

Como a  
*tecnologia*  
está mudando a narrativa

IA APLICADA: MÍDIA E ENTRETENIMENTO

Globant 

*A IA está reinventando a arte de contar histórias,*  
impactando a forma como criamos e consumimos histórias.

INTRODUÇÃO:

# *A arte de contar histórias*

**Histórias conectam pessoas. Elas nos contam de onde viemos e quem somos. Elas inspiram conexão, exploração e reinvenção.**

A escritora e ativista política estadunidense Muriel Rukeyser disse:

*“O universo não é feito de átomos.*

*É feito de histórias.”*

As histórias estão por toda parte. Histórias selecionadas sobre vidas pessoais, produtos, serviços, marcas e organizações na internet, mídia social e plataformas de vídeo preenchem nossas vidas.

**Diariamente:**

**500 milhões de pessoas** usam o Instagram Stories.

**1,5 bilhão de vídeos** são assistidos no YouTube, e cerca de **3,7 milhões de novos vídeos** são carregados.

**As pessoas compartilham** **3,5 bilhões de Snaps** no Snapchat, **2,45 bilhões de conteúdos** no Facebook e **499,97 milhões de tweets** no Twitter.

**Nós somos tanto criadores quanto consumidores ávidos de histórias.** Experiências personalizadas e interativas elevaram a adoção de histórias devido à democratização da economia de criadores, encontrando contadores de histórias em todos os lugares com atividades em streaming de vídeo, jogos e mídias sociais.

Hoje, vivemos uma era em que tudo vira história, já que histórias digitalizadas continuam sendo o principal veículo para o público se conectar com amigos, descobrir e construir novas comunidades, com muitas opções e canais de consumo.

Nosso cérebro adora histórias.

**Incluir relatos pessoais em informações**

compartilhadas faz com que a lembrança delas pelo seu público seja *60% mais provável.*

Contar histórias é um elemento humano intrínseco que afeta nosso conhecimento, crenças, comportamento e compreensão; apela às nossas emoções, curiosidade e imaginação.

O poder da narrativa pode até mesmo **umentar o valor dos produtos em até 2.706%** e aumentar 22 vezes a probabilidade de as pessoas se lembrarem de uma estatística baseada em histórias.

Os recursos narrativos têm estado cada vez mais no radar das empresas, como **mais de 20% das empresas** investem mais em conteúdo de vídeo para aprimorar suas estratégias de narrativa de marca.

A tecnologia alimenta o ecossistema de contar histórias e continua sendo fundamental como impulsionador do crescimento na indústria de mídia e entretenimento.

O tamanho do mercado global de mídia e entretenimento de IA é projetado para atingir US\$ 99,48 bilhões até 2030 com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 26,12% de 2022 a 2030, confirmando seu impacto de longo prazo no setor em vários níveis.

A inteligência artificial (IA) introduziu uma nova maneira para o público e as empresas experimentarem mídia e entretenimento, pois incorporam ferramentas de criação de conteúdo alimentadas por IA em suas vidas, resultando em maior eficiência, qualidade aprimorada e maior envolvimento do cliente.

Hoje, a IA generativa economiza para os profissionais de marketing mais de 3 horas em uma parte do conteúdo, e 67% usam IA para acelerar a criação de conteúdo, escrevendo mais rapidamente, reunindo pesquisas mais rapidamente ou até mesmo gerando ideias.

De agora até 2025, a criação global de dados crescerá para mais de 180 zettabytes. IA e ML desempenharão um papel de destaque no conteúdo desses dados.

# Como a IA afeta a forma *como criamos histórias?*

As empresas de mídia e entretenimento gastam bilhões de dólares em conteúdo. A IA acelera e aumenta a produção de conteúdo, ao reduzir o trabalho manual e o tempo. O conteúdo automatizado transforma o modo como as plataformas de mídia criam e interagem com o público.

Os estúdios podem automatizar o desenvolvimento de conteúdo usando *algoritmos de machine learning (ML)* e IA para gerar legendas de vídeo, criar personagens, produzir áudio, usar processamento de linguagem natural (NLPPPLN) e analisar texto.

Devido a esse novo foco na automação da criação de conteúdo, o tamanho do mercado de software assistente de escrita de IA é projetado para atingir **US\$ 6.464,31 milhões até 2030**, com um CAGR de 26,94% de 2023 a 2030. Espera-se que o mercado global de geração de vídeo por IA cresça de **US\$ 411,5 milhões em 2022 para US\$ 1.082,7 milhões em 2027 a uma CARG de 17,5.**

12% das empresas já usam IA para criação de conteúdo, e os blogueiros que usam IA como ferramenta gastam cerca de **30% menos tempo escrevendo uma postagem de blog.**

### Histórias multilíngues

A tradução de textos é cara e demorada. As traduções instantâneas podem impactar o alcance, a relevância e a adoção do público em todos os tipos de conteúdo, incluindo publicação, acelerando o tempo de lançamento no mercado.

### Histórias musicais

A IA impactou a indústria da música por meio de composições originais, síntese vocal inteligente usando tecnologia de reconhecimento de voz, música ambiente de atenção plena gerada por IA, geração de música sem direitos autorais para criadores de conteúdo e mashups ou mixagens automatizadas.

A IA criativa é uma das tecnologias mais disruptivas. Pesquisadores independentes e grandes empresas de tecnologia, como Google e ByteDance, desenvolveram mais de 10 modelos de IA musical, permitindo que os usuários gerem faixas personalizadas em segundos, simplesmente fornecendo um prompt de texto. **A IA generativa no mercado musical** deverá atingir US\$ 2.660 milhões até 2032.

### Histórias em filme

“The Safe Zone” foi lançado em dezembro de 2022 e foi o primeiro filme escrito e dirigido por IA criado com o ChatGPT da Open AI e envolveu todos os aspectos da produção cinematográfica. **“The Safe Zone”, lançado: 17 de dezembro de 2022.** A IA esteve envolvida em todas as etapas do filme, desde o desenvolvimento de ideias para a história e desenvolvimento do roteiro até a definição do posicionamento da câmera, elenco, iluminação, expressões faciais e especificação do figurino.

O filme provou que a IA pode acelerar a escrita e a produção enquanto complementa os esforços humanos. Ironicamente, o filme, escrito por IA, explora um mundo dominado pela IA.







### Personagens da história

Os serviços de animação são caros e levam tempo. Porém, a IA pode acelerar a entrega e permitir a personalização, como animações de personagens com mensagens personalizadas e várias opções de idioma aprimoradas com a tecnologia de captura de movimento.

### A democratização da criação de conteúdo

O conteúdo gerado pelo usuário pode ser criado de forma rápida e fácil com a IA, aumentando as produções de conteúdo de resolução mais baixa para 8K sem filmá-lo originalmente neste formato. Os criadores podem incorporar o vídeo em tempo real em dispositivos de conversão ou usá-lo para pós-produção por estúdios, enquanto o aprendizado de máquina preenche as cores ausentes e outras informações com base na análise de pixels circundantes ou em comparações quadro a quadro.



### Proteção da história

A IA pode detectar e prevenir a violação de direitos autorais, um problema exacerbado pela mídia social. **A ID de conteúdo do YouTube** usa aprendizado de máquina para identificar conteúdo protegido por direitos autorais, permitindo que os detentores dos direitos reivindiquem a propriedade, gerem receita ou removam-no. Em 2022, **“99% das reivindicações de direitos autorais** enviadas ao YouTube foram identificadas pela ferramenta Content ID da plataforma.”

A IA é crucial para restringir o acesso a conteúdo impróprio e proteger os espectadores jovens. Com as classificações de categoria de público, as emissoras podem filtrar esse conteúdo para que não seja visto por pessoas fora da idade permitida de visualização. É uma vantagem tanto para as plataformas quanto para os telespectadores, pois ajuda a proteger os jovens de ver material ofensivo.



**O interesse do consumidor em streaming de vídeo game está crescendo enormemente entre os usuários e representa um setor de US\$ 9,3 bilhões por ano.**

Criar uma jogabilidade responsiva e adaptável é um dos objetivos do setor de jogos. A IA está ajudando a alcançá-la por meio de duas categorias: IA determinística, que usa árvores de decisão e é limitada a resultados pré-programados, e IA generativa, que está constantemente aprendendo, mudando e pode produzir novos conteúdos em resposta às entradas do usuário.



A IA torna possível localizar jogos criados para diferentes mercados, incorporando idiomas, sotaques, moedas, imagens e costumes, personalizando ainda mais a experiência de jogo. Algumas ferramentas, como o Stability AI, criam imagens surpreendentes em minutos ou horas, e os cenários permitem que os desenvolvedores de jogos produzam seus geradores de imagens com base na estética específica de seus jogos.



**Daniel Muhlrاد**

Vice-presidente de tecnologia da Globant, **Unscripted Tech Podcast**



**A IA não está apenas aprimorando soluções melhores, por exemplo, modelos preditivos, melhores interfaces de conversação, mas também afeta diretamente o modo como codificamos, escrevemos ou construímos software por meio de diferentes ferramentas.”**

# Como a IA afeta a forma *como consumimos histórias?*

**A IA permite prever o comportamento do público e agregar, analisar e antecipar necessidades, preferências e desejos.** Ferramentas de IA, como recursos de diálogo, reconhecimento visual, análise de sentimentos, percepções de personalidade e análise de tom, proporcionam uma vantagem competitiva para empresas. Isso permite que as empresas de mídia gerem recomendações precisas de conteúdo, aumentem as taxas de engajamento e expandam sua base de usuários.

## Os serviços de streaming usam IA para aprimorar a qualidade do streaming e fornecer recomendações de conteúdo personalizadas.

O exemplo perfeito é o foco na personalização orientado por IA da Netflix por meio de seu sistema de recomendação, que influencia quase

***80%*** do conteúdo que seus assinantes assistem,

estimando que seus algoritmos economizam US\$ 1 bilhão anualmente com a retenção de clientes.

Com a IA, as plataformas também podem prever as demandas dos usuários por hora e local, permitindo que os ativos de conteúdo sejam pré-posicionados em locais estratégicos de servidor mais próximos dos assinantes e permitindo streaming de vídeo de alta qualidade durante os horários de pico. **Com aproximadamente 232,5 milhões de assinantes pagantes, a Netflix garante um streaming tranquilo mesmo com conexões de internet mais lentas usando IA para prever seu futuro número de assinantes.**

# Usar IA para processar dados

é o caminho para conectar e engajar melhor o público.

Como a IA afeta a forma *como consumimos histórias*?

A IA pode **reduzir os custos de aquisição de clientes em até 50%** e melhorar as iniciativas de marketing, ao eliminar dados desatualizados ou ineficazes.

No entanto, manter-se atualizado é um desafio, pois a profundidade e a amplitude dos dados coletados estão crescendo e mudando mais rapidamente do que nunca, pois os hábitos do consumidor são fragmentados e voláteis. Dados não estruturados representam **mais de 80%**, o que pode levar à perda de valiosos insights de negócios.



**Senn Moses**

Diretor Administrativo  
do Estúdio de Mídia e  
Entretenimento da Globant

“ A IA pode ajudar na aquisição, manutenção e continuidade de assinantes e visualizações. Essa é uma das principais coisas que a IA pode fornecer: uma maneira de monetizar os dados recebidos, gerenciar esses assinantes e ganhar mais assinantes.”

Gerar conclusões preditivas e prescritivas, passando por grandes quantidades de dados mais rapidamente, a fim de obter insights e usar seu valor corretamente, automatiza o processo subjetivo e intensivo em recursos de definir datas de lançamentos de conteúdo para o mercado.



Para entretenimento baseado em localização e impulsionando a inovação na área de experiência do cliente, a IA otimiza os projetos de parques virtuais e analisa os desafios operacionais para arquitetos e designers. Ela personaliza as experiências dos hóspedes com recomendações e reservas, como o **Disney's Genie Plus**. Ela aumenta a segurança por meio da integração em sistemas de atrações, monitoramento de multidão e planejamento de segurança alimentar e até mesmo ajusta os parâmetros de atrações com base na capacidade física.

Além disso, a IA pode ajudar a desenvolver experiências de atrações personalizadas por meio de AR/VR, realizando mudanças e alterações constantemente com base nas interações individuais do cliente.

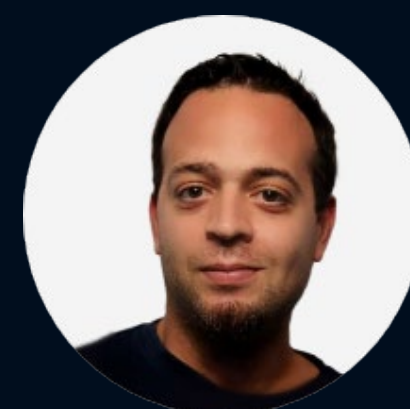
A indústria de jogos, por exemplo, se beneficia da integração da IA no design, teste, idioma e localização de jogos. A IA pode melhorar a experiência do jogador, ao analisar seu comportamento, a fim de otimizar o design de níveis, equilibrar a mecânica do jogo e corrigir bugs. O Processamento de Linguagem Natural (NLP) melhora o diálogo do jogo e cria NPCs (**Personagens Não Jogáveis**) mais inteligentes. Espera-se um impacto significativo da IA, pois o crescimento da IA generativa no mercado de jogos prevê uma receita incremental de US\$ 7.105 milhões até 2032.

**Prevê-se que, até 2025, a IA impulsionará 95% da experiência do cliente, e, em todo o mundo, 15% das interações de atendimento ao cliente serão alimentadas por IA.**

*O que vem a seguir?*

# O futuro da IA na mídia e no entretenimento

A IA oferece possibilidades inovadoras e criativas, pois introduz novas oportunidades para contar histórias que tomam forma em novos espaços tecnológicos, como o metaverso ou carros autônomos, onde as empresas buscarão incorporar experiências imersivas, personalizadas e interativas.



**Pablo Peranzola**

Vice-presidente  
Global de Tecnologia  
da Globant

“ Não é mais apenas dirigir; é como vou entreter? Nesse caso, a VR e experiências imersivas podem ser uma solução perfeita, trazendo novas experiências de usuário e fluxos de receita.”

A IA aprimora a narrativa e o consumo de histórias; no entanto, ela é simplesmente uma ferramenta que depende da criatividade da mente humana.

“A grande ideia é fruto da imaginação humana, mas como ela é enfatizada, apresentada, criada ou produzida? Acho que é aí onde se encontra o desafio que a IA apresenta para a pessoa criativa. Como posso usar melhor a IA?”

- Senn Moses, Diretor Administrativo do Estúdio de Mídia e Entretenimento da Globant

# Como a Globant *pode ajudar*

As equipes de consultoria e tecnologia da Globant têm uma trajetória consolidada de implantação de profundo conhecimento que impulsionou algumas das maiores marcas de mídia e entretenimento do setor.

GeneXus, Augoor, MagnifAI e Navigate são as soluções de IA da Globant que ajudam as empresas a integrar recursos de IA para obter valor estratégico e maximizar a produtividade, o desempenho, a agilidade do mercado e a adaptabilidade da tecnologia.

Nosso **Metaverse Studio** capacita os clientes a **entrar em espaços digitais sem problemas**, assim como na DIRECTV e em vários mundos virtuais on-line, fortalecendo e expandindo a presença, as ofertas e a criatividade de suas marcas. Nosso **Sports Reinvention Studio** aproveita a IA e a gamificação para streaming, locais inteligentes e soluções baseadas em dados, em parceria com **os maiores nomes do esporte** e reinventando a experiência do torcedor.

O conhecimento da Globant permite que as empresas integrem e aproveitem com sucesso uma mentalidade de IA.



# *Sobre a* **Globant**

Somos uma empresa nativa digital que ajuda as organizações a se reinventarem e liberarem todo o seu potencial. Combinamos inovação, design e engenharia em larga escala.

- Somos mais de 27.000 profissionais e estamos presentes em 25 países e 5 continentes trabalhando para empresas como Google, Rockwell Automation, Electronic Arts e Santander, entre outras.
- Somos reconhecidos por IDC MarketScape como Worldwide Leader em CX Improvement Services.
- Fomos destacados como um estudo de caso em Harvard, MIT e Stanford.
- Somos membros do Green Software Foundation (GSF) e Cybersecurity Tech Accord.

Para mais informações visite [www.globant.com](http://www.globant.com)

## **Aviso legal**

Este relatório tem fins meramente informativos, com base em informações disponíveis de domínio público. Embora as informações fornecidas tenham sido obtidas de fontes consideradas confiáveis, nem a Globant nem qualquer de suas afiliadas, diretores, executivos ou agentes atestam sua exatidão ou integridade.

Nenhuma representação ou garantia, expressa ou implícita, é feita em relação à integridade, precisão, oportunidade ou adequação de todas e quaisquer informações e dados contidos em qualquer parte do relatório. A Globant não será, em nenhum caso, responsável por qualquer dano ou perda direta, indireta, incidental, especial, consequencial ou exemplar (incluindo, sem limitação, perda de lucro), que possa surgir ou derivar direta ou indiretamente do uso ou confiança nas informações contidas neste relatório. Todas as informações contidas neste relatório estão sujeitas a alterações pela Globant sem aviso prévio. A aprovação prévia por escrito da Globant é necessária para reimprimir ou reproduzir no todo ou em parte este relatório. Todos os conteúdos, textos, imagens, dados, informações e outros materiais exibidos, incluindo quaisquer marcas comerciais ou direitos autorais da Globant, são de propriedade da Globant ou do proprietário designado e são protegidos pelas leis aplicáveis.

**Globant** ▶