

Come la
tecnologia
sta cambiando la narrativa

IA APPLICATA: MEDIA E INTRATTENIMENTO

Globant 

L'intelligenza artificiale sta reinventando l'arte dello

storytelling, influenzando il modo in cui creiamo e consumiamo le storie.

Introduzione:

l'arte dello storytelling

Le storie uniscono le persone. Ci raccontano da dove veniamo e chi siamo. Ispirano connessione, esplorazione e reinvenzione.

La scrittrice e attivista politica americana Muriel Rukeyser ha affermato:

“L'universo non è fatto di atomi.

È fatto di storie”.

Le storie sono ovunque. Storie particolari di vite personali, prodotti, servizi, marchi e organizzazioni su Internet, social media e piattaforme video riempiono il nostro mondo.

Ogni giorno:

500 milioni di persone utilizzano le storie su Instagram.

Su YouTube vengono guardati **1,5 miliardi di video** e vengono caricati circa **3,7 milioni** di nuovi video.

Le persone condividono **3,5 miliardi di Snap** su Snapchat, **2,45 miliardi di contenuti** su Facebook e **499,97 milioni di tweet** su Twitter.

Siamo sia creatori che avidi consumatori di storie. Le esperienze personalizzate e interattive hanno aumentato l'adozione delle storie grazie alla democratizzazione dell'economia dei creatori, trovando narratori ovunque con attività su streaming video, giochi e social media.

Oggi viviamo in un'era in cui tutto diventa una storia, poiché le storie digitalizzate rimangono il veicolo principale con cui il pubblico può connettersi con gli amici e scoprire e creare nuove comunità, con molte opzioni e canali di consumo.

Il nostro cervello ama le storie. Includere aneddoti in informazioni condivise aumenta la probabilità del

60% di essere

ricordati dal pubblico.

Lo storytelling è un elemento umano intrinseco che influisce sulla nostra conoscenza, credenze, comportamento e comprensione; attrae le nostre emozioni, curiosità e immaginazione.

Il potere dello storytelling può persino **aumentare il valore dei prodotti fino al 2,706%** e aumentare di 22 volte la probabilità che le persone ricordino una statistica basata su una storia.

Le capacità di storytelling sono sempre più oggetto di attenzione da parte delle aziende, poiché **oltre il 20% delle aziende** investe di più in contenuti video per migliorare le strategie di storytelling del proprio marchio.

La tecnologia alimenta l'ecosistema dello storytelling e continua a essere fondamentale come motore di crescita nel settore dei media e dell'intrattenimento.

Si prevede che le dimensioni dell'IA nel mercato globale dei media e dell'intrattenimento raggiungeranno USD 99,48 miliardi entro il 2030 con un CAGR del 26,12% dal 2022 al 2030, confermando il suo impatto a lungo termine nel settore su più livelli.

L'intelligenza artificiale (IA) ha introdotto un nuovo modo per il pubblico e le aziende di sperimentare i media e l'intrattenimento, incorporando nelle loro vite strumenti di creazione di contenuti alimentati dall'IA e risultando in un aumento dell'efficienza, una migliore qualità e un maggiore coinvolgimento dei clienti.

Oggi l'IA generativa consente agli esperti di marketing di risparmiare più **di 3 ore** su un contenuto e il 67% utilizza l'IA per accelerare la creazione di contenuti, scrivere più velocemente, raccogliere ricerche più rapidamente e persino generare idee.

Da oggi fino al 2025 la **creazione globale dei dati** crescerà fino a superare i 180 zettabyte. L'intelligenza artificiale e il machine learning giocheranno un ruolo di primo piano nel contenuto di questi dati.

Come influisce l'IA sul modo in *cui creiamo storie?*

Le società di media e intrattenimento spendono miliardi di dollari in contenuti. L'IA accelera e aumenta la produzione di contenuti riducendo il lavoro manuale e il tempo. I contenuti automatizzati trasformano il modo in cui le piattaforme multimediali creano contenuti e interagiscono con il pubblico.

Gli studi possono automatizzare *lo sviluppo di contenuti utilizzando algoritmi di machine learning (ML)* e IA per generare sottotitoli video, creare personaggi, produrre audio, utilizzare l'elaborazione del linguaggio naturale (NLP) e analizzare testi.

A causa di questa nuova concentrazione sull'automazione della creazione di contenuti, si prevede che le dimensioni dell'IA nel mercato dei software di assistenza alla scrittura raggiungeranno **USD 6464,31 milioni entro il 2030**, crescendo con un CAGR del 26,94% dal 2023 al 2030. Si prevede che il mercato globale dei generatori di video IA crescerà da **USD 411,5 milioni nel 2022 a USD 1082,7 milioni nel 2027 con un CAGR di 17,5**.

Il 12% delle aziende utilizza già l'IA per la creazione di contenuti e i blogger che utilizzano l'IA come strumento trascorrono circa **il 30% di tempo in meno per scrivere un post sul loro blog**.

Storie multilingue

La traduzione dei testi è costosa e richiede molto tempo. Le traduzioni istantanee possono avere un impatto sulla portata del pubblico, sulla sua pertinenza e sulla sua adozione in tutti i tipi di contenuti, inclusa la pubblicazione, accelerando il tempo di commercializzazione.

Storie musicali

L'IA ha influito sul settore musicale mediante composizioni originali, sintesi vocali intelligenti che utilizzano la tecnologia di riconoscimento vocale, musica d'ambiente della consapevolezza generata dall'IA, creazione di musica priva di diritti per i creatori di contenuti e mashup o mix automatizzati.

L'IA creativa è una delle tecnologie più dirompenti. Ricercatori indipendenti e importanti aziende tecnologiche come Google e ByteDance hanno sviluppato oltre 10 modelli musicali di intelligenza artificiale che consentono agli utenti di generare tracce personalizzate in pochi secondi fornendo semplicemente un suggerimento di testo. **Si prevede che l'IA generativa nel mercato della musica** raggiungerà USD 2660 milioni entro il 2032.

Storie per i film

"The Safe Zone" (La zona sicura) è uscito nel dicembre 2022 ed è stato il primo film scritto e diretto tramite l'IA e creato con ChatGPT di Open AI. L'IA è stata utilizzata in ogni fase del film, dallo sviluppo delle idee per la storia e lo sviluppo della sceneggiatura alla definizione del posizionamento delle telecamere, del casting, dell'illuminazione, delle espressioni facciali e del design dei costumi.

Il film ha dimostrato che l'IA potrebbe accelerare la scrittura e la produzione integrando al tempo stesso gli sforzi umani. Ironicamente, il film, scritto mediante IA, esplora un mondo in cui l'IA detiene il dominio.





Personaggi della storia

I servizi di animazione sono costosi e richiedono molto tempo. Tuttavia, l'IA può accelerare la consegna e consentire la personalizzazione, come animazioni di personaggi con messaggi personalizzati e opzioni in più lingue migliorate con la tecnologia di acquisizione delle immagini in movimento.

La democratizzazione della creazione di contenuti

I contenuti generati dagli utenti possono essere creati rapidamente e facilmente con l'intelligenza artificiale, upscaling delle produzioni di contenuti a risoluzione inferiore a 8K senza riprese originariamente in questo formato. I creatori possono incorporare il video in tempo reale nel file convertire dispositivi o utilizzarlo per la post-produzione da parte degli studi come macchina l'apprendimento riempie il colore mancante e altre informazioni in base all'ambiente circostante analisi dei pixel o confronti fotogramma per fotogramma.



Protezione delle storie

L'IA può rilevare e prevenire la violazione del copyright, un problema aggravato dai social media. **L'identificazione dei contenuti di YouTube** utilizza il machine learning per identificare i contenuti protetti da copyright, consentendo ai titolari dei diritti di rivendicarne la proprietà, generare entrate o rimuoverli. Nel 2022 **"il 99% delle rivendicazioni di copyright** inviate a YouTube è stato identificato dallo strumento Content ID della piattaforma".

L'IA è fondamentale per limitare l'accesso a contenuti inappropriati e proteggere i giovani spettatori. Grazie alle classificazioni per categoria di pubblico, le emittenti possono filtrare tali contenuti affinché non vengano visti da coloro al di fuori dell'età di visualizzazione consentita. È un vantaggio sia per le piattaforme che per gli spettatori, poiché aiuta a proteggere i giovani dalla visione di materiale offensivo.



L'interesse dei consumatori per lo streaming di videogiochi sta crescendo a dismisura tra gli utenti e rappresenta un settore da \$ 9,3 miliardi all'anno.

Creare un gameplay reattivo e adattabile è uno degli obiettivi del settore dei giochi. L'IA sta contribuendo a raggiungere questo obiettivo mediante due categorie: l'IA deterministica, che utilizza alberi decisionali ed è limitata a risultati preprogrammati, e l'IA generativa, che apprende e cambia costantemente e può produrre nuovi contenuti in risposta all'input degli utenti.



L'IA rende possibile la localizzazione di giochi progettati per mercati diversi, incorporando lingue, accenti, valute, immagini e tradizioni, personalizzando ulteriormente l'esperienza. Alcuni strumenti, come Stability AI, creano immagini sorprendenti in pochi minuti o ore, mentre Scenario consente agli sviluppatori di giochi di produrre i loro generatori di immagini in base all'estetica specifica dei loro giochi.



Daniel Muhlrاد

VP del settore
Tecnologia presso
Globant, **podcast
tecnologico senza script**



L'IA non solo sta ottimizzando soluzioni migliori, ad esempio, modelli predittivi e migliori interfacce di conversazione, ma ha anche un impatto diretto sul modo in cui codifichiamo, scriviamo o creiamo software mediante strumenti diversi”.

Come influisce *l'IA sul modo in cui consumiamo le storie?*

L'IA consente di prevedere il comportamento del pubblico e di aggregare, analizzare e anticipare esigenze, preferenze e desideri. Strumenti di IA come capacità di dialogo, riconoscimento visivo, sentiment analysis, approfondimenti sulla personalità e analisi del tono offrono alle aziende un margine competitivo. Ciò consente alle società di media di generare raccomandazioni accurate sui contenuti, aumentare i tassi di coinvolgimento ed espandere la loro base di utenti.

I servizi di streaming utilizzano l'IA per migliorare la qualità dello streaming e fornire raccomandazioni personalizzate sui contenuti.

L'esempio perfetto è Netflix con la sua attenzione alla personalizzazione basata sull'IA mediante il suo sistema di raccomandazioni, che influenza quasi

l'80% dei contenuti guardati

dai suoi abbonati, stimando che i suoi algoritmi risparmino \$ 1 miliardo all'anno tramite la fidelizzazione dei clienti.

Con l'IA le piattaforme possono anche prevedere le richieste degli utenti in base all'ora e alla posizione, consentendo di preposizionare le risorse di contenuti in posizioni server strategiche più vicine agli abbonati e consentendo uno streaming video di alta qualità durante le ore di punta. **Con circa 232,5 milioni di abbonati paganti, Netflix garantisce uno streaming uniforme anche con connessioni Internet più lente utilizzando l'IA per prevedere il numero dei suoi futuri abbonati.**

Usare l'IA per trattare i dati è il percorso

che connette e coinvolge meglio
il pubblico.

In che modo *l'intelligenza artificiale influenza il modo in cui consumiamo le storie?*

L'IA può ridurre i costi di acquisizione dei clienti fino del 50% e migliorare le iniziative di marketing eliminando dati obsoleti o inefficaci.

Tuttavia, tenere il passo è impegnativo poiché la profondità e l'ampiezza dei dati raccolti stanno crescendo e cambiando più velocemente che mai mentre le abitudini dei consumatori sono frammentate e volatili. I dati non strutturati rappresentano oltre **l'80%**, il che può portare alla perdita di preziosi approfondimenti aziendali.



Senn Moses

amministratore
delegato del Media &
Entertainment Studio
presso Globant

” L'IA può facilitare l'acquisizione, la fidelizzazione e la continuità del pubblico abbonato e degli spettatori. Questo è uno degli elementi principali che l'IA può fornire: un modo per monetizzare i dati in arrivo, gestire tali abbonati e ottenerne di più”.

La generazione di conclusioni predittive e prescrittive mediante lo studio di grandi quantità di dati più rapidamente per ottenere approfondimenti e utilizzarne correttamente il valore automatizza il processo soggettivo e intensivo di risorse delle versioni di datazione per i contenuti da commercializzare.



In che modo *l'intelligenza artificiale influenza il modo in cui consumiamo le storie?*

Per l'intrattenimento basato sulla posizione e per promuovere l'innovazione nel campo dell'esperienza del cliente, **l'IA ottimizza la progettazione dei parchi virtuali e analizza le sfide operative per architetti e designer**. Personalizza le esperienze degli ospiti con raccomandazioni e prenotazioni, come **Genie Plus della Disney**. Migliora la sicurezza mediante l'integrazione nei sistemi di divertimento, nel monitoraggio della folla e nella pianificazione della sicurezza alimentare e regola persino i parametri delle attrazioni in base all'abilità fisica.

Inoltre, l'IA può aiutare a sviluppare esperienze personalizzate in materia di attrazioni mediante l'AR/VR, in costante cambiamento e mutamento grazie agli input individuali dei clienti.

Il settore del gaming, ad esempio, trae vantaggio dall'integrazione dell'IA nella progettazione, nei test, nel linguaggio e nella localizzazione dei giochi. **L'IA può migliorare l'esperienza del giocatore analizzando il suo comportamento per ottimizzare la progettazione dei livelli, equilibrare la meccanica di gioco e correggere i bug**. L'elaborazione del linguaggio naturale (NLP) migliora il dialogo dei giochi e crea NPC (**nessun personaggio giocabile**) più intelligenti. Ci si aspetta un impatto significativo dall'IA, in quanto **l'IA generativa globale nella crescita del mercato dei giochi** fa prevedere ricavi incrementali di USD 7105 milioni entro il 2032.

Si prevede che entro il 2025 l'IA promuoverà il 95% dell'esperienza del cliente e che a livello mondiale il 15% delle interazioni del servizio clienti verrà alimentato dall'IA.

Cosa succederà?

Il futuro dell'IA nei media e nell'intrattenimento

L'IA offre possibilità innovative e creative poiché introduce ulteriori opportunità per lo storytelling che prendono forma in nuovi spazi tecnologici, come il metaverso o le auto a guida autonoma, in cui le aziende cercheranno di incorporare esperienze immersive, personalizzate e interattive.



Pablo Peranzola

VP globale del
settore Tecnologia
presso Globant

” Non si tratta più solo di guidare, ma di come mi divertirò? In questo caso, la VR e le esperienze immersive possono essere una soluzione perfetta, offrendo nuove esperienze per gli utenti e generando nuovi flussi di entrate”.

L'IA ottimizza lo storytelling e il consumo delle storie; tuttavia, è semplicemente uno strumento che dipende dalla creatività della mente umana.

Senn Moses, amministratore delegato del Media & Entertainment Studio presso Globant: “La grande idea è una trovata dell'uomo, ma come viene accentuata, presentata, creata o prodotta? Ritengo che questa sia la sfida che l'IA presenta alla persona creativa. Come posso utilizzare al meglio l'IA?”

Come Globant può essere *d'aiuto*

I team di consulenza e tecnologia di Globant offrono una **traiettoria consolidata di implementazione di competenze approfondite che hanno dato impulso ad alcuni dei più grandi marchi di media e intrattenimento del settore.**

GeneXus, Augoor, MagnifAI e Navigate sono le soluzioni IA di Globant che aiutano le aziende a integrare le funzionalità dell'IA per ottenere valore strategico e massimizzare la produttività, le prestazioni, l'agilità del mercato e l'adattabilità della tecnologia.

Il nostro **Metaverse Studio** consente ai clienti di **accedere senza problemi agli spazi digitali**, come con DIRECTV, e in vari mondi online virtuali, rafforzando e ampliando la presenza del loro marchio, le loro offerte e la loro creatività. Il nostro **Sports Reinvention Studio** utilizza l'IA e la ludicizzazione per lo streaming, i luoghi intelligenti e le soluzioni basate sui dati, collaborando con **i più grandi nomi dello sport** e reinventando l'esperienza dei fan.

Le conoscenze di Globant consentono alle aziende di integrare e utilizzare con successo uno spirito basato sull'IA.

Riguardo **Globant**

Siamo un'azienda nativa digitale che aiuta le organizzazioni a reinventarsi e a liberare il proprio potenziale. Siamo il luogo in cui l'innovazione, il design e l'ingegneria si incontrano.

- Abbiamo più di 27.500 dipendenti e siamo presenti in 30 Paesi e 5 continenti, dove lavoriamo per aziende come Google, Electronic Arts e Santander, tra altre.
- Siamo stati nominati Leader mondiale nei servizi di intelligenza artificiale (2023) e Leader mondiale nei servizi di miglioramento della CX (2020) dal rapporto IDC MarketScape.
- Secondo Fortune, siamo tra le 100 aziende a più rapida crescita al mondo nel 2023.
- Siamo stati anche presentati come caso di studio aziendale ad Harvard, MIT e Stanford.
- Siamo membri della The Green Software Foundation (GSF) e del Cybersecurity Tech Accord.

Per ulteriori informazioni, visitate il sito www.globant.com

Dichiarazione di non responsabilità

Il presente rapporto è destinato esclusivamente a scopo informativo, basato su informazioni disponibili di pubblico dominio. Mentre le informazioni fornite sono state ottenute da fonti ritenute essere affidabili, né Globant né alcuno dei suoi affiliati, direttori, né funzionari né agenti ne attestano l'accuratezza o la completezza.

Non viene rilasciata alcuna dichiarazione o garanzia, espressa o implicita, in merito alla completezza, accuratezza, tempestività o idoneità di tutte le informazioni e i dati contenuti all'interno di qualsiasi parte del rapporto. Globant non sarà in nessun caso responsabile per danni o perdite diretti, indiretti, incidentali, speciali, consequenziali o esemplari (inclusi, senza limitazione, perdite di profitto), che possono sorgere o derivare direttamente o indirettamente dall'uso o dall'affidamento fatto sulle informazioni contenute nella presente relazione. Tutte le informazioni contenute nel presente rapporto sono soggette a modifica da parte di Globant senza preavviso. Per stampare o riprodurre in tutto o in parte questo rapporto è necessaria la previa approvazione scritta di Globant. Tutti i contenuti, testi, immagini, dati, informazioni e altri materiali visualizzati, inclusi eventuali marchi commerciali o diritti d'autore di Globant, sono di proprietà di Globant o del proprietario designato e sono protetti dalle leggi applicabili.

Globant 