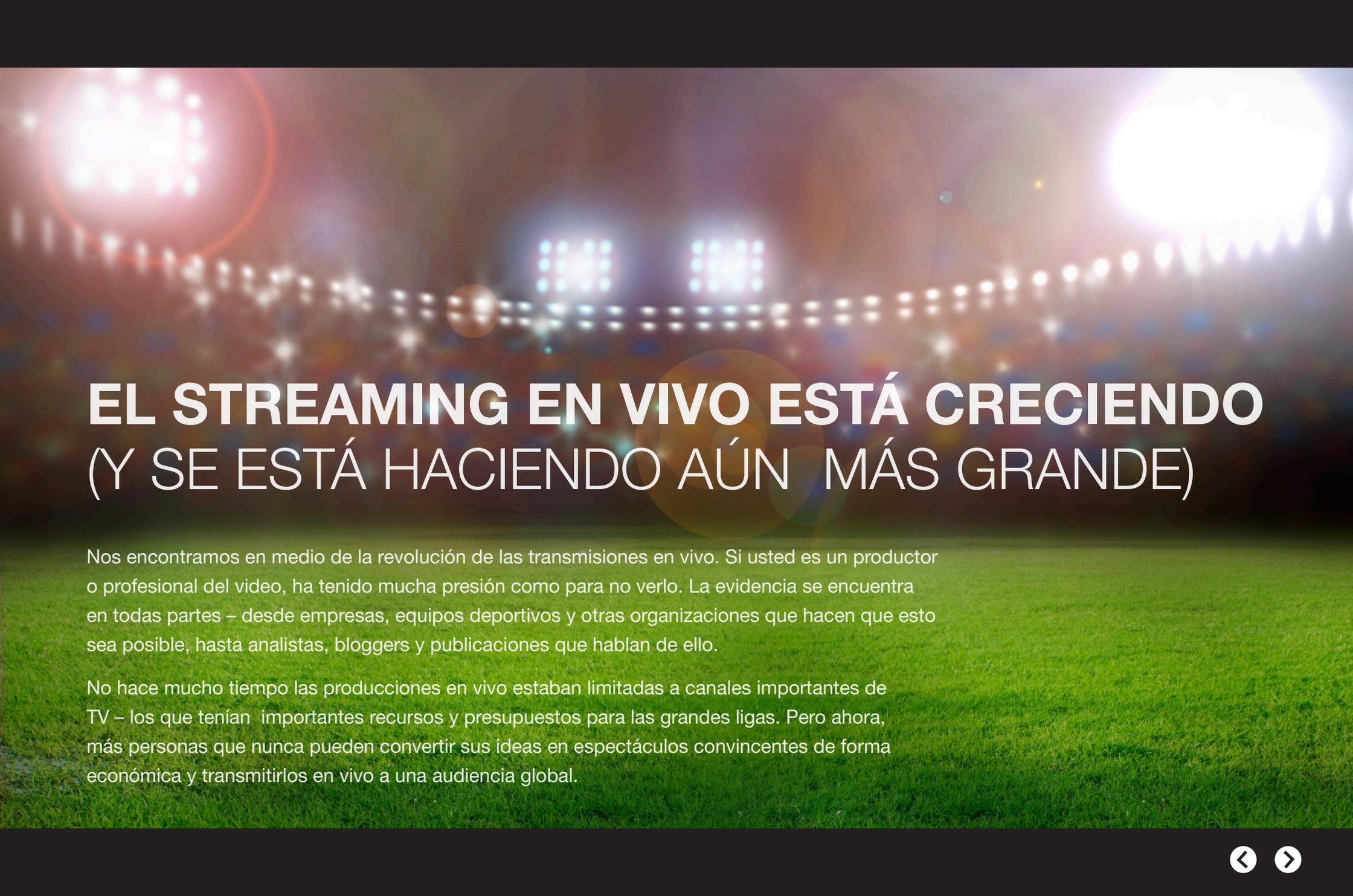




STREAMING EN VIVO CÓMO LLEVAR SUS PRODUCCIONES EN TIEMPO REAL, UN GRAN MOMENTO

7 lecciones básicas para transmisiones en vivo exitosas.



EL STREAMING EN VIVO ESTÁ CRECIENDO (Y SE ESTÁ HACIENDO AÚN MÁS GRANDE)

Nos encontramos en medio de la revolución de las transmisiones en vivo. Si usted es un productor o profesional del video, ha tenido mucha presión como para no verlo. La evidencia se encuentra en todas partes – desde empresas, equipos deportivos y otras organizaciones que hacen que esto sea posible, hasta analistas, bloggers y publicaciones que hablan de ello.

No hace mucho tiempo las producciones en vivo estaban limitadas a canales importantes de TV – los que tenían importantes recursos y presupuestos para las grandes ligas. Pero ahora, más personas que nunca pueden convertir sus ideas en espectáculos convincentes de forma económica y transmitirlos en vivo a una audiencia global.

EL LUGAR JUSTO, EN EL MOMENTO JUSTO

Para los canales pequeños, empresas y productores independientes de hoy que piensan hacia el futuro, este es el momento perfecto:

- La banda ancha es lo suficientemente amplia como para cubrir ampliamente las exigencias del video en HD y es lo suficientemente económica como para estar dentro del alcance de casi todo el mundo.
- Hemos visto el surgimiento de proveedores de servicios que han superado todos los inconvenientes del streaming en vivo, permitiendo que usted se movilece y produzca rápidamente.
- Ya no existen las barreras de conocimiento que existían hace solo unos años – como profesional del video, usted ya sabe casi todo lo que necesita saber y puede adaptarse fácilmente a cualquier tecnología especializada requerida.

¿Tiene una idea? Cree un programa

Las oportunidades son virtualmente interminables:

- Puede hacer que sus ideas se conviertan en realidad sin necesidad de la distribución tradicional.
- Puede agregar valiosos nuevos servicios a su cartera de productos existente.
- Y puede encontrar nuevos clientes fuera de sus mercados habituales.

Esto significa que usted se puede capitalizar en un período de tiempo radicalmente más corto para llegar a sus televidentes. Lo puede hacer con menos compromisos. Y no necesita gastar una fortuna para hacerlo.

En este libro electrónico, vamos a presentar siete lecciones esenciales para cualquier persona que esté dando los primeros pasos para explorar cómo el streaming en vivo podría beneficiar a su empresa. Comencemos.

¿Busca una guía más técnica?

El enfoque primario de este libro electrónico se encuentra en las oportunidades de negocio del streaming en vivo para profesionales del video.

[Para Información mas técnica no olvide descargar nuestro whitepaper sobre live streamining: Producción, distribución y monetizacion. »](#)



LOS TIEMPOS DE PARTICIPACIÓN SON MUCHO MÁS ALTOS PARA LOS MEDIOS DE STREAMING EN VIVO, AUNQUE EL CONTENIDO BAJO DEMANDA CONTINÚA CONSUMIENDO LA MAYORÍA DE LAS HORAS VISTAS ONLINE.

ÍNDICE DE VIDEO GLOBAL
DE OYALA DEL 2º TRIMESTRE DE 2013



A woman with long brown hair is sitting on a light-colored leather sofa. She is looking intently at a tablet computer she is holding in her hands. Her left hand is resting on her chin. To her right, on a dark table, is a white cup of coffee on a saucer. The background is a blurred cityscape at night, with lights from buildings and cars visible. The overall mood is focused and professional.

LECCIÓN 1

PIENSE EN SUS TELEVIDENTES

1: PIENSE EN SUS TELEVIDENTES

Lo primero que hay que decir sobre la producción en vivo: Es lo que los televidentes valoran más.

Estamos hablando de los tipos de programas que a la gente le agrada ver en vivo – encuentros deportivos, eventos corporativos, la última gira de un cantante prometedor, etc. Éstos son eventos que las personas valoran más y lo siguiente mejor es estar ahí en persona para verlo en vivo en cualquier pantalla.

Entregando lo que los televidentes desean

Por supuesto, en la actualidad, la teleaudiencia es más sofisticada que nunca. Esperan que cada programa que ven – incluso en un Smartphone – sea algo de alta calidad con valor de producción profesional de principio a fin.

Entregar una producción realmente profesional exige ofrecer una propuesta de múltiples cámaras. Los televidentes esperan diferentes puntos de visualización, tomas dinámicas después de la acción y cortes visuales que mantengan las tomas frescas. Y usted deberá aprovechar todas las opciones de medios que puedan acercarlo al corazón de sus producciones.

Valor desde el evento, valor después del evento

Usted querrá obtener el máximo valor de salir en vivo con sus producciones, pero no querrá que todo sea inmediatamente olvidado. Todas las producciones y el contenido resultante deben tener una vida útil que exceda ampliamente el evento en vivo en sí.

Por supuesto, tradicionalmente, para desarrollar una producción “no en vivo”, usted filmaría una multitud de segmentos y los editaría juntos más tarde. El resultado sería grandioso, pero tomaría tiempo y costaría dinero.

Con el streaming en vivo y las herramientas adecuadas, usted obtiene lo mejor de ambos mundos. Puede continuar elaborando producciones grabadas de alta calidad con la calidad visual de un proyecto que hubiera tardado semanas, pero lo hará en mucho menos tiempo – de hecho, durante el evento. Esta propuesta que va del vivo al disco, le permite tomar sus decisiones de edición, aplicar efectos e incorporar elementos gráficos en tiempo real. Significa que para el momento en que haya terminado el evento en vivo, contará con una producción empaquetada lista para salir.

Pero, ¿qué ocurre si algo no funciona bien en la edición en tiempo real? No se preocupe. Si utiliza un sistema que captura todas sus entradas, podrá regresar fácilmente al metraje en crudo y eliminarlo o cortar diferentes elementos. Esto le permitirá ahorrar una importante cantidad de tiempo y esfuerzo, les dará a los clientes un producto terminado más rápido y le permitirá pasar menos tiempo digitalizando y más tiempo creando.

A woman with long brown hair is smiling and looking towards the camera. She is holding a clapperboard in front of her. The background is a green screen with two blurred figures of people in the background. The overall scene is a film set.

LECCIÓN 2

**OBTENGA UN ASPECTO DE
POST-PRODUCCIÓN DURANTE
LA PRODUCCIÓN**



2: OBTENGA UNA APARIENCIA DE POST-PRODUCCIÓN DURANTE LA PRODUCCIÓN

Cada profesional del video desea entregar un producto grandioso. Ahora con los equipos disponibles, cualquier persona con una visión creativa y las principales aptitudes requeridas, puede entregar producciones que estén a la par de las grandes cadenas de televisión. El secreto está en la planificación.

Un poco de planificación nos hace llegar muy lejos

En la producción en vivo se puede lograr mucho por anticipado. Puede diseñar todas sus cadenas de comandos, transiciones y tercios inferiores para que estén listos para salir pulsando un botón. Puede pre-grabar más metraje y tenerlo disponible a demanda, exactamente cuando lo necesite. Y puede transmitir en vivo desde un PC, dando acceso nativo a materiales de presentación que también le permitirán transmitir presentadores y entrevistadores que se encuentren a distancia, a través de Skype.

Pero esto no termina aquí.

Obtenga la apariencia de un gran estudio sin gastar mucho dinero.

En una época, las producciones transmitidas en vivo eran rehenes del espacio y de los escenarios disponibles. El resultado final generalmente era un programa de aspecto casero con bajo presupuesto.

Pero eso era antes.

Ahora, con el surgimiento de los escenarios virtuales de alta calidad y fáciles de crear, eso es historia. Fundamentalmente, esto significa que siempre y cuando tenga espacio para colgar una pantalla verde, ilumine a sus presentadores y tenga la toma, podrá entregar una producción de alta calidad.



LECCIÓN 3

DIRIJA UNA MAYOR PARTICIPACIÓN CON LAS REDES SOCIALES

3: OBTENGA UNA MAYOR ATENCIÓN CON LAS REDES SOCIALES

En una época de participación de las redes sociales que no deja de crecer, es alocado no aprovecharlo. Si no participa en las redes, no podrá formar parte de las conversaciones sobre sus programas. Como resultado, siempre estará por lo menos un paso atrás de la audiencia activa y comprometida que cada patrocinador y dueño de derechos valora.

Los diseñadores de programas más importantes ya lo tienen

Los canales ya están notando la oportunidad de las redes sociales, participando regularmente con comentarios en tiempo real. Al mismo tiempo, los más informados, no sólo están incorporando contenido social, sino que además están entregando contenido a través de estos canales. Les permite crear producciones más dinámicas, más participativas y más compartidas entre su audiencia.

La buena noticia es que ahora es posible que los productores y creadores de programas independientes hagan exactamente lo mismo.

Hágase social, obtenga participación

Los sistemas actuales le permiten acceder y presentar entradas en las redes sociales simultáneamente, directamente al aire. También le permiten automatizar la promoción y distribución de su contenido a través de canales sociales, expandiendo su alcance. Esto significa que podrá pasarse rápidamente de entregar producciones basadas en una transmisión de una vía a producciones con conversaciones en dos direcciones.

¿El resultado? Obtendrá una audiencia más activa y más participativa y una mayor cantidad de seguidores muy conectados con su contenido.



EL RESULTADO ES UNA AUDIENCIA MÁS ACTIVA, CON MAYOR PARTICIPACIÓN Y UN MAYOR NÚMERO DE AFICIONADOS DE SU CONTENIDO BIEN CONECTADOS.



A photograph of three young men gathered around a smartphone, looking at the screen intently. They are outdoors, with a bright sunset or sunrise in the background, creating a warm, golden light. The man on the left is wearing a white t-shirt, the man in the middle is wearing a grey patterned t-shirt, and the man on the right is wearing a white t-shirt and a grey and black plaid shirt. The man on the right has a tattoo on his arm.

LECCIÓN 4

CONSTRUYA SU COMUNIDAD



4: CONSTRUYA SU COMUNIDAD

Cada productor desea una audiencia apasionada de televidentes que se repiten. Personas que regresarán una y otra vez, pagan suscripciones y les recomiendan el contenido a otros. Una comunidad de telespectadores que formarán la base de fundación de una marca de contenido poderosa – ya sea para un equipo deportivo local o para una serie de conferencias empresariales.

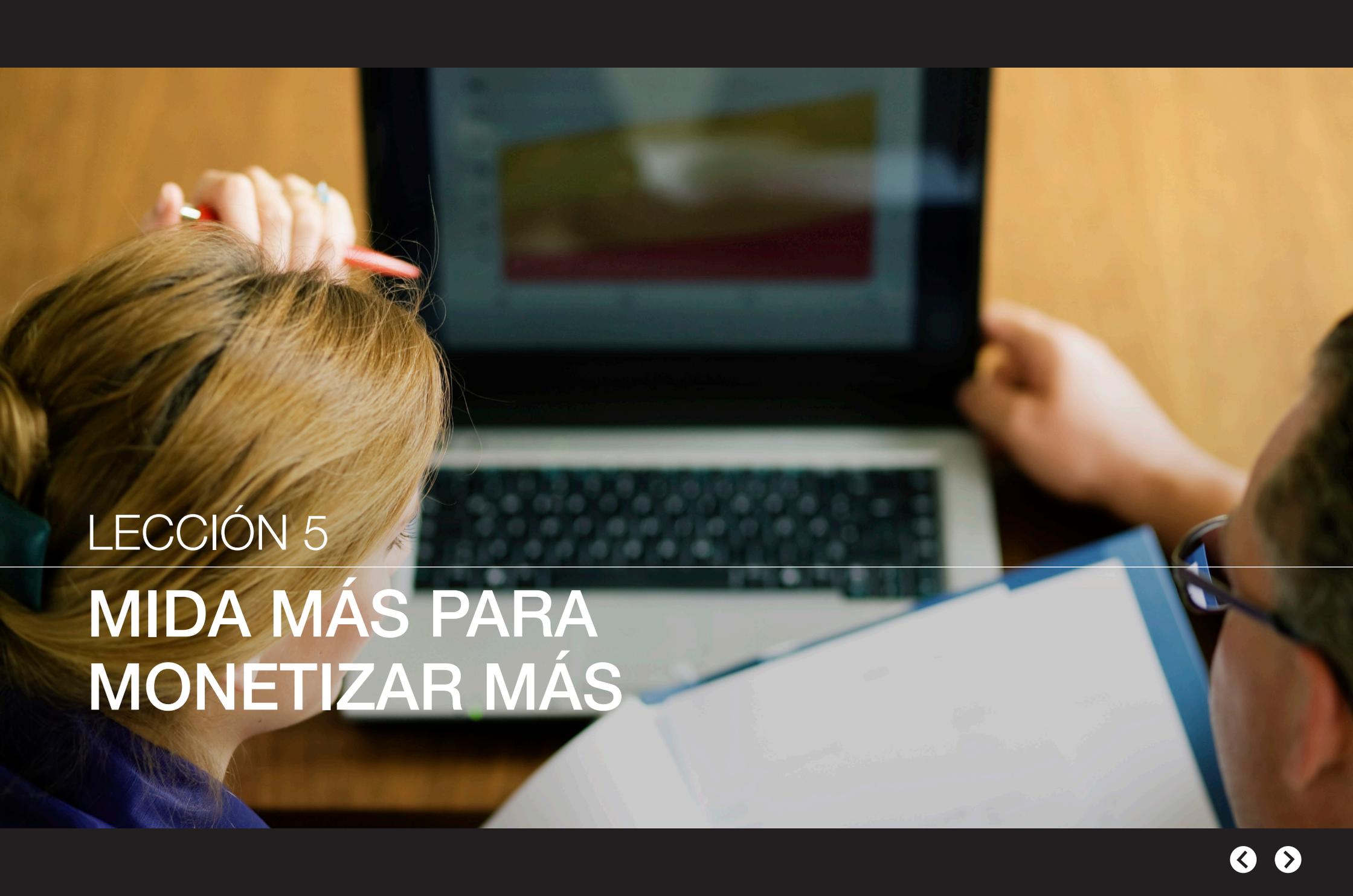
Agregar valor en cada etapa

El streaming en vivo ofrece una ruta directa para construir su comunidad. Más allá del espectáculo central, le permite ofrecer acceso privilegiado en tiempo real, contenido agregado que no puede encontrarse en ningún otro lugar. Podrá incluir:

- Comentarios, puntos de vista y entrevistas previas al evento, con figuras clave.
- Rodaje detrás de escena.
- Conclusiones finales posteriores al evento y preguntas y respuestas exclusivas.

Construir lealtad, hacer crecer los ingresos

En definitiva, al enfocarse en construir una comunidad de televidentes de alto valor, les podrá ofrecer a los patrocinadores y publicistas una audiencia leal y muy comprometida. O, si prefiere, podrá crear opciones atractivas de membresías pagas. Y tendrá un mayor rango de contenido que se podrá volver a empaquetar para una mayor audiencia más adelante.



LECCIÓN 5

MIDA MÁS PARA MONETIZAR MÁS

5: MIDA MÁS PARA MONETIZAR MÁS

Los programas tradicionales siempre han dependido de los ratings como medida de éxito (y una forma de asegurar futuras ventas, patrocinios e ingresos por publicidad). Pero estos ratings son en el mejor de los casos imprecisos y dan simplemente una perspectiva promediada.

Los ratings tradicionales no pueden determinar lo que funciona, lo que no funciona ni cómo mejorar los espectáculos. Sin embargo, es vital si va a construir un seguimiento leal y comprometido que mirará más y pagará más por su contenido.

El streaming en vivo es en su conjunto diferente

Con el streaming en vivo, usted puede medir todo. Podrá ver quiénes están viendo, cómo lo están viendo, cuándo y dónde. Obtendrá una imagen clara de cuándo lo pueden estar abandonando. Y puede monitorear cómo están reaccionando a su contenido a través de los medios sociales.

Mejores programas, más pegadizos y más maravillosos

Armado con esta información, usted puede hacer evolucionar su programación para que sea más relevante y más valiosa para su audiencia. Puede demostrar su impacto a publicistas y patrocinadores. Y, para los eventos en vivo como por ejemplo conferencias, obtendrá comentarios invaluable sobre lo que debería cambiar la próxima vez.

5: MIDA MÁS PARA MONETIZAR MÁS

Convirtiendo los datos en dinero en efectivo

En definitiva, cuanto más sepa sobre su audiencia, mejor podrá monetizar su resultado. Hágalo bien y podrá cobrar mucho más por su contenido de lo que podía hacer con los modelos de difusión tradicionales, ya que podrá demostrar más claramente el valor de su audiencia.

Esté listo ahora

La lección clave es: Si se está entrando al streaming en vivo, obtenga buenas mediciones desde el principio. Le darán las bases que necesita para prosperar y hacer una enorme diferencia a largo plazo.

“ **LA AUDIENCIA DE TELÉFONOS CELULARES CONSUME CASI EL DOBLE DE VIDEO EN VIVO QUE DE VIDEO A DEMANDA. MÁS DEL 20% DE LOS TELEVIDENTES DE CELULARES CONSUMEN CONTENIDO EN VIVO DURANTE MÁS DE UNA HORA** ”

ÍNDICE DEL 2º TRIMESTRE DE 2013
DE OROYALA GLOBAL VIDEO

“

PARA EVENTOS EN VIVO COMO POR EJEMPLO
CONFERENCIAS, ESTA INFORMACIÓN BRINDA
DATOS DE MUCHO VALOR SOBRE LO QUE
DEBERÍA HACER DIFERENTE LA PRÓXIMA VEZ.

”





LECCIÓN 6

¿PUEDE ENTREGAR?

6: ¿PUEDE ENTREGAR?

Una transmisión profesional transmitida en vivo se desvalorizará mucho si no puede garantizar una entrega de alta calidad. Nadie quiere video balbuceante plagado de cortes. De la misma manera, no es aceptable que se caiga la conexión justo cuando los presentadores comienzan a hablar.

Afortunadamente, en general, estos ya no son problemas invencibles. La confianza tradicional en las redes de transmisión, al igual que los guardas del tiempo al aire, han sido reemplazados por una variedad de asociados que han construido empresas para que su contenido llegue a sus audiencias.

Obtenga la conexión correcta

Por supuesto necesitará una conexión a Internet sólida y de alta velocidad. Es mejor una conexión con cable que una conexión Wi-Fi que se puede congestionar cuando mucha gente intenta acceder al mismo tiempo. También es una buena idea tener un refuerzo si es posible (incluso podría ser una conexión de celular en 3G/4G). Y para probar la capacidad de conexión no hay nada mejor que probar con el mismo tipo de contenido que se estará transmitiendo.

Obtenga el asociado correcto

Más allá de la conexión física a Internet, también necesitará una forma de entregar su contenido a través de ella. La ruta más fácil es asociarse con un proveedor especialista. La decisión se reducirá a dos opciones principales:

1. Utilice una red de entrega de contenido (CDN)

– también denominadas redes de distribución de contenido. Las CDNs son básicamente grandes recopilaciones de servidores bien conectados. Entregan contenido de todo tipo (video, audio, aplicaciones de Internet, etc.) y si bien muchos agregarán funciones específicas de video como por ejemplo codificaciones multi-bitrate, generalmente no se especializan en contenido de audio y video.

2. Utilice un proveedor de servicios de streaming (SSP) – a diferencia de la mayoría de las CDNs,

un SSP se especializará en contenido de audio/video. Generalmente agregan todos los servicios técnicos que usted necesitará, junto con opciones sobre cómo podría monetizar su contenido (por ejemplo aceptación de comerciales, suscripciones, pay per view).

Cualquiera sea la ruta que tome, teniendo la precaución de seleccionar correctamente los asociados con los que trabaje, garantizará la entrega de un mejor producto en vivo y más confiabilidad para sus televidentes.



LECCION 7

AMPLÍE SUS HORIZONTES

7: AMPLÍE SUS HORIZONTES

En el mundo tradicional, muchas empresas se encuentran atrapadas en sus mercados locales. Tienen un equipo deportivo con un seguimiento local, tienen un evento en una determinada ciudad, tienen un programa restringido a una estación en particular. Mientras que esto es muy bueno para una producción de interés estrictamente regional, deja mucho valor en la mesa si los televidentes están ampliamente dispersos.

Por supuesto, Internet es global por defecto. Todo se encuentra disponible para cualquier persona con una conexión, sin importar dónde se encuentre en el mundo. Para los productores de hoy, esto significa que ahora puede expandir sus eventos,

programas y partidos deportivos a una audiencia mucho más amplia que nunca.

Nuevas audiencias, nuevas oportunidades

Una audiencia global accesible ofrece valiosos flujos de nuevos ingresos. Ya no tiene que perder clientes simplemente porque no pueden llegar a usted. Sus eventos ahora pueden brindar transmisiones en vivo e incluso opciones en múltiples idiomas para quienes se encuentran fuera del país.

La respuesta es más fácil de lo que cree

Nunca ha sido más simple que haya contenido diferente disponible en diferentes lugares. Puede restringir algún material mientras abre otro. Y puede tener una variedad de propuestas para monetizar sus resultados.

En definitiva, esto significa que ahora es más fácil que nunca expandir radicalmente el alcance de sus programas, haciendo realidad todo el potencial del mercado internacional.



EL MOMENTO DE SALIR
EN VIVO ES AHORA

EL MOMENTO PARA SALIR EN VIVO ES AHORA

Sobre usted en 3... 2... 1...

La verdad es que nunca ha sido un mejor momento para ingresar en el streaming en vivo. Diferentes audiencias están consumiendo más contenido transmitido en vivo que nunca antes. Además, los costos se encuentran al alcance de todos, incluso para los presupuestos más modestos – ya sea para banda ancha, para distribución o para los equipos que necesitará para comenzar.

También es más fácil llegar y comprometerse directamente con su audiencia. Integrar las redes sociales puede convertir sus producciones en eventos interactivos de doble vía y expandir radicalmente su capacidad para obtener y retener una audiencia comprometida.

Lo mejor de todo es que como profesional del video, usted se encuentra perfectamente posicionado para aprovechar el movimiento masivo de las marcas, organizaciones, equipos y otros grupos que exploran las oportunidades que ofrece el streaming en vivo. Tienen el deseo. Tienen el presupuesto. Simplemente necesitan encontrar a alguien como usted que pueda ayudarlos a avanzar.

El momento de comenzar es ahora. En un futuro cercano, un productor que no ofrezca streaming en vivo como parte de su cartera de servicios será la excepción. Ahora es la posibilidad de tomar la delantera en el juego.

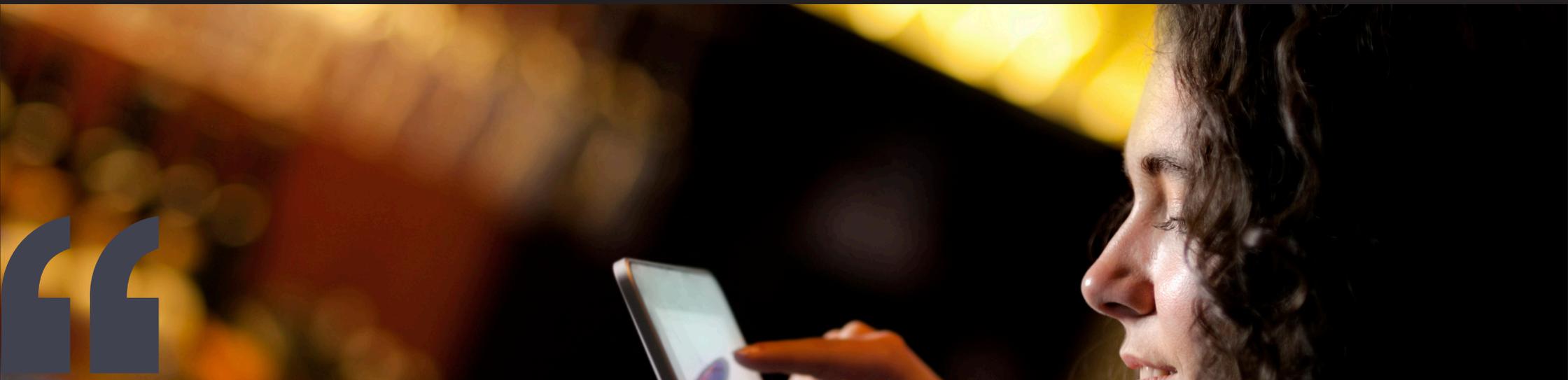
Que hacer en este momento...

Si está ansioso por la oportunidad de streaming en vivo, aquí le indicamos que debe comenzar a hacer:

1

Quisiera comenzar? **Descarghe nuestro libro de recetas de Live Streaming, donde encontrara todo lo que necesita.** »





LA AUDIENCIA DE TELEFONÍA CELULAR COSUME VIDEO EN VIVO CASI DOS VECES MÁS QUE VIDEO BAJO DEMANDA. MÁS DEL 20% DEL TIEMPO LOS TELEVIDENTES DE TELEFONÍA CELULAR VEN CONTENIDO DE MÁS DE UNA HORA DE DURACIÓN.

ÍNDICE DE VIDEO GLOBAL DE OYALA DEL 2° TRIMESTRE DE 2013



ACERCA DE NEWTEK

NewTek está transformando la forma en la que las personas crean contenido con estilo de Canal de TV y lo comparten con el mundo. Desde eventos deportivos, programas de entrevistas en Internet, entretenimiento en vivo, aulas y comunicaciones corporativas – hasta virtualmente cualquier lugar donde las personas deseen capturar y publicar video en vivo, les brindamos a nuestros clientes el poder de hacer crecer sus audiencias, marcas y empresas, más rápido de lo que jamás se hayan podido hacer.

Obtenga más información en www.newtek.com/latam

