Inteligencia artificial y avatares, el futuro para capitalizar a las marcas

- *Aplicaciones como Lensa, Snapchat y META están arrasando en redes sociales con el uso de Inteligencia Artificial, y las marcas pueden capitalizar esta tendencia.*
- *Los expertos en marketing deben evolucionar y usar estas herramientas que muestran otro ángulo de la realidad, indicó una experta de another.*

Ciudad de México, 11 de enero de 2022.- La realidad aumentada, filtros para rostro y avatares en [redes sociales](#) son cada día más populares entre las nuevas generaciones, sin embargo, estas tecnologías también pueden beneficiar a las marcas durante las activaciones de sus campañas.

Un ejemplo es [Lensa](#), una aplicación de fotos de inteligencia artificial creada por Prisma Labs que actualmente está inundando las redes sociales, donde los usuarios pueden verse reinventados como princesas, personajes de anime o seres celestiales. Es una app de edición de fotografías, apoyada con algoritmos de IA, procesa y crea imágenes mediante un filtro que cambia la apariencia.

Por otro lado, campañas de películas como *Avatar: El Camino del Agua*, de James Cameron, están utilizando realidad aumentada para atraer a más usuarios a una experiencia inmersiva en redes sociales. A través de [Snapchat](#), que cuenta con una comunidad de 360 millones de usuarios, crearon una prueba de realidad aumentada que convierte los rostros de las personas en un Na'vi desde su celular. La tecnología de la app tiene la capacidad de cambiar la apariencia y transformar la boca, ojos, forma de la cabeza, cabello y piel para que los usuarios puedan verse como un personaje del mundo de Pandora.

Además, uno de los ejemplos más recientes ocurrió este pasado mes de diciembre cuando META lanzó los [avatares personalizados en WhatsApp](#), los cuales son personajes que se pueden individualizar. Estos se pueden enviar y recibir en forma de 'stickers' de un total de 36 modelos que reflejan distintas emociones y acciones.

Un filtro para marcas

Para Mariana Carreón, Strategic Planning Director de [another](#), la agencia global con la oferta más grande de servicios en el mercado latinoamericano, las marcas pueden aprovechar la AI y avatares para acercarse a los consumidores.

another

“Son una herramienta de expresión, el reflejo de una búsqueda por transmitir identidad y encontrar en el espacio virtual un lugar seguro para mostrar una mejor versión de uno mismo. La inteligencia artificial y los avatares son un reflejo fidedigno de las preferencias de las personas, se han convertido en un espejo de acciones y comportamientos que trascienden el mundo físico para instalarse en el universo virtual, de tal forma que las marcas y las empresas que monitoreen estos espacios y comportamientos digitales estarán más cerca de las personas y podrán identificar desde este otro ángulo de la realidad aquello que pueden ofrecer a sus audiencias de manera más relevante y significativa”, dijo.

¿Cómo subirse a esta tendencia?

Carreón señaló que existen varios tipos de estrategias que los expertos pueden implementar para aprovechar esta tecnología:

- El monitoreo de las tendencias que van moldeando la AI y los avatares.
- Crear sistemas propios de AI para rastrear e identificar tendencias.
- Generación de avatares en distintos espacios virtuales para crear una conexión más cercana con sus audiencias.

Agregó que las marcas más tradicionales no corren riesgos al utilizar AI y avatares, al contrario demuestra la capacidad de adaptación de una marca ante un contexto en constante transformación.

Finalmente, la experta aseveró que la IA y los avatares son una manifestación cultural de lo que sucede en el universo virtual y como tal, están en constante transformación. *“Hoy ambos son la puerta de entrada a un mundo mucho más grande y complejo que comienza a formarse y que crecerá exponencialmente, no hay que tenerle miedo, hay que estar presentes, involucrarse y tratar de navegar lo más naturalmente posible, solo de esta forma, aseguraremos un lugar en la vida de las personas en los años por venir”,* indicó.

-o0o-

Acerca de **another**

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, *another* es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. *another* cuenta con servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, *influencer marketing*, *social media*, *branding*, *content & inbound marketing*, creativo y diseño, y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en Belleza, Consumo, Corporativo, Entretenimiento, Lujo, Tecnología, Turismo. *another* forma parte de *Constellation Global Network* y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (San Pablo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados

another

Unidos (Florida), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana, Bolivia, Canadá, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [Linkedin](#).