

Lu, do Magalu, ganha visual mais realista, com matriz 3D gerada a partir de tecnologia de última geração

Com as mudanças, possibilidades para publicidade com a representante do Magazine Luiza devem crescer significativamente

São Paulo, 1º de julho de 2024 - A Lu, do Magalu, maior influenciadora virtual do mundo, acaba de ganhar uma atualização. Mais moderna, realista e gerada a partir da tecnologia de última geração, a matriz 3D mostra um salto significativo em qualidade gráfica e, com ajuda de Inteligência Artificial, as produções agora ficam mais rápidas e diversificadas. Isso potencializa o uso da influenciadora como um asset de negócios da companhia, graças ao aumento das possibilidades de atuação em publicidades, principalmente em vídeo.

“A Lu completou 20 anos de existência. Ao longo de sua história, passou por evoluções e atualizações, mas sempre manteve a sua essência. Ela é virtual, porém consegue estreitar a relação entre as pessoas e o Magalu no ambiente online. E mesmo virtual, a Lu criou uma conexão com os humanos. E para fortalecer essa conexão, ela ganhou esse novo modelo 3D com aparência mais realista”, afirma Aline Izo, gerente de conteúdo e redes sociais do Magalu. “Agora a Lu está com uma tecnologia preparada para o Unreal, muito usado pela indústria dos games, além de animação em tempo real e uso de IA”.

Com as novas tecnologias envolvidas no processo de produção gráfica da Lu, o potencial de geração de receita da influenciadora cresce. Além de as peças que usam sua imagem serem criadas com maior agilidade - e qualidade muito superior -, a influenciadora do Magalu ganha condições de ser inserida mais rapidamente em propagandas de TV, apresentações ao vivo, fazer interações com áudio e até mesmo ser palestrante em eventos.

A nova matriz 3D permite expandir a presença da Lu em canais diversificados. “Com essa atualização, o impacto para o negócio será significativo, porque iremos potencializar a presença da Lu como influenciadora e como fonte de monetização para a cia”, afirma a executiva da companhia.

Memórias de atualização

Para a estreia da Lu com seu novo visual, o Magalu lançou dia, 01/07, a ação #NovaVersãoDaLu nas redes sociais. A marca publicará em seus perfis das redes sociais um vídeo onde mostrará imagens da Lu em momentos em que ela gerou conexão emocional com as pessoas. Por exemplo, quando a Lu postou uma imagem dela fazendo um churrasquinho e as pessoas deixaram comentários no post demonstrando preocupação, ao observarem que a perna dela estava muito próxima do calor da churrasqueira e a alertaram que ela poderia se queimar.

O vídeo começa com cenas da Lu atual, se divertindo com a conexão dos humanos com ela. Até que, ao ler um comentário específico, ela percebe que está na hora de se atualizar, senão poderá perder essa conexão.

Na cena, Lu usa um botão: “Atualizar para versão ultra-realista” e surge em nova versão, toda atualizada e mais realista. “A Lu nunca quis se passar por um ser humano. Em seu storytelling ela assume a sua virtualidade. Mas, tem muita curiosidade pelos humanos e ama a conexão que tem com eles. Por isso, para fortalecer essa ligação, ela precisa se manter atualizada”, diz Izo.

Ao longo da semana, a Lu continuará a história. Se no vídeo de lançamento de sua nova versão, ela mostrou o lado divertido de ser virtual, no TikTok ela lançará um desafio aos humanos, pedindo para que eles mostrem pra ela o porquê ser um humano é mais divertido do que ser virtual. Quem fizer o vídeo mais criativo, ganhará um Samsung Galaxy S24. Toda a ação contará com estratégia de influência parruda para ajudar na amplificação da conversa. Afinal, a Lu também adora o trabalho dos influenciadores humanos.

Sobre o Magalu. O Magalu é a empresa que está digitalizando o varejo brasileiro. Desde maio de 2011, a companhia é listada no Novo Mercado da B3. Nos últimos anos, fez diversas aquisições, consolidando sua presença nacional. Além de mais de 1.250 lojas, em 20 estados do país, o Magalu conta com mais seis marcas online (Netshoes, Zattini, Época Cosméticos, Estante Virtual e KaBuM!), 340 000 sellers em seu marketplace, e a plataforma de food delivery AiQFome. O App da companhia é acessado por mais de 50 milhões de usuários ativos mensais. Sua política de gestão de pessoas foi reconhecida com diversos prêmios.

Imprensa Magalu

André Vendrami

andre.vendrami@novapr.com.br

Patricia Vivas

patricia.vivas@novapr.com.br