

lunes 27 de noviembre de 2017 Permanece conectado



Cine&Tele ONLINE



Creative
Europe
MEDIA

¿Eres o no eres de MEDIA?

- [Home](#)
- [Noticias »](#)
- [Especiales »](#)
- [eventos](#)
- [Programación »](#)
- [Estrenos »](#)
- [Exportación »](#)
- [Directorio Empresas »](#)
- [Institucional](#)

[Home](#) / [Noticias](#) /

RTVE se alía con la RAING para crear el Observatorio sobre la transformación digital del sector Media

24 noviembre 2017 / [0 comentarios](#)

Este espacio está concebido para el intercambio de conocimientos sobre la digitalización del sector audiovisual nacional e internacional. El director general corporativo de RTVE y el presidente de la Real Academia de Ingeniería han rubricado este acuerdo durante la jornada 'Retos y oportunidades de la utilización de grandes datos en el sector audiovisual. Análisis de sentimiento de la audiencia'.



Real Academia de Ingeniería

RTVE la Real Academia de Ingeniería han suscrito un nuevo acuerdo colaborativo en materia de innovación por medio de este convenio, a través del que se creará el Observatorio sobre la transformación digital del sector Media. El director general corporativo de RTVE Enrique Alejo y el presidente de la RAING, Elías Fereres, han suscrito este acuerdo.

Esta nueva institución tendrá por objetivo realizar diferentes estudios entre los agentes implicados la mencionada materia y divulgar estas experiencias de transformación digital del sector audiovisual a través de diferentes canales.

Pere Vila, director de Estrategia Tecnológica e Innovación Digital, y Esteba Mayoral, director de Gestión del Centro de Innovación de RTVE serán los representantes de la cadena en la comisión paritaria del Observatorio. Por parte de la RAING, los elegidos serán el académico Miguel Ángel Lagunas y el director gerente Javier Pérez de Vargas.

Todas las actividades de la entidad se realizarán mediante la supervisión y difusión de las dos instituciones y tendrán como objetivos principales: las nuevas tecnologías de análisis automático de la información en los grandes portales de internet en relación a las audiencias, las técnicas avanzadas de análisis de información textual y las nuevas formas de análisis de la audiencia, su medición y su relación con las marcas.

La firma de este acuerdo ha tenido lugar en el primer encuentro del Observatorio titulado 'Retos y oportunidades de la utilización de grandes datos en el sector audiovisual. Análisis de sentimiento de la audiencia', en el que ha participado la Universidad Carlos III de Madrid, además de representantes de las citadas instituciones, para tratar de extraer conclusiones sobre los nuevos retos referentes a la medición, análisis y comportamiento de las audiencias en medios y entornos digitales.