



# Estación Plaza de Armas se llenó del Carnaval Andino

Desarrollada con Inteligencia Artificial (IA) la campaña se extendió por el Metro de Santiago con el objetivo de visibilizar la riqueza cultural del norte de Chile.

Redacción/CVB  
 cronica@estrellaarica.cl

La Municipalidad de Arica da un paso innovador en comunicaciones públicas al incorporar inteligencia artificial en su nueva campaña cultural. Bajo el nombre "Arica, un viaje en el tiempo", la iniciativa fue lanzada en el Metro de Santiago y busca visibilizar la riqueza de la cultura Chinchorro y la identidad nortina a través de una intervención artística de gran formato.

La campaña fue desarrollada por el equipo de Prensa y Comunicaciones de la Municipalidad de Arica, en alianza con la Municipalidad de Camar-



PROPUUESTA FUE EJECUTADA POR UN EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO QUE INTEGRÓ DIVERSAS TÉCNICAS.

nes, y se presentó este viernes en la estación Plaza de Armas del Metro de Santiago. Durante la jornada, miles de personas pudie-

ron recorrer visualmente un relato que conecta el pasado y el presente del extremo norte de Chile.

La intervención incluye

una gigantografía de 60 metros lineales y una serie de piezas audiovisuales que se proyectarán en las pantallas del Metro de



LA INTERVENCIÓN INCLUYE UNA GIGANTOGRAFÍA DE 60 M. LINEALES.

Santiago, convirtiendo este espacio de tránsito en una verdadera galería pública dedicada al patrimonio del norte chileno.

La propuesta, que fusiona arte, diseño, fotografía, antropología y tecnología, fue desarrollada por un equipo multidisciplinario. Usando inteligencia artificial como herramienta creativa, generaron bocetos que se complementaron con imágenes reales de museos y sesiones fotográficas análogas con personas.

El relato visual recorre hitos como la cultura Chinchorro, el valle de Azapa, las raíces afrodescendientes y el Carnaval Andino "Con la Fuerza del Sol", cerrando con una invitación a descubrir el potencial turístico de Arica como territorio ancestral y puerta de entrada al mundo precolombino.

Finalmente, la campaña también tendrá presencia en redes sociales, con piezas gráficas y audiovisuales desarrolladas con inteligencia artificial.