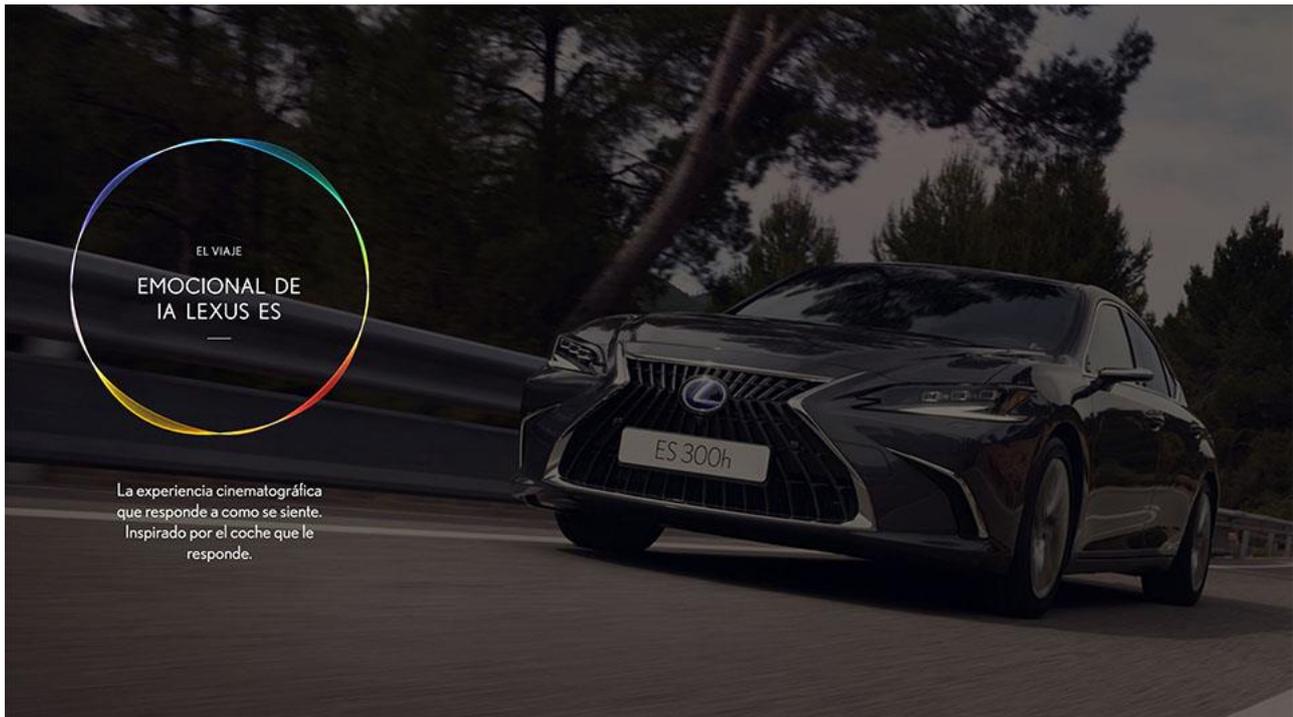


NOTA DE PRENSA

LEXUS PRESENTA UN ANUNCIO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL EMOCIONAL PARA EL NUEVO ES



Más información: <https://www.lexusauto.es/estilo-lexus-news/lexus-presenta-un-anuncio-con-inteligencia-emocional-para-el-nuevo-es/>

Ver galería de imágenes

- La campaña, que se inspira en el nuevo Lexus ES híbrido, es una evolución de la publicidad personalizada que utiliza una innovadora tecnología de reconocimiento facial.

Lexus presenta un spot exclusivo del nuevo ES creado a partir de la inteligencia emocional, que responde a las emociones del espectador. La última evolución en la publicidad de Lexus es una innovadora experiencia cinematográfica diseñada para leer, adaptarse y despertar las emociones de los espectadores durante su visualización. Esta campaña pionera, "Feel Your Best", utiliza el reconocimiento facial con el objetivo de que el espectador se sienta con una actitud más positiva, al tiempo que crea una experiencia publicitaria exclusiva y personalizada.

LEXUS ESPAÑA
Avda. de Bruselas,22
28108 Alcobendas (Madrid)
T +34 911 513 300
www.lexusauto.es

 @LexusSpain  @lexusspain  @lexusspain  Lexus España

Gracias a la experiencia de MorphCast, especialistas en reconocimiento facial, el spot presenta una exclusiva tecnología patentada que utiliza el análisis facial para adaptar el contenido en tiempo real.

Mediante la cámara del espectador, la tecnología de Inteligencia Artificial (IA) Emocional puede leer las expresiones faciales. A medida que el espectador interactúa con la IA, el spot responde en consecuencia con cambios visuales y musicales en el contenido, según el estado emocional que perciba en ese espectador. La edición se acelera o se ralentiza, la música es más intensa o tranquila, los colores son más o menos llamativos y se introducen montajes con “secuencias emocionantes”.

Mientras observa, el espectador puede experimentar los cambios en el contenido que recibe a través de la IA cambiando su expresión facial, y la IA se adapta y reacciona al instante. A lo largo del guion, cada “punto de escaneo” desencadena una edición diferente de la IA, que combina el material de la campaña con grabaciones seleccionadas manualmente y aprobadas por un panel de psicólogos. Esto puede generar hasta 3125 combinaciones posibles.

En colaboración con Unit9, el galardonado socio de producciones globales que cuenta con un equipo especializado de arquitectos de innovación, ingenieros de software y creativos, se ha seleccionado detenidamente un panel de psicólogos y científicos para dar vida a la campaña.

Dirigido por el especialista en diseño basado en las emociones, el profesor Mohammad Soleymani, cuya investigación implica el desarrollo de métodos automáticos de reconocimiento de emociones y comprensión del comportamiento mediante el uso de señales psicológicas y expresiones faciales, este panel ha ayudado a desarrollar y perfeccionar el contenido audiovisual, que se ha diseñado específicamente para provocar una respuesta emocional en los espectadores.

El panel también incluye al psicólogo especialista en colores, con sede en Alemania, el Prof. Dr. Axel Buether, y al alquimista del sonido Steve Keller, fundador de IV Audio Branding, que es un destacado experto en el impacto del sonido en las emociones humanas. El Prof. Dr. Axel Buether y Steve Keller han publicado investigaciones en sus respectivas disciplinas y han ofrecido Ted Talks sobre sus aplicaciones en el mundo real.

En la búsqueda de una experiencia de conducción con elevación sensorial, los ingenieros y diseñadores de Lexus han creado el Lexus ES, un vehículo con funciones inteligentes que reconocen y responden al conductor. Un buen ejemplo es Lexus Climate Concierge, que crea un clima perfecto en la cabina al controlar automáticamente los calentadores de los asientos, la calefacción del volante y la ventilación del asiento, trabajando sinérgicamente con el sistema de aire acondicionado. Un sensor situado en el interior del vehículo detecta la humedad de la cabina y la temperatura, tanto en el interior como en el parabrisas, para que este último no se empañe. El Lexus Climate Concierge cuenta con un sistema nanoe™ X actualizado, que descarga nano iones ligeramente ácidos desde el centro del registro del aire acondicionado, para combatir la sequedad de la piel.

Asimismo, se ha mejorado la sensación de conducción, con una mejor suspensión trasera y diseño del pedal de freno y la suspensión variable adaptativa (AVS), al tiempo que se ha redefinido la comodidad de conducción y se ha mejorado la “capacidad de respuesta lineal”, en sintonía con el nuevo punto de referencia del rendimiento dinámico de la marca: Lexus Driving Signature.

Partiendo de estas características como inspiración, el anuncio intentará cambiar en 30 segundos las emociones de los espectadores, utilizando múltiples niveles de estimulación audiovisual, lo que refleja la suma de todos los aspectos de "Feel Your Best" en el ES.

En palabras de Spiros Fotinos, director de Lexus Europa: *"Nos entusiasma compartir esta innovadora experiencia con el público de todo el mundo. Como los consumidores esperan de las marcas unas experiencias más personalizadas, deseábamos explorar el uso de la IA con el fin de desarrollar una publicidad que responda al espectador. Es un primer paso para mostrar cómo los pequeños cambios en tiempo real durante el anuncio pueden tener un impacto positivo en tus sensaciones. Esta lógica también está presente en el Lexus ES, que proporciona unos niveles excepcionales de comodidad mediante el control de una serie de factores sensoriales. Por lo tanto, existe una sinergia natural entre el producto y la campaña: el anuncio responde a las emociones del espectador del mismo modo que el vehículo responde al comportamiento y las necesidades del conductor".*

Por su parte, Mohammad Soleymani, experto en informática afectiva, comenta: *"Ahora más que nunca estamos notando el impacto que la imagen, el color y el sonido pueden tener en las emociones del espectador. Ciertamente, estos hallazgos no son nuevos, pero con los avances y desarrollos en el campo de la IA Emocional son cada vez más relevantes. En nuestro día a día, nos bombardean con una serie de estímulos audiovisuales que afectan a nuestros estados emocionales, por lo que resulta refrescante y tranquilizador que una marca icónica como Lexus esté explorando la posibilidad de ofrecer un contenido personalizado que tenga como objetivo hacer que los espectadores se sientan con una actitud más positiva que al principio".*

Zlaten del Castillo, Unit9, concluye: *"Cuando nos llegó la solicitud de desarrollar la tecnología para un anuncio único en su clase, que utiliza software de reconocimiento facial de última generación, supimos de inmediato que se trataba de un desafío que no podíamos rechazar. En 2021 aún nos hallamos emprendiendo el viaje hacia las posibilidades que la IA es capaz de ofrecernos y, dado nuestro trabajo previo sobre el terreno con Lexus, estábamos deseando involucrarnos con la marca para hacer historia por segunda vez".*

Para obtener más información, puede consultar:

<https://www.lexusauto.es/car-models/es/the-all-new-es-2021/#ai-experience>

<https://www.lexusauto.es/car-models/es-my-22/ai-experience/>

Acerca de Lexus

Lanzada en 1989, Lexus se ha convertido en una marca de referencia en todo el mundo por su búsqueda de la perfección, la excelente calidad de sus productos y una tecnología muy sofisticada como es la tecnología Lexus Hybrid Drive y por su concepto único de servicio al cliente excepcional. Reforzando aún más los valores tradicionales de Lexus como son su incomparable calidad de fabricación, lujo interior y tecnología de última generación, la filosofía de diseño L-finesse, que representa un factor muy importante en el posicionamiento de Lexus como una marca global única y deseable.

Hoy en día, Lexus sigue siendo el primer -y único- fabricante de automóviles Premium del mundo en ofrecer una gama completa de vehículos híbridos que comprende la gama de modelos, LC 500h, LS 500h, RX 450h, RX 450h L, ES 300h, UX 250h, UX 300e, y el nuevo NX 350h y NX 450h+ híbrido enchufable. En España la gama híbrida de Lexus ya representa el 100% de las ventas totales de la marca. Toda la gama dispone de Lexus Relax con hasta 10 años de garantía como prueba de que Lexus confía plenamente en la calidad de sus vehículos.