

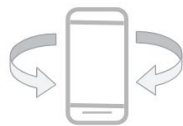
Videos VR



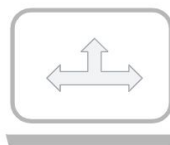
Una era totalmente nueva en la narración inmersiva

¿Listo para llevar a tu audiencia al siguiente nivel? El video VR puede sorprenderte, pues te lleva a cualquier lugar que puedas imaginar e incluso a lugares que ni te imaginas. Ya sea en tu computadora o dispositivo móvil (se recomienda una silla giratoria), los videos VR abren un mundo de experiencias nuevas, oportunidades nuevas y formas nuevas de contar una historia. Gracias a los avances que se están dando en videos VR, el momento de la experimentación es ahora.

Pero primero: cómo funcionan los videos VR



Dispositivo móvil mediante "Magic Window":
Mueve el teléfono para revelar una vista de 360 ° y/o de 180 °.



Escritorio:
Desplázate para explorar cada escena.



Visor o auriculares: Inserta el teléfono para una experiencia de VR totalmente envolvente.

Los videos VR funcionan de manera nativa en YouTube, lo que permite que cualquier persona tenga acceso a una experiencia de video envolvente. No se necesitan auriculares ni aplicaciones, el video VR está al alcance de cualquiera y se puede hacer en escala para una audiencia masiva. Se puede filmar, animar, generar por computadora (Computer Generated Imagery, CGI) y más; además, los usuarios solo presionan “reproducir” y no se requiere ninguna descarga.

Tipos de videos VR disponibles en YouTube

La experiencia de VR de YouTube ha mejorado con el desarrollo de las capacidades de transmisión en vivo en VR360, el audio espacial de YouTube y VR180.

Básicamente, el video VR180 se centra en lo que está frente a ti y, al mismo tiempo, brinda un efecto 3D en un auricular de VR. Al centrarse únicamente en una vista de 180 °, hace que la producción de videos VR sea más fácil y motiva la creación de más videos VR que nunca antes. El VR180 es ideal para narrar historias envolventes a gran escala y eventos en vivo, además también es compatible con videos de difusión en vivo, de modo que las marcas, los creadores y las audiencias puedan reunirse en tiempo real.

La herramienta VR180 Creator permite que se procesen secuencias, se agreguen metadatos y se publiquen más rápidamente. La herramienta está disponible en MacOS, Linux y ahora en Windows. Con las herramientas de edición de Adobe, también es significativamente más fácil editar, agregar efectos y publicar contenido.

Creación de videos VR

En términos creativos, este formato aún está en pañales. Las marcas están verdaderamente interesadas en él, los consumidores están comenzando a entenderlo realmente y las técnicas para crearlo se están desarrollando rápidamente. Hay mucho que aprender y resolver, pero hay tres preguntas que debes tener claras antes de comenzar:

Perspectiva del usuario

Piensa en el papel que juega la audiencia en la experiencia. Dado que las historias se desarrollan a partir de la perspectiva del usuario, ¿por qué se encuentran ahí y cómo se relacionan con la historia?

Guía la historia

El usuario quizá sienta que tiene el control pero, en realidad, se debe analizar mucho para saber cómo llamar y dirigir su atención. Puede ser mediante pistas visuales o sonoras (en especial con el sonido espacial). Piensa cómo se introducen y manipulan los puntos de interés para mantener a las personas interesadas.

Sonido y visión

Pon atención especial en la cámara y la captura de sonido correctas para la ejecución. El sonido espacial es importante conforme el usuario se acerca y se aleja.

Elabora la historia

Normalmente, las experiencias de marca tienen más impacto que las comunicaciones de marca, así que aborda la historia desde la perspectiva de “el usuario primero”. Estas son algunas formas de pensarlo:

Camina una milla en mis zapatos. Métete en el mundo de otra persona y ve las cosas desde su perspectiva. Puede ser una celebridad, una estrella deportiva o alguien de otro país.

Llévame ahí. Ponlos en la escena para que sepan cómo se siente. Es genial para lugares o eventos como una ciudad, la cima de una montaña, una casa embrujada o un club nocturno.

Velo tú mismo. Da vida a detalles específicos que las imágenes o los videos normales no pueden mostrar en su esplendor real. Haz una prueba de conducción de un auto nuevo, camina por la casa o ve tras bambalinas hasta un lugar que, de otra forma, nunca llegarías a ver.

Verdaderamente esto es el comienzo. Una vez que los creadores y las marcas comiencen a sumergirse en el video VR, se abrirá ante nosotros un mundo totalmente nuevo de la narración.

Considera la ubicación desde donde se ve

Una consideración adicional es si un lugar específico podría inspirar una idea. Puedes ofrecer un Google Cardboard a los pasajeros antes del vuelo, a los espectadores antes de un partido o a quienes esperan pacientemente a que un amigo salga de un vestuario. Encontrar momentos en los que tu marca pueda ser relevante y pueda mejorar el tiempo de inactividad, podría sumar valor a la experiencia.

Lo que debes saber

Algunos términos para ponerte al día:

Presencia. La VR de alta calidad engaña a la parte primitiva del cerebro para que crea que en realidad te encuentras ahí. La presencia puede hacer que las rodillas tiemblen, que las palmas suden o que los reflejos reaccionen, aun cuando la lógica dicte otra cosa.

Empatía. Se ha dicho que la realidad virtual es una “máquina de empatía”, pero la empatía no es automática. Quizá te identifiques con el personaje que actúas, pero sentir empatía depende de la situación y tiene mucho que ver con la manera en la que se utiliza el medio.

Entidad. La verdadera entidad es la capacidad de tomar decisiones que cambian el resultado de una experiencia. El video VR aún no lo ha logrado, pero tiene esa ambición.

Experiencias personalizadas.

Cuando incorporas a una persona al video VR, esta se convierte en la personificación de alguien o algo en la historia. ¿Es un testigo? ¿Audiencia? ¿Parte del mobiliario?

El juego creativo

Algunos disparadores de ideas para ayudarte a comenzar:

- ¿Hay un lugar en particular al que quieras llevar a la audiencia?
- ¿Hay un evento que podrías transmitir en vivo?
- ¿Qué experiencia funcionaría mejor? ¿VR360? ¿VR180?
- ¿Qué función o perspectiva podrías darle a un usuario?
- ¿Qué tipo de cosas quisieras que experimentaran los usuarios?
- ¿Puedes aprovechar alguna sensación? ¿Miedo? ¿Curiosidad? ¿Euforia?
- ¿Hay detalles particulares que los usuarios solo podrían experimentar si estuvieran ahí?
- ¿Hay momentos o lugares específicos en los que el video VR podría tener lugar?

Datos útiles para apoyar tu idea creativa

YouTube tiene más de 1 millón de videos VR públicos.

Fuente: Datos de YouTube, Global, abril de 2019

La tasa de conclusión de video de un video VR fue 46 % mayor que la de un video normal Y el 86 % de las personas interactuaron con un video VR (es decir, hicieron algún clic, movieron el teléfono).

Fuente: Estudio realizado por OmniVirt de más de 800 millones de anuncios ofrecidos