, maravilhoso! Falou em português, maravilhoso!

L.L: Era a voz do Will Smith falando em português.

Sabe em quanto tempo você faz isso hoje? Se usa multiplataformas, Eleven Lab, Fishye, entre outras, em quinze minutos você faz. Não a campanha, mas a tradução da voz dele utilizando a voz dele em português, russo, em espanhol, escolha. Você quer o comercial dele em que língua? Eu te entrego!

Sim, é sensacional. Isso aí abre o leque para muita criatividade. E voltando ao assunto sobre substituir mão de obra humana, que vai perder emprego e tal. Lembra que eu falei também que muitos novos empregos vão surgir. Não só novos empregos, mas novas pessoas vão ser inseridas no ambiente de trabalho. Então vou dar um exemplo concreto que eu tenho de um funcionário meu, que ele era Uber, só que ele era muito criativo. Conheci através de amigos e tal e tinha vontade de trabalhar com audiovisual. Eu falei: cara, toma aqui o curso! A Gente tem vários cursos lá. O cara me entregou coisas sensacionais, está contratado. Eu acabei de contratar um cara que era Uber, não tinha a menor ambição de trabalhar com audiovisual há um ano atrás. Hoje em dia ele ganha mais do ganhava antes, trabalhando com audiovisual. Então assim, vai abrir possibilidades de outras pessoas de outras áreas serem inseridas.

M.A: Sem dúvidas! Tem que estar atento, fecha uma janela e abrem duas portas, é assim funciona.

L.L: Mas um ponto importante, Marcelo, é que assim, ainda mais a gente que está trabalhando em cima disso, a IA vai substituir alguns empregos e etc, mas precisa do ser humano.

M.A: Sem dúvida!

L.L: Não tem como fazer qualquer coisa com inteligência artificial por ela mesma. Tem que ter um ser humano por trás. O vídeo da Centrum, que eu te expliquei, que a gente fez ontem é tentativa e erro. Tem que ter criatividade, tem que ter o tato, tem que entender de textura de imagem, tem que entender de dimensão, de composição de imagem. Você tem que ter uma noção ali do ser humano por trás da máquina pra dar os comandos corretos.

M.A: Esse é o segredo?

L.L: Esse é o segredo! É um profissional que hoje já existe, esse cargo no mercado, que é o engenheiro de prompt, é o coordenador de prompt. Prompt é comando, dar comando para a máquina executar determinada função.

M.A: Se comandar errado, vai vir errado.

L.L: Vai vir errado errado, é tentativa e erro. Um cara bom, um cara que estudou, que sabe...

M.A: Otimiza!

L.L: Mais rápido, é mais assertivo.

M.A: Sensacional!

Bem, em relação a atendimento ao cliente, você pontuou isso muito no teu briefing e eu queria também voltar. Existem, enfim, a Mastercard, Delta Airlines, Bank of America, Spotify. Como é que a inteligência artificial, ela tem entrado muito no atendimento ao cliente? A gente vem observando muito, demais esse tema nas grandes empresas. Então, eu estava até agora pouco, numa reunião, falando de shopping center, quer dizer, está mudando, quer dizer, o mercado está se adequando, o shopping center está virando vitrines.

L.L: Experiência de marca!

M.A: Experiência de marca. Essa é a palavra: experiência. Você vai experimentar, vai viver, vai se encantar e vai comprar pelo telefone. É fato.

L.L: Louis Vuitton, entre outras grandes marcas lá fora, tem café dentro e meia dúzia de bolsas.

M.A: Você quer viver aquele mundo, a experiência, enfim. E aí você vai fazer parte daquele mundo, usufruindo, comprando, degustando marcas. Quer dizer, como a gente fala sempre muito no marketing, é uma degustação, você está degustando, seja a marca, seja um produto. E aí você compra.

Como é que você está vendo essa questão de atendimento ao cliente com inteligência artificial?

L.L: Bom, não é novidade pra todo mundo. Todo mundo deve saber, já que há um tempo, a gente tem o chatbot. Você quer resolver uma coisa na Light. Você entra no chat deles, aí fica aquela coisa, uma para isso e dois para aquilo, a gente quer falar com alguém o tempo inteiro. Então eu vou dar um caso específico da inteligência artificial para atendimento, que é assim: o que IA conseguiu fazer dentro desse atendimento? Um passo a mais! Então, torna um pouco mais humano esse atendimento e tomador de decisão, além do um para isso ou aquilo ele vai só te dando o caminho, mas chega num determinado ponto que você diz assim: cara eu preciso falar com ser humano, eu preciso falar com alguém para explicar exatamente o que tá acontecendo, para poder resolver exatamente o que eu preciso. Então hoje em dia você acha que está falando como ser humano, mas não é. É a voz. Como você fala com Chat GPT hoje, você consegue conversar com ele por voz, vai e te ouve, você fala, ele te responde tá, etc. Mas hoje isso já é uma realidade com

atendimento, você acha que está falando com o ser humano, é tudo feito por robô. Não tem mais um ser humano ali por trás. É a voz, o raciocínio. É procurar soluções dentro da complexidade do problema do cliente que um robô está fazendo. Isso especificamente para atendimento.

M.A: Leo, eu assisti há um tempo recente, evidentemente, e até uma apresentação da TV Globo, que eu fiquei muito impressionado com as novas tecnologias que serão usadas, já que a gente está no tema atual do campeonato Mundial de Clubes, numa transmissão. Eu fiquei impressionado. A gente que tem um pouquinho de idade e mais, adora esse mundo tecnológico da televisão, principalmente, está vendo um jogo, você vê diversas câmeras. E que a câmera vai estar no jogador que você quer ver, a camisa que você quer comprar, vai clicar ali e vai comprar. Mil ferramentas, certamente inteligência artificial, para te gerar experiências personalizadas naquela experiência de assistir um jogo de futebol. Como é que você tá vendo isso, Cara? Que barato, não?

L.L: Cara, isso, a forma de se comunicar, desde transmissão, um programa, etc. Ela já vem mudando há um tempo. Essa questão de personalização e individualização, eu diria também.

M.A: Realmente é muito ativo, muito dinâmico, né? E isso que nos faz cada vez mais sair da caixa, quer dizer, cada vez mais a gente procurar novos caminhos para encantar, para o consumidor viver aquela experiência. Eu acho que tudo tem o seu papel. Vai acabar isso? Não, não vai acabar nada, vai se complementar e tudo se complementa para um bem maior, que é a grande emoção. Eu falo isso muito aqui no programa, Leo: onde não tem emoção, não tem venda. Não adianta você ter um belíssimo produto, mas se você não está comunicando com emoção, não está tocando no coração daquele teu consumidor, não vai vender, seja qual for a ferramenta que ele vai usar para ativar, para encantar aquele negócio, aquela venda.

Leo, eu queria falar um pouquinho da tua história agora, porque a gente tem a preocupação de levar esse programa também para os novos profissionais, os estudantes, nessa garotada que está nas universidades, nas faculdades de comunicação, entendendo "o que eu vou ser da vida". E você é muito novo, e você já é um homem de sucesso, um profissional de sucesso. Qual é a dica que você deixa para esse profissional que quer se espelhar na tua experiência, na tua vivência para amanhã ter um currículo e um histórico que você tem?

L.L: Obrigado! Mas pra você que está de casa assistindo e quer seguir um caminho dentro do audiovisual, especificamente, estude inteligência artificial. (risos)

M.A: Seja craque nisso, né!?

L.L: Seja craque nisso. Mas acho que, brincadeiras a parte, claro, tem essa questão técnica, vamos dizer assim de estudar inteligência artificial que é o grande boom do momento, revolução e tal. Mas eu diria que seja parceiro, parceiro dos seus fornecedores, parceiro dos seus clientes. A gente diz que a gente veste a nossa camisa, mas visto o casaco do cliente, tá por cima. Porque se a gente conseguiu então em três, quatro anos, transitar entre grande corporações, são pessoas que que exigem muito, querem coisa fina, coisa boa. É um atendimento bem feito, é vestir a camisa do cliente, entender qual é a dor dele, é deixar mesmo que quanto mais robô robótico e tem ficado com IA,

mas também trazer cada vez mais senso de ser humano por trás disso. É tentar conectar as duas extremidades, não ser cem por cento, robô, robótico, número, zero e um. É trazer os dois os dois juntos, sabe juntar as duas coisas, proporcionar para o seu cliente uma experiência com um fornecedor agradável também. Saber que ele pode contar com você, Saber dar um "não" na hora certa, um "sim" na hora certa. Acabei de falar aqui agora pouco, pra poder chegar a abrir uma produtora de IA, eu oferecia coisa de graça para o cliente. Precisava fazer isso?

Então assim, seja parceiro do seu cliente. Acho que isso é um grande pilar que trouxe a LRD até hoje, ser o que ela é, e construir o que construiu. Acho que foi isso.

M.A: É porque é muito novo! Poucos entendem tecnicamente e evidentemente como você bem falou, é tão rápido que hoje está aqui e amanhã tem dez outras versões melhores. Então, se você não tiver nesse mundo querendo entender, você não vai conseguir usufruir. Quer dizer, você não vai conseguir usar as ferramentas através de um técnico que está aí vivenciando, respirando, pesquisando vinte quatro horas para oferecer resultados nessa ferramenta maravilhosa.

Leo gente está chegando ao nosso tempo limite, mas eu quero que você deixasse aqui uma mensagem para esse público que consome resultado, evidentemente, e que está engatinhando na inteligência artificial e quer muito, cada vez mais nadar, vamos dizer assim, com essa ferramenta. Qual é a mensagem que você deixa para esse público para você ser ainda mais útil para esse mundo que está crescendo cada vez mais?

L.L: Eu acho que a palavra é estudo. Como é muito novo, tanto pra gente que vive estudando. Então assim, eu vou tentar ser breve nessa história para ser contada, que vai ser fundamental.

A gente conversa com muitos empresários e eles falam: a gente usa Chat GPT! Ai eu falo: como você usa o chat GPT? Ele responde: eu pergunto pra ele um negócio e ele me responde. Eu falo: é um grão de areia dentro de uma praia. É muito mais profundo que isso. A gente começa a primeira vez ali por telefone. Ai ele começou a contar que pode fazer o que não pode fazer.

Então assim, estude! Porque com o estudo, você entendendo mais sobre o que é que a capacidade de entrega disso, o trabalho fica mais e consigo vender mais. Tanto que tem muitas pessoas que buscam a gente não só pelo audiovisual, querem entender como funciona a IA. É Chat GPT, Gemini, Deep Seek Então eu digo para você que está em casa, comece pelo Chat GPT. Estude, veja funciona, veja um tutorial, veja no Youtube, manda mensagem pra gente, a gente te ajuda.

Enfim, mas hoje vou dar um spoiler que vem se falando muito, que é o próximo passo. A gente está falando de Chat GPT, Gemini, Deep Seek, que são essas que a gente conversa do dia a dia. O próximo é Manus, que são os agentes de inteligência artificial que vão ser muito aplicáveis nessa questão do trabalho ali e tal.

Então comece a estudar um pouco esse que eu falei é o tal do Manus. Eu acho que é o grande spoiler que eu posso dar, porque é um passo a mais no Chat GPT. E mais uma vez: é muito mais do que vocês acham que sabem, então estudem, porque é muito importante.

M.A: Olha, de fato é a atualidade. E quem quer ganhar tempo, já que o Leo já vem estudando há muito tempo e está se tornando cada vez mais um expert nessa ferramenta que tem vários braços da inteligência artificial. Não deixe de fazer um contato, eu recomendo porque eu sei da capacidade dele, da competência dele e dessa otimização que vai fazer a tua empresa ganhar não só resultado, mas em tempo, em custo, com essa nova empresa que é a Nébulas que já nasceu um sucesso, eu não tenho dúvidas disso.

Querida te agradecer. É um tempo limitado, mas eu acho que a gente conseguiu passar tudo aquilo que a gente gostaria, até porque que é muito grande, isso até um outro programa. Mas eu queria trazer não só o Leo para vocês conhecerem, mas fundamentalmente falar um pouquinho desse dessa ferramenta que está aí em tudo que é lugar que é a inteligência artificial. Leonardo muito obrigado.

L.L: Eu que agradeço, Marcelo.