

¿Cómo las tecnologías emergentes tendrán un impacto en el futuro?

- *Los avances tecnológicos ya están aquí, sin embargo, el uso de estas herramientas emergentes exige ética y profesionalismo en todas las industrias.*

Ciudad de México, 03 de abril de 2024. – Este año será uno de los más emocionantes para los avances tecnológicos e innovadores donde el uso de inteligencia artificial tendrá un especial foco.

De acuerdo con especialistas en tecnologías emergentes, este 2024 habrá varios hitos importantes como elecciones en 78 países, Juegos Olímpicos, misiones espaciales, avances en biotecnología, entre otros eventos que marcarán la agenda del mundo.

Penélope Torres, Client Service Director de [another](#), agencia de comunicación estratégica con la mayor oferta de América Latina, comenta que todas las industrias, mercados e incluso a nivel académico los procesos van a cambiar a tal grado que la humanidad tendrá que adaptarse a nuevas herramientas, donde la ética y profesionalismo serán fundamentales al momento de compartir cualquier tipo de contenidos.

Las tendencias emergentes, como la inteligencia artificial, el metaverso, el blockchain y las criptomonedas, están dando forma a nuestro futuro cercano. La experta destaca especialmente el impacto potencial de la computación cuántica en campos como la exploración espacial y la medicina.

Por su parte, Josafat Vargas, Client Service Director de la célula Consumer Tech de [another](#), subraya que la invasión de la inteligencia artificial es una tendencia transformadora que comenzará a tener un enfoque en democratizar el conocimiento, exigirá a diferentes profesionales que se capaciten en diferentes roles, así como técnicas para aprender a automatizar distintas funciones diarias.

"En las empresas, se preocupan por las implicaciones comerciales, legales y éticas del uso de la inteligencia artificial. Se cuestionan cuánto podemos usarla y cómo hacerlo de forma positiva, evitando que se convierta en algo negativo o se utilice con propósitos poco éticos. Ya se están teniendo conversaciones sobre la necesidad de regular estos temas", comentó Vargas.

Según los especialistas, uno de los temas centrales es la importancia creciente de los datos y el uso de estos en la economía moderna. Se están convirtiendo en el activo más crítico para las empresas, impulsando estrategias basadas en datos que ofrecen resultados más precisos y eficientes. Además, indicaron que conceptos como el internet de las cosas (IoT) y los dispositivos autónomos prometen transformar nuestra vida cotidiana y generar nuevas consideraciones éticas y regulatorias.

Los directivos apuntan que desde el uso de la inteligencia artificial está tocando todas las industrias, un ejemplo se encuentra en las elecciones de los consumidores en el maquillaje personalizado hasta la implementación del *blockchain* en la cadena de suministro.

Las nuevas tecnologías no solo llegaron para transformar las industrias creativas y de marketing, porque los dispositivos portátiles también tienen un papel de monitoreo de la salud y cómo transforman la relación entre pacientes y profesionales médicos, como es el caso de los dispositivos innovadores que permiten recopilar datos de salud en tiempo real y compartirlos con los médicos para diagnósticos más precisos y rápidos.

Otro tema importante es el entretenimiento en la nube y cómo los servicios de *streaming* están cambiando la forma en que consumimos contenido multimedia. Esta tendencia hacia la portabilidad está impactando en la industria del entretenimiento y en cómo las empresas deben adaptarse para satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más móvil.

Los especialistas resaltan la necesidad de una autorregulación y el fomento de prácticas éticas en el desarrollo y uso de la tecnología para evitar posibles crisis y proteger la reputación de las marcas.

“Las audiencias son cada vez más críticas y exigen que los mensajes que están recibiendo tengan credibilidad, aún si se crearon a partir de inteligencia artificial”, dijo Penélope Torres.

La especialista agrega que las estrategias de marketing, de relaciones públicas y de comunicación estratégica tienen que integrar estas nuevas tecnologías en el desarrollo de tácticos, contenidos y hasta en los canales de difusión.

###