videon
SUSCRÍBETE GRATIS a nuestro newsletter

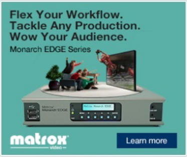
Tus **soluciones audiovisuales** para contenidos de **alto impacto.** ESTRUCTURE

AJA VIDEO SYSTEMS Nuevas Herramientas de Próxima Generación Novedades

Conecta Digital debate las tecnologías disruptivas con grandes posibilidades en la producción

La primera jornada de Conecta Digital, que tiene lugar en Madrid los días 5 y 6 de noviembre, ha aportado un portfolio de soluciones, oportunidades y enfoques que ayudarán a definir el presente y futuro de la producción y postproducción.

Tras una **interesante apertura protagonizada por Radar Tecnológico**, **Conecta Digital** ha profundizado en las tecnologías disruptivas para la producción audiovisual con la presentación *Innovación: nuevas fronteras en la creación audiovisual*, en la que **cuatro empresas** han presentado proyectos con grandes posibilidades de aplicación en todo tipo de producciones audiovisuales. **Edgar Sanjuán**, fundador y CEO de **Emogg**, ha mostrado su solución para medir la experiencia del público en directo en base a indicadores emocionales. Compatible con cualquier solución de captación, como las cámaras **PTZ** dispuestas en el escenario de Conecta Digital, el sistema permite leer y recoger datos en directo



Flex Your Workflow. Tackle Any Production. Wow Your Audience. Monarch EDGE Series matrox video Learn more

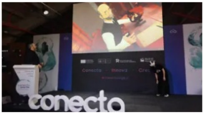
RIEDEL I'M AN ARTIST

Blackmagicdesign Blackmagic Studio Camera Cámara compacta integral con sistema de comunicación, luz piloto y control remoto. Desde $1345

para medir la **experiencia emocional de la audiencia**. Productoras como **Gestmusic** o **Caracol** ya la han puesto a prueba en distintos pilotos que anticipan diferentes oportunidades para la creación de formatos de participación de audiencias o para la evaluación de sus futuros programas.

Diego Rodríguez (fundador y CEO) y **Miguel Luengo** (manager) han introducido **Digital Welcome Pack** (Spain), una solución gestionada vía web con potentes herramientas de seguridad cuyo **objetivo** es simplificar y **facilitar el acceso** a técnicos del ámbito audiovisual a "toda la **información del proyecto**". "Es una aplicación móvil que permite subir todo tipo de información y tenerla actualizada y personalizada para cada técnico", explica Luengo de esta herramienta estructurada en base a proyectos, localizaciones y diferentes artículos que viene a sustituir a los clásicos PDF de producción.

Por su parte, **Raúl Maqueda**, director de fotogrametría de **Peris Digital**, ha desvelado sus avances para conseguir realizar **copias digitales** para producciones de alcance mundial. Con estos sistemas, las productoras pueden disponer de "dobles y extras digitales" que podrán ser aprovechados en fase de postproducción audiovisuales, pero también en proyectos de videojuegos. De hecho, la compañía ha desvelado que se encuentra trabajando en un proyecto con más de 200 millones de dólares de presupuesto. Actualmente, su sistema de captura principal, ubicado en Algete (Madrid) se compone de 144 cámaras **Alfa**-7C de **Sony** equipadas con distintos objetivos, si bien la compañía dispone de un kit portátil desplazable a rodajes.



El universo de la producción virtual ha subido al estrado de la mano de **Iralta** en su más amplia expresión: captura en volúmenes LED, chroma, realidad extendida captura de movimiento, captura facial, fotogrametría, programación para integración de interactividad... "Es más que una herramienta, es una redefinición de los procesos de producción (...) Ahora podemos crear experiencias que combinan a la perfección la realidad física y la virtual", ha trasladado **Ángel Urbina**, socio fundador. Como muestra, algunos de sus proyectos más relevantes: *Mapi* (RTVE), cuyos sistemas de producción virtual y motores de renderizado en tiempo real permitieron crear de forma instantánea más de 5.400 horas de contenido de AR; *Camino de Santiago*, una producción de vídeo 360º para gafas de realidad virtual; la creación de escenarios virtuales sobre una pared verde para un concurso de producción propia, o una futura experiencia de realidad virtual llamada Skyjet VR que permitirá al usuario

¿Rodar
en España?

CONNECTION RESTORED
Fira de Barcelona | Gran Vía
4 - 7 Feb 2025
REGISTER >
integrated systems europe

AEQ
LO QUE QUEDA DE AÑO, BENEFÍCIATE

Moncada
Vinten
Versine 360
Designed for Live – Designed for Life
Nueva cabeza fluida para Live Broadcast
MÁS INFORMACIÓN

audio-technica

SENNHEISER
Spectera
Fiabilidad revolucionaria

Videoteca
ISE en 60 segundos

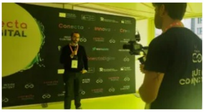
sobrevolar los paisajes de la península ibérica.

this leads
Where is the job go
can or should be automated
A good thing is that practically
what your vision is.
Well, we talked about it the oth
handling of tools of any artifici
more

El impacto técnico y ético de la IA en producción

Banijay Iberia, **LaLiga Studios** y **Telefónica Tech Brand Stories** han protagonizado una interesante conversación moderada por Kike Lozano (**GECA**) en la que se ha compartido las diferentes aplicaciones de la IA en cada empresa. Hay una conclusión clara: ya forma parte de **toda la cadena de producción** y se torna cada vez más en una herramienta imprescindible para cada proceso.

Felipe Jiménez, director de estrategia digital de **Banijay**, ha remarcado cómo la IA está "ahorrando jornadas laborales o tiempos de uso" a nivel global para optimizar procesos: "Cambiar de escaleta a guion, un proceso que no aporta valor, de repente se hace en segundos", ha comentado. Sucede de forma similar en **Telefónica**, tal y como cuenta el responsable de TBS **Ignacio Fernández**: "Aplica en toda la empresa: no solo en la producción, sino también en la gestión. Se ha aplicado con respecto, por su entorno regulatorio y su evolución". **Chalo Bonifacino**, CEO de **LaLiga Studios**, añade: "Cuando creas algo que no existe, la mejor manera de mostrarlo es con una imagen. Usando la IA hemos podido presentar proyectos, programas de televisión o documentales. Con muy poco texto, se puede vender una idea".



Alineados en **pensamiento, estrategias y enfoques, todos** los agentes de la mesa redonda han compartido impresiones: la IA llega para ahorrar procesos que no aportaban valor a profesionales; debe ser usada a favor de los profesionales con un enfoque humano, y favorecerá la creación de puestos de trabajo diferentes, si bien algunos se extinguirán como "evolución natural" del mercado, en palabras de Fernández. Sin embargo, **no está exenta de problemáticas**, sobre todo en lo relativo a su regulación, autoría y ética: "Es un tema muy delicado. Tenemos nuestras listas de herramientas que vamos testando, y recomendamos utilizar modelos que han sido entrenados de forma ética", expresa Jiménez, aún consciente de las "líneas difusas" que implica. "Si no interviene un ser humano, no hay derechos; si lo hace una máquina, no hay derechos", opina Fernández, favorable a la "autorregulación" por parte del sector en base a unos criterios colectivos.

Lozano, profundizando en la **ética** que rodea a la aplicación de la **IA** en los procesos de producción planteó a los ponentes el rol del consumidor frente a los contenidos creados con este tipo de técnicas. ¿Se les debe avisar del proceso? En procesos de algoritmos y preferencias, ¿deben ser conscientes de la forma en la que son recomendados? Bonifacino lo considera un **debate a futuro**, mientras que Jiménez apuesta por la regulación, poniendo por ejemplo la desinformación que podría surgir en torno a tragedias como las inundaciones de Valencia con imágenes generadas por IA. Ante ello,

ISE 2025 - ISE in 60 S...

Estado de la producción virtual | Unreal Fest 2024

State of Virtual Prod...
Unreal Fest Seattle 202
State of Vir
Production 2024

Suscripción gratuita por RSS
Directamente en tu lector de feed
Recomendar web a un amigo
Suscríbete al newsletter gratuito

Lo más leído de los últimos 30 días

1. La tecnología de los JJ. OO. París 2024, con Isidoro Moreno (OBS)
2. Sony añade a su portfolio dos camcorders 4K con autoenfoque basado en IA, seguimiento y encuadre automático
3. Murcia construirá una ciudad del cine con Stage Fifty y Universal
4. ¿1080p50 HDR o 4K? ¡Derrochemos cuando podamos!
5. La televisión lineal ante una multitud de feroces competidores
6. ECAM y ESCAC, entre las mejores escuelas de cine del mundo
7. Twin Pines: la factoría de VFX, en la nueva etapa de la ficción
8. DaVinci Resolve Studio 19 brinda un centenar de actualizaciones
9. IBC 2024 pondrá el foco en la aplicación de la Inteligencia Artificial
10. Broadcast cinematográfico: industria (y tecnología) preparada

Última hora con Europa Press

1. Solo el 1% de las estudiantes de ESO se plantea estudiar TIC por falta de referentes femeninos y orientación académica
2. Fujitsu lanza su servicio de agentes de IA con capacidad para colaborar y hacer tareas de alto nivel de forma autónoma
3. Meta facilita los modelos Llama a las agencias gubernamentales en EEUU para usarlos en la seguridad nacional
4. Xbox ya permite probar su agente de asistencia virtual impulsado por IA para resolver consultas de soporte
5. Google Watch 3 amplía su panel y la capacidad de su batería más de 24 horas, aunque su autonomía siendo insuficiente
6. Las mejores herramientas de software de marketing para WhatsApp de 2024, según expertos
7. El dron bueno, bonito y barato ya está aquí: así es el DJI Neo
8. Cómo editar un PDF online sin instalar programas
9. Así puedes pasar tus listas de reproducción de Apple Music a YouTube Music, y viceversa
10. Así funciona Aiper Surfer S1, el robot que limpia la superficie de la piscina con energía solar

Fernández considera que existen "líneas" y es "nuestra responsabilidad definir cómo aportar valor".

Volcándose brevemente en el terreno del contenido y en su futuro estratégico más cercano, LaLiga Studios ha abogado por la adaptación, reconociendo su objetivo de **acercar sus retransmisiones al mundo de los videojuegos** al ser consciente de que las nuevas generaciones, en muchas ocasiones, no ven los partidos al completo. Por parte de Telefónica, Fernández fija el reto no en la creación de contenidos, sino en la **comunicación, motivación, notoriedad e impacto** necesario para conseguir que el público final consuma el contenido: "Las campañas se han complicado muchísimo, y los propios operadores preguntan por el impacto que puede tener una obra, no por la calidad: eso lo dan por hecho". Finalmente, **Felipe Jiménez** de Banijay anticipa una **participación** de los creadores de contenidos en la **generación de ficción** gracias a las nuevas herramientas tecnológicas, lo que cambiará en cierta medida el panorama mediático.

Jordi Carbonell
Sin parpadera S.L.
SPAIN
Jonàs Sala
Verkami
SPAIN
Miguel Faus
Calladita
SPAIN
Francisco Javier Ponce
SETT
SPAIN
Madrid Film Office
conecta

Financiación disruptiva: ¿siguen vivos los NFT?

Conecta Digital también ha querido abrir una ventana a modalidades alternativas de financiación en el audiovisual a través de una conferencia que ha presentado el caso de éxito de *Calladita,* un largometraje de **Miguel Faus** financiado vía NFTs. **Jordi Carbonell**, CEO y productor de **Sin Parpadear**, ha moderado una conversación en la que también han participado **Francisco Javier Ponce**, *managing director* de **SETT** (Sociedad Española para la Transformación Tecnológica) y **Jonàs Sala**, cofundador de **Verkami**.

Verkami, como ventana de exposición de proyectos y plataforma de *crowdfunding*, se ha expuesto ante el auditorio traslandando sus pilares fundacionales. No obstante, la **tokenización** pronto tomó el eje de la conversación: "Tras terminar el cortometraje financiado con Verkami, estudiamos las formas de financiar la versión de largometraje de *Calladita*. No encontré otra cosa que puertas cerradas por las vías de financiación tradicional", relata Faus, quien encontró una salida "por casualidad" en los NFT, "una solución democratizadora para Internet; un futuro del que yo quería formar parte". **Faus** creó su propia plataforma de crowdfunding vía NFT y logró recaudar **700.000 euros** para financiar la película, la cual fue estrenada en cine y fue comprada a posteriori vía **Netflix**. Para su siguiente proyecto, el director apostaría por una unión de venta de **NFT y financiación** a riesgo, algo que reconoce que actualmente es "virtualmente imposible" por las trabas regulatorias.

Ponce, como representante de SETT y al hilo del debate de la financiación cinematográfica, ha adelantado dos **nuevas vías** que el Estado impulsará para aportar **financiación directa** a entidades que busquen arrancar sus proyectos cinematográficos. El total de volumen de fondos serán **1.700 millones** que se estructurarán en torno a dos procesos: pasar a formar parte del **capital de compañías** que van a producir, siempre acompañado de un inversor privado, y un segundo plan de financiación vía préstamo a un interés bonificado inferior al mercado, lo que implica que la producción deberá adaptarse a determinados condicionantes propuestos por el estado. Ambas propuestas han suscitado un **energético debate** entre Ponce y Carbonell en la que se ha valorado la capacidad de esas ayudas para responder a los desafíos de la producción independiente.

Conecta
Innova
Crea
conecta
DIGITAL
#ConectaDigital
Madrid
Film Office
conecta

Herramientas y estrategias para la difusión digital

El sello **Conecta Woman** también ha tenido presencia en la primera jornada de Conecta Digital a través de una conversación de tres perfiles distintos unidos por el contenido: **Cecilia Mangisch**, digital innovation manager de **Mediaset España**; **Victoria Cazalla**, strategic partner manager TV & Films de **YouTube**, y **Alessia di Giacomo**, platforms & channels director de **RTVE**, moderados por la periodista Irene Jiménez (**Audiovisual451**).

Di Giacomo ha trasladado las últimas novedades de **RTVE Play**, reconocida recientemente como la plataforma más destacada entre los broadcasters españoles tras un recorrido fructífero de **tres años de duración**. "**RTVE Play** era la joya escondida en RTVE y le faltaba notoriedad: por ello, hemos empezado conversaciones con los agentes más relevantes del segmento para que el usuario encontrara fácilmente la aplicación". Más allá de este trabajo junto con **fabricantes y sistemas operativos**, la plataforma ha mejorado su experiencia de **usuario** para seguir consolidando su rol en el audiovisual español, así como ha impulsado **canales FAST** destinado a algunos de sus formatos más exitosos, dado el resurgimiento del consumo pasivo en el espectador. Asimismo, Di Giacomo ha adelantado que el área comercial de RTVE está comenzando a trabajar en integrar diferentes opciones de publicidad en la plataforma digital del broadcaster público.

YouTube, uno de los principales competidores tanto para broadcasters como para las plataformas de vídeo bajo demanda, ha estado representado por parte de **Cazalla**, quien ha puesto en valor el alcance de 35 millones de espectadores tan solo en España. "YouTube te ayuda a llevar tráfico a tus entornos", ha reivindicado la representante de la empresa de Alphabet, quien también ha puesto el foco en la **monetización de los contenidos** mediante el programa de Partners de YouTube y en la necesidad de seguir estrechando lazos con la **industria.**

Desde **Mediaset**, precisamente una de los broadcasters más reticentes a compartir sus contenidos vía YouTube, **Mangisch** ha presentado su departamento, de reciente creación y que tiene por objetivo facilitar las **herramientas tecnológicas emergentes** a los diferentes departamentos de la empresa. "La tecnología muchas veces está mucho más avanzado de lo que realmente pensamos, y por suerte nuestra área tiene la oportunidad de explorar todos los avances relacionados con ella". A este respecto, y como ejemplo, Mangish avanza que la compañía ha probado con resultados "fascinantes" la **IA aplicada al doblaje de series**. Ahora, será el momento de estudiar la viabilidad de su entrada en producción.

La mesa redonda también ha incluido interesantes **reflexiones** en torno a cuestiones tan amplias como el equilibrio entre el catálogo y la novedad; la necesidad de favorecer el descubrimiento de contenidos; la capacidad de captación del lineal frente al vídeo bajo demanda; la facilitación del descubrimiento de formatos en una plataforma; la gestión de los derechos; la importancia de la personalización de las experiencias, o las oportunidades de publicidad personalizada vía HbbTV.

Academia de Televisión
Innovación tecnológica al servicio de la televisión
MAYTE HIDALGO
PATRICIA ESCALONA
VERÓNICA BUIDE
VÍCTOR GARCÍA MARTÍN
Conecta Innova Crea
conecta DIGITAL
conecta

Herramientas y tecnologías al servicio de la televisión

La **Academia de Televisión** ha organizado la última ponencia de la jornada. Moderada por Víctor García Martín, miembro de la junta directiva de la Academia de TV y director general de **Unicorn Content**, ha contado con la presencia de **Mayte Hidalgo**, directora del centro de excelencia de IA de **Grup Mediapro**; **Patricia Escalona**, social media manager de **Antena 3 Noticias**, y **Verónica Buide**, presidenta de **MIA (Mujeres en la Industria de la Animación)**, productora ejecutiva y abogada especializada en propiedad intelectual, derecho audiovisual y nuevas tecnologías. Cada uno de los ponentes han compartido cómo están empleando la **tecnología** para optimizar **procesos editoriales y comerciales** en el ámbito **broadcast**.

Hidalgo ha iniciado su intervención hablando de su nueva plataforma de **predicción**, una solución construida sobre algoritmos y con una filosofía de experimentación creada para permitir a diferentes cadenas **predecir las preferencias de los espectadores** desde un punto de vista de programa, día o quinceminutales. "No solo identifica patrones de comportamiento, sino que cada vez sabes más acerca de los atributos. Si en un *late night* eres capaz de catalogar la categoría de los invitados, te va a ofrecer información que se retroalimenta y cada vez hace más rico estos análisis", ha trasladado la responsable de Grup Mediapro. Asimismo, preguntada por las próximas tendencias tecnológicas para 2025, Hidalgo ha destacado la consolidación de la IA generativa para vídeo.

Como *social media manager* de Antena 3 Noticias, **Patricia Escalona** ha remarcado la **dificultad de gestionar la desinformación** que surge en el ámbito de las redes sociales; especialmente, en torno a grandes eventos informativos, como las recientes inundaciones de Valencia. Para abordar esta problemática, Escalona y su equipo apuesta por un "**enfoque 360**" que aúna un **trabajo editorial digital**, la utilización de **herramientas de verificación basadas en IA**, la **experiencia** del equipo de periodistas y la **participación ciudadana** para detectar y desmentir con la mayor rapidez posible los **bulos**.

En su intervención, **Verónica Buide** ha abordado la llegada de la **IA generativa** a las industrias creativas y tecnológicas de la animación. "Ha habido mucho miedo, pero en realidad debemos integrar la inteligencia artificial como una herramienta que nos va a ayudar no solo en la parte técnica, sino en la parte autoral y artística", sentencia, haciéndose eco del creciente temor en la industria de la pérdida de puestos de trabajo. Reflexionando sobre la creación de series de animación, Buide también ha defendido un **enfoque multiplataforma** para hacer frente a los diferentes ámbitos de consumo del espectador infantil y juvenil, y ha anticipado un futuro marcado por el acercamiento a la cada vez menos utópica animación en cuasitiempo real.

Sección de pitch – Startups

Uno de los pilares de Conecta Digital, heredado de su edición madre Conecta Fiction, es su apuesta las sesiones de **pitch**, dando el micrófono a empresas emergentes para dar a conocer su propuesta ante la industria. Tras recibir decenas de propuestas, el jurado de la cita seleccionó a cuatro empresas para compartir ante la industria sus iniciativas: **Avian, Stik, Hulahoop Media y Hechicer-IA**.

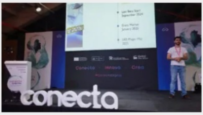
David Comesaña, CEO de **Avian**, ha expuesto las claves de una plataforma que hace hincapié en la "**conexión emocional**" para llevar al éxito los productos audiovisuales.
Ante un mercado audiovisual en "crisis y sobresaturado", la compañía presenta servicios como la "**optimización inteligente de guiones**" mediante un método exclusivo basado en IA que los "descompone" para desvelar de forma "objetiva" fortalezas y debilidades, y mejorar su narrativa. Su propuesta también se adapta a programas de TV para "asegurar su éxito" en tiempo real, o el análisis predictivo de audiencias.

SOM 30K
Conecta · Innova · Crea
conecta

Mikel Egidazu, cofundador y CEO de **Stik**, pone el foco en los consumidores con una propuesta que permite mezclar **inteligencia artificial y reconocimiento de imagen** para escanear cualquier producto y conectarse con él. Para ello, la compañía transforma cada objeto de consumo (como una lata de Coca-Cola) en una "red social", dando a los usuarios la posibilidad de **publicar contenido** y **generando en el proceso un feed** en torno a cada objeto. Entre los objetos ejemplificados por Egidazu, indexados por las propias marcas o los consumidores, destacan discos de artistas de relevancia o carátulas de videojuegos.

Conecta · Innova · Crea
conecta

Hulahoop Media, plataforma tecnológica de "democratización" de la financiación de cine, propone un sistema para que los **inversores y microinversores** puedan recibir retorno a la hora de apoyar producciones audiovisuales. La iniciativa, presentada por su CGO, **David Guerrero**, tiene por objetivo convertir los productos cinematográficos en **activos de inversión tanto para agentes profesionales como a la gran audiencia**, ofreciendo una alternativa de financiación a los canales tradicionales y eliminando las barreras de acceso tradicionales a la industria cinematográfica. Holahoop ya ha financiado proyectos como *Paid in full*, formato coproducido por la BBC y CBC o *La Fianza*, thriller protagonizado por Juana Acosta y Julián Roman.



La sesión de pitch ha finalizado con la intervención de **Hechicer-IA**, compañía que ha creado una herramienta de IA generativa que permite general **contenido 3D editable** en tiempo real mediante la combinación de *prompts* y Unreal Engine. Con capacidades de edición de **planos, posición, enfoque o velocidad de cámara**, el sistema contará con **distintos niveles de cuotas** permitiendo progresivamente la personalización de las producciones y permitiendo integrar actores o entornos reales.

Be Sociable, Share!

¿Te gustó este artículo?

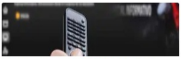
Suscríbete a nuestro **RSS feed** y no te perderás nada.

Otros artículos sobre Academia Tv, Atresmedia, Avian, Banijay, Conecta, Conecta Fiction, Digital Welcome Pack, Emogg, GECA, Hechier-IA, Hulahoop Media, Iralta, LaLiga Studios, Mediapro, Mediaset España, MIA, Peris, RTVE, Sin parpadear, Stik, Telefónica, Unicorn, Verkami, YouTube

Por **REDACCION** · 5 Nov, 2024
· Sección: **Cine**, **Eventos**, **Negocios**, **Televisión**

Otros artículos relacionados

6 marzo 2024 **'Amar es para siempre' llega a su final 2.800 episodios después en Antena 3**



14 diciembre 2023 **LovesTv estrena rediseño para revitalizar el HbbTV en España**

17 julio 2023 **Unicorn Content repite como productora con más horas de estrenos durante la temporada 22/23**

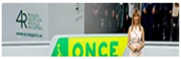
4 julio 2023 **Atresmedia lidera y RTVE remonta: así son las audiencias de la temporada 2022-2023**

9 marzo 2023 **La Academia de TV reúne en un desayuno a directivas del mundo audiovisual**

30 junio 2022 **Mediapro y Unicorn suman más de 5.000 horas de televisión en abierto en esta temporada**

rtve SHOWCASE

17 junio 2022 **RTVE desvela los detalles de sus próximas producciones de ficción en su tercer showcase**



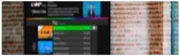
20 mayo 2022 **Mediapro renueva los sorteos de la ONCE apoyándose en la producción virtual**

8 abril 2022 **Fallece el director y presentador José Luis Fradejas**

7 enero 2022 **Mediapro y Unicorn Content lideran los estrenos de la televisión en abierto durante 2021**

UNICORN
Producciones

2 julio 2021 **La producción ajena crece en España casi dos puntos durante la temporada 20/21**



19 mayo 2020 **LovesTv pone en valor el potencial del HbbTv con la campaña ‘Conéctate a la televisión del futuro’**

© 2024 Panorama Audiovisual - Underwood Comunicación SL