



ESTRATEGIA

**La realidad virtual
despega con los cambios
que precipita la crisis**

TENDENCIAS | **NUEVOS NEGOCIOS**

La realidad virtual despegará en la 'nueva normalidad'

La convergencia de tecnologías y el nuevo distanciamiento social **aceleran** la aplicación de la realidad aumentada y de la realidad virtual cada vez en más sectores económicos.

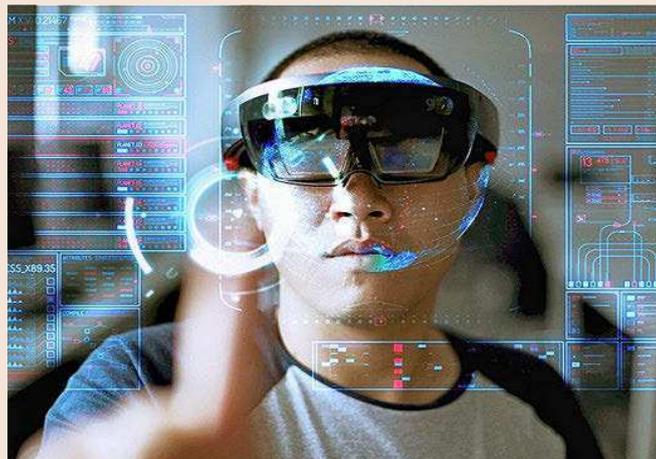
Romina López La Rosa. Madrid

En las películas de ciencia ficción los protagonistas se sumergen en la realidad virtual para disfrutar de entretenimiento, viajar sin moverse del sofá o incluso, como en *Matrix*, viven toda su existencia en ella. Aunque no hayamos llegado tan lejos, todo apunta a que la nueva era del distanciamiento social impulsará las tecnologías asociadas a la realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA), es decir, la que combina elementos virtuales superpuestos al mundo físico.

Para poder seguir funcionando, numerosas empresas han comenzado a utilizarlas como parte de la digitalización a toda velocidad que desató la pandemia. El uso está escalando a un ritmo más intenso que antes y en múltiples negocios, desde el inmobiliario que ofrece visitas virtuales a las tiendas de muebles que, mediante una aplicación, permiten al usuario ver cómo queda una librería en el salón de casa, pasando por la celebración de grandes eventos a distancia.

Oscar Olarte, socio fundador y director de innovación en la productora especializada en contenidos virtuales MR Factory, cree que se ha producido una aceleración de unos tres años en el sector. Más que por la situación concreta del coronavirus, por la convergencia del 5G, los nuevos procesadores y la inteligencia artificial. Además, por la llegada de unos dispositivos al alcance del consumidor, ya sea en formato de gafas VR o con los propios móviles, algo impensable hace un par de años.

Las productoras, tanto de televisión como de cine, que tenían la vista puesta en la realidad virtual, aumentada o mixta, han decidido pasarse



ahora a esta tecnología. También están recibiendo consultas desde el mundo de los eventos multitudinarios y ferias, ya que la RV y la RA les permiten seguir funcionando con participación desde diferentes países sin necesidad de viajes ni contacto físico. Por no mencionar el potencial para las plataformas educativas o el mundo de la salud, en el que médicos y cirujanos utilizan imágenes digitalizadas de pacientes para analizar los casos o practicar operaciones.

Una transformación urgente

Muchas grandes corporaciones están demandando asimismo contenido inmersivo, interactivo y multimedia para sus webs y para la comunicación interna, señala Olarte. Todo lo que antes se transmitía con una fotografía ahora es audiovisual, y también se utiliza para la comunicación entre directivos y *stakeholders*.

Todas las producciones, ya sean televisivas, publicitarias o corporativas, se graban en un escenario 3D con actores y mezcla de atrezzo real con decorado virtual y efecto fotorealista, indistinguible para el ojo humano. Olarte lo considera como una vuelta a la tradición del cine de principios del siglo pasado, en el que todo se hacía en un estudio, "pero con tecnología del siglo XXI" que permite reproducir cualquier localización imaginable o reunir en un mismo lugar virtual a personas físicamente distantes.

Aunque ya era una necesidad, la adopción de herramientas virtuales y experienciales ahora se percibe como urgente para adaptarse al futuro, mejorar los procedimientos, ahorrar costes, hacer a los empleados más autónomos y conservar el conocimiento a través de digitalizar los procesos internos a nivel industrial.

PRINCIPALES APLICACIONES

- **Márketing y ventas.** Con un móvil o una tablet se puede trasladar el producto a las casas de los clientes o a la compañía, de modo de que el comprador pueda ver cómo le queda la ropa.
- **Comunicación.** Las videoconferencias invaden el mundo empresarial y una experiencia más inmersiva multiplica las opciones de interacción. Los participantes pueden compartir el mismo espacio virtual e interactuar desde lugares remotos.
- **Entrenamiento.** Se pueden simular situaciones para entrenarse o realizar análisis de situación desde el ámbito sanitario al científico.
- **Ferías y conferencias.** El espacio virtual permitiría celebrar encuentros entre expertos o exhibir productos sin riesgo, sin viajes ni contacto físico.
- **Cultura y entretenimiento.** La relación con museos, exposiciones y yacimientos arqueológicos cambiará: de imaginar algo a verlo e interactuar. Esa misma virtualidad podría transformar eventos como conciertos o el deporte.