

Cómo la
tecnología
está cambiando la narrativa

IA APLICADA EN MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO

Globant 

*La IA está reinventando
el arte de la narración,*
impactando la forma en que creamos y consumimos historias.

INTRODUCCIÓN

El arte de la narración

Las historias conectan a las personas. Nos dicen de dónde venimos y quiénes somos. Nos inspiran conexión, exploración y reinención.

La escritora y activista política estadounidense Muriel Rukeyser dijo:

*“El universo no está hecho de átomos.
Está hecho de historias”.*

Las historias están en todas partes. Las historias editadas en internet de vidas personales, productos, servicios, marcas, organizaciones, redes sociales y plataformas de video, son parte de nuestras vidas.

Cada día:

500 millones de personas usan las historias de Instagram

Se ven 1.5 mil millones de videos en YouTube y se cargan alrededor de **3,7 millones de videos nuevos.**

Las personas comparten 3.5 mil millones de Snaps en Snapchat, 2.4 mil millones de contenidos en Facebook y **499,97 millones de tweets** en Twitter.

Somos a la vez creadores y ávidos consumidores de historias. Las experiencias personalizadas e interactivas han elevado la adopción de historias debido a la democratización de la economía del creador, lo que permite encontrar narradores en todas partes con actividades de transmisión de video, gaming y redes sociales.

Hoy, vivimos en una era donde todo se convierte en una historia, ya que las historias digitalizadas siguen siendo el vehículo principal para que las audiencias se conecten con amigos, y descubran y construyan nuevas comunidades, con muchas opciones y canales para el consumo.

Nuestro cerebro ama las historias.

Es 60% más probable

que tu audiencia te recuerde

si incluyes anécdotas en la información que compartes.

La narración es un elemento humano intrínseco que impacta nuestro conocimiento, creencias, comportamiento y comprensión; apela a nuestras emociones, curiosidad e imaginación.

El poder de la narración puede incluso **umentar el valor de los productos hasta 2706%** y aumenta 22 veces la probabilidad de que las personas recuerden una estadística basada en una historia.

Las capacidades de narración han estado más presentes en los radares de los negocios, ya que **arriba del 20% de las empresas** invierten más en contenido de video para mejorar sus estrategias de narración de marca.

La tecnología alimenta el ecosistema de la creación de historias y continúa representando una base que impulsa al crecimiento de la industria de los medios y entretenimiento.

Se proyecta que el tamaño del mercado global de medios y entretenimiento de IA **alcanzará USD 99,48 mil millones para el año 2030 a una tasa compuesta anual de 26,12%** de 2022 a 2030, lo que confirma su impacto a largo plazo dentro del sector en varios niveles.

La inteligencia artificial (IA) ha introducido una nueva forma para que las audiencias y los negocios accedan a la experiencia de los medios y el entretenimiento, incorporando a sus vidas herramientas de creación de contenido impulsadas por la IA, obteniendo más eficiencia, mejor calidad y una mayor interacción con clientes.

Hoy en día, la IA generativa representa un ahorro de más de 3 horas en una pieza de contenido para los especialistas en marketing . El 67% utiliza IA para acelerar la creación de contenido, escribir y realizar investigación más rápido o incluso generar ideas.

Desde ahora hasta el año 2025, **la creación de datos globales** crecerá a más de 180 zettabytes. La IA y el Machine Learning tendrán una función destacada en el contenido de estos datos.

¿Cómo impacta la IA en la forma *en que creamos historias?*

Las empresas de medios y entretenimiento gastan miles de millones de dólares en contenido. La IA acelera y aumenta la producción de contenido al reducir el trabajo manual y el tiempo. El contenido automatizado transforma la forma en la que las plataformas de medios crean contenido e interactúan con las audiencias.

Los estudios de televisión y cine pueden automatizar el *desarrollo de contenido utilizando algoritmos de aprendizaje automático (ML)* e IA para generar subtítulos de video, crear personajes, producir audio, usar procesamiento de lenguaje natural (NLP) y analizar texto.

Debido a este nuevo enfoque en la automatización de creación de contenido, se proyecta que el tamaño del mercado del software de asistencia de escritura de IA alcance **USD 6.464,31 millones para 2030**, con una tasa compuesta de crecimiento anual de 26,94% de 2023 a 2030. Se espera que el mercado global de generador de video de IA crezca de **USD 411,5 millones en 2022 a USD 1082,7 millones en 2027 a una tasa compuesta de crecimiento anual de 17,5.**

El 12% de las empresas ya utilizan IA para la creación de contenido y los bloggers que utilizan IA como herramienta invierten **30% menos de tiempo en escribir un blog post.**

Historias plurilingües

La traducción de textos es costosa y requiere mucho tiempo. Las traducciones instantáneas pueden impactar en el alcance, la relevancia y la adopción de la audiencia en todo tipo de contenido, incluida la publicación, acelerando el tiempo de comercialización.

Historias musicales

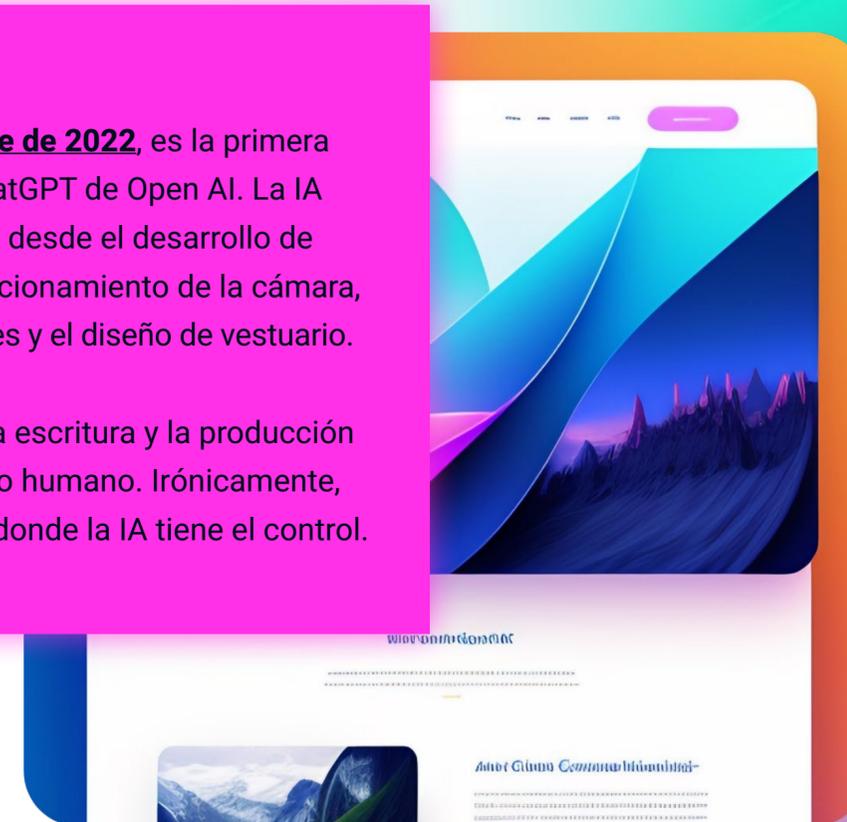
La IA ha impactado en la industria de la música a través de composiciones originales, síntesis vocales inteligentes que utilizan tecnología de reconocimiento de voz, música ambiental de atención plena generada por IA, la generación de música gratuita para creadores de contenido y mashups o mezclas automatizadas.

La IA creativa es una de las tecnologías más disruptivas. Investigadores independientes y las principales empresas tecnológicas como Google y ByteDance han desarrollado más de 10 modelos de música de IA que permiten a los usuarios generar pistas personalizadas en segundos simplemente al proporcionar una indicación en texto. **Se espera que la IA generativa en el mercado de la música** alcance los USD 2.660 millones para el año 2032.

Historias en película

“The Safe Zone” cuyo estreno fue en diciembre de 2022, es la primera película escrita y dirigida por IA creada con ChatGPT de Open AI. La IA estuvo involucrada en cada paso de la película, desde el desarrollo de ideas para la historia y del guión hasta del posicionamiento de la cámara, el reparto, la iluminación, las expresiones faciales y el diseño de vestuario.

La película demostró que la IA podía acelerar la escritura y la producción al mismo tiempo que complementaba el trabajo humano. Irónicamente, la película, escrita por la IA, explora un mundo donde la IA tiene el control.





Personajes de la historia

Los servicios de animación son costosos y requieren tiempo. Sin embargo, la IA puede acelerar la entrega y permitir la customización, como animaciones de personajes con mensajes personalizados y múltiples opciones de idioma mejoradas con tecnología de captura de movimiento.

La democratización de la creación de contenidos

El contenido generado por el usuario se puede crear rápida y fácilmente con la IA, ampliando las producciones de contenido de menor resolución a 8K sin tener que filmarlo originalmente en este formato. Los creadores pueden incrustar el video en tiempo real en dispositivos de conversión o usarlo para la postproducción por parte de los estudios de televisión y cine, ya que el aprendizaje automático rellena el color faltante y otro tipo de información basándose en el análisis de píxeles circundantes o comparaciones de cuadro a cuadro.

¿Cómo impacta la IA en la forma *en que creamos historias?*

Protección de historias

La IA puede detectar y prevenir la violación de derechos de autor, un problema que las redes sociales exacerbaban. El **Content ID de YouTube** utiliza el aprendizaje automático para identificar el contenido con derechos de autor, lo que permite a los titulares de los derechos reclamar la propiedad, generar ingresos o eliminar dicho contenido. En 2022, “el **99% de los reclamos por derechos de autor** enviados a YouTube fueron identificados por la herramienta Content ID de la plataforma”.

La IA es esencial para restringir el acceso a contenido inapropiado y proteger a los espectadores jóvenes. Con las clasificaciones de categoría de audiencia, las emisoras pueden filtrar dicho contenido para que no sea visto por personas fuera de la edad de visualización permitida. Es una ventaja tanto para las plataformas como para los espectadores, ya que ayuda a proteger a los jóvenes de ver material ofensivo.



El interés de los consumidores por la transmisión de videojuegos se está acelerando entre los usuarios y representando a una industria de \$9,3 mil millones anuales.

Crear una experiencia de juego receptiva y adaptable es uno de los objetivos del sector de los videojuegos. La IA está ayudando a lograrlo a través de dos categorías: IA determinista, que utiliza árboles de decisión y se limita a resultados preprogramados e IA generativa, que está aprendiendo, cambiando y produciendo contenido nuevo constantemente en respuesta a la aportación de parte del usuario.



La IA hace posible la localización de juegos diseñados para diferentes mercados al incorporar idiomas, acentos, divisas, imágenes y costumbres, lo que permite personalizar aún más la experiencia de juego. Algunas herramientas, como Stability AI, crean imágenes sorprendentes en minutos u horas, y Scenario permite a los desarrolladores de juegos producir sus generadores de imágenes en función de la estética específica de los juegos.



Daniel Muhlrاد

Vicepresidente de Tecnología en Globant, Unscripted Tech Podcast



La IA no solo está avanzando para brindar mejores soluciones, por ejemplo, modelos predictivos o mejores interfaces de conversación, sino que también tiene un impacto directo en la forma en que codificamos, escribimos o creamos software a través de diferentes herramientas”.

¿Cómo impacta la IA en la forma *en que consumimos historias?*

La IA permite predecir el comportamiento de la audiencia y agregar, comprender, analizar, y anticipar las necesidades, las preferencias y los deseos. Las herramientas de IA, como las capacidades de diálogo, el reconocimiento visual, el análisis de sentimientos, los aspectos de la personalidad y el análisis del tono, otorgan una ventaja comercial y competitiva. Permite a las empresas de medios de comunicación generar recomendaciones de contenido precisas, aumentar las tasas de participación y expandir la base de usuarios.

Los servicios de transmisión utilizan la IA para mejorar la calidad de la transmisión y brindar recomendaciones de contenido personalizadas.

El ejemplo perfecto es el enfoque en la personalización a través de la IA de Netflix y su sistema de recomendación, que influye en casi el

80% del contenido que miran sus suscriptores,

estimando que sus algoritmos ahorran mil millones de dólares anuales en retención de clientes.

Mediante la IA, las plataformas también pueden predecir la demanda de los usuarios por hora y ubicación, lo que permite que las piezas de contenido se posicionen con antelación y de forma estratégica en servidores cercanos a los suscriptores permitiendo brindar una transmisión de video de alta calidad durante horas pico. **Con aproximadamente 232,5 millones de usuarios activos mensualmente, Netflix garantiza una transmisión fluida –incluso con conexiones de Internet más lentas– utilizando la IA para pronosticar el futuro número de suscriptores.**

El uso de IA para procesar datos

es el camino para conectarse mejor con las audiencias.

¿Cómo impacta la IA en la forma *en que consumimos historias?*

La IA puede **reducir los costos de adquisición de clientes hasta en un 50%** y mejorar las iniciativas de marketing mediante la eliminación de datos obsoletos o ineficaces.

Sin embargo, mantenerse al día es un desafío, ya que la profundidad y la amplitud de la data recopilada está creciendo y cambiando más rápido que nunca, mientras que los hábitos de los consumidores son volátiles y fragmentados. Los datos no estructurados **representan más del 80%**, lo que puede conducir a la pérdida de valiosa información empresarial.



Senn Moses

Director general,
Globant Media &
Entertainment Studio

“ La IA puede ayudar con la adquisición, el mantenimiento y la continuidad de la audiencia y los suscriptores. Esa es una de las principales ventajas que brinda la IA: una forma de monetizar los datos que se obtienen, manejar a esos suscriptores y conseguir más”.

La generación de conclusiones predictivas y prescriptivas mediante una revisión más rápida de grandes cantidades de datos para obtener información y utilizar su valor correctamente automatiza el proceso subjetivo, y que consume muchos recursos, para agendar los lanzamientos de contenido al mercado.



¿Cómo impacta la IA en la forma *en que consumimos historias?*

Para el entretenimiento basado en la ubicación y para impulsar la innovación en el ámbito de la experiencia del cliente, la IA optimiza los diseños de parques virtuales y analiza los desafíos operativos para arquitectos y diseñadores. Personaliza las experiencias de los huéspedes mediante recomendaciones y reservas, como el servicio **Disney's Genie Plus**. Mejora la seguridad a través de la integración en los sistemas de traslado, el control de multitudes y la planificación de la seguridad alimentaria, e incluso ajusta los parámetros del traslado en función de la capacidad física.

Además, la IA puede ayudar a desarrollar experiencias de atracciones de parque personalizadas a través de la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV), cambiando constantemente con base en la respuesta particular del cliente.

La industria de los videojuegos, por ejemplo, se beneficia de la integración de la IA en el diseño, en los testeos, el idioma y la localización del juego. La IA puede mejorar la experiencia del jugador analizando su comportamiento para optimizar el diseño de niveles, equilibrar la mecánica del juego y corregir errores. El procesamiento de lenguaje natural (PLN) mejora el diálogo del juego y crea PNJs más inteligentes (**Personaje No Jugable**). Se espera un impacto significativo de la IA, ya que la **IA generativa global en el mercado de videojuegos** predice un crecimiento y ganancia incremental de USD 7,105 millones para el año 2032.

Se proyecta que para el año 2025, la IA manejará el 95% de las experiencias de cliente, y el 15% de las interacciones mundiales en servicio al cliente serán impulsadas por la IA.

¿Qué es lo que sigue?

El futuro de la IA en medios y entretenimiento

La IA ofrece posibilidades innovadoras y creativas, ya que presenta nuevas oportunidades para que la narración de historias tome forma en nuevos espacios tecnológicos, como el metaverso o los automóviles autónomos, donde las empresas buscarán incorporar experiencias inmersivas, personalizadas e interactivas.



Pablo Peranzola

Vicepresidente
global de Tecnología
en Globant

“ Ya no se trata solo de conducir, sino, ¿cómo voy a entretener? En este caso, la realidad virtual y las experiencias inmersivas pueden ser la solución perfecta, ofreciendo nuevas fuentes de ingresos y nuevas experiencias al usuario”.

La IA mejora la narración y el consumo de historias; sin embargo, es simplemente una herramienta que depende de la creatividad de la mente humana.

“Las grandes ideas provienen de la ocurrencia humana, pero ¿cómo se realzan, presentan, crean o producen? Creo que ahí es donde radica el desafío de la IA para la persona creativa. ¿Cómo puedo aprovechar al máximo la IA?”

- Senn Moses, Director general, Globant Media & Entertainment Studio

Cómo puede ayudar Globant

Los equipos de consultoría y tecnología de Globant tienen una sólida trayectoria al implementar un profundo nivel de expertise que ha impulsado a algunas de las marcas de medios de comunicación y entretenimiento más importantes en la industria.

GeneXus, Augoor, MagnifAI y Navigate son las soluciones de IA de Globant que ayudan a las empresas a integrar capacidades de IA para obtener valor estratégico y maximizar la productividad tecnológica, el rendimiento, la agilidad del mercado y la adaptabilidad.

Nuestro Metaverse Studio empodera a clientes para que entren a espacios digitales sin fricción, como con DIRECTV y en varios mundos virtuales en línea, fortaleciendo y expandiendo su presencia de marca, oferta y creatividad. Nuestro Sports Reinvention Studio aprovecha la IA y la gamificación para la transmisión, smart venues y las soluciones basadas en datos, asociándose con los nombres más grandes en el deporte y reinventando la experiencia de los fanáticos.

El conocimiento de Globant permite a las empresas integrar y aprovechar con éxito una mentalidad de IA.

Acerca de **Globant**

Somos una compañía nativa digital que ayuda a las organizaciones a reinventarse y desatar todo su potencial. Combinamos la innovación, el diseño y la ingeniería a gran escala.

- Contamos con más de 27,000 empleados presentes en más de 25 países y en 5 continentes, desde donde trabajamos para empresas como Google, Electronic Arts, y Santander, entre otras.
- IDC MarketScape nos reconoció como Worldwide Leader in CX Improvement Services.
- Fuimos destacados como caso de estudio en Harvard, MIT y Stanford.
- Somos miembro de The Green Software Foundation (GSF) y Cybersecurity Tech Accord.

Para más información, visita www.globant.com

Descargo de responsabilidad

Este informe tiene fines informativos únicamente, basado en información de dominio público, así como en información recopilada de las personas encuestadas por Globant con respecto a la temática de este Informe. A menos que se indique lo contrario en el informe, todos los porcentajes, cifras y estadísticas incluidas en este informe se basan en información de dominio público. Si bien la información proporcionada se ha obtenido de fuentes que se consideran confiables, ni Globant ni ninguno de sus afiliados, directores, ni funcionarios ni agentes dan fe de su exactitud o integridad. No se hace ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, con respecto a la integridad, precisión, oportunidad o idoneidad de toda la información y los datos contenidos en cualquier parte del informe.

Globant en ningún caso será responsable de ningún daño o pérdida directa, indirecta, incidental, especial, consecuente o ejemplar (incluyendo, entre otros, la pérdida de ganancias), que pueda surgir o derivarse directa o indirectamente del uso o dependencia de la información contenida en este informe. Toda la información contenida en este informe está sujeta a cambios por parte de Globant sin previo aviso. Ninguna parte de este informe puede reproducirse, reimprimirse, almacenarse en un sistema de recuperación o transmitirse de ninguna forma o por ningún medio, mecánico, fotocopiado, grabado o de otro tipo, sin el permiso previo por escrito de Globant. Todos los contenidos, textos, imágenes, datos, información y otros materiales que se muestran, incluidas las marcas comerciales o los derechos de autor de Globant, son propiedad de Globant o del propietario designado y están protegidos por las leyes locales aplicables y los tratados internacionales.

Globant 