CARACTERÍSTICAS DE LA CREACIÓN DE MATERIAL PERIODÍSTICO DE RV

El trabajo con material de periodismo inmersivo tiene sus particularidades. Técnicamente, crear material de realidad virtual es similar a editar un reportaje de televisión si se trata de un vídeo de 360 º. Si el material se crea con simulación realizada de forma informática o mediante gráficos de RV, el proceso se asemeja al de la creación de videojuegos.

El periodismo inmersivo crea material destinado a facilitar que la audiencia interactúe con el contenido, sumergiéndola en la narración y provocando un sentimiento de empatía. Esta inmersión se ve reforzada por una plataforma tecnológica de realidad virtual convergente.

Adaptarse a la realidad virtual

Los periodistas han de tener en cuenta las características de la plataforma en la que se producen los contenidos. Basándose en estas características, los periodistas crean contenidos en realidad virtual utilizando todas las propiedades del entorno. La RV utiliza los canales visual y auditivo de la información, y no hay limitaciones impuestas por el cuadro.

El propio entorno es interactivo por la capacidad de reaccionar a las acciones del usuario. Por ejemplo, si el usuario gira la cabeza, la escena cambia: se modifica la imagen transmitida y la secuencia sonora. Con un componente interactivo más profundo, los usuarios pueden moverse por el espacio virtual e interactuar con los objetos. Por lo tanto, a la hora de producir material, el periodista debe guiarse por las características ambientales enumeradas anteriormente y ser consciente de las limitaciones que impone.

Gafas de realidad virtual. Fuente:

https://www.monsuton.com/gafas-realidad-virtual/

Cabe señalar que en este tipo de materiales no existen los marcos habituales y el plano hipotético puede estar a cualquier distancia del usuario. El centro se desplaza hacia el usuario y se construye una imagen holística a través de la composición del espacio y la disposición de los objetos en relación con el usuario. Así, el periodista se enfrenta al reto de componer el espacio de tal manera que se cree un entorno que estimule al usuario a explorar e interactuar con él.

¿Qué características hay que tener en cuenta?

Cuando se trabaja con material de realidad virtual, hay que tener en cuenta aspectos del pensamiento espacial, ya que las técnicas clásicas de edición no son adecuadas si no se adaptan convenientemente. La edición clásica implica un encuadre plano, que no es compatible con un proyecto de RV o un vídeo de 360°. En términos de narración, el director no puede limitar la mirada del espectador situándolo en una determinada franja de percepción. Sin embargo, tiene la capacidad de hacer que la historia no sea lineal colocando objetos significativos para la historia en cualquier lugar, lo que permite romper la linealidad del relato clásico. Este enfoque proporciona al usuario una sensación de inmersión profunda y un sentimiento de pertenencia a la historia.

Sin embargo, también hay que tener en cuenta las capacidades fisiológicas del ojo humano. La estructura específica de los órganos visuales humanos no nos permite abarcar toda la imagen permaneciendo dentro del «campo de visión».

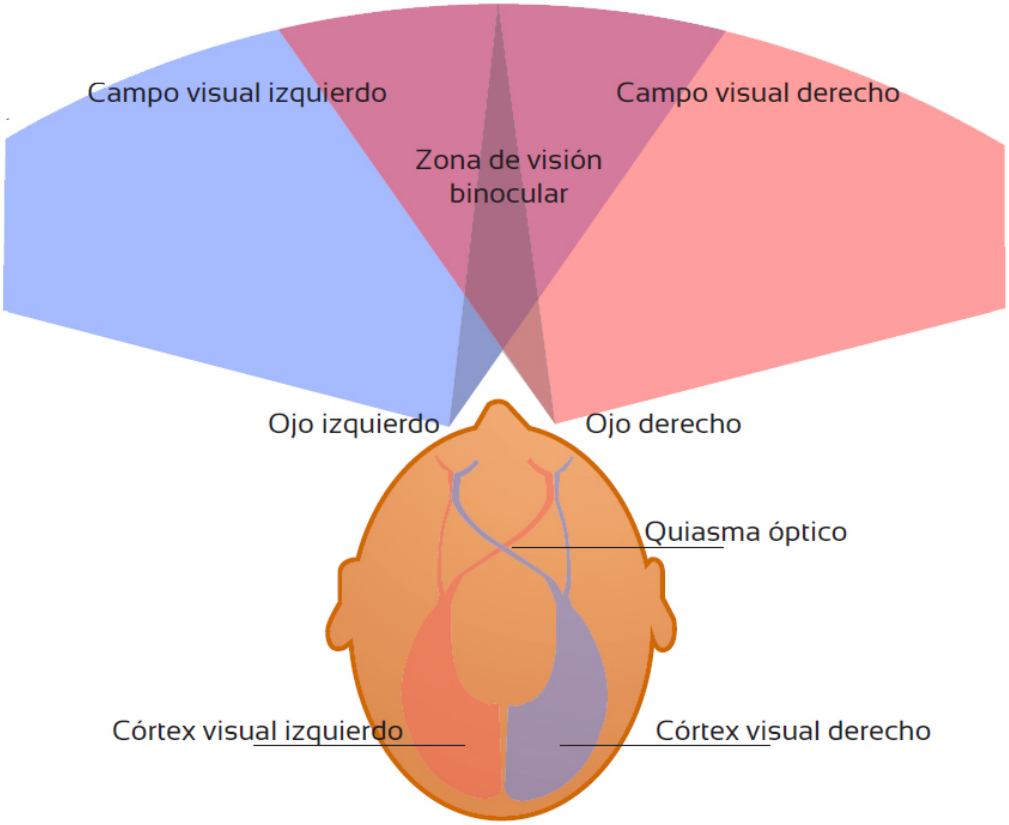
> El campo de visión es una zona del espacio percibido visualmente que puede ser fijada por un ojo en movimiento (campo de visión monocular) o por dos ojos (campo de visión binocular) con la cabeza inmóvil o en movimiento.
>
> *(Smith, 2018)*

Por lo tanto, la visualización cómoda es posible si todos los objetos y actividades que afectan a la línea narrativa no se extienden más allá del campo de visión del usuario.

El ángulo de visión

Las limitaciones fisiológicas de la percepción de imágenes también están afectadas por limitaciones técnicas. El ángulo de visión debe tenerse en cuenta al crear el material. Convencionalmente, se trata de la zona perceptiva del dispositivo de realidad virtual, que puede fijarse y procesarse. La realidad virtual también tiene su propio ángulo de visión que, en promedio, es de 100 grados, que es mucho menor que el campo de visión humano.

Este ángulo de visión impone limitaciones, lo que significa que al ver contenidos de RV, vemos un marco negro alrededor del «cuadro» todo el tiempo. Esto significa que los objetos y detalles importantes de la historia deben situarse y desplazarse aproximadamente 50-55 grados a cada lado del eje central, y aproximadamente 30 grados hacia arriba y hacia abajo, para quedar dentro del campo de visión de las gafas.



Alteraciones del campo visual. Fuente: Tu optometrista

A medida que evolucionan las especificaciones técnicas de los cascos de realidad virtual, esta limitación va desapareciendo, ya que se están creando cascos con un ángulo de visión de 130 grados o más. En consecuencia, el periodista necesita navegar por los dispositivos desde los que se consumen los contenidos para considerar cómo situar en el espacio los objetos y detalles importantes del reportaje.

El papel de la ética también importa

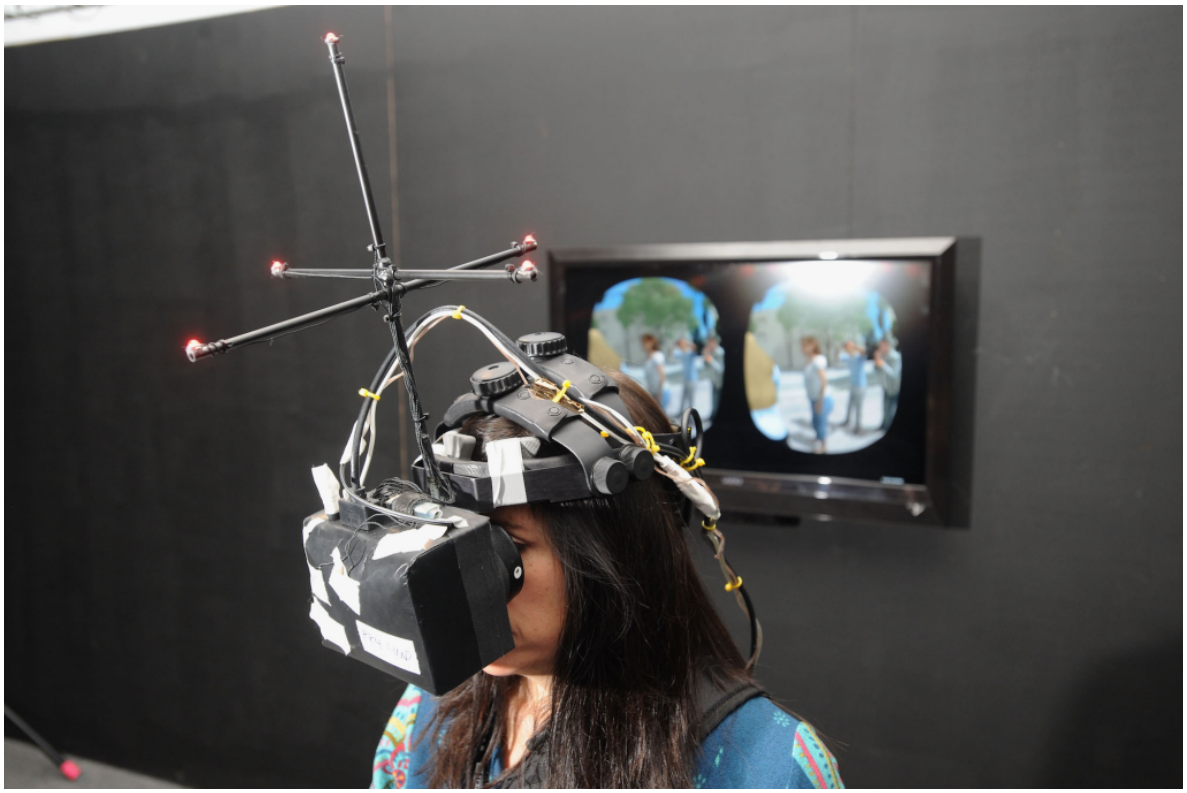
Además de las limitaciones fisiológicas, también hay limitaciones éticas que deben tenerse en cuenta a la hora de crear material. La peculiaridad del entorno de RV es que se percibe como real la experiencia adquirida en un espacio virtual.

En consecuencia, en determinadas circunstancias, la realidad virtual puede no ser una herramienta inofensiva, porque una narración amplificada por la realidad virtual puede deformar o sustituir determinados conceptos. Al cambiar una narrativa clave o un conjunto de narrativas dentro del sistema, un grupo de personas cambiará su visión de los acontecimientos y su papel en la historia.

En este sentido, poseer un amplio conjunto de cualidades y competencias para escribir una buena historia no es un requisito para los periodistas. El periodista debe tener una sólida posición cívica y ética moral para trabajar en este tipo de reportajes.

Otra característica que diferencia al periodismo inmersivo de los medios tradicionales es la continuidad de la información recibida. Al interactuar con la información de fuentes tradicionales como la prensa, la radio y la televisión, los lectores pueden detener el flujo de información entrante en cualquier momento por necesidad. Por ejemplo, ante contenidos impactantes, en la

mayoría de los casos los lectores prefieren dejar de ver el material. Cuando el usuario se sumerge en un reportaje de realidad virtual, no tiene esa opción.



Fuente: The Ethical Challenges of Immersive Journalism

Por esta razón, a pesar del deseo de hacer que el lector empatice con la historia, hay que tener cuidado con la manipulación de los sentimientos de miedo. Las normas éticas a la hora de crear contenidos para gafas de realidad virtual deben ser tan rigurosas como la «documentabilidad» y la «veracidad» de los contenidos. Todos los puntos deberían someterse a una rigurosa revisión de varios niveles por parte del periodista, debido al peligro que puede suponer que todo se percibe como realidad dentro del entorno.

En conclusión, el periodismo inmersivo tiene un enorme potencial de desarrollo. Los materiales creados con la ayuda de la realidad virtual, la realidad aumentada, la realidad mixta y otras tecnologías causan una impresión inolvidable en los lectores, hacen que empaticen con las historias y se recuerden mejor como una experiencia única. Además, las tecnologías de realidad virtual se adaptan e integran constantemente en la vida cotidiana.

 Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional. Los contenidos citados se ajustan a lo regulado en el art. 32 del TRLPI de España