



Una de las finalistas, la turca Seren Ay.



'Influencer' digital francesa Anne Kerdi.

Se registraron más de 1.500 participantes

Miss Inteligencia Artificial, la IA irrumpe en los certámenes de belleza

Esta semana se conocerá a la ganadora. Se evalúa apariencia, realismo, buen uso de la IA e influencia en redes.

Por Redacción
 cronica@diariodelsur.cl

El certamen Miss Inteligencia Artificial, que utiliza esa tecnología para crear la "influencer" perfecta siguiendo estrictos patrones de "belleza", surge como una nueva iniciativa para perpetuar cánones estéticos y estilos de vida perfectos, solo posibles con IA.

En la primera edición de este peculiar certamen, que fue lanzado en abril por Fanvue, una plataforma de contenido basado en inteligencia artificial, se registraron más de 1.500 participantes, según la organización.

Cuestiones como su apariencia y realismo, el buen uso de la inteligencia artificial, o su influencia en redes sociales, son las prioridades que siguieron los jueces para seleccionar a las 10 finalistas del concurso, cuya ganadora se espera que sea anunciada esta semana.

Una de las finalistas es la turca Seren Ay, que acumula más de 20.000 seguidores en Instagram, donde sus creadores la muestran de viaje en Estambul, París y Taiwán, o a los mandos de una aeronave.

"El estándar de su contenido es increíblemente alto y nos encantó la originalidad y la imaginación detrás de cada imagen. Si-

tuarla en diferentes escenarios es realmente interesante y muestra cómo los creadores de IA pueden colocar fácilmente a las mujeres en roles y ámbitos tradicionalmente dominados por los hombres", afirmó el jurado sobre Ay.

El vínculo del concurso con la inteligencia artificial llega a tal nivel que ha incluido a dos de las "influencers" virtuales más populares en el panel de jueces: Aitana López y Emily Pellegrini, que suman más de medio millón de seguidores en redes sociales.

Pero Ay, como otras finalistas, no fue expresamente creada para el certamen, sino que promociona la joyería que le dio vida en diciembre de 2023.

"Queríamos trabajar con una influencer para crear visibilidad para nuestra marca de joyería, Sirena Arte, pero debido a costos y diversas exigencias extravagantes, buscamos otras soluciones", explicó a Efe el encargado del proyecto, Furkan Sahin.

Una de esas soluciones fue crear a Ay mediante inteligencia artificial.

"Mientras creamos el personaje, analizamos el tipo de contenido producido por mujeres influyentes populares en Turquía utilizando inteligencia artificial y creamos un personaje en consecuencia", indicó Sahin, que dijo que la tecnología les recomendó

que fuera pelirroja.

Mientras, en la India, la agencia de marketing digital Digimo creó a Zara Shatavari para publicitar uno de sus productos de nutrición.

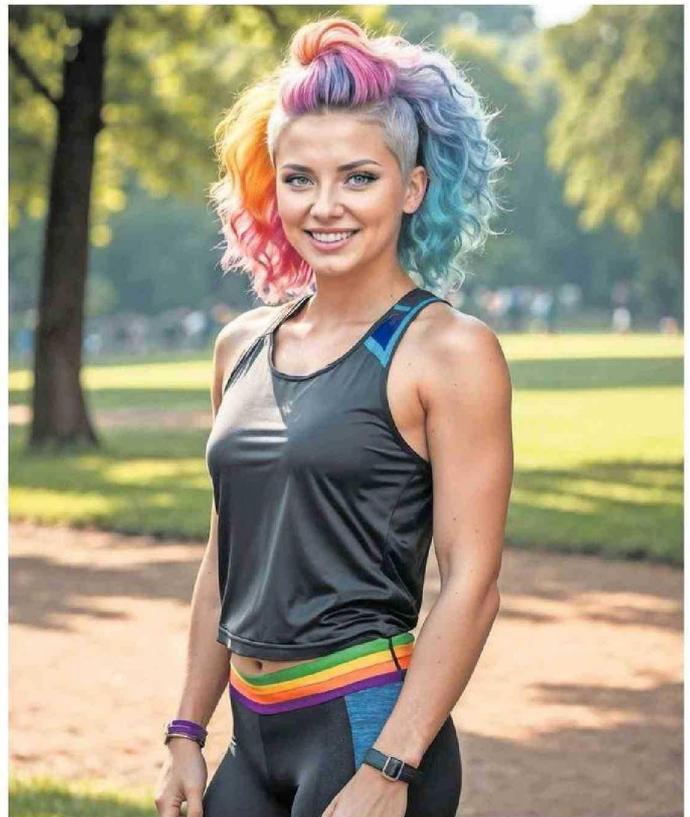
"Queríamos una cara nueva que pudiera defender un estilo de vida saludable. La IA jugó un papel crucial en el desarrollo de la apariencia y la personalidad de Zara. Usamos la IA para crear una personalidad atractiva que se alinease con los valores de nuestra marca y nos ayudó a generar su apariencia física", dijo el cofundador de la empresa, Rahul Choudhry.

"DEMASIADO DELGADA"

Sin embargo, pese a las infinitas posibilidades que otorga la inteligencia artificial, el cutis immaculado de Shatavari, su delgadez y su atractivo parecen estar regidos por los mismos estándares de belleza que las otras participantes.

"Nuestro objetivo era crear una celebridad al estilo Bollywood", explicó Choudhry, que admitió que su creación sigue los patrones de la belleza convencional y ha recibido comentarios de que Shatavari era "demasiado delgada".

Algo similar sucede con el resto de finalistas, que ya sea por su delgadez o por unos rasgos exage-



La 'influencer' digital rumana Aiyana Rainbow.

radamente marcados para resaltar su figura o su rostro, proyectan una imagen de perfección que no va en la línea de la supuesta cotidianidad que intentan mostrar con sus personalidades.

Esta "belleza impoluta" hace que cobren más importancia las causas sociales que defienden las candidatas, lo que parece priorizar el jurado.

Así, Shatavari dice ser una guerrera en la lucha contra la depresión y apasionada de la moda y

los viajes. Esto lo compagina con su blog en el que publica artículos para contrarrestar el desequilibrio hormonal o reducir el estrés y la ansiedad.

"Su función es inspirar y educar sobre la salud y el bienestar, aprovechando su atractivo como celebridad para generar un impacto positivo", indicó Choudhry, que elabora estas publicaciones con la ayuda de ChatGPT.

Mientras, otras como la rumana

Aiyana Rainbow se erigen como una aliada del movimiento LGTBI, y la francesa Anne Kerdi es embajadora de Oceanopolis, un fondo para la conservación y preservación de los océanos en la Bretaña francesa.

Del alcance de estas iniciativas dependerá en buena parte el destino de los 13.000 dólares que obtendrá la ganadora, además de un publicista que ayudará a aumentar su audiencia, sentenció la organización.