Estimado/a periodista:

La [Web Summit](#) de este año, que tendrá lugar del 6 al 9 de noviembre en Lisboa, reunirá a asistentes de más de 160 países en lo que actualmente constituye el congreso tecnológico más importante del mundo.

En este congreso estarán presentes varias empresas europeas, incluidas pequeñas y medianas empresas (pymes) innovadoras que se han beneficiado de la [Enterprise Europe Network](#) para aprovechar al máximo oportunidades comerciales en la UE y otros países.

En la Web Summit se expondrá la Enterprise Europe Network junto a algunas de estas innovadoras pymes. Una de las pymes elegidas será la empresa española Tagsonomy S.L., que mostrará su revolucionaria plataforma de identificación de contexto, Dive.

Podrá utilizar la historia de éxito de Tagsonomy S.L., que se expone a continuación, de forma gratuita y sin tener que pagar derechos de autor (en su totalidad o alguna parte de la misma). También podrá concertar entrevistas con los representantes de Tagsonomy S.L. previa solicitud (póngase en contacto con Antonella Bassi a través de la dirección Francisco.Milan@icf.com).

Tagsonomy en la Web Summit: nueva tecnología que permite al público sumergirse en la gran pantalla

La Enterprise Europe Network ha respaldado el lanzamiento de una nueva plataforma que utiliza la inteligencia artificial para ayudar al público a identificar actores, ubicaciones, productos, marcas y muchas cosas más en películas y series de televisión. La tecnología, Dive, permite a los espectadores interactuar con el contexto que aparece en pantalla, no solo identificando a los personajes, sino también ofreciéndoles la posibilidad de adquirir los productos que se muestren.

La empresa creadora de esta tecnología, Tagsonomy S.L., describe Dive como una "plataforma de identificación de contexto" que fusiona un etiquetado automatizado con un motor de búsqueda visual. Los espectadores tendrán ahora al alcance de la mano una gran cantidad de información sobre "lo que esté ocurriendo en la escena".

Tagsonomy S.L., fundada en 2015 en Madrid, pretende cambiar el modo en que las personas ven vídeos e interactúan con ellos. La plataforma Dive utiliza un algoritmo automatizado que identifica elementos significativos que aparezcan en la pantalla, como los actores, el lugar donde se haya rodado la escena o la ropa que lleven los personajes. Después, añade una capa de metadatos contextuales a cada fotograma de vídeo, lo que permite a los espectadores explorar el contenido con mayor detalle.

"Lo que hemos creado es una nueva generación de análisis de contenido de vídeo", comenta Sharique Husain, cofundador y director comercial de Tagsonomy S.L. "Quisimos aplicar unas técnicas de inteligencia artificial innovadoras para ofrecer a la gente un acceso interactivo a todo lo que vieran en una escena y proporcionarles una experiencia de visualización inmersa en el contexto, generando a su vez nuevas oportunidades comerciales para cadenas de televisión y anunciantes".

Dive también beneficia a las cadenas de televisión y a los anunciantes. Las cadenas sabrán mejor cuáles son los gustos e intereses de su audiencia y las marcas podrán promocionar sus productos justo en el momento en el que los espectadores identifiquen tales productos y muestren curiosidad por ellos. Por ejemplo, un espectador podría interactuar con una escena de una persecución a gran velocidad en Marruecos. En ese caso, las marcas podrían mostrar una serie de anuncios, como por ejemplo, anuncios de vuelos a Marruecos o de los propios vehículos, en función del tipo de búsqueda que realizara el espectador. La empresa lo denomina publicidad televisiva "adaptada al contexto".

La tecnología se desarrolló gracias al apoyo de la Enterprise Europe Network, que ayudó a Tagsonomy

S.L. a seleccionar a un asesor empresarial con el que trabajar. También contribuyó al crecimiento de la empresa al identificar y compartir oportunidades y eventos comerciales clave, y asesorarles sobre aplicaciones de financiación.