

Las nuevas generaciones y las tecnologías disruptivas están redefiniendo el uso del entretenimiento actual y futuro

El informe "Rethink Entertainment: entertainment everywhere" de The Valley analiza el concepto de entretenimiento ubicuo y las tendencias más relevantes relacionadas con el uso del entretenimiento, tanto en la propia industria como en otros sectores

El documento revela las 5 tendencias: inteligencia artificial, diseño centrado en el fan, gaming transmedia, espacios phygital y bienestar como entretenimiento.

La inteligencia artificial generativa y la realidad aumentada y virtual están transformando el sector de la creación de contenido y del entretenimiento, así como las experiencias ofrecidas al público general.

El aumento de la importancia de los videojuegos está cambiando la forma en que las marcas conectan con la audiencia en todos los sectores.

Se está unificando el cuidado de la salud y el bienestar con el entretenimiento, a través de experiencias gamificadas e inmersivas.

El auge actual de las tecnologías disruptivas, como la inteligencia artificial (IA) o las realidades mixtas (XR), junto con la influencia de las nuevas generaciones, sus hábitos y motivaciones, están revolucionando el sector del entretenimiento. A esto se suma, un cambio en la mentalidad de la sociedad, marcado por una mayor conciencia de las personas de la importancia de cuidar su salud y el deseo de vivir experiencias, lo que está impulsando nuevas y disruptivas formas de entretenimiento.

Y es que, en los últimos años, se ha observado un cambio tanto en el propio sector, como en la forma en la que se utiliza el entretenimiento como palanca para llegar a nuevas audiencias en otros sectores que lo emplean en sus productos, servicios o campañas de marketing. En este sentido, el concepto de entretenimiento ubicuo surge como definición del escenario actual: un entretenimiento que puede estar disponible en cualquier momento y lugar gracias a los avances tecnológicos.

Esta son algunas de las conclusiones del informe "Rethink Entertainment: entertainment everywhere", presentado esta mañana por Juan Luis Moreno, socio y director de Innovación de The Valley. En el documento se ha analizado el impacto de las innovaciones tecnológicas y el cambio de mentalidad de la sociedad en la concepción y el desarrollo del entretenimiento actual.

A través de este informe, los expertos muestran las cinco tendencias más relevantes que están redefiniendo el entretenimiento, tanto en la propia industria como en otros sectores:

La inteligencia artificial ha creado una nueva forma de entretenimiento. Con el desarrollo de la inteligencia artificial generativa, han surgido nuevas posibilidades que están transformando la industria del entretenimiento y de la generación de contenido. A través de la creación de sonidos, voces, audios, vídeos e imágenes, esta tecnología está impactando en la forma de trabajar de diversas industrias, como la del cine y las plataformas streaming, la música, la creación de contenido, los videojuegos, el deporte y el gran consumo. Y es que, actualmente, a través de una aplicación o programa de IA, se puede generar contenido de alta calidad en muy poco tiempo, permitiendo, además, analizar sus resultados para hacer mejoras y tomar decisiones más eficientes. De hecho, según Fan Token Rank, más del 40% de la generación Z cree que, en 20 años, la música, las películas y el arte creados por la IA sustituirán a los contenidos creados por el ser humano. Esta nueva realidad, por tanto, plantea diversos retos en materia de plagio de identidades, derechos de autor, eliminación de puestos de trabajo o falta de competencias y habilidades necesarias para su uso, que deben ser abordados para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece esta tecnología emergente.

Auge de los productos y servicios con un diseño centrado en el fan. Como consecuencia del "fenómeno fan" o "fandom", cada vez más empresas, especialmente aquellas dedicadas al entretenimiento, intentan crear nuevos productos y servicios poniendo al usuario en el centro. En este sentido, la realidad aumentada y la realidad virtual permiten involucrar a los fans a través de experiencias inmersivas, independientemente de dónde se encuentren, lo que maximiza el número de puntos de contacto que la audiencia tiene con la marca. Industrias como el marketing deportivo ya lo están aplicando para acercarse a su público objetivo y, de hecho, el 73% de los profesionales de este sector están convencidos de que la clave para conseguir el compromiso de los aficionados en el futuro reside en el marketing experiencial. Con estas tecnologías, se puede diseñar espacios que simulan con precisión el aspecto, el ambiente y la atmósfera de cualquier sector, aportando un nivel de engagement al hacer que los usuarios se sientan parte de la experiencia. Asimismo, otras industrias, como la de la música, las redes sociales, el metaverso o los chatbots, consideran estas tecnologías clave para la personalización de los productos y servicios ofrecidos.

El gaming se expande a todos los sectores. En los últimos años, las nuevas generaciones han propiciado el auge de la importancia e influencia del sector de los videojuegos y de los e-sport. De hecho, se prevé que los ingresos mundiales por videojuegos aumenten en 136.800 millones de dólares de forma continuada entre 2023 y 2027, tal y como se recoge en el informe Rethink Entertainment. Esto ha propiciado que aumenten considerablemente las oportunidades para que distintas industrias conecten con la audiencia de diversas formas a través de videojuegos. Sectores como el cine y las plataformas streaming ya están desarrollando juegos basados en películas y series. Las redes sociales, por su parte, también están incluyendo el gaming para atraer nuevos usuarios y mejorar sus experiencias. Además, están apareciendo nuevos proyectos transmedia que utilizan diversas plataformas y canales para hacerlos más accesibles y atractivos a largo plazo.

Unión del mundo físico y virtual para mejorar las experiencias de los usuarios. Tras la pandemia de COVID-19, aumentó la tendencia por utilizar experiencias phygital, es decir, espacios inmersivos que conectan lo digital con el mundo físico. Su aplicación para ofrecer servicios de una forma innovadora y sorprendente es cada vez mayor, utilizándose en hoteles, museos, restaurantes, salas de juegos recreativos o parques temáticos, entre otros. Asimismo, se ha observado cómo las experiencias inmersivas están redefiniendo el futuro del espectáculo en directo, ya que los consumidores cada vez buscan más trasfondo y más participación.

Bienestar y entretenimiento de la mano. El aumento de la preocupación por el cuidado de la salud, ha favorecido que sectores como el del entretenimiento estén creando productos y servicios orientados al bienestar. Empresas dedicadas a ámbitos que no están relacionados con la salud, como el deporte, los cómics o la música, a través de diversos canales, están creando contenidos y plataformas para ayudar a los usuarios a mantenerse en forma de manera amena y divertida. Además, también se están utilizando el gaming y el metaverso para aumentar la participación y favorecer el mantenimiento de un estilo de vida saludable a largo plazo. Por otro lado, el sector sanitario ya aplica las tecnologías del

entretenimiento para ayudar a los pacientes a superar la ansiedad y el miedo durante algunas pruebas médicas.

La tecnología como vector de cambio en el sector del entretenimiento

Además, durante la jornada Rethink ha tenido lugar la ponencia "La tecnología como vector de cambio en el sector del entretenimiento", en la que Manuel Gimeno, Head of Parametric Engineering de SACO, ha explicado cómo, actualmente, se está viviendo un cambio de paradigma en el que el entretenimiento en todas partes.

Asimismo, también ha destacado la aplicación de la tecnología y el entretenimiento en sectores en los que habitualmente no se utiliza para mejorar la experiencia y generar engagement en el espectador, como es el caso de la arquitectura. "Las Vegas Sphere es un claro ejemplo de cómo la utilización de tecnología, con el foco en el entretenimiento, ha marcado un antes y un después en el mundo del espectáculo, creando experiencias únicas. Este nuevo recinto para eventos y conciertos cuenta con la pantalla led exterior más grande del mundo y su interior ha sido diseñado con la mayor pantalla inmersiva que existe actualmente. Ya no se trata solo de ir a ver un concierto, sino que vas a vivir una experiencia completa de la que formas parte", señala Gimeno.

Datos de contacto:

Cristina
Comunicación
609601048

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Ocio](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Consumo](#) [Innovación Tecnológica](#) [Gaming](#) [Digital](#) [Actualidad Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>