

PANORAMA DE LA REALIDAD AUMENTADA EN LA ECONOMÍA DE RIESGO DE LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO



Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán
Profesor Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación Aplicada (CICA)
rramirez@anahuac.mx

Laura Elena King Lozano
Coordinación de Radio y Periodismo, Facultad de Comunicación
lking@anahuac.mx



Vinicius Covas Alves
Alumno de la Maestría en Dirección de Empresas de Entretenimiento
viniciuscovas@gmail.com

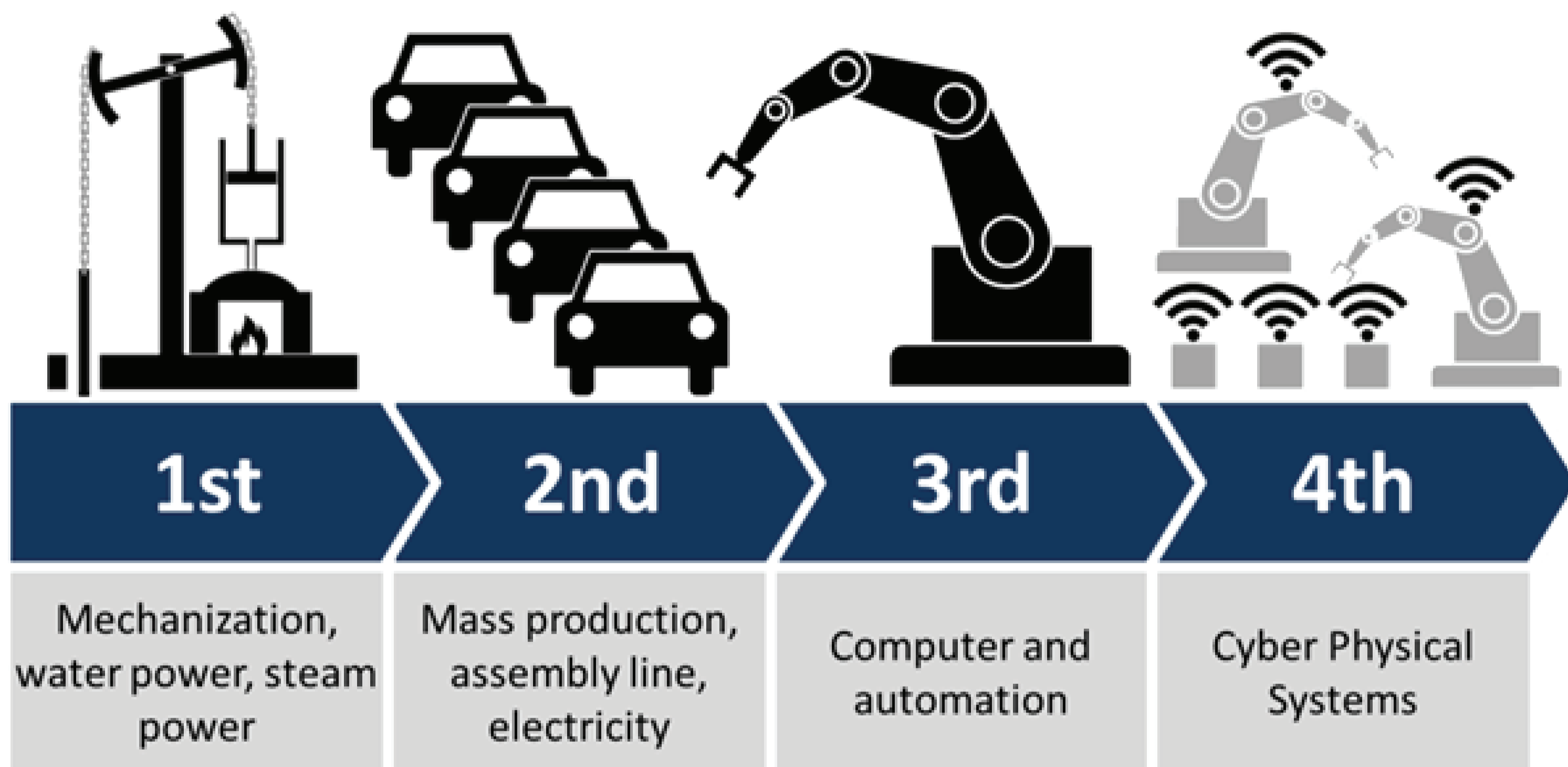


Brenda Rodríguez Peña
Alumna de la Maestría en Dirección de Empresas de Entretenimiento
laguidoll@hotmail.com

Introducción

“Lo que se recibe, se recibe según el modo del que lo recibe”. Esta cita de Aristóteles encaja en el entorno comunicacional, específicamente en el de la industria del entretenimiento. Los conglomerados mediáticos y las empresas de esta rama se están adaptando al nuevo escenario donde consumidores y audiencias asumen un status más participativo y activo, que quiebra el principio de la teoría hipodérmica, donde el emisor tiene poder sobre el destinatario. Actualmente el receptor/destinatario es riguroso, y en generaciones más jóvenes incluso podría perder el interés sobre el formato tradicional. Prueba de ello es la reducción de las audiencias televisivas frente al incremento de los consumidores en dispositivos móviles.

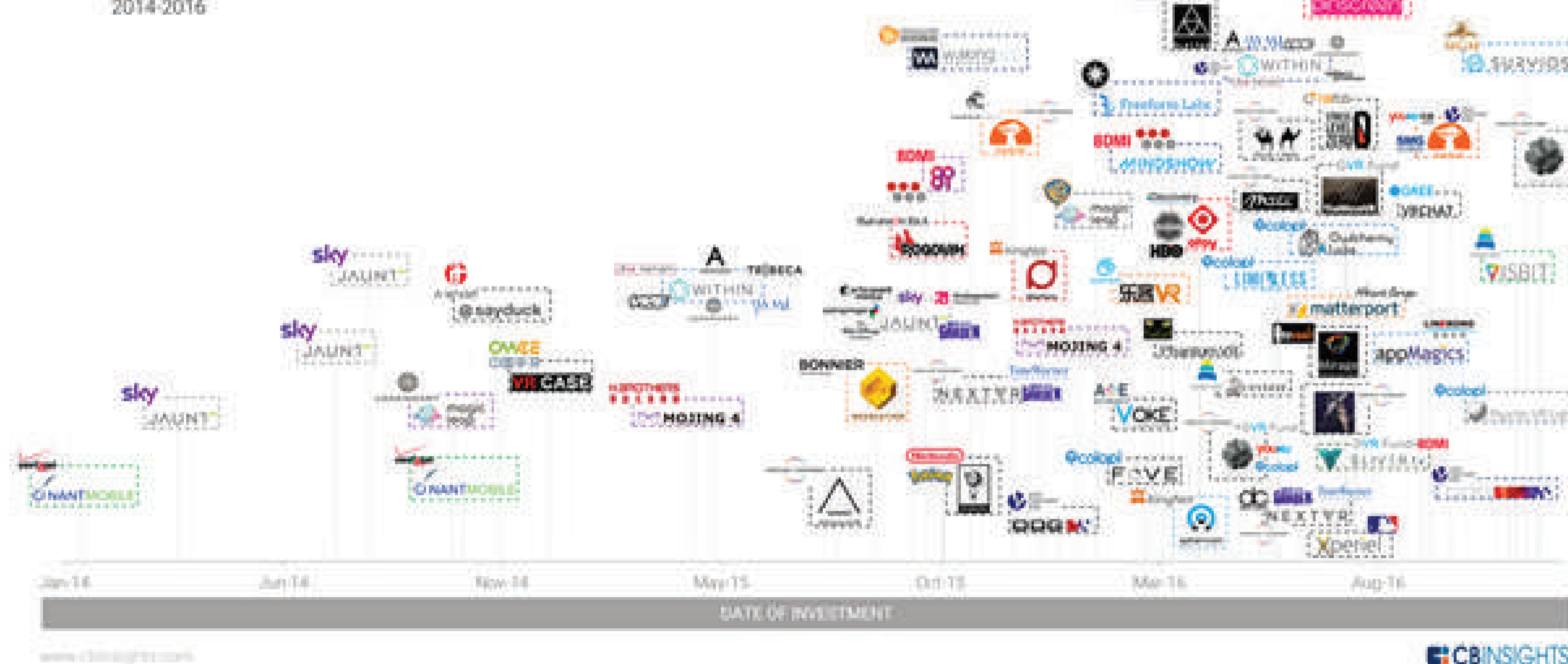
El cambio de paradigma surge ante una serie de transformaciones en el entorno, muchos de ellos provocados por el desarrollo de la tecnología, que ha apoyado el surgimiento de la cuarta revolución industrial (ciberindustria del futuro).



Dicha ciberindustria es impulsada por avances tecnológicos como Internet de las cosas, big data, ciberseguridad, robots y realidad aumentada, entre otros desarrollos que nos permiten ver y hacer las cosas de un modo diferente, ofreciendo nuevas oportunidades tanto para dirigentes de las industrias como para audiencias y consumidores de este nuevo entorno.

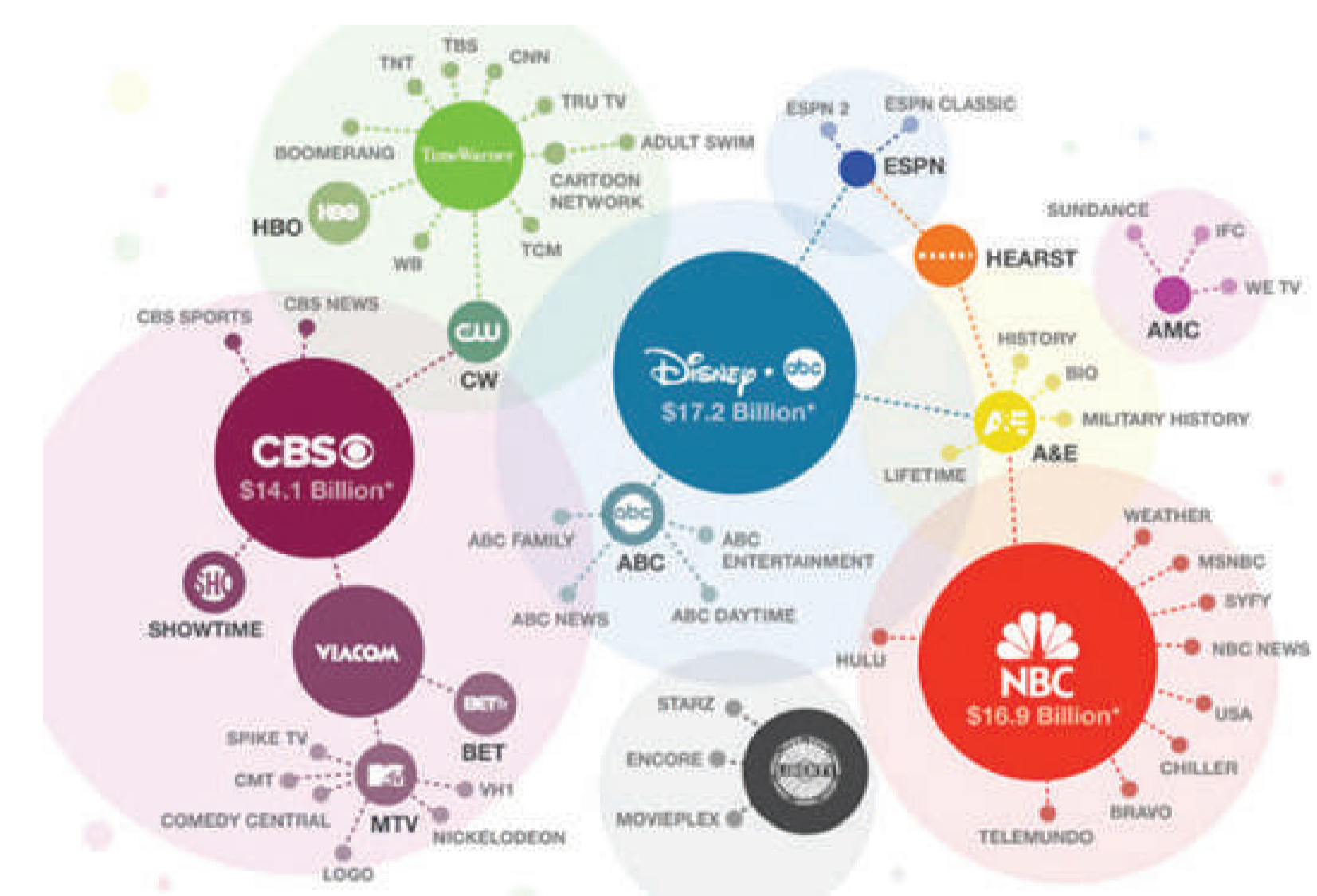
Una de las grandes oportunidades que surgen en la industria del entretenimiento y la comunicación es la creación de valor a través del uso de dichas tendencias, uniendo la tecnología aplicada a la creatividad, generando nuevos mensajes.

MEDIA COMPANIES' INVESTMENTS IN VR/AR
A TIMELINE OF EQUITY DEALS TO PRIVATE VR/AR COMPANIES, 2014-2016

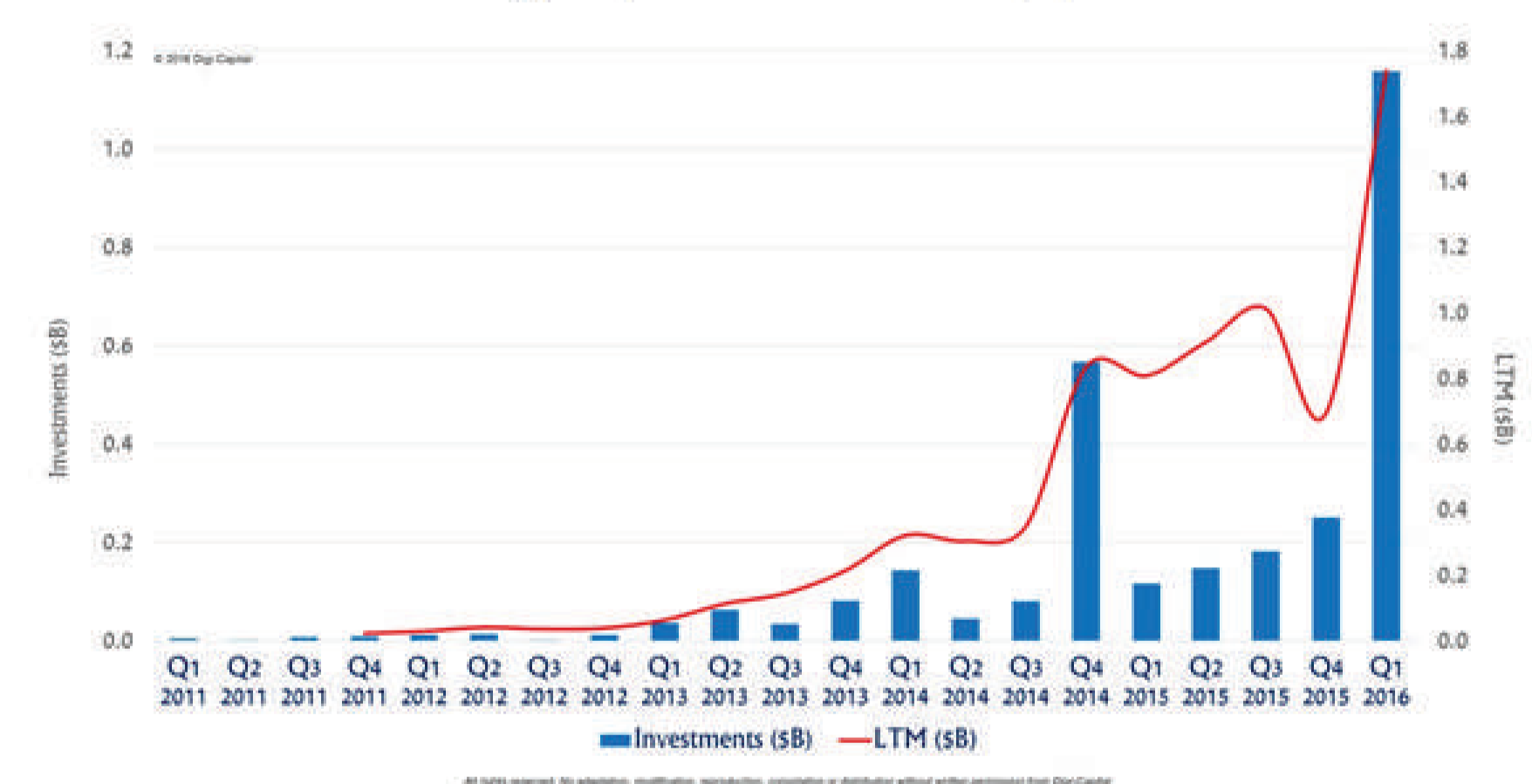


Resultados

La realidad aumentada ya es una realidad en las compañías de medios. Comcast, propietario de NBCUniversal, aparece como el holding de medios más activo en AR/VR, al invertir en empresas del tipo desde 2014. En 2016, hubo un aumento del 130% en las negociaciones entre medios de comunicación y startups de realidad aumentada y/o virtual. Comcast Ventures, venture-capital asociada a Comcast Corporation, que lidera ese nuevo escenario, es una de las principales inversionistas de SPACES Inc., una compañía de realidad aumentada y virtual lanzada en 2016, enfocada en parques de atracciones temáticos y administrada por China's Songcheng Performances Development Co. Ltd., una de las más grandes empresas de parques temáticos y artes escénicas del mundo. The Walt Disney Company ha entrado en serio en el juego de las nuevas realidades, con una inversión de 66 millones de dólares en Jaunt, una plataforma de creación de contenido cinematográfico en realidad aumentada y virtual. Asimismo, en el último año hubo un gran crecimiento en las inversiones de los Venture Capital en el entorno de la realidad aumentada y virtual.



Digi-Capital AR/VR Investments (\$B)



Discusión

Vemos que las más grandes empresas de comunicación empiezan a aumentar inversiones en el sector, lo que exige replantear las estrategias de distribución de contenido. ¿Estarían listas las audiencias para el cambio? En medio de tantos símbolos monetarios, transacciones, inversiones, tecnologías, queda la duda de cuántas realidades más necesitamos para experimentar lo real que tenemos frente a nosotros.

Referencias

1. CBINSIGHTS: The Future of Entertainment: Media's Rising Investment in AR/VR in One Timeline [Internet]. United States [consultado en agosto de 2017]. Disponible en: <https://www.cbinsights.com/research/ar-vr-media-investment-timeline/>
2. TECHCRUNCH: The reality of VR/AR growth [Internet]. United States [consultado en agosto de 2017]. Disponible en: <https://techcrunch.com/2017/01/11/the-reality-of-vr-ar-growth/>