

# CGI influencers

**Creados con inteligencia artificial, llevan más allá la publicidad**

Instagram suele ser la red social que más los alberga y la mejor puerta para este universo de marketing.



**Tienen todo lo necesario para crear una conexión única con la audiencia, fidelizarla y comprometerla.**

**H**ace poco más de un año la Inteligencia Artificial fue tendencia en el mundo, sus múltiples usos, la casi nula necesidad de ser expertos en la materia y el poder generar textos hasta obras de arte con un software o una aplicación, detonó un *boom* internacional.

Esto abrió más nichos de mercado y permitió a las compañías crear nuevas ideas para publicitar sus productos, entre ellas el producir personas, las cuales son diseñadas y nutridas con algoritmos a través de la inteligencia artificial. Al ser un marketing cien por ciento focalizado, cada personaje se configura acorde con los requerimientos de la marca y cumple objetivos muy específicos.

## Los nuevos influencers

Los influencers virtuales, también conocidos como CGI influencers -Computer Generated Imagery influencer- poseen una perfecta apariencia, agradable voz y atractiva personalidad, por lo que son convincentes y provocan simpatía en los usuarios.

Además, han demostrado tener grandes ventajas para las marcas: no están limitados a tiempos, espacios, tendencias ni estilos; no cometen errores; su personalidad, creencias políticas o sociales se adaptan perfecto al mercado meta.

Aunque lo anterior ha planteado algunas dudas éticas, desafíos legales y observaciones sobre lo perjudicial que puede llegar a ser para los influencers humanos, los niños y jóvenes, la innovadora oportunidad es redituable.



### Hatsune Miku

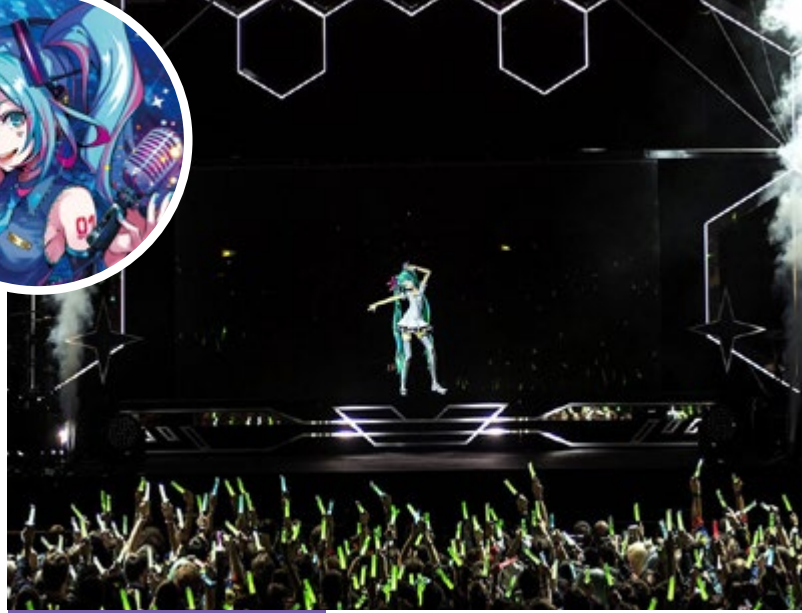
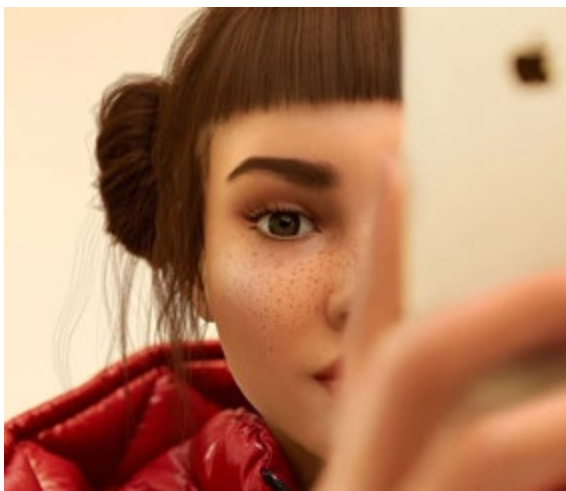
Algunos analistas consideran que la primera CGI influencer es Hatsune Miku. El personaje fue diseñado por el artista de manga Kei Garō, usa la voz de Saki Fujita y se originó en 2007 para demostrar los beneficios de Vocaloid, un banco de voz de la corporación Yamaha. El programa se volvió popular debido a que los usuarios introducían sus creaciones musicales y Hatsune las interpretaba.

Posteriormente, los videos del personaje cantando se publicaron en internet y enamoró a los japoneses. La idol virtual dio un concierto, a través de un holograma, en agosto de 2009 y con motivo del segundo aniversario de Vocaloid, también es lanzó un videojuego de Hatsune Miku para la consola de PlayStation.

En 2013, Miku abrió el concierto de Lady Gaga, *Artrave: The Artpop Ball Tour*, y Marc Jacobs, miembro de Louis Vuitton, diseñó sus trajes de gira.

### Miquela Sousa

Mejor conocida como Lil Miquela, la CGI influencer modela, habla, camina, canta, hace videos y convive con humanos. Nació en 2016 como un proyecto de Trevor McFedries y Sara DeCou, miembros de la compañía Brud; que en ese entonces era una startup con enfoque de robótica aplicada al marketing.



Miquela fue presentada en Instagram como una persona cualquiera: con una cuenta. Tras meses de levantar dudas sobre si era real o ficticia, sus creadores revelaron la verdad. Por el momento, **más de 2.6 millones la siguen en esa red social** y ha participado en eventos tan importantes como el Coachella 2019, donde entrevistó a varios artistas.

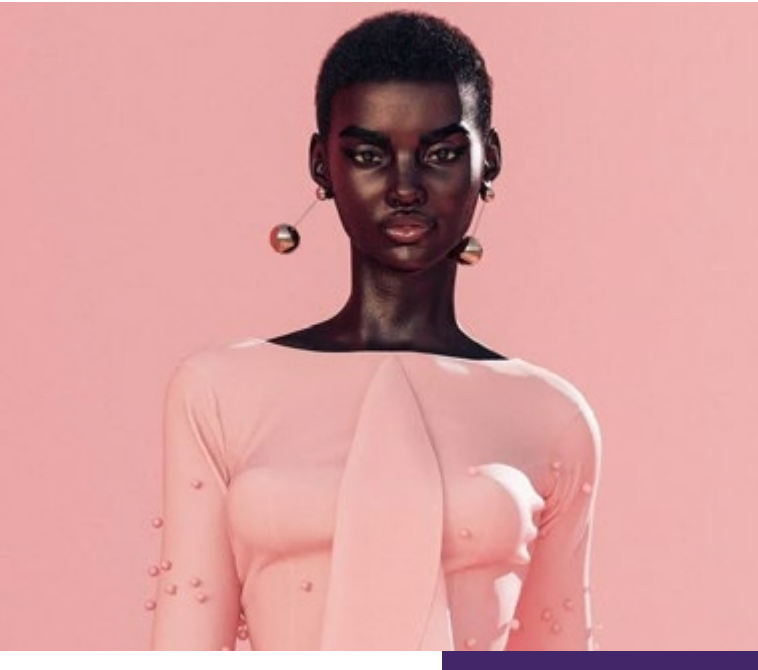
También tiene canciones en Spotify, videos musicales en YouTube, con contratos con **Calvin Klein, Balenciaga, Prada, Chanel, Adidas, Supreme, Samsung Galaxy**, entre otras significativas marcas. Incluso, en 2018 figuró en la lista *25 Most Influential People on the Internet* de la revista Times.





### Shudu Gram

Es la primera supermodelo digital y CGI influencer más hiperrealistas de la industria. Creada en 2017 por el fotógrafo Cameron-James Wilson como una figura de su investigación sobre 3D, Shudu fue la imagen de la firma Balmain en 2018 y ha promocionado los productos de Rabanne, Fenty Beauty y Tiffany & Co. Hasta el momento, cuenta con más de 241 mil seguidores en Instagram.



### Aitana López

Podría decirse que es la CGI influencer más nueva del mercado. Generada en 2023 por The Clueless Company, la modelo fue una solución ante las influencers que incumplían los contratos. “Lo hicimos para poder tener una mejor vida y no depender de otras personas que tienen egos, manías o que simplemente quieren ganar mucho dinero posando”, comentó Rubén Cruz en una entrevista para Entrepreneur.

De acuerdo con Cruz, fundador de la agencia de modelos, las mujeres reales solían ser impredecibles, costando mucho dinero a la empresa y, aunque aún no ha colaborado con grandes marcas, **Aitana gana en la actualidad hasta 10,000 dólares al mes con sus publicaciones en Instagram**, donde la siguen más de 263 mil personas.



### Knox Frost

Aunque no se ve tan real otros, Knox es popular entre los adolescentes. Su objetivo es promocionar la salud y el bienestar, tanto físico como emocional. Durante la pandemia por Covid-19, **fungió un importante papel como un aliado de la Organización Mundial de la Salud**; Frost promocionó entre los jóvenes los cuidados para prevenir la enfermedad.



Hoy en día existen catálogos de CGI influencers, listos para ser contratados, nutridos por los algoritmos y adaptables a las necesidades de las compañías y los internautas, porque su única meta es desencadenar *engagement*. **PRÔ**

