

DESDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL HASTA LA REALIDAD MIXTA Y EL METAVERSO:

Las disruptivas tecnologías en que más creen los diversos actores de la industria creativa nacional



Las formas de generar contenido, transmitirlos y/o monetizarlos se ampliarán gracias a la tecnología. Hoy el usuario se convierte en protagonista de la experiencia creativa y esta debe asumir un rol activo. ANDREA URREJOLA MARIN

Artesanías, diseño, arquitectura, creación musical, espectáculos masivos, cine de autor, videojuegos en realidad extendida, poesía y publicidad, son parte de la llamada industria creativa. Además, la oferta creativa es una estrategia muy usada por el turismo para aumentar su competitividad, explican desde Chilecreativo, un sector que aportaba un 1,6% al PIB nacional en 2014, cifra que hoy se eleva a cerca del 2,78%.

Asociado a ello, el gerente de dicha entidad, Felipe Mujica, afirma que "en su conjunto, ya se recuperó la actividad prepandemia, pero con profundas transformaciones en el consumo de contenidos digitales, el trabajo remoto y los límites a los eventos presenciales, entre otros. Además de todo un horizonte de desafíos tecnológicos nuevos". Y revela que "México, Brasil y Colombia son los tradicionales líderes de la región (en el ámbito de las industrias creativas), por el tamaño de sus mercados y el fuerte impulso estatal, en el caso del país cafetero".

Al respecto reconoce que la principal receta ha sido la coordinación del gobierno central y local con gremios del sector y la academia, así como el interés de grandes plataformas privadas —no necesariamente exclusivas del sector creativo— que tienen vocación de desarrollo para la industria de la música y los barrios creativos en Cali o Medellín, por ejemplo. "Hay muy buenos ejemplos para replicar en Chile", advierte Mujica.

No obstante, enfatiza que hay varias empresas chilenas de la industria creativa instaladas en el exterior, como Fábula, Ace Team, Neural DSP o RunwayML. Aparte de otras que operan en Chile, como Ebooks Patagonia, Purotopus o Sonidos Inmersivos, entre otros. Además, informa que hay muchas nuevas empresas que se están incubando desde el Centro Tecnológico para Industrias Creativas (CRT+IC), el fondo de inversión Screen Capital, Doble Impacto, Factoría Creativa de Corfo, el Consorcio Economía Creativa de Cultura, el de Pro-Chile, entre otros.

"En estos años se ha creado un verdadero ecosistema de apoyo al sector creativo a nivel nacional y también en varias regiones del país. Recién se aprobó el plan de trabajo para los próximos tres años de Chilecreativo, en que vamos a ejecutar una nueva hoja de ruta", agrega Mujica.

PLAN DE ACCIÓN

Chilecreativo es impulsado por Corfo para coordinar inversiones estratégicas del sector. La primera Hoja de Ruta (2017) tenía cerca de 20 iniciativas, que se han ido implementando junto a una gobernanza, donde por ejemplo participan instituciones como el Círculo de Economía Creativa de la Achap o el Ministerio de las Culturas.

Con apoyo del BID, en 2023 se está diseñando una Hoja de Ruta 2.0 en base a un diagnóstico y desafíos tecnológicos, industriales y territoriales. "Como gran resumen, el foco está en transmitir al público en general que la creatividad es un recurso para el desarrollo de Chile (...). Ganaremos mucho en Chile con el desarrollo de la creatividad y las industrias creativas desde la diversificación de la economía y las oportunidades laborales, pero también por la redistribución que implica una industria basada en el talento y por invertir en una capacidad que es condición previa para la innovación, que es la creatividad", declara Mujica. También reconoce que la tecnología es esencial en el desarrollo de esta industria.

TECNOCREACIÓN Y SU ALCANCE

Para Isidora Cabezón, directora ejecutiva del Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas (CRT+IC), la mayor transformación

en 180° de la industria creativa fue pasar de lo analógico a lo digital. Me refiero a 180° porque nunca más regresamos al lugar en el que estábamos. Y hoy estamos creando en metaverso, realidad aumentada, realidad virtual, tecnología sostenible, NFT, inteligencia artificial, virtual production, entre otros. Las formas de generar contenido, transmitirlos y/o monetizarlos se ampliarán gracias a esas nuevas tecnologías, hoy accesibles y que llegan directo a tu celular. La pandemia solo fue la antesala relexiva de esta gran revolución tecnocreativa".

Añade que "en tecnología, la industria está a puertas de una revolución y una avalancha de contenidos y formatos. La inteligencia artificial, las plataformas inmersivas e interactivas, NFT, DAO, etc., ya anticipan grandes desafíos de trazabilidad, regulación y fiscalización en propiedad intelectual y derechos de autor, junto con un nuevo ciclo de innovación para el sector creativo".

Joyce Zylberberg, managing partner de Screen Capital, junto con resaltar la consolidación del modelo streaming, opina que la inteligencia artificial hoy permea las industrias creativas. "Todavía no conocemos su alcance, pero hoy puede hacer más rápida la creación de contenidos. Hay que ver cómo se perfecciona".

Por su parte, Paula Kosub, creative strategist de META para Chile, destaca que como formato creativo de entretenimiento, el Reels llegó para imponer el video corto. "Este permitió la democratización de la creatividad posibilitando que todos podamos transformarnos en creadores de contenido desde nuestras casas, gracias a las herramientas de edición, sonido y filtros que proporciona la plataforma". Cabe destacar que META tiene las plataformas Facebook, Instagram y WhatsApp.

Agrega Kosub que "la realidad aumentada (filtros) también fue protagonista, incrementando su uso y producción desde el inicio de la pandemia. Los creadores son expertos en la producción de contenido en internet y la realidad aumentada les brindó nuevas formas de interactuar con sus audiencias. Las marcas aprovecharon estas capacidades de la herramienta para mostrar productos y conectar con los consumidores".

Aprovecha de mencionar que el año pasado de la mano con el CRT+IC, META lanzó en Chile su programa Meta Spark para ayudar a creadores nacionales a capacitarse gratuitamente en tecnologías de realidad aumentada. A la vez, asevera que para META la inteligencia artificial en el terreno de la producción en escala y los anuncios automatizados, cambiará la forma de producir campañas publicitarias, optimizando tiempo y recursos de producción.

EXPERIENCIAS Y DESARROLLOS LOCALES

Francisco Arévalo, director de Riolab, sentencia: "No creo que haya una tecnología detrás de la creación de una industria. Aunque hoy día la inteligencia artificial podría ser una de ellas, pero creo más bien en las voluntades creativas que se transforman en tecnología (...). Cada software tiene una voluntad detrás, hay un diseñador, alguien que pienso y que creó algo que obedece a su manera de ver el mundo".

"En Riolab creamos tecnología de interfaz que permite llevar esas historias a una experiencia donde el contenido está ahí, en una pantalla y una persona que puede tocarlo con sus manos, moverlo, cambiarlo, profundizarlo, entriquearlo. Son historias que producen algo, una experiencia físico-digital a la que arribamos desde nuestra propia mirada. Esto lo hicimos en Arabia Saudita donde impactamos en la gestión gubernamental con visualizadores de datos en tiempo real, pero donde también dejamos proyectos en estado de exploración", agrega.

Edgardo González, cofundador y CEO de Sonidos Inmersivos, subraya que "la tecnología ha impactado enormemente la industria creativa en los últimos años, transformando la forma en que trabajamos y consumimos contenido creativo. Este impacto proviene de la convergencia y el avance significativo de diversas tecnologías, como la realidad virtual (VR), la realidad aumentada (AR), blockchain y, sin duda, la inteligencia artificial".



"Hoy estamos creando en metaverso, realidad aumentada, realidad virtual, tecnología sostenible, NFT, inteligencia artificial, virtual production, entre otros".

ISIDORA CABEZÓN
 Directora ejecutiva del CRT+IC.



"(Los Reels) democratizaron la creatividad posibilitando que todos podamos transformarnos en creadores de contenido desde nuestras casas".

PAULA KOSUB
 Creative strategist de META para el Cono Sur.



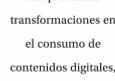
"Creamos el Level Building Sidekick, un editor de niveles de videojuegos asistido por inteligencia artificial".

NICOLÁS BARRIGA,
 profesor del departamento de Visualización Interactiva y Realidad Virtual de la U. de Talca



"En su conjunto, ya se recuperó la actividad prepandemia, pero con profundas transformaciones en el consumo de contenidos digitales, el trabajo remoto y los límites a los eventos presenciales, entre otros".

FELIPE MUJICA
 Gerente de Chilecreativo.



"En nuestros casos recientemente creamos el Level Building Sidekick (LBS), un editor de niveles de videojuegos asistido por inteligencia artificial. Este permite que los usuarios creen mapas de juegos, agreguen enemigos e ítems, diseñen misiones, todo apoyado por sugerencias de algoritmos inteligentes. Esta herramienta incorpora técnicas de optimización para mejorar la productividad del diseñador y la calidad del nivel generado".

Según manifiesta Florencia Larrea, productora ejecutiva de 500 Nanómetros, además de la inteligencia artificial que tiene un gran potencial en la industria creativa, la realidad mixta, que combina realidad virtual y aumentada, ofrece experiencias aún más inmersivas y una integración más fluida entre el mundo virtual y el mundo físico. De hecho, dice que ya se ha anunciado el lanzamiento del nuevo dispositivo de Apple que será para realidad mixta, tecnología muy usada en exposiciones de arte inmersivas, salas de exhibición, etc., tal como lo hace el proyecto de 500 Nanómetros, Local VR Experience.

"También existen otros desarrollos interesantes como las proyecciones holográficas, las impresiones en 3D y los dispositivos para generar experiencias sensoriales. Estas tecnologías abren un amplio abanico de posibilidades para los creadores. Asimismo, se están creando softwares especializados en motores para generar contenido, lo que está en constante evolución y ofrece nuevas oportunidades", añade Larrea.

Todas estas tecnologías han reabierto el debate sobre la propiedad intelectual, un concepto vital para los creadores y el desarrollo de la industria. "En respuesta a esto, se han creado plataformas y sistemas que permiten proteger y comercializar obras mediante el uso de tecnología blockchain y NFT. Sin embargo, garantizar la seguridad y trazabilidad en áreas como los derechos de autor, la propiedad intelectual y la distribución de contenido sigue siendo uno de los grandes desafíos de la industria creativa", concluye la productora.