

## IA creativa: la fuerza que está reformulando el mundo del cine y la publicidad



*La irrupción de la inteligencia artificial generativa está redibujando las fronteras de la creatividad y, en ese contexto, Chile se posiciona como*

*un polo de innovación global que está liderando esta transformación, con un renovado foco en la formación de talentos para sostener el cambio. La inteligencia artificial creativa, impulsada por tecnologías generativas como modelos de texto a imagen, video y sonido, está viviendo un auge sin precedentes que ya se hace sentir con fuerza en industrias clave como el cine, la publicidad y el marketing digital. Esta nueva ola no solo está automatizando tareas, sino también potenciando la imaginación humana, ampliando las posibilidades narrativas y redefiniendo por completo el modo en que las marcas, los creadores y los públicos se conectan. Según un estudio de la agencia UTA IQ presentado en Cannes Lions 2024, el 81% de los profesionales creativos considera que la IA está posibilitando nuevas formas de expresión antes impensadas, y el 73% cree que elevará sustancialmente la calidad del contenido creativo. Lo que hace solo algunos años parecía una herramienta de apoyo hoy se ha convertido en un nuevo lenguaje. En la industria cinematográfica, por ejemplo, el uso de IA generativa ya está transformando procesos como el diseño de storyboards, la previsualización de escenas, la animación y la edición. Grandes estudios están incorporando estas herramientas para reducir tiempos de producción y liberar capacidad creativa, permitiendo experimentación visual a una escala inédita. Al mismo tiempo, en el ámbito publicitario, la IA no solo optimiza campañas en función de datos en tiempo real, sino que también es capaz de generar creatividades personalizadas para distintos públicos, elevando los niveles de engagement y conversión. Un estudio reciente del Journal of Brand and Behavioral Economics reveló que los anuncios generados con apoyo de IA pueden ser incluso más eficaces que los creados exclusivamente por humanos, en términos de respuesta emocional y comportamiento de compra. Marta Lagos, prima del fotógrafo asesinado, aseguró que ella y su familia están convencidos que el asesino anda suelto. En este escenario de cambio global, Chile ha sabido posicionarse como un verdadero referente en América Latina y el mundo. El país fue destacado en el Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial (ILIA) 2024 como líder regional en desarrollo y adopción de IA, gracias a su inversión en infraestructura digital, políticas públicas de innovación y un ecosistema emprendedor en expansión. Actualmente, Chile cuenta con más de 400 empresas vinculadas al desarrollo de soluciones con IA, muchas de ellas exportando servicios y productos a nivel global. Una de las iniciativas destacadas en este contexto es WISE Innovation Studios, start up chilena que ha irrumpido en el mundo del marketing con una propuesta que combina inteligencia artificial, realidad aumentada y gamificación para crear experiencias inmersivas de alto impacto. Con base en Santiago, WISE ha captado la atención de marcas internacionales de gran prestigio gracias a su enfoque de "metamarketing", donde los límites entre lo físico, lo virtual y lo emocional se disuelven. "Estamos diseñando campañas donde la*

*interacción no solo se mide en clics, sino en memorabilidad y profundidad emocional. La IA y la RA nos permiten contar historias que se viven, no solo se ven", señala su CEO, Igal Weitzman, quien agrega que la clave está en combinar tecnología con propósito creativo. Pero para sostener esta transformación tecnológica y creativa, es imprescindible formar nuevos talentos capaces de navegar este nuevo paisaje híbrido entre lo humano y lo artificial. Las competencias necesarias van mucho más allá del conocimiento técnico y desde la academia, ya se están dando pasos concretos para enfrentar este desafío. "Estamos fomentando el uso de la IA de manera tal que se entienda como una instancia en que sea un apoyo a la formación, intensificando el pensamiento crítico, reflexionando sobre la base de que debe ser el que decide, aplica, construye y entrega la respuesta finalmente es el equipo que trabaja en los proyectos o trabajos", asegura Carla Angulo, directora de la Escuela de Computación e Informática de la Universidad Bernardo OHiggins, UBO. En este sentido, comenta que es una tarea compleja, pero que se están tomando medidas estratégicas "para que la información entregada por IA contribuya y se instaure que los seres humanos somos los que tomamos decisiones finalmente con el apoyo de la tecnología disruptiva". Sin embargo, esta revolución también trae desafíos. Expertos advierten sobre la importancia de preservar la autenticidad, mantener una supervisión humana significativa y desarrollar criterios éticos claros en el uso de estas herramientas. Como explica una investigación publicada en arXiv en 2024, si bien los outputs de IA son valorados como más novedosos y creativos, aún existe debate sobre su alineación con las identidades de marca y los objetivos de negocio. En este nuevo ecosistema, el rol humano se transforma, pero no desaparece: se orienta hacia la dirección creativa, la curaduría de contenidos y la interpretación estratégica.*