

Retos para la consolidación del reportaje inmersivo. Estudio de caso de las experiencias pioneras en España de *El Mundo* y *El País*

(Challenges for immersive report's consolidation.
Case study about pioneering experiences in Spain of
El Mundo and *El País*)

López Hidalgo, A.*; Fernández Barrero, A**
Universidad de Sevilla. Departamento de Periodismo II
*lopezhidalgo@us.es; **mfernandez10@us.es

Recep.: 07.10.2016

BIBLID [eISSN 1988-3935 (2016), 15; 125-140]

Acep.: 17.10.2016

El periodismo inmersivo supone la utilización de tecnologías avanzadas para aplicar al reportaje y al documental la sensación de realidad virtual. En España, El País y El Mundo se han lanzado de manera casi paralela a la apertura de canales especializados y aplicaciones para su visualización. En este artículo pretendemos analizar las posibilidades para la consolidación de esta tendencia.

Palabras clave: Periodismo de inmersión. Periodismo inmersivo. Realidad virtual.

Kazetaritza inmersiboak edo murgiltze-kazetaritzak esan nahi du teknologia aurreratuak erabiltzea erreportajei eta dokumentalei errealitate birtualaren ezaugarriak eransteko. Espainian, El País eta El Mundo kazetek ia aldi berean ireki dituzte kate espezializatuak eta aplikazioak, erabiltzaileek ikus ditzaten. Artikulu honetan, joera hori zenbat errotu aztertu nahi da.

Gako-hitzak: Murgiltze-kazetaritza. Kazetaritza inmersiboa. Errealitate birtuala.

Le journalisme immersif implique l'utilisation de technologies de pointe pour appliquer au reportage et au documentaire l'impression de réalité virtuelle. En Espagne, El País et El Mundo se sont lancés de manière quasi-parallèle à la création de chaînes spécialisées et d'applications à regarder. Dans cet article, nous cherchons à analyser les possibilités de consolidation de cette tendance.

Mots-clés : Journalisme d'immersion. Journalisme immersif. Réalité virtuelle.

1. INTRODUCCIÓN

En el periodismo de inmersión, el profesional se introduce en un ambiente, comunidad o situación, durante un tiempo determinado, para experimentar en su propia piel las vivencias, interactuar con los habitantes de ese microespacio y después narrar desde una perspectiva personal y empática aquellos trozos de existencia. Esta modalidad de periodismo, como método de investigación, se propone comprender la realidad a través de la experimentación y, consecuentemente, el redactor narrará los hechos con un alto grado de ética y de subjetividad.

La utilización de tecnologías avanzadas audiovisuales y, en concreto, la creación de la sensación de realidad virtual (RV), está revolucionando el universo de la inmersión periodística, pero esta vez para que el ciudadano viva también la experiencia del periodista. Es lo que se conoce como periodismo inmersivo, que hace que el telespectador, en una nueva experiencia empática, se mueva, como un avatar, por los escenarios, recreados en 3D, y experimente las situaciones que se exponen. Se trata, por tanto, de llevar al espectador a la escena.

En el caso de las narrativas de no ficción, la realidad virtual, como indica Arnau Gifreu (2014), “transforma *El Mundo* a través de la recreación del espacio representado, que es capaz de envolver al espectador como si se ubicara en ese momento y tiempo exactos”.

Según el equipo de investigadores de la Universidad del Sur de California liderado por Nony de la Peña (2010: 292-295), el usuario puede entrar en la historia de diferentes formas, como uno mismo, un visitante que tiene acceso de primera mano a una versión virtual de la localización de la historia, o bien desde la perspectiva de uno de los personajes que aparecen en la narración de actualidad. En cualquiera de estas opciones, el usuario, al que prefieren llamar participante, puede acceder a las vistas y sonidos, y posiblemente, a los sentimientos y emociones que acompañan al relato.

The fundamental idea of immersive journalism is to allow the participant to actually enter a virtually recreated scenario representing the news story. The participant will be typically represented in the form of a digital avatar, an animated 3D digital representation of the participant, and see the world from the first-person perspective of that avatar. In an immersive system such as a Cave (Cruz-Neira, Sandin, DeFanti, Kenyon, & Hart, 1992) the person would see his or her own real body, and the avatar only through shadows and reflections in virtual objects in the environment, though other online people could also see the avatar directly. In a system such as a head-tracked HMD, the person would see the avatar substituting his or her own body from a first-person point of view. Ideally, depending on the extent of body tracking, the movements of the virtual body will match those of the movements on the person's real body. (De la Peña, N. y Weil, P., 2010: 292)

A pesar de que el usuario es consciente de que la realidad virtual es precisamente recreación, y por tanto algo no real, puede llegar a sorprendernos cómo la gente suele llegar a responder con realismo a las experiencias de

periodismo de inmersión, pese a la severa reducción de realismo que puede propiciar la mediación de la pantalla y el comportamiento de los humanos virtuales.

Al menos tres propiedades cognitivas operan para fabricar esta sensación de realismo que los humanos experimentan:

- En primer término, una propiedad estática de la experiencia, la ilusión del lugar (la sensación de estar e intervenir en el lugar descrito por la exhibición virtual a pesar de saber que realmente no estamos allí).
- Más relacionada con la dinámica de los hechos, la plausibilidad (la sensación de creer que lo que está sucediendo en el lugar descrito por la exhibición virtual es real).
- Y en tercer lugar, la representación corporal, que nos permite experimentar ilusiones corporales (la sensación de creer que poseemos un cuerpo virtual propio).

¿Se imaginan poder experimentar el aterrizaje de una cápsula espacial en La Tierra, como un miembro más de la tripulación? Con la realidad virtual y el periodismo inmersivo podremos experimentar las turbulencias del desprendimiento del escudo térmico y el convulso aterrizaje. Las empresas de comunicación ya trabajan en esta nueva forma de contar y consumir historias.

En España, dos grandes medios, *El País* y *El Mundo*, se han lanzado de manera casi paralela a la apertura de canales especializados y aplicaciones para la visualización de los reportajes inmersivos que han grabado de manera aún experimental. *El Mundo* presentó su primer reportaje de periodismo inmersivo el 26 de febrero de 2016, una coproducción con *eldiario.es*, *La Sexta* y *Cadena Ser*. Con el título 'Campo urbano/ciudad rural', ofrece al usuario la posibilidad de experimentar dos realidades opuestas: la vida en una ciudad con más de seis millones de habitantes y la calma del mundo rural, jugando para ello con planos de 180° que se combinan con escenas a 360°. Por su parte, *El País* se adentró en este género periodístico el 28 de abril de 2016 con el reportaje 'Fukushima, vidas contaminadas', en el que invitan al espectador a viajar a la zona cero del accidente nuclear de Fukushima transcurridos cinco años de la catástrofe. Estos trabajos dan idea de la juventud de este formato, que en España está aún en fase de experimentación.

Una prueba de ello es el Immersive Journalism Lab (<http://www.immersivejournalism.es/>), tutelado por el equipo de Designit y The App Date, que trata de mostrar las principales características de la realidad virtual y ayuda a entender a periodistas, empresas periodísticas y profesionales de la comunicación la potencialidad de este medio a la hora de generar nuevas narrativas. Este laboratorio, en el que participan *RTVE*, *El País*, *Vocento*, *la Cadena Ser*, *ABC*, *El Mundo*, *La Sexta*, *Cuatro*, *Grupo Zeta*, *El diario.es* y *Yorukobu*,

ha producido las primeras piezas de periodismo inmersivo realizadas en España.

Ambos trabajos, 'Campo urbano/ciudad rural' y 'Fukushima, vidas contaminadas', nos han servido para un estudio de caso con el que tratamos de exponer dos experiencias pioneras en España en el ámbito del periodismo inmersivo.

Se trata de dos grandes cabeceras con un elevado nivel de difusión e influencia en la opinión pública, que gozan ya de una importante tradición en el universo digital. Esta circunstancia condiciona sus contenidos, pues las versiones de ambos medios se retroalimentan constantemente en cuanto a materias y géneros, lo que, en todo caso, no ha impedido que apuesten por la innovación en los formatos, en la medida que les confiere solvencia, credibilidad y capacidad de renovación.

De hecho, *El Mundo*, junto a *El Periódico de Cataluña*, ya publicaba en Servicom en 1994 (Salaverría, 2007: 358). Un año después, en 1995, se produce un salto paulatino de las publicaciones a la nueva red libre y mundial, la World Wide Web, en la que se adentraron, según Salaverría, los catalanes *Avui* (1 de abril) y *La Vanguardia* (14 de junio), *El Diario Vasco* de San Sebastián (en agosto), y *ABC* (el 20 de septiembre). Algunos autores citan experiencias previas, como la versión electrónica de la revista cultural *El Temps de Valencia*, en 1994, el *Boletín Oficial del Estado*, también en 1994, y del *Diario Expo 92*, que se mantuvo en la Red a lo largo de seis meses de 1992, como ha constatado Álvarez Marcos (2000), y podía ser consultado en unos terminales dispuestos al efecto en el recinto ferial de la Exposición Universal de Sevilla. La versión digital de *El País* se inaugura en la Web el 4 de mayo de 1996, coincidiendo con su vigésimo aniversario en los quioscos.

No es de extrañar, por tanto, que tanto *El País* como *El Mundo* hayan querido adentrarse en el terreno del periodismo inmersivo, una tendencia novedosa en España, casi en fase de experimentación, cuyo alto coste ha llevado a las empresas a trabajar de manera conjunta y colaborativa para poder afrontar el escollo que supone el elevado precio de estas tecnologías.

El análisis descriptivo de textos se ha completado con entrevistas no estructuradas a dos de los periodistas que han participado en los proyectos mencionados en ambos medios, Raquel Quílez, coordinadora de especiales de *El Mundo* en el momento de elaboración y composición de 'Campo urbano/ciudad rural', y Daniel Verdú, reportero de *El País* que participó en la grabación del reportaje 'Fukushima, vidas contaminadas'.

Las entrevistas nos han servido para obtener información acerca del proceso de elaboración de los proyectos y detectar los retos y oportunidades que le aguardan a esta modalidad periodística.

2. VIAJE A LOS ORÍGENES

Las posibilidades de las tecnologías de realidad virtual y realidad aumentada, por un lado, y la fuerte influencia del videojuego como industria cultural, por otro, no pasan desapercibidas para profesionales e investigadores del ámbito periodístico, fundamentalmente en Estados Unidos, que comienzan a interrogarse a finales de los noventa y principios de la siguiente década sobre su aplicación en el oficio de contar lo que pasa en el mundo.

De hecho, los investigadores sitúan los antecedentes del periodismo inmersivo en el periodismo interactivo, que utiliza las técnicas interactivas digitales y la lógica del videojuego, con ilustraciones e infográficos en 3D, al servicio de la información. El objetivo, según Nonny de la Peña (2010: 293), investigadora del Annenberg School for Communication and Journalism de la Universidad de California del Sur, es crear un escenario simulado, de manera que el usuario entre e interactúe en este entorno digital a través de la interfaz que ofrece la computadora.

Hay, además, un elemento de elección, donde el usuario puede seleccionar acciones de entre un conjunto de posibilidades, investigando temas y aspectos subyacentes de la información de actualidad. Estos factores ofrecen tanto un método de navegación a través de una narrativa, que ocasionalmente ofrece al usuario documentos, fotografías o metrajes de la información en curso; como una experiencia.

El resultado es un amplio espectro de videojuegos, desde simples animaciones en 2D a elaborados productos en 3D, entre los que De la Peña destaca, entre otros, Kuma War y Second Life.

Kuma War ofrece distintos episodios de recreación basados en la denominada Guerra contra el Terror iniciada por Estados Unidos. El episodio 107, por ejemplo, permite a los jugadores formar parte de la misión que pretende acabar con el líder de la banda terrorista Al Qaeda, Osama bin Laden, de la misma forma que en la vida real lo hicieron seis miembros del cuerpo especial de la marina de Estados Unidos. Respecto a Second Life, De la Peña sostiene que provee al usuario de mayores oportunidades para la recreación de información, en la medida que ofrece un mundo virtual en 3D gratuito donde los usuarios (residentes) pueden hacer vida social. Con una programación abierta y libre, los usuarios son representados como un avatar, habitualmente humano, bien del género masculino o femenino, con un amplio rango de atributos físicos, que les permite explorar el mundo virtual, interactuar con otros residentes, establecer relaciones sociales o participar en actividades.

Convencida de que la utilización de espacios inmersivos permitiría realmente pensar en las noticias y acercar al espectador a una comprensión más exacta de lo que se está intentando transmitir, De la Peña ha ayudado a diseñar, junto a la profesora de cine Peggy Weil, los escenarios de 'Gone Gitmo' en Second Life, una representación virtual del penal de la

Bahía de Guantánamo basada en los relatos de detenidos que pasaron por Guantánamo. El avatar viaja atado y encapuchado en un avión C-17, oye gritos violentos y termina inmovilizado en una jaula de la que no puede salir. También forma parte de la experimentación con Second Life un trabajo sobre el impacto de la industria del carbón, 'Cap and Trade', en el que los usuarios pueden participar en un viaje que les invita a conocer el actual sistema financiero en el que individuos y empresas pueden supuestamente compensar la contaminación por carbono.

Estos trabajos ligados al formato de los newgames, no obstante, forman parte de lo que este equipo de investigación denomina periodismo interactivo o "periodismo inmersivo de bajo nivel" (De la Peña, Nonny y otros, 2010: 299), que no llega a alcanzar las potencialidades del periodismo inmersivo profundo (deep immersive journalism), una modalidad que potencia los recursos tecnológicos que favorecen las propiedades cognitivas humanas que inducen la sensación de realismo:

We have distinguished between what might be called interactive journalism or lowlevel immersive journalism, which supplies information in novel forms such as computer games, online communities such as Second Life, and which can give people some level of experience of a situation as well as providing a means to navigate through the vast amount of digital information that may be available on a particular topic. By deep immersive journalism, on the contrary, we mean transferring people's sensation of place to a space where a credible action is taking place that they perceive as really happening, and where, most importantly, it is their very body involved in this action. (De la Peña, N. y Weil, P., 2010: 299)

Con el objetivo común de aumentar la inmersión sensorial, distintos centros de investigación rastrean, a partir de la década de los noventa, las posibilidades del audio interactivo e inmersivo, el vídeo y la fotografía en 360 grados, las cámaras web, y el vídeo y la fotografía en tres dimensiones o la realidad aumentada, como explica Eva Domínguez (2015: 414), que "ofrecían caminos de exploración para el relato periodístico y aumentaban la sensación de exploración de un lugar". En este sentido, Domínguez trae a colación la experiencia de la Columbia University, a través del Center for New Media, que desarrolló varios experimentos prácticos con vídeo omnidireccional y realidad aumentada.

Y pese a disponer de la tecnología, Domínguez (2010: 414-415) sostiene que estos formatos tardaron en incorporarse a los trabajos periodísticos por la enorme especialización de perfiles para crearlos que se requieren y el elevado coste de las tecnologías que los hacen posible.

Al margen del formato de los newgames, precisamente uno de los trabajos del equipo de la US Annenberg School of Communication, 'Hunger in Los Angeles', de 2012, es considerado por los expertos el proyecto pionero en el ámbito del periodismo inmersivo. Presentado en el Festival de Sundance, relata la muerte de una persona diabética mientras hacía cola en un banco de alimentos de la ciudad estadounidense de Los Ángeles. El usuario podía

situarse en el lugar de los hechos en un escenario virtual en 3D y ver los hechos tal y como ocurrieron, con los sonidos reales, las voces de las personas presentes y la sirena de la ambulancia.

Para Nonny de la Peña y otros (2010: 299), la diferencia de este trabajo prototipo de periodismo inmersivo respecto al newsgame reside en el resultado de las simulaciones sobre el curso de la narración, pues las opciones del jugador en el *newgame* pueden desembocar en un relato distinto de los hechos que tuvieron lugar. Domínguez (2015: 416) es tajante al respecto: “El trabajo de Immersive Journalism también es una simulación. La distinción es que aquello que se reproduce es una reconstrucción de hechos reales sobre los que no se dan alternativas”.

Los medios también suelen mencionar como uno de los primeros trabajos de periodismo inmersivo el proyecto ‘Harvest of change’ (‘Cosecha de cambio’, de 2014, impulsado por el *Des Moines Register*, del grupo Gannett (Iowa, Estados Unidos). El proyecto recrea una granja en la que, a través del casco de realidad virtual de Oculus, se puede caminar por un entorno en el que van apareciendo informaciones y vídeos y fotografías reales que aportan contexto.

La inmersión tiene grados y, desde estos incipientes proyectos, la tecnología ha avanzado lo suficiente para dotar a las imágenes de un mayor realismo, que es uno de los objetivos que se marcan ahora los medios para seguir avanzando en las narrativas asociadas a la realidad virtual. En cualquier caso, los trabajos realizados en España se alejan de la simulación y apuestan mucho más por escenarios reales.

3. LA EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN: DEL VIDEOJUEGO AL DOCUMENTAL

El Tow Center For Digital Journalism de la Universidad de Columbia ha puesto en marcha un proyecto que pretende desarrollar prototipos de cámaras y de grabación de audio que ofrezcan una experiencia que se parezca más a un documental o al fotoperiodismo que a un videojuego, según Miriam Garcimartin (2014), pues “esta nueva realidad virtual hace necesaria la innovación técnica, pero también narrativa”, dado que “los usuarios experimentarán los hechos en primera persona, por lo que los periodistas se verán obligados a construir su narración desafiando las nociones clásicas de observación y objetividad”.

Eva Domínguez (2015: 420) concreta la realidad inmersiva en diez estrategias interactivas y visuales dirigidas a fomentar el rol activo del usuario en el relato y crear una experiencia sensorial de exploración del espacio, a saber:

- Composición de la interfaz con marco único, ofreciendo una imagen sin compartimentaciones.

- Si se puede, el relato ocupa la pantalla.
- Estilo gráfico realista, que implica detallismo y fidelidad de la realidad que se muestra.
- Movimiento por continuidad: el montaje audiovisual evidencia la mediación, mientras que la fluidez de movimiento por un espacio transmite la sensación de “estar ahí”.
- Sonido constante ambiental: el sonido constante, sutil y ambiental crea la sensación de expectación y de atmósfera en el entorno.
- El sistema de interacción incluye manipulación directa, menús emergentes o formularios, que favorecen la interacción directa con lo que se ve.
- El usuario puede elegir lo que ve: se permite elegir el encuadre de la escena.
- Se eligen opciones que afectan a la trama: el desarrollo del relato depende de las elecciones del usuario.
- Se puede jugar: se experimenta una vivencia narrativa de compactación, un juego con unas reglas propias.
- Se experimenta una vivencia narrativa de representación: se simulan personas y acciones de un fragmento de la realidad en la que el usuario participa de alguna manera.
- El usuario personifica un personaje: asume un rol en el relato a través del que ve y actúa en él.

Desde el punto de vista técnico, el periodismo inmersivo de nuestros días recurre a la grabación de vídeos en 360 grados o esféricos, que permiten al usuario conocer varios aspectos o puntos de vista de una historia en un mismo momento, así como visitar lugares inaccesibles.

4. SISTEMAS DE VISUALIZACIÓN

Al margen de la grabación, otro de los grandes retos que le aguarda al periodismo inmersivo es la generalización y universalización de los sistemas de visualización.

El concepto de periodismo inmersivo aparece, hoy por hoy, vinculado a las gafas de realidad virtual, como las Samsung Gear VR o las Oculus Rift (de Facebook), que se conectan al teléfono móvil o al ordenador, respectivamente.

Sony trabaja en algo parecido para su consola PS4 y compañías como Apple o Microsoft se han embarcado en proyectos similares. Por su parte,

Google ha creado Cardboard, un visor de cartón de bajo coste que pretende revolucionar el mercado.

Los sistemas de visualización están, por tanto, en plena fase de experimentación y, como explica Javier Lasa (2016), ha sido un factor clave para el desarrollo del periodismo inmersivo, especialmente en lo que respecta a la evolución de la tecnología de los visores individuales, que posibilitan el consumo masivo. Lasa recuerda, al respecto, los precursores sistemas avanzados Virtusphere, usados en ámbitos militares por su alto coste, que recreaban un espacio físico (una esfera que permitía el tracking de movimiento).

Los sistemas individuales para el hogar comienzan con Nintendo y su Virtual Boy, como explica Lasa, para quien resultaron ser un fracaso comercial, seguido por el Sony Glasstron (1997) o el Forte VX 1995, también de alto coste, entre 700-1.000 dólares; bajas resoluciones, algunas de 256 colores; efectos de ghosting; falta de sincronización y baja resolución de los pantallas LED de 800x600.

Otra opción de visualización son las aplicaciones específicas. *El País*, por ejemplo, lanzó la app EL PAÍS VR para móvil, disponible en las tiendas de iOS y Android. Además de ver el vídeo como en *YouTube*, esta aplicación permite usar unas gafas compatibles con Google Cardboard para una experiencia más real.

Youtube supone una tercera opción de visualización, en la que utilizando el ratón en el ordenador, o girando el dispositivo en el caso de hacerlo a través de la aplicación móvil de *YouTube*, se puede acceder a los 360 grados de visión que permite este tipo de grabación. Este canal ya aloja vídeos en 360 grados aunque para verlos hay que disponer de las últimas versiones de los navegadores Chrome, Opera o Firefox o las aplicaciones para los sistemas operativos móviles iOS o Android.

La realidad virtual que hará viable el periodismo inmersivo es una tecnología que genera interfaces informáticas sintéticas de dos tipos, según Eva Domínguez (2013: 105): inmersiva y no inmersiva o semiinmersiva. En la primera, el usuario tiene la sensación de estar envuelto por la representación por ordenador y puede desplazarse por ella. Para ello, debe llevar puestas gafas, cascos, guantes u otros dispositivos. El usuario recorre ese espacio digital representado cuando en realidad está en una habitación vacía. La segunda modalidad, no inmersiva, se experimenta a través de una pantalla de ordenador o de móvil, por lo que el marco físico de la pantalla actúa como barrera entre ambos mundos.

Las imágenes en 360 grados, la realidad virtual y la realidad aumentada son algunas de las tecnologías y formatos que persiguen estos objetivos. En vez de leer una historia on line, el usuario tiene que “hacer” algo para sentirla. Como consecuencia, las operaciones interactivas sirven para que el usuario viva el relato. Por este motivo, puntualiza Eva Domínguez, la

interacción no es meramente funcional sino narrativa. Las iniciativas profesionales con juegos y simulaciones, como consecuencia, suponen la construcción y experimentación de formas narrativas periodísticas emergentes (Op. Cit., 2013: 106).

En resumen, el usuario tendrá la posibilidad de sumergirse en cualquier acontecimiento y presenciar y experimentar con la vista, el oído e, incluso, con el tacto y con el olfato, lo que ocurre en el lugar de los hechos. Asimismo, el espectador podrá actuar desde distintos roles: o bien como visitante o bien como un personaje representado en la historia.

Mercedes Ortiz señala, además, que el periodismo inmersivo permite romper la brecha entre el juicio moral abstracto y el comportamiento humano real. Es decir, el usuario podrá llegar a sus propias conclusiones no ya basándose solo en sus creencias y prejuicios, sino siendo un testigo más de lo acontecido.

No obstante, Ortiz encuentra algunas limitaciones a la hora de trabajar con estos nuevos formatos. En primer lugar, las escenas no pueden ser recreadas al ordenador, pues es necesario material original grabado en hechos reales. En segundo lugar, el periodismo inmersivo es distinto de los videojuegos informativos o de la gamificación aplicada a las noticias. En estos, el espectador-jugador toma decisiones para alcanzar un objetivo y su avance se mide por indicadores. Sin embargo, el espectador de una noticia inmersiva no puede modificar los acontecimientos. Y en último lugar, el periodismo inmersivo está sujeto a las mismas restricciones éticas de los medios convencionales, es decir, a "presentar hechos objetivos libres de matices y prejuicios son el fin de conseguir que el público saque sus propias conclusiones" (Ortiz, 2013).

5. LOS RETOS

Los expertos coinciden en proclamar la fase de experimentación en la que se encuentra el periodismo de inmersión, un momento expuesto a luces y sombras en el que se juega en gran medida su futuro. La viabilidad del periodismo inmersivo depende de la superación de los obstáculos que frenan su desarrollo, entre ellos el elevado coste que supone de producción esta nueva tecnología.

Para muchas empresas periodísticas, la solución ha sido la asociación, de manera que el coste compartido permita adentrarse en nuevas líneas de experimentación. Con todo, Arnau Gifreu (2014) asegura al respecto:

“La realidad virtual ha llegado para quedarse, y que una vez experimentemos en nuestra piel lo que es estar dentro de un proyecto, no habrá vuelta atrás y siempre anhelaremos volver a experimentar eso, pero con historias y relatos diferentes”.

Por otro lado, el alto coste de la tecnología frena, sin duda, su desarrollo. De hecho, hasta el desarrollo de los sistemas *low cost* de visualización, toda vía muy incipiente, no se ha palpado un consumo al alza.

La mayor parte de los expertos sostiene que competir con los altos precios implica necesariamente la democratización de los sistemas y el uso doméstico de la tecnología de realidad virtual.

Gifreu (2014) advierte que la compra de Oculus VR en marzo de 2014 por Facebook hizo resurgir el interés por la realidad virtual casi treinta años después de que la tecnología fuera creada y recuerda las palabras del visionario y director de la red social más masiva del mundo, Mark Zuckerberg, que ha descrito este hardware de visualización como el próximo estadio como plataforma importante de computación que vendrá después del móvil.

En realidad, todo parece apuntar a que el consumo masivo de realidad virtual y periodismo inmersivo vendrá de la mano del móvil, toda vez que los teléfonos han conseguido desbancar al ordenador como vía más utilizada para acceder a Internet.

6. ESTUDIO DE CASO: LAS INICIATIVAS INMERSIVAS DE EL PAÍS Y EL MUNDO

El Mundo presentó su primer reportaje de periodismo inmersivo el 26 de febrero de 2016, una coproducción con *eldiario.es*, *La Sexta* y *Cadena Ser*. Con el título 'Campo urbano/ciudad rural', ofrece al usuario la posibilidad de experimentar dos realidades opuestas: la vida en una ciudad con más de seis millones de habitantes y la calma de *El Mundo* rural, jugando para ello con planos de 180° que se combinan con escenas a 360°. El usuario decide hacia dónde quiere mirar.

'Campo urbano, ciudad rural' es una de las primeras piezas de periodismo inmersivo que se han hecho de forma colaborativa en España. En ella han participado Miguel Campos, coordinador del departamento de vídeo de *Eldiario.es*; Nieves Goicoechea, jefa de la sección Ciencia, Tecnología y Tendencias Urbanas de la *Cadena SER*; Raquel Quílez, entonces coordinadora de especiales de *El Mundo* y en la actualidad responsable multimedia de *ABC*; y Roberto Martín, redactor de informativos *La Sexta*. Estos periodistas han trasladado al usuario a la vida del campo y a la gran ciudad de forma simultánea gracias a los 360° grados que les han permitido confrontar escenarios típicos de cada ambiente: desde la reunión de un grupo de amigos en un bar del pueblo madrileño de Gascones al ajeteo diario que se vive en la redacción de un periódico.

El rodaje, centrado en cinco momentos del día, captados con una cámara con tres ópticas, permite al espectador sentir el contraste de cada escenario. Esta pieza, filmada paralelamente a *Urban Beekeeping* e impulsada por *Designit* y *The App Date*, también se puede encontrar en *VRreak*.

#VReakchannel, que es el primer canal de historias y noticias 360° en castellano en el que se pueden ver estas piezas y otras que se publicarán de forma periódica por periodistas y creadores.

Raquel Quílez narra su experiencia durante la grabación de este reportaje. Señala en este sentido que el género es muy diferente porque cambia sobre todo el punto de vista del profesional:

“Tú como periodista tienes que desaparecer completamente de la escena. No puedes intervenir en la acción, ni puedes hacer preguntas ni a las personas protagonistas del reportaje nada. Es captar la realidad pura y dura. Eso me gustó, porque es verdad que cambia nuestro papel como periodista y al final metes al usuario en esa realidad y que él juzgue. Tú ya no tienes más que decir. Y eso me parece muy enriquecedor, la verdad”.

A la pregunta de qué aportará el periodismo inmersivo al ejercicio de la profesión, Quílez es contundente:

“Yo creo que es una herramienta de empatía muy potente. Lo veo sobre todo para temas más sociales que al final requieran que tú te tengas que poner en la piel de otra persona, por ejemplo un campo de refugiados sirios. Para ese tipo de situaciones aporta empatía que igual no podemos conseguir de otra manera. No lo usaría para todo ni todo el rato, porque tampoco se trata de hacer espectáculo. Tampoco tenemos que caer en eso”.

Asimismo, considera que el periodismo inmersivo es un elemento complementario a la información tradicional: “Tampoco le veo valor solo, porque tú como periodista desapareces y no puedes explicar las causas ni las consecuencias. Es una exposición pura y dura. Tiene que ser un complemento a informaciones en las que estén dados datos y background”.

En esta nueva herramienta interesa seleccionar con acierto no solo la historia, sino el escenario. Quílez señala a respecto:

“Es muy importante porque la grabación es muy diferente. Ves cómo adquiere protagonismo lo que está más cerca de la cámara. Lo que está más lejos va desapareciendo. Se graban distintos planos y luego en edición hay que hacer el cosido, que se llama, y hay que tener mucho cuidado de que en ese ángulo que se va a coser no esté pasando nada porque, si no, no sirve. Al final, tienes que tener una serie de variables que no tienes en cuenta cuando sales a hacer un reportaje normal. Aquí es verdad que es muy importante el escenario, porque además es que tú no vas a poder intervenir. Pones la cámara en medio de la realidad que vayas a grabar y te vas. Y dejas que la cámara capte lo que está pasando”.

El periodista, según Quílez, no debe tener prejuicios y estar abierto a estas nuevas prácticas y técnicas que muestran la realidad de manera diferente a la tradicional, pero advierte que el profesional siempre debe estar atento a los métodos sólidos en los que se sustenta el periodismo. Es decir, contar los hechos con rigor y no caer en el espectáculo. Rechaza las recreaciones de escenarios que están llevando a cabo en otros países con realidad

aumentada y técnicas de videojuego, porque piensa que eso ya es otra cosa. Piensa que en España va a costar implantar estas nuevas técnicas de periodismo inmersivo, porque las empresas no disponen de medios para invertir y estas nuevas tecnologías todavía hoy son caras.

El País, por su parte, se adentró en este género periodístico el 28 de abril de 2016 con el reportaje 'Fukushima, vidas contaminadas', en el que invitan al espectador a viajar a la zona cero del accidente nuclear de Fukushima transcurridos cinco años de la catástrofe.

El reportaje está grabado en 360 grados e incluye infografías tridimensionales y sonido inmersivo. Con una duración aproximada de 10 minutos, invita al espectador a recorrer pueblos abandonados, ofrece entrevistas a desplazados por la radiación y permite al usuario adentrarse a un kilómetro y medio de la central nuclear a bordo del Rainbow Warrior, el buque insignia de la ONG Greenpeace, con el ex primer ministro de Japón Naoto Kan.

En este caso, el usuario dispone de tres vías de visualización:

- El canal de YouTube, en el que utilizando el ratón en el ordenador, o girando el dispositivo en el caso de hacerlo a través de la aplicación móvil de YouTube, se puede acceder a los 360 grados de visión que permite este tipo de grabación.
- La app propia de *El País*, EL PAÍS VR para móvil, disponible en las tiendas de iOS y Android. Además de ver el vídeo como en YouTube, esta aplicación permite usar unas gafas compatibles con Google Cardboard para una experiencia más real.
- También se pueden usar unas gafas como las Samsung Gear VR o las Oculus Rift, que se conectan al teléfono móvil o al ordenador, respectivamente.

Daniel Verdú, reportero de *El País*, participó en la grabación de este reportaje sobre Fukushima. Considera que este proceso de grabación de realidad virtual es muy diferente al del video tradicional. Él es consciente de la aportación que supone para la profesión estas nuevas tecnologías:

“Desde el punto de vista conceptual, la oportunidad que ofrece esta tecnología es que transporta al lector al lugar de la noticia, que es una cosa que siempre habíamos dicho de una forma un poco como lugar común del periodismo, pero que realmente no sucedía hasta que te pones unas gafas de este tipo y te ves ahí en medio de Fukushima rodeado de los personajes principales de la historia. Y eso es lo que yo creo que es lo fundamental, porque permite en este tipo de historias tomar conciencia de una forma mucho más cercana. Y luego, desde el punto de vista técnico, en sí la grabación implica que tú tienes que preparar un poco la escena, porque, como es una cámara que graba en 360 grados, no puedes aparecer. No puedes estar con el micro preguntando, para que cuando el ciudadano se ponga las gafas se encuentre en ese escenario con los protagonistas, y que no haya una intermediación del periodista. Tú tienes que preparar la

escena, decirle al entrevistado: aparece por aquí, habla y cuenta esta historia. Y tú te vas a ir por el otro lado sin que cruces por un determinado ángulo para que no se estropee. En fin, que tiene una parte de producción que normalmente no estamos acostumbrados en periodismo”.

También Verdú piensa que el escenario, y ya no solo la historia, cobrará una importancia de primera magnitud con estas tecnologías:

“Porque tienes que buscar sitios no solo espectaculares sino que tengan un acceso más limitado, porque ahí está la gracia. Transportar a alguien a la Castellana no tiene mucho valor, pero a lo mejor a un barrio, como en este video de Fukushima, donde hay un cierto grado de radiación y no ha podido entrar nadie, pues ahí está el valor añadido de este tipo de sistemas”.

Al igual que Raquel Quílez, piensa que también en este tipo de trabajos el papel fundamental del periodista debe ser el mismo: la honestidad, la experiencia y un punto de vista lo más sincero posible: “En ese sentido, no cambia. Los valores que se utilizan son los mismos. Y me parece bien que se estudie en las facultades de Periodismo. Veremos cómo se consolida esto. Creo que irá avanzando”.

Sí ve futuro a este tipo de periodismo y a otros nuevos formatos con los que se investiga en estos momentos:

“Es una época en la que están apareciendo un montón de nuevas maneras de contar las historias. Creo que ya no se sustituyen unas por otras, como pasaba antes, sino que conviven todas en un ecosistema bastante enriquecido. Será una forma más de contar las historias. Y tiene futuro”.

Respecto a aquellos otros vídeos en los que se crean escenarios con realidad aumentada y técnicas propias de los videojuegos, transformando el paisaje original, se muestra esquivo: “Siempre me parece más peligroso aquello que permite un terreno de manipulación. Aunque sea con buenos fines, siempre se puede acabar deformando la realidad en interés de alguien”.

No sabe cuándo este nuevo periodismo estará al alcance de todos los ciudadanos, sobre todo por su alto coste y no sabemos “lo que tardarán los dispositivos y la tecnología en democratizarse y llegar a todos los hogares”.

7. CONCLUSIONES

Estos trabajos dan idea de la juventud de este formato, que en España está aún en fase de experimentación, al igual que en muchos otros países. Puede que en unos años sea un complemento ideal de los medios, pero a día de hoy su consumo es aún minoritario y la precarización por la que atraviesa buena parte de las empresas periodísticas no permite vislumbrar de momento un futuro muy esperanzador.

Pero no cabe duda que el periodismo tradicional deberá acostumbrarse a convivir con estas nuevas posibilidades que ofrecen estas nuevas tecnologías. No solo cabe hablar ya de videos grabados en 360 grados, sino de realidad aumentada, de técnicas propias de videojuegos, de drones, de imágenes sin pantalla.

El uso la tecnología ha avanzado lo suficiente para dotar a las imágenes de un mayor realismo pero en España los proyectos de periodismo inmersivo lanzados hasta el momento por las grandes cabeceras se alejan de los escenarios simulados y apuestan por escenas tomadas de la propia realidad.

El periodista también tendrá que mirar la realidad desde otro punto de vista para poder contarla, y las facultades de Ciencias de la Comunicación tendrán que acoger en sus planes de estudio estas nuevas materias que están cambiando la profesión desde su propio seno. En estos videos de realidad virtual, el periodista no será un intermediario, sino que desaparecerá de la escena, para que el usuario pueda ser el protagonista de la historia.

Y lejos de toda sospecha, todas estas nuevas tecnologías no vienen para romper el mapa periodístico actual sino, muy al contrario, a servir de complemento al mensaje periodístico tradicional, a narrar los hechos con otra mirada, desde otro punto de vista. En definitiva, a enriquecer con nuevas herramientas la manera de contar la realidad.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ MARCOS, José (2000): *Sevilla y el Periodismo multimedia: la experiencia pionera de Diario Expo 92*. Padilla Libros: Sevilla.
- DE LA PEÑA, Nonny; WEIL, Peggy, y otros: "Immersive Journalism: immersive virtual Reality for the first person experience of news". *Presence*, Ed. Massachusetts institute of technology, Vol. 9, nº 4, agosto de 2010, pp. 291-301.
- DES MOINES REGISTER: "Harvest of change" (vídeo). Visualizado el 07/08/2016: <http://www.desmoinesregister.com/pages/interactives/harvest-of-change/>.
- DOMÍNGUEZ, Eva (2015): "Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual o el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad". *El Profesional de la Información*, v. 4, pp. 413-423.
- DOMÍNGUEZ, Eva (2013): *Periodismo inmersivo. La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos*. Editorial UOC: Barcelona.
- EL MUNDO: *Campo urbano/ciudad rural* (reportaje inmersivo). Visualizado el 03/08/16: <https://www.youtube.com/watch?v=KTXUAWWHIAQ>
- EL PAÍS: *Fukushima, vidas contaminadas* (reportaje inmersivo). Visualizado el 03/08/16: <https://www.youtube.com/watch?v=5pctLtUmvKg>
- GARCIMARTÍN, Miriam (2014): "El periodismo inmersivo revolucionará la forma de contar historias". *Media-tics.com*. Consultado el 15/08/2016: <http://www.media-tics.com/noticia/5173/medios-de-comunicacion/el-periodismo-inmersivo-revolucionara-la-forma-de-contar-historias.html>.

- GARCIMARTÍN, Miriam (2015): “Oculus Rift: mucho más que un casco de videojuegos”. Media-tics.com. Consultado el 31/07/2016: <http://www.media-tics.com/noticia/5214/tecnologias-emergentes/oculus-rift-mucho-mas-que-un-casco-de-videojuegos.html>.
- GIFREU, Arnau (2014): “La realidad virtual por Nonny de la Peña: de Gone Gitmo a Project Syria. Parte 1”. Rtve.es, Webdocs. Historias del siglo XXI. Consultado el 02/08/2016: <http://blog.rtve.es/webdocs/2014/09/la-realidad-virtual-en-nony-de-la-pe%C3%B1a-de-hunger-in-la-a-project-syria-parte-1.html>
- GÓMEZ MARTÍN, Mónica (2005): “Los nuevos géneros de la neotelevisión”. Área Abierta, nº 12, noviembre. Consultado el 23/08/2016: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0606130002A/4172>
- LASA, Javier (2016): “Realidad virtual y Periodismo inmersivo: conceptos básicos”. *Linked In*. Consultado el 02/07/16: <https://www.linkedin.com/pulse/realidad-virtual-y-el-periodismo-inmersivo-conceptos-b%C3%A1sicos-lasa>
- ORTIZ, Mercedes (2013): “El periodismo inmersivo y otras maneras de contar lo que ocurre”. Mis Apis por tus cookies. Consultado el 17/08/16: <http://www.misapis-portuscookies.com/2013/12/tendencias-periodismo-2014/>.
- SALAVERRÍA, Ramos (2007): “Ciberperiodismo: diez años de prensa digital en España”, en FERNÁNDEZ SANZ, Juan José (ed.): *Doce calas. Prensa especializada*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U: Madrid.