



Festival Internacional
Universitario de Creatividad
e Innovación Social

PRESENTACIÓN DEL BRIEF

A través de
ZOOM
Y UDD TV



**BIENVENIDOS
WELCOME
BEM-VINDOS
WELKOM**



Universidad del Desarrollo



EL FUTURO NO SE ESPERA, SE DISEÑA

The future is not awaited; IT IS DESIGNED.

Único **Festival de Creatividad Social** interuniversitario que propone soluciones a problemáticas sociales y planetarias a través de IDEAS QUE APORTAN.

*The only inter-university **Social Creativity Festival** that proposes solutions to social and global issues through CONTRIBUTING IDEAS.*



Universidad del Desarrollo



OBJETIVOS/GOALS

- **Alentar el cambio, desde empatía de todos los seres que habitamos este planeta.**
Encourage change, from a place of empathy for all beings who inhabit this planet.
- **Compartir una mirada social y de conciencia ambiental.**
Share a social perspective and environmental awareness.
- **Despertar mentes, corazones e impactar en los estudiantes y futuros profesionales de las comunicaciones y del marketing.**
Awaken minds and hearts, and inspire students and future communication and marketing professionals.



Directorio / *Directory*



Universidad del Desarrollo



Universidad
Espíritu Santo

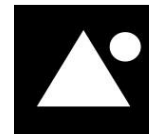


Universidad
Villanueva

Expertos / *Experts*



Patrocinadores / *Sponsors*



CÁMARA DE
EMPRESAS
CREATIVAS



ASOCIACIÓN
AGENCIAS
DE MEDIOS



**ARGENTINA, BÉLGICA, BRASIL,
CHILE, ECUADOR,
EL SALVADOR, ESPAÑA Y USA**



INVITA
UDD
Universidad del Desarrollo



+2.700

**Alumnos han participado en Ideas
que aportan al planeta.**

*Students have participated in ideas that
contribute to the planet.*

+34.200

**Horas de trabajo
(dedicadas por los alumnos)**

*Hours of work
(dedicated by the students)*

+780

**Ideas y propuestas a
problemáticas sociales**

*Ideas and proposals for social
challenges*

+20

Universidades convocadas cada año

Universities invited each year

+33

**Causas o Problemáticas
abordadas**

Causes or Issues Addressed



Festival Internacional Universitario
de Creatividad e Innovación Social

*International University Festival
of Creativity and Social Innovation*

CAUSAS 2026

2026 ISSUES

VOLVER A LO HUMANO, volver a nosotros

RETURNING TO THE HUMAN, returning to ourselves.



3 PROBLEMÁTICAS / 3 ISSUES

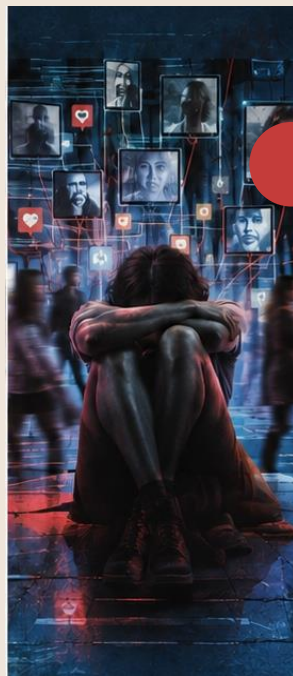


INTELIGENCIA ESPIRITUAL

¿Qué nos hace humanos en un mundo de máquinas?

SPIRITUAL INTELLIGENCE

What makes us human in a world of machines?



SOLEDAD

¿Por qué estamos solos si estamos tan conectados?

LONELINESS

Why are we alone if we are so connected?



ATROFIA COGNITIVA

¿Es la IA el nuevo muro que divide a la humanidad?

COGNITIVE ATROPHY

Is AI the new wall dividing humanity?



INTELIGENCIA ESPIRITUAL

¿Qué nos hace humanos en un mundo de máquinas?

SPIRITUAL INTELLIGENCE

What makes us human in a world of machines?

40 hz

La Inteligencia Espiritual depende del pensamiento sincrónico o unificador, el que es posible gracias a que grandes grupos de neuronas en distintas partes del cerebro se **activan al unísono con una frecuencia exacta de 40 Hz**. Es, literalmente, el motor biológico que "une" nuestra percepción del mundo en un todo con sentido. En el ruido, esto no ocurre.

Spiritual intelligence relies on synchronous or unifying thought, which is made possible by large groups of neurons in different parts of the brain firing in unison at a precise frequency of 40 Hz. It is, quite literally, the biological engine that "binds" our perception of the world into a meaningful whole. Amidst noise, this does not occur.

casi 70%

De la generación Z en EEUU y Europa reportan niveles elevados de aislamiento por **falta de inteligencia relacional /espiritual**

Members of Generation Z in the US and Europe report high levels of isolation due to a lack of relational or spiritual intelligence.



INTELIGENCIA ESPIRITUAL

¿Qué nos hace humanos en un mundo de máquinas?

SPIRITUAL INTELLIGENCE

What makes us human in a world of machines?

60%

de estudiantes estadounidenses y 25% europeos experimenta un **vacío existencial** por la falta de propósito y contexto espiritual en la vida cotidiana

of American students and 25% of European students experience an existential void due to a lack of purpose and spiritual context in daily life.

16-25 años

Declara incapacidad de situar el sufrimiento dentro de un marco de significado más amplio, lo que se vincula a **altas tasas de intento de suicidio juvenil en entornos urbanos** (22% mujeres y 16% de los varones)

It indicates an inability to place suffering within a broader framework of meaning, a factor linked to high rates of attempted suicide among youth in urban settings (22% of females and 16% of males).



SOLEDAD

¿Por qué estamos solos si estamos tan conectados?

LONELINESS

Why are we alone if we are so connected?

Hasta **60%**

es la tasa de coocurrencia entre depresión y soledad, duplicando el riesgo (2x) de desarrollar depresión frente a quienes mantienen conexión social.

It is the rate of co-occurrence between depression and loneliness, doubling the risk (2x) of developing depression compared to those who maintain social connections.

23,6%

de los universitarios sufre soledad, elevándose al 66% en los estudiantes de primer año.

of university students experience loneliness, rising to 66% among first-year students.



871.000

Muertes al año provoca la soledad, lo que es equivalente a fumar 15 cigarrillos al día.

A nivel mundial, 1 de cada 6 personas se ha sentido sola.

Loneliness causes deaths annually equivalent to smoking 15 cigarettes a day. Globally, one in six people has felt lonely.

La soledad afecta

40% **LGTBI**

31% a mujeres

31% to women

20% a hombres

20% to men

La soledad en la universidad: la crisis silenciosa de la que nadie te advierte" y "soledad whocsc-plainlanguage-en_comp.pdf".

Soledad whocsc-plainlanguage-en_comp.pdf" y "Reporte de los temas investigados v.2.docx".

"Soledad y depresión: cómo se alimentan mutuamente" y "soledad whocsc-plainlanguage-en_comp.pdf".

Lanza Caminero, C. (2025) La soledad no deseada como factor de riesgo de problemas de salud mental en la adolescencia y adultez temprana: prevención, detección precoz y abordaje enfermero. Trabajo de fin de grado. Universidad de Cantabria.



ATROFIA COGNITIVA

¿Es la IA el nuevo muro que divide a la humanidad?

COGNITIVE ATROPHY

Is AI the new wall dividing humanity?

60%

Acelera las tareas operativas, aunque **disminuye severamente la capacidad analítica autónoma**: "rendición cognitiva"

It accelerates operational tasks, though it severely diminishes autonomous analytical capacity: "cognitive surrender."

efecto

Falsa maestría

Aunque el uso de IA mejora los resultados y entregables inmediatos, los estudiantes presentan **mermas severas en su comprensión** conceptual y menor capacidad para revisar o depurar textos de forma autónoma cuando no disponen de la IA.

Although the use of AI improves immediate results and deliverables, students experience significant deficits in conceptual understanding and a reduced ability to review or refine texts independently when AI is unavailable.



↓ materia gris

La sobreestimulación sensorial crónica producida por las pantallas y los algoritmos de dopamina altera la estructura del cerebro, provocando el **adelgazamiento de la corteza cerebral**.

Chronic sensory overstimulation caused by screens and dopamine-driven algorithms alters brain structure, leading to thinning of the cerebral cortex

58%

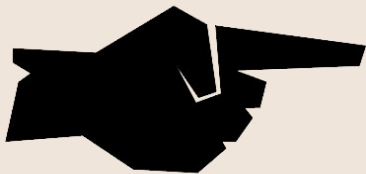
En un segmento alejado de la tecnología como los adultos mayores, el proceso de adquirirla, **reduce el riesgo** de desarrollar deterioro cognitivo.

For a demographic far removed from technology, such as older adults, the process of acquiring it reduces the risk of developing cognitive decline.

Shen, T. & Tamkin, A. (2024). The paradox of efficiency: Code generation models and the reduction of conceptual understanding. *Applied Cognitive Neuroscience Journal*, 12(3), 145–158.

Wang, J., Zhao, H. & Luan, Y. (2022). Digital dementia in the internet generation: Excessive screen time and its impact on the microstructures of gray and white matter. *Journal of Integrative Neuroscience*, 21(1), 28. [Doi.org](#)

Benge, J.F., & Scullin, M. K. (2025)



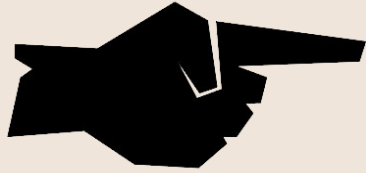
ALGUNAS CONSIDERACIONES / SOME CONSIDERATIONS

El trabajo se realizará en **Grupos de 2 a 4 personas.** / *The work will be carried in groups of 2 to 4 people.*

Los grupos pueden inscribir **más de una problemática.** / *Groups may register more than one issue.*

Las inscripciones se realizarán a través de una **plataforma online** detallada en las bases. /
Registrations will be made through an online platform.

Bases y tutoriales serán enviadas a sus universidades y en la web lapieza.udd.cl. / *Rules and tutorials sent to your universities and on the platform.*



FORMATO DE ENTREGA / DELIVERY FORMAT

Para participar, los grupos deberán subir un video tipo caso auto-explicativo donde se defina el enfoque del problema y la solución propuesta con las siguientes especificaciones:

To participate, groups must upload a self-explanatory video defining the problem and the proposed solution with the following specifications:

Duración: Máximo 2 minutos / *Maximun 2 minutes.*

Formato: .MP4 (Códex de video H.264) / *.MP4 (Video codex H.264)*

Calidad: Buena (hasta 50 mb) / *Quality: Good (up to 50 MB)*

Tamaño: 1920 x 1080, h264 / *Size: 1920 x 1080, h264*

Idioma del audio original del país de procedencia con subtítulos en inglés. /

Original audio in the language of the country on origin whith english subtitles.



FECHAS 2026



23

septiembre

Entrega Brief

21

octubre

Cierre Recepción
Piezas

22

octubre

Proceso de Jura shortlist
Metales y Grand Prix

06

noviembre

Premiación
Award ceremony

16

noviembre

JURADOS 2026



PRESIDENTE

Tony Sarroca
Partner Chief Creative Officer - Simple
CHILE



Gema Berrios
Gerenta General AAM
Asociación Agencias de Medios
CHILE



Darwin Borja Salguero
Periodista
Editorial Vistazo
ECUADOR



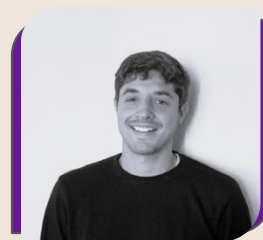
Carolina Cuneo
Fundadora Kalimera
Consultora
CHILE



Ignacio del Solar
Director Ejecutivo
Puerto
CHILE



Maribel Mainero
Directora Creativa
CHILE



Sebastián Jiménez
Director de Programas
Cámara de Empresas Creativas
CHILE

JURADOS 2026



Clara Marchán

Universidad Internacional de la Rioja
Universidad del Atlántico Medio
ESPAÑA



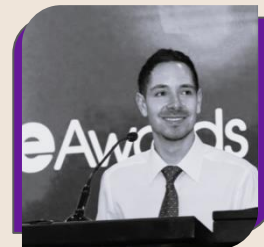
Plínio Okamoto

AI Creative Generalist
at New Humans
BRASIL



John Paulo Ordoñez

Director Noticias
Teleamazonas
ECUADOR



Pablo Oyarzún

Director de Programas
Grupo Valora
CHILE



José Miguel Sauvalle

CEO
Sauvalle Producciones
CHILE



José Ignacio Solari

Director General Creativo
Puerto
CHILE



José Miguel Ventura

Socio
La Vulca
CHILE



Carolina Zavala

Directora Creativa
Pueblo The Agency
CHILE



Festival Internacional
Universitario de Creatividad
e Innovación Social

PRESENTACIÓN DEL BRIEF

A través de
ZOOM
Y UDD TV



Universidad del Desarrollo