

EL MERCURIO
innovación 293

SANTIAGO DE CHILE | 15 | 8 | 2024
 Mail: innovacion@mercurio.cl
 Instagram: @innovacion_elmercurio
 LinkedIn: Innovación El Mercurio



Re-Ciclar: la moderna planta que dará nueva vida a 18 mil toneladas de botellas plásticas al año. 14



Creatoras de Market People celebran certificación como Empresa B y adelantan próximos pasos de su empresa de venta de ropa y artículos de lujo de segunda mano. 12



TALENTO FUTURO, CAPÍTULO 2

Sostenibilidad, cambio climático y transición verde serán los motores de las futuras fuentes de trabajo en el país. 15

La jugada de LarrainVial por ScaleX como nuevo facilitador del mercado de capitales a través del mundo *startup*. 16

TRANSFORMACIÓN E IMPACTO GLOBAL

Chile se sumerge en la era de la tecnocreatividad: ¿Cómo las nuevas tecnologías están transformando el arte y la innovación?

En el CRTIC Fest, expertos internacionales destacaron el impacto de la inteligencia artificial generativa y la realidad extendida en la creación de contenidos. Coincidieron en que estas tecnologías están democratizando el arte y transformando la forma en que las empresas conectan con nuevas audiencias. Con la rapidez del avance informático, establecen que la clave para las empresas será mantenerse relevantes, innovar y aprovechar la fusión entre lo tecnológico y lo humano para crear experiencias únicas y sensoriales.

AMANDA UGARTE

Hace unos días Chile fue el epicentro de la industria creativa y tecnológica. En Santiago, Pucón y Villarrica, entre el 8 y el 11 de agosto, se realizó el CRTIC Fest, festival organizado por el Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas (CRTIC) y respaldado por Corfo, que reunió a grandes figuras internacionales, como Michael Sehgal, desarrollador de Unreal Engine en Epic Games, y Adam Dubov, ganador de un Emmy por su rol como estratega de contenido multiplataforma en Game of Thrones. Ambos, además, compartieron con "El Mercurio" su visión sobre la irrupción de esta movida industria.

Sobre las nuevas tendencias, los expertos indican que la inteligencia artificial (IA) generativa como ChatGPT y Gemini, tienen una creciente influencia en la creación de contenidos. Según Dubov, la IA está transformando cómo se generan textos, imágenes y videos. "Estamos experimentando mucho con la IA, parece haber una carrera para ver quién va a llegar al punto en que realmente puedas crear un video convincente, que funcione y llegue a una audiencia", afirmó.

Leticia Setembro, CEO y fundadora de Seek Futures, una consultora en educación sobre futurismo e innovación, comparte la visión de Dubov sobre el impacto de la IA generativa en el proceso creativo. Indica que a largo plazo, esta tecnología transformará el rol de los creadores, permitiendo que personas sin formación profesional produzcan contenido de alta calidad. "Es una forma de democratizar el arte, ya que ahora es crucial tener un nivel de calidad elevado para destacarse frente a la IA. La autenticidad, el tener una firma personal en lo que haces, se volverá aún más importante en el futuro", dice.

FUERZA JUVENIL

Para Michael Sehgal, estratega global del programa de socios de Unreal Engine en Epic Games, otra novedad es que el diseño de productos y servicios ahora está condicionado por las demandas y preferencias de los consumidores. "Las generaciones más jóvenes se están convirtiendo en las más difíciles de alcanzar, no están utilizando los medios de comunicación tradicionales como lo hacían antes. Usan medios de comunicación social, como las comunidades en Discord y en videojuegos. Algunos de estos sistemas están bastante cerrados al resto del mundo, porque para acceder, tienes que descargar software y ser autenticado. Hay muchas comunidades diferentes dentro de estos medios de las que puedes ser parte, es como un sub-universo entero", dice. Agrega: "Creo que esas fuerzas de las nuevas generaciones son las que realmente están impulsando a las empresas tecnológicas a idear nuevos métodos y estrategias para optimizar la creación de contenido. Perpetuando ese



contenido a través de múltiples medios". Según Sehgal, las marcas deben innovar y adaptarse rápidamente, ya que las nuevas audiencias no toleran contenido de baja calidad o que no les resulte interesante, por lo que destaca que es crucial mantenerse siempre relevante y atractivo. Puntualiza que esto requiere que las empresas sean pioneras en el desarrollo de soluciones que integren estas tecnologías en todos los niveles de la organización, optimizando procesos operativos y estrategias de mercado.

Por otro lado, Pablo Biggs, chileno y fundador de Altreya Consulting en Estados Unidos, una consultora especializada en desarrollar e implementar estrategias innovadoras para empresas, anticipa una tendencia hacia la integración entre la tecnología y lo humano, lo que denomina "Mixed Reality" o MR, donde la tecnología se utiliza de una manera tan fluida que casi pasa desapercibida, pero mejora la eficiencia y eficacia en las tareas diarias. "Por ejemplo, en EE.UU. algunos están sugiriendo que las gafas de realidad aumentada se conviertan en la herramienta principal para ver y usar la IA. Es decir, en lugar de solo usar un computador, podríamos usar las gafas para experimentar la IA de una manera más directa y visual", indica.

INNOVAR Y CREAR

Los expertos entregaron consejos sobre cómo las empresas pueden comenzar a innovar y entrar en el mundo tecnocreativo. Para Sehgal, las barreras de entradas son "mil hachas que suenan" y relata que cuando él comenzó a trabajar en videojuegos y películas animadas, debían construir los personajes y los entornos, pero hoy existen bibliotecas de contenidos. "Hay mucho contenido de propiedad intelectual gratuito en esas bibliotecas donde se anima a usarlo. Las compañías pueden hacer modificaciones y hacerlo suyo". En su presentación, mostró cómo Epic Games trabaja con firmas como Lego creando experiencias interactivas y un relato a partir de personajes de videojuegos.

Biggs sostiene que es fundamental que las compañías se conecten con la audiencia y entreguen un relato. "Si quieres averiguar cómo marcar la diferencia usando tecnología, tienes que tener una buena historia, si no, no te conectas con tu audiencia. Fallarás independientemente de lo maravillosos que sean tus tecnologías. Todo comienza y termina con la historia".

Además, subraya la importancia de encontrar a los clientes en donde se encuentren, lo que históricamente ha sido a través de la televisión. Dice que hoy en día, dispositivos como celulares y consolas de juegos han tomado el lugar de la televisión tradicional en muchos aspectos. "La clave está en estar presentes en las plataformas donde las personas eligen interactuar, lo que podría implicar el uso de video multiplataforma".

Para Setembro el mejor consejo es que las empresas conozcan las tecnologías que pueden agregarle valor y que comprendan que muchos procesos manuales se pueden hacer de forma digital mucho mejor. "Creo que deben empezar a comprender las aplicaciones de la tecnología y la creatividad en los negocios (...) para crear proyectos de experimentación, porque realmente hoy en día toda la experiencia del cliente, es cada vez más sensorial y de emociones".

Para lograr potenciar la industria tecnocreativa en Chile, Setembro establece que es crucial que el gobierno apoye iniciativas de innovación y establezca conexiones, incluso a nivel internacional, para abrir puertas. "La academia debe fomentar el tema, traer novedades y conectarse con investigaciones internacionales, lo que permitirá recibir información fresca y actualizada".

Biggs coincide en que es necesaria la inversión. "La tecnología se está moviendo tan rápido afuera, que si Chile no invierte y no se compromete a tener la base para poder hacer lo mismo van a quedar afuera". Sehgal añade que para fortalecer la industria tecnocreativa en Chile, es fundamental que se consolide como una comunidad activa y se fomente el networking. "Es crucial compartir conocimientos y habilidades", afirma y agrega que "al trabajar en red, se pueden generar ideas innovadoras y desarrollar proyectos más sólidos. La colaboración no solo agrega talento, también enriquece la visión y promueve la innovación, algo especialmente importante cuando se trata de crear contenidos con impacto a nivel nacional", finaliza.



"Si quieres averiguar cómo marcar la diferencia usando tecnología, tienes que tener una buena historia, si no, no te conectas con tu audiencia".

PABLO BIGGS
 Fundador de Altreya Consulting.



"Parece haber una carrera para ver quién va a llegar al punto en que realmente puedas crear un video convincente, que funcione y llegue a una audiencia".

MICHAEL SEH GAL
 Estratega de contenido en Epic Games.



"Deben (las empresas) empezar a comprender las aplicaciones de la tecnología y la creatividad en los negocios".

LETICIA SETEMBRO
 Fundadora de Seek Futures.



ADAM DUBOV
 Estratega de contenido multiplataforma.