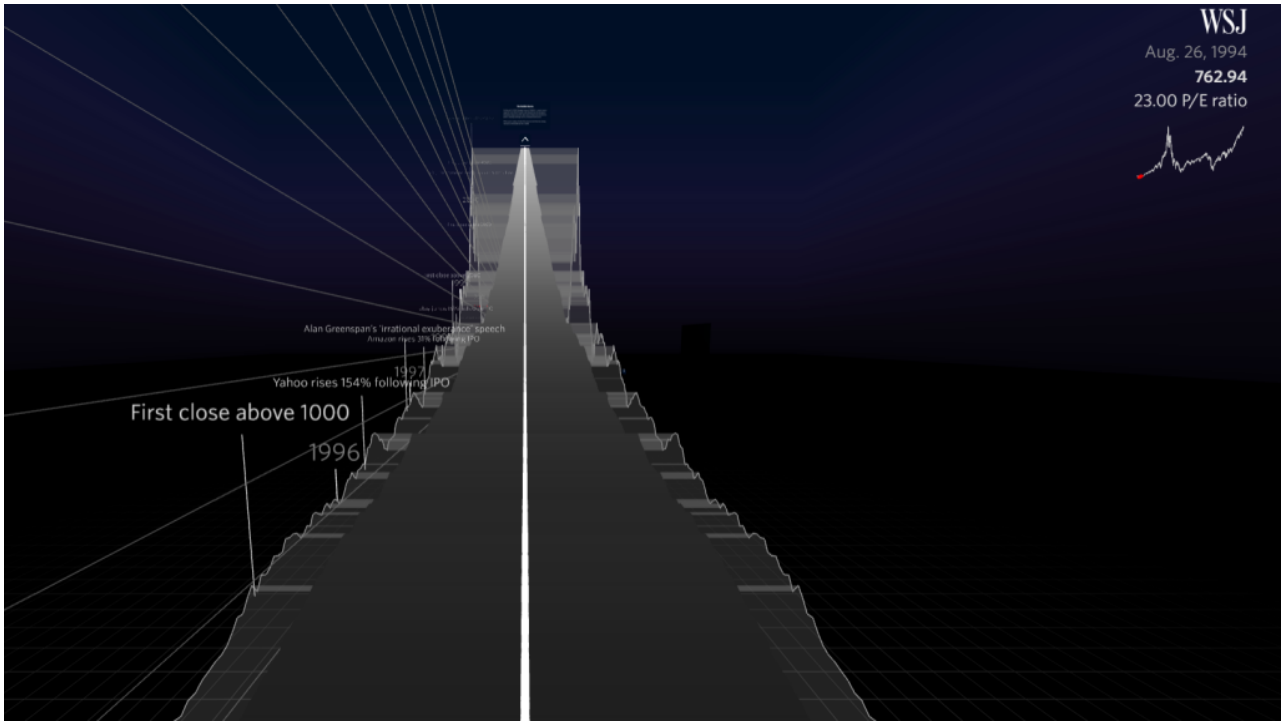
EJEMPLOS DE PRODUCTOS PERIODÍSTICOS INMERSIVOS

Una montaña rusa en la historia de la bolsa Nasdaq

En 2015, el Wall Street Journal publicó «¿Está el Nasdaq en Otra Burbuja?», un proyecto basado en la realidad virtual. El proyecto es una guía virtual de más de 20 años de historia de la bolsa estadounidense Nasdaq, una de las mayores bolsas especializadas en acciones de empresas de alta tecnología. Se puede acceder a la experiencia virtual con unas gafas de realidad virtual o abriendo el sitio web del proyecto. El tiempo total de visualización no es superior a 10 minutos.



Captura de pantalla «¿Está el Nasdaq en Otra Burbuja?». Fuente: Wall Street Journal

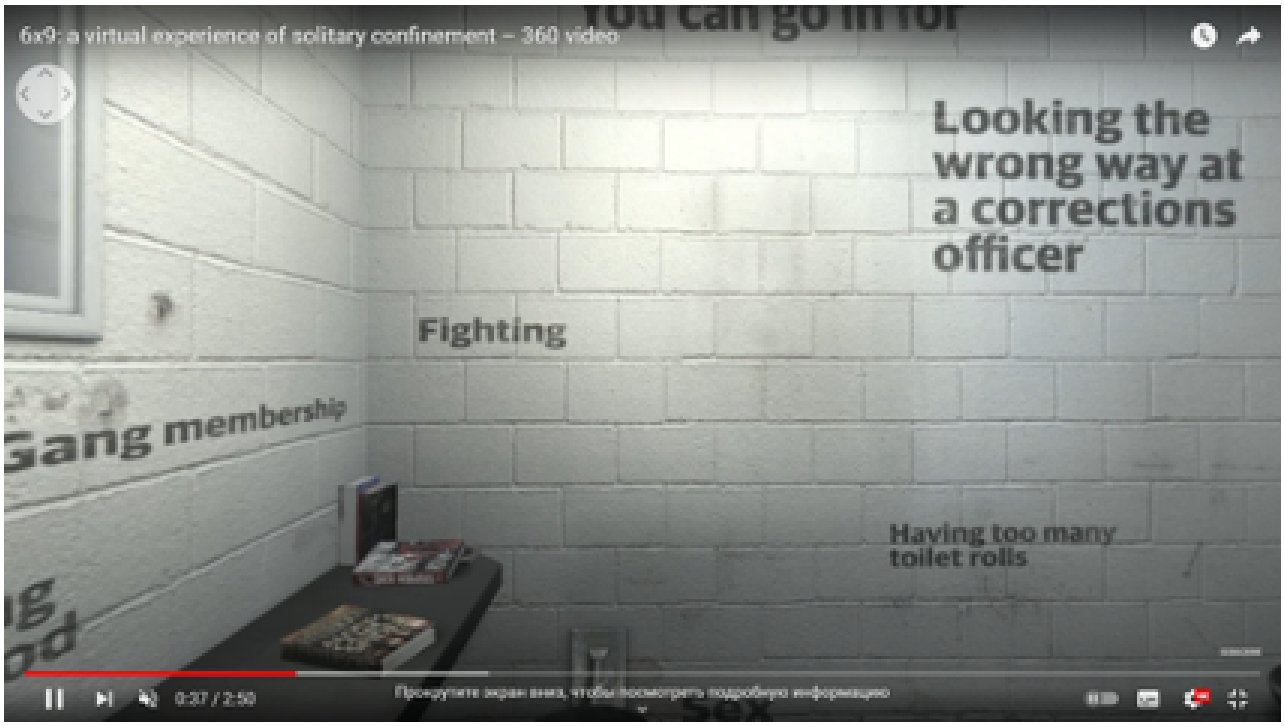
El lector se sumerge en una narración que recuerda a la de una montaña rusa, con fuertes subidas y bajadas que se corresponden con los altibajos del Nasdaq a lo largo de su historia. El recorrido va acompañado de un texto explicativo y en la esquina superior derecha aparece un indicador que muestra el punto al que llega el lector y los intervalos de tiempo recorridos. Además, en varias etapas del viaje virtual, el lector verá alertas con una breve descripción de hitos importantes en la historia de la bolsa.

Experiencia de confinamiento poco atractiva

El contenido de The Guardian se centra en el periodismo de sociedad, con elementos de material educativo. En 2016, The Guardian puso en marcha el proyecto social '6×9: una experiencia virtual de confinamiento solitario', que pretendía simular el encarcelamiento. Dicha simulación se puede visualizar desde

la pantalla de un smartphone o a través de unas gafas de realidad virtual. La experiencia va acompañada de audio grabado en una prisión real, lo que potencia aún más la experiencia de inmersión.

Las paredes de la cárcel abruman al lector, el mobiliario y los interiores son melancólicos, los colores son sombríos y grises. No hay nadie a su alrededor, el mobiliario – la cama, la mesa y el inodoro – son los únicos objetos que acompañan al usuario. La única conexión con otras personas son los gritos y las palabrotas que provienen de detrás de la puerta. El proyecto tiene un poderoso mensaje emocional: el aislamiento convierte a un individuo en un fantasma: deja de sentirse él mismo, como una persona, y pierde su conexión con el mundo.



Captura de pantalla «6×9: a virtual experience of solitary confinement. Fuente: Youtube, @theGuardian

¿Cómo viven las personas con demencia?

Otro ejemplo de proyecto social y virtual es el de Alzheimer's Research UK (Haidrani, 2016), que permite a las personas experimentar los síntomas de la demencia personalmente. Los creadores de A Walk Through Dementia querían contar y explicar las dificultades a las que se enfrentan los pacientes en su vida cotidiana. El espectador experimenta los síntomas de la demencia en tres situaciones: en el supermercado, en casa y de camino a casa. Por ejemplo, en la simulación en casa, el usuario observa una situación en la que una acción relativamente sencilla, como preparar el té, resulta un reto difícil para una persona con demencia. Si la persona padece demencia, que afecta a su visión, puede tener dificultades para ver los objetos que tiene delante. Se llaman «puntos ciegos». En la simulación, el lector se da cuenta de que una caja de bolsas de té desaparece en un segundo. También ve cómo una persona con Alzheimer echa accidentalmente agua hirviendo sobre la superficie de la cocina, ya que tiene la coordinación de movimientos deteriorada.

Captura de pantalla “A Walk Through Dementia” Fuente: Alzheimer’s Research UK

Sumergirse en el espacio

En la siguiente etapa de la tecnología inmersiva, el cine se convierte en un entorno virtual en el que el usuario observa las acciones de los personajes en tercera persona sin participar en su desarrollo. El usuario no interactúa con otros personajes, pero cuando se activa esta interacción, el cine también adquirirá las propiedades de la interactividad.

Este formato es apropiado para el storytelling. La interactividad inherente a la narración implica la comunicación como forma de existencia de la historia. Un ejemplo de material de realidad virtual en formato «cinematográfico» es el proyecto «Take Flight» del New York Times (2015). Durante tres minutos, el usuario asiste a un vuelo espacial que se eleva decenas de kilómetros sobre la ciudad de Nueva York. Entre las nubes, la luna y las estrellas, el espectador ve a famosos actores de Hollywood como Charlize Theron, Michael Fassbender, Rooney Mara y otros flotando en el espacio. Aunque el proyecto tiene un claro carácter de entretenimiento, es de gran calidad en cuanto a contenido visual y «espectáculo» y merece la pena destacarlo tanto como el resto de las publicaciones.

Captura de pantalla «Take Flight|Charlize Theron». Fuente: New York Times

Grupo Ciberimaginario | TFM Daria Tretiakova | 2022/2023 | 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