

Realidad virtual y realidad aumentada: de la ciencia ficción al alcance de todos



Sectores como la cultura, la medicina o el turismo han integrado ya la tecnología inmersiva en su actividad. Además, el 39% de los hogares ya cuenta con uno de estos dispositivos.

Si cuando se estrenó la primera película de la saga Matrix, alguien nos hubiese chivado que, tan solo 20 años después, el mundo de Neo no sería ciencia ficción, ¿nos lo hubiésemos creído? Lo más seguro es que no. Pero lo cierto es que desde entonces la tecnología ha avanzado a pasos de gigante, y estamos muy muy cerca de que esa simulación de un mundo virtual dentro de un mundo real no sea solo el delirio de una mente futurista.

De hecho, la tecnología de la realidad virtual y la realidad aumentada están más de moda que nunca. Quizá, porque, aunque no sea un invento nuevo, nunca había estado tan al alcance de todos. Basta una videoconsola, un PC o el propio móvil. Al mismo tiempo, sectores como la medicina, la cultura o el turismo las han integrado en su actividad, conscientes de todo el potencial de estas herramientas.

Estas tecnologías cada vez son más accesibles para todos los bolsillos

Desgranando ambos conceptos más detenidamente, lo primero es diferenciar la realidad aumentada y la virtual. Mientras que la primera encaja información digital en el mundo real, la realidad virtual construye contextos digitales que imitan al mundo real. Es decir, la realidad aumentada sirve para interactuar con contenidos virtuales en el mundo real y diferenciarlos, y, por el contrario, en la realidad virtual todo es una simulación. De cualquier forma, las dos son agentes de cambio para las empresas. Datos del estudio 'Experience 2030: The Future of Customer Experience', realizado por Futurum Research y SAS, indican que el 54% de las marcas ya están invirtiendo en realidad aumentada y virtual (AR / VR) para ayudar a los consumidores a visualizar el aspecto o el uso de un producto o servicio de forma remota, independientemente de la proximidad física.

El 54% de las marcas ya están invirtiendo en realidad aumentada y virtual

En este sentido, se estima que el gasto en este tipo de herramientas por parte de las compañías sobrepasará los 15.000 millones de euros en 2022, y que el 76% de esa inversión estará destinada al desarrollo e implementación de soluciones de hardware.

Beneficios para todas las disciplinas

Esto es solo sobre el papel. En la práctica, ¿qué usos tienen la realidad virtual y la realidad aumentada? Esta tecnología puede incluir, por ejemplo, compradores en la tienda que se prueban "virtualmente" prendas de vestir. También tiene la capacidad de ayudar a experimentar visualmente cómo puede quedar un producto dentro de casa sin tenerlo físicamente presente. Además, hace varios años que algunas salas de cine ofrecen la experiencia 3D de sus películas.

Precisamente, estas herramientas han sido grandes soportes de la cultura durante los meses de confinamiento. Gracias a la realidad virtual, este sector ha tenido un pequeño respiro, ayudando a los artistas y creadores a mantenerse activos. Durante el encierro el grupo Miss Caffèina utilizó esta tecnología para ofrecer a sus seguidores un concierto desde casa. Y pese a la paulatina recuperación de la normalidad, aún hay museos y galerías que ofrecen una experiencia inmersiva por sus obras de arte.

Otro sector que tiene claro el potencial de estos avances es el turismo. Viajar sin viajar. Aunque parezca surrealista, ya hay incluso agencias de viaje especializadas en ofrecer experiencias alrededor del mundo sin moverte del sofá. Una opción económica y segura para este contexto de tantas limitaciones. Incluso comienzan a proliferar experiencias en 5D que aumentan el realismo de los viajes virtuales.

Ahora bien, para resultados prometedores los del ámbito de la salud. En este terreno la realidad virtual sirve actualmente para la formación de profesionales, para la rehabilitación de pacientes, para el diagnóstico de enfermedades y para el tratamiento de trastornos psicológicos, entre otros usos. Por eso, los expertos lo

tienen claro: después de los videojuegos, el ámbito sanitario será el que más apueste por esta tecnología en los próximos años. No obstante, las personas de a pie no quedan excluidas a la hora de disfrutar de esta tecnología, ya que cada vez es más accesible para todos los bolsillos. Actualmente el 39% de los hogares ha adquirido un dispositivo de realidad aumentada o virtual, mientras que el 45% espera comprarlo o añadir alguno más para 2025. Si bien la adopción masiva de dispositivos AR y VR independientes aún no se ha materializado, estas tecnologías están avanzando a través de dispositivos como aplicaciones de teléfonos inteligentes y pantallas de visualización frontal en vehículos. Para 2030, se calcula que el 78% de la población usará la AR o la VR como parte de su experiencia de consumo.

Las consecuencias de la pandemia

Todos estos datos tienen un pero. Que son estudios de antes de que estallase la pandemia. Por lo que se sabe, la crisis sanitaria ha moderado el gasto en estas herramientas, si bien la perspectiva a largo plazo es positiva.

Así, la inversión, tanto a nivel europeo como mundial, disminuirá en 2020 en comparación con escenarios anteriores al Covid-19, según datos publicados en junio por la International Data Corporation (IDC).

Las marcadas reducciones en el gasto en tecnologías de la información, así como la recesión económica provocada por la pandemia, reducirán el gasto mundial en AR / VR en 10,7 mil millones de dólares. Por su parte, Europa representa aproximadamente el 15% del gasto mundial en estas tecnologías, y se prevé este año alcance los 1,6 mil millones de dólares en 2020. Aunque el continente se encuentra entre las regiones más afectadas por la pandemia, por lo que se ha reducido un 58%, frente a un descenso medio mundial del 43%.

En definitiva, ya es hora de dejar de hablar de la realidad virtual y la realidad aumentada como tecnologías del futuro. Como vemos, están totalmente mimetizadas en nuestro entorno, solo es cuestión de adaptarnos como hemos introducido otras tantas técnicas y herramientas. Desde luego han llegado para quedarse. Y para hacernos la vida más fácil. ▀