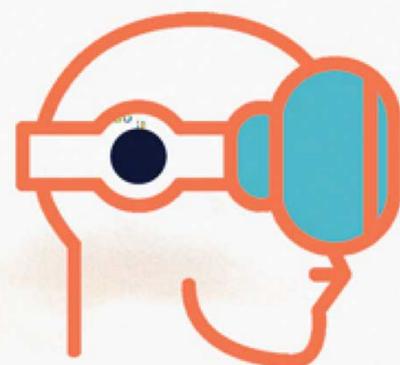


# VRCITY

software para gobiernos



una experiencia  
con realidad virtual



# OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

# VRCITY

Virtual Reality City

es un software desarrollado en realidad virtual para apoyar a los gobiernos a presentar y comunicar los proyectos de infraestructura viales, urbanísticos, rurales, obras de gran envergadura, medios de transporte, entre otros.

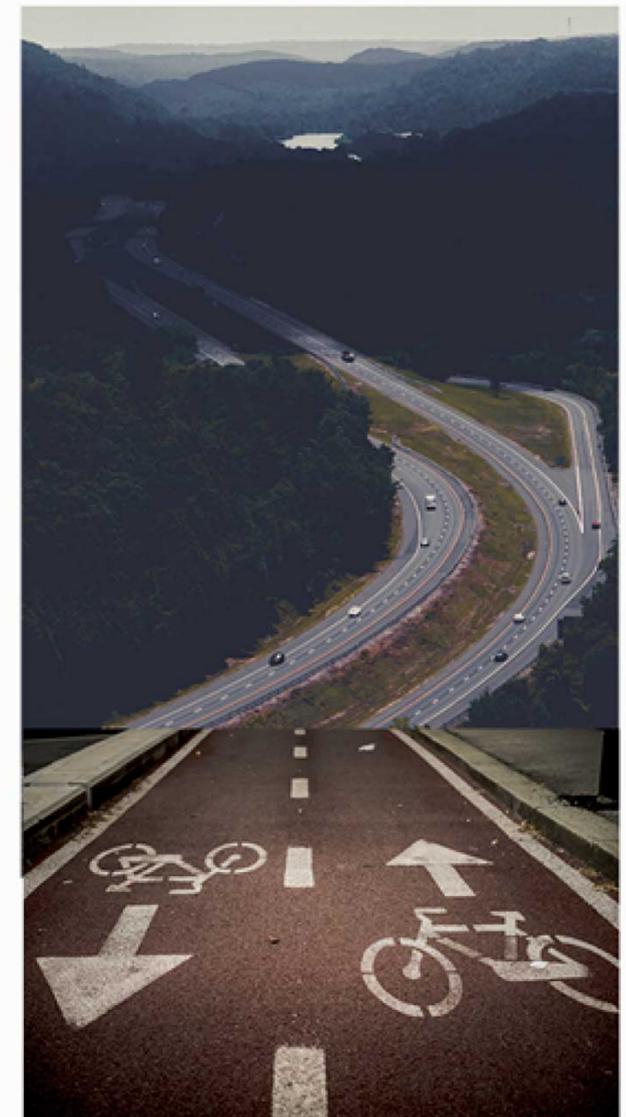




# INFRAESTRUCTURA Y CIUDADES LATINAS

Latinoamérica tiene una geografía y demografía complejas. Es también considerada la 3era. economía más atractiva para inversionistas en el mundo, precisamente por su comportamiento demográfico y dinamismo económico. Sin embargo, esto significa importantes retos para los gobiernos municipales, regionales y nacionales; principalmente, la creación y organización de vías y medios de transporte que acompañen el crecimiento acelerado de las capitales, ciudades intermedias y del país con calidad de vida para los ciudadanos.

En muy poco tiempo ha aumentado considerablemente el número de habitantes en la capitales y ciudades intermedias, no solo por el crecimiento demográfico natural, sino también porque suelen ser receptoras de pobladores de otros municipios por la proyección que tienen como centros de desarrollo regional, lo que desencadena una serie de nuevos retos ; entre esos, el de la movilidad, que por lo general, suele tener retrasos de décadas, motivo por el cual los gobiernos priorizan el desarrollo vial y de medios de transporte modernos a partir de obras de infraestructura.





# ESTRATEGIA COMUNICA CIONAL

Es evidente que los proyectos de transformación viales generen polémica, cuestionamientos y, en consecuencia, aceptación o rechazo de la población. Sobre todo, cuando el bolsillo del ciudadano es afectado al ejecutar obras con el recaudo de impuestos o cuando hay una aguda vigilancia sobre el buen uso de los recursos de la comunidad y el cumplimiento de las promesas de gobierno. Todos estos aspectos se vinculan a la emocionalidad del ciudadano y a la sensibilidad de su aceptación o rechazo del proyecto vial. Tradicionalmente, la estrategia comunicacional de proyectos de infraestructura, fija su atención en presentar ante la comunidad información racional de los beneficios y gestión de los proyectos viales sin prestar mayor atención a la comunicación emocional con el ciudadano.

Comúnmente se utilizan videos, redes sociales, medios impresos, presentaciones y cabildos ante la comunidad, recursos que presentan y abordan muy bien la justificación y ejecución del proyecto desde la perspectiva racional. Sin embargo, esta estrategia resulta insuficiente para conectar emocionalmente con el ciudadano, más aún si se trata de un proyecto que es mayormente rechazado por la comunidad y que tiene su raíz en la emoción. Esta situación podría generar un colectivo imaginario riesgoso, etiquetando al proyecto en ejecución como polémico, altamente cuestionable, conclusiones que provienen más de la emocionalidad que de la racionalidad del ciudadano.



Explorar nuevas opciones que incluyan herramientas que apoyen la estrategia comunicacional para conectar con la emocionalidad del ciudadano, ayudará a cambiar la percepción del proyecto. Sobre todo, cuando para el ciudadano es difícil imaginar las obras finalizadas y entender cómo éstas funcionarán para su beneficio personal y colectivo. La estrategia es cambiar la percepción desde la emoción.

# REALIDAD VIRTUAL: ¿por qué?



La experiencia personal genera emociones. Dependiendo de la intensidad de la emoción la recordación será mayor. Se busca que al ciudadano le resulte más fácil visualizar y visitar las obras, como si estuvieran terminadas y, en consecuencia, lograr que comprenda vivencialmente los beneficios que éstas le ofrecerán en su cotidianidad. La simulación construida con tecnología de realidad virtual es capaz de llevar una experiencia vivencial al ciudadano, permitiéndole interactuar y disfrutar de las vías, ciclorutas, parques, etc.



*Los sentidos ejercen alta influencia en las experiencias. La realidad virtual saca provecho de lo visual, lo auditivo y la presencia (tacto).*

con el objetivo de comunicar dos aspectos relevantes: obras y beneficios del proyecto. El ciudadano experimentará, a partir de involucrar sus sentidos: visual, auditivo y presencia (tacto), lo que las obras representan para el crecimiento de

de su comunidad, cambiando así su percepción y emoción a favor de los proyectos de infraestructura prometidos por la administración del gobierno de turno y mirar con entusiasmo y claridad la modernización de su comunidad.



# Cuéntanos de tu proyecto

[negocios@altaidigital.co](mailto:negocios@altaidigital.co)



[www.altaidigital.co](http://www.altaidigital.co)



atendemos en  
LATINOAMERICA