

Madrid, 28 de septiembre de 2026

Publiespaña lleva la publicidad televisiva a una nueva dimensión con Tech Insight, una experiencia inmersiva creada con Unreal Engine

Mazda ha estrenado este innovador formato publicitario inmersivo integrado en ElDesmarque, en el que su presentador, Matías Prats Chacón, ‘rompe’ los límites físicos del plató para adentrarse en un universo tridimensional creado alrededor del nuevo Mazda CX-6e.

Publiespaña, agencia coordinada por MFE ADVERTISING, concesionaria internacional del grupo audiovisual privado europeo MFE-MediaForEurope, lleva la publicidad televisiva a una nueva dimensión con el estreno de **Tech Insight, un formato publicitario inmersivo** desarrollado con **tecnología Unreal Engine** que permite al presentador abandonar visualmente el plató convencional para adentrarse en un **universo tridimensional creado alrededor del producto**.

Mazda ha inaugurado esta **nueva forma de integrar las marcas en televisión** con un formato publicitario en el que **creatividad, tecnología, contenido y realización se combinan** para transformar el espacio televisivo.

Matías Prats se adentra en el universo del nuevo Mazda CX-6e

El protagonista de esta primera activación es **Matías Prats Chacón**, presentador de ElDesmarque, que **pasa del plató al universo virtual de Mazda** para descubrir de una forma diferente las **principales características del nuevo Mazda CX-6e**. La acción comienza junto a la gran pantalla del estudio, en la que aparece el vehículo, y continúa con el presentador ‘cruzando’ esa pantalla y accediendo al escenario virtual, compartiendo de este modo espacio con el coche.

A partir de ahí, el **entorno tridimensional se convierte en parte de la narración** y permite presentar de forma especialmente visual aspectos como el diseño Kodo, el interior del vehículo, la conectividad, la autonomía o la carga rápida. El formato muestra, entre otras prestaciones del nuevo Mazda CX-6e, sus 258 CV de potencia, hasta 484 kilómetros de autonomía y una carga del 10% al 80 % en 24 minutos.

El estreno de Tech Insight ha tenido lugar este fin de semana (desde el viernes 25 al domingo 27 de septiembre) a través de **tres integraciones dentro de las emisiones de *prime time* de ElDesmarque en Cuatro**.

Tecnología para conectar talento, producto y audiencia

La utilización de la tecnología Unreal Engine permite trascender los límites físicos del plató y **convertir atributos de producto en experiencias visuales integradas en el contenido**. Datos, prestaciones o características técnicas cobran vida alrededor del presentador y del vehículo, haciendo que la explicación resulte más intuitiva, atractiva y con mayor nivel de recuerdo para el espectador.

Este tipo de producción virtual abre **nuevas posibilidades creativas para las marcas, al permitir construir escenarios imposibles de reproducir físicamente** y conectar el lenguaje televisivo con códigos propios del cine, el entretenimiento o los videojuegos. La tecnología se convierte de este modo en una herramienta para explicar de forma más visual y **generar una relación diferente entre talento, producto y audiencia**.

Un formato con el sello de Publiespaña Brand Studio

Tech Insight ha sido desarrollado por Publiespaña, a través de Publiespaña Brand Studio, nueva unidad creada para responder a una necesidad creciente del mercado: **las marcas ya no necesitan únicamente alcance, sino también relevancia**.

Publiespaña Brand Studio busca **transformar la fuerza del ecosistema de Mediaset España**, su capacidad para generar historias, atención colectiva y conversación social, **en valor para marcas y agencias**. Para ello integra contenido, talento, creatividad, innovación y distribución, para ayudar a las marcas a construir notoriedad, afinidad, conversación, relación y resultados.