

# Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

[sphera.ucam.edu](http://sphera.ucam.edu)

e-ISSN: 2695-5725 • Número 20 • Vol.I • Año 2020 • pp. 1-8

## Prólogo: Mediaciones contemporáneas con tecnologías de realidad virtual

Montserrat Jurado Martín, **Universidad Miguel Hernández de Elche (España)**

[mjurado@umh.es](mailto:mjurado@umh.es)

Rocío Cifuentes Albeza, **Universidad Miguel Hernández de Elche (España)**

[rcifuentes@umh.es](mailto:rcifuentes@umh.es)

Recibido: 24/06/20 • Aceptado: 26/06/20 • Publicado: 24/07/20

**Cómo citar este artículo:** Jurado, M. y Cifuentes, R. (2020). Mediaciones contemporáneas con tecnologías de realidad virtual, *Sphera Publica*, 1(20), 1-8. Prólogo de monográfico.

### Resumen

En una sociedad subordinada a la imagen en prácticamente todas sus esferas comunicativas, los avances técnicos y los nuevos modos de consumir los productos audiovisuales contemporáneos ofrecen un espacio de innovación único para propuestas inéditas y para la adaptación y readaptación de fenómenos visuales y audiovisuales ya existentes en el escenario tanto profesional como en el de la investigación.

Este monográfico, trata de ampliar y dar a conocer proyectos, estudios, investigaciones en torno al vídeo 360 en cualquiera de los ámbitos que suponga una manifestación comunicativa y vivencial en la sociedad actual. Se ofrece así una visión 360 del uso del vídeo omnidireccional o inmersivo. Las líneas temáticas en torno al vídeo 360 admitidas son: comunicación, comunicación audiovisual, periodismo, publicidad, bellas, artes, nuevas tecnologías, tecnologías multimedia, nuevas narrativas, industria y gestión cultural, diseño, y afines.

### Palabras Clave

Monográfico, vídeo 360, nuevas narrativas, gestión cultural, comunicación

## Prologue: Contemporary mediations with virtual reality technologies

Montserrat Jurado Martín, **Universidad Miguel Hernández de Elche (España)**  
[mjurado@umh.es](mailto:mjurado@umh.es)

Rocío Cifuentes Albeza, **Universidad Miguel Hernández de Elche (España)**  
[rcifuentes@umh.es](mailto:rcifuentes@umh.es)

Received: 24/06/20 • Accepted: 26/06/20 • Published: 24/07/20

**How to reference this paper:** Jurado, M. y Cifuentes, R. (2020). Mediaciones contemporáneas con tecnologías de realidad virtual, *Sphera Publica*, 1(20), 1-8. Prólogo de monográfico.

### Abstract

In a society subordinated to the image in practically all its communicative spheres, technical advances and new ways of consuming contemporary audiovisual products offer a unique innovation space for unpublished proposals and for the adaptation and readaptation of visual and audiovisual phenomena already existing in both professional and research settings.

This monographic, tries to expand and announce projects, studies, research around 360 video in any of the areas that represents a communicative and experiential manifestation in today's society. This offers a 360 view of the use of omni-directional or immersive video. The thematic lines around 360 video supported are: communication, audiovisual communication, journalism, advertising, fine art, new technologies, multimedia technologies, new narratives, industry and cultural management, design, and related to them.

### Keywords

*Monographic, 360 video, new narratives, cultural management, communication*

## **Mediaciones contemporáneas con tecnologías de realidad virtual**

En una sociedad subordinada a la imagen en prácticamente todas sus esferas comunicativas, los avances técnicos y los nuevos modos de consumir los productos audiovisuales contemporáneos ofrecen un espacio de innovación único para propuestas inéditas y para la adaptación y readaptación de fenómenos visuales y audiovisuales ya existentes en el escenario tanto profesional como en el de la investigación.

En este contexto ve la luz el vídeo 360, cuyas aplicaciones se dibujan casi en el contexto de la comunicación. El vídeo omnidireccional ofrece experiencia, inmersión, interactividad y presencia, una nueva conexión del ser humano con su entorno y un nuevo modelo comunicativo.

Este monográfico, trata de ampliar y dar a conocer proyectos, estudios, investigaciones en torno al vídeo 360 en cualquiera de los ámbitos que suponga una manifestación comunicativa y vivencial en la sociedad actual. Se ofrece así una visión 360o del uso del vídeo omnidireccional o inmersivo. Las líneas temáticas en torno al vídeo 360o admitidas son: comunicación, comunicación audiovisual, periodismo, publicidad, bellas artes, nuevas tecnologías, tecnologías multimedia, nuevas narrativas, industria y gestión cultural, diseño, y afines.

A modo de cuaderno de bitácora, este monográfico no sólo presentará una aproximación contemporánea sobre las mediaciones con tecnologías de realidad virtual existentes, en él también se bosquejará el rumbo por donde transitarán en el futuro estas mediaciones. Por tanto, se pone en especial relieve no solo las transformaciones tecnológicas, profesionales y sociales contemporáneas sino también las venideras. Las actuales formas y formatos de comunicación, comunicación audiovisual, periodismo, publicidad, artes plásticas, diseño, narrativas, gestión cultural, etc. abrazan desde sus diferentes perspectivas las tecnologías de realidad virtual, arbitrando nuevos campos de creación y experimentación que contribuirán a desdibujar las compartimentadas fronteras existentes entre las mismas dando paso a transmutaciones en las manifestaciones comunicativas colectivas.

Este monográfico se compone de un total de 8 textos que recoge una interesante toma de contacto de la temática propuesta y del tratamiento en el ámbito de la comunicación en 360 y de la realidad virtual. Estamos acostumbrados a que temas genéricos, que tienen una aproximación amplia, ocupen los primeros espacios en el índice y que los más

minoritarios queden relegados al final. En este caso, prácticamente todos los textos obedecen a la aplicación de la realidad virtual o el 360 en aspectos muy concretos.

Iniciamos el monográfico con el texto de la autora, María Isabel Zapata Cárdenas, de la Universidad de Medellín, que presenta el texto *Vítica, Patrimonio y Cultura: Producción de contenidos digitales para Realidad Aumentada*, donde analiza la app Vítica, un proyecto que afirma que “ilustra la riqueza económica y la transformación social de la ciudad de Medellín a finales del siglo XIX e inicios del XX”. Su estudio tiene por enfoque la aplicación experimental que se inicia en el diseño interpretativo. “Del proceso se resalta que estos desarrollos culturales son escasos y novedosos, lo cual abre una ventana de oportunidades a procesos que conjuguen conocimientos y destrezas diversas”, explica. La autora ha investigado aspectos digitales del patrimonio del que cabe destacar entre sus publicaciones, la titulada Generación de contenidos digitales para la reactivación del patrimonio arquitectónico. Estudio de caso: plaza de mercado de techo cubierto de Guayaquil, que firma junto a Hincapié, Díaz y Mesías (Zapata et al, 2014).

Alfonso Cuadrado de la Universidad Rey Juan Carlos, presenta el texto *Visión libre versus dirigida: una dicotomía histórica en los espectáculos audiovisuales desde el Panorama al video 360*, donde hace una revisión centrada en la experiencia del espectador desde que está anclado a un punto de vista fijo hasta un contexto actual digital, “revelando las tensiones permanentes entre ambas concepciones, sus influencias tecnológicas y las dependencias de lenguajes narrativos y audiovisuales”. El estudio documental se presenta de gran interés para comunidad universitaria como aporte a futuros marcos teóricos y antecedentes. Cuadrado es también un veterano en el estudio de las aplicaciones digitales en el ámbito educativo, del que destacamos su texto *Utopías y distopías de los medios digitales para la educación*, publicado en 2011.

*Festivales de cine especializados en realidad virtual en España* es el título de la aportación que desarrolla la también coordinadora de este monográfico Montserrat Jurado Martín. Los que alguna vez han sido coordinadores o editores compartirán con nosotras que cuando nos embarcamos en una aventura de este tipo lo hacemos por amor y entusiasmo a ese tema, y que, si el tiempo no nos come en el proceso, también sentimos que debemos aportar nuestro grano de arena. En este caso, el texto que se presenta, parte de las dificultades que este tipo de eventos encuentran cada vez que hay una situación de crisis económica (Jurado, 2018, p. 252), sintiendo cierto desprecio por los agentes sociales que han visto perder certámenes de gran envergadura sin que nadie prácticamente los defendiera. La realidad virtual puede ofrecer un nuevo formato más atractivo ya no sólo

desde el ámbito cultural, sino también empresarial. Como se menciona en el texto “este artículo desarrolla una aproximación al panorama de estos certámenes especializados en realidad virtual en España”. La autora investiga sobre estos eventos culturales desde hace más de 20 años, del que destacamos su publicación de 2006, *Los festivales de cine en España. Incidencia en los nuevos realizadores y análisis del tratamiento que reciben en los medios de comunicación*.

Eduardo Zilles Borba, de las Universidade de São Paulo y Universidade do Vale do Rio do Sinos, presenta el artículo *Audiovisuales ampliadas en la realidad virtual: inmersión, multisensorial y escenarios 360°*, donde se presenta “un debate sobre los aspectos socio-técnicos existentes en los procesos de comunicación en las interfaces de RV, con el fin de plantear preguntas sobre posibles transformaciones de las narrativas en medios innovadores”. El texto parte de la hipótesis de que si el entorno de la reproducción de la narrativa audiovisual en el ámbito de la realidad virtual está afectado por la “naturaleza multisensorial de las interfaces y la noción de experiencia de 360° del medio, ¿qué particularidades y apropiaciones se identifican en las tecno-interacciones con este medio?”. No queremos desvelar sus conclusiones y animamos a una lectura que satisfice la propuesta y amplía el conocimiento en el campo. El autor ha trabajado en diversas ocasiones la realidad virtual y otro ejemplo significativo es el titulado *Entre Lugares e Imagens: o uso de dispositivo de realidade virtual e a percepção espacial* (Zilles, 2018).

*Los contenidos multimedia en 360° como herramientas en las campañas de concienciación de las instituciones públicas* es el título que los investigadores Juan Ignacio Cantero de Julián (Universidad de Castilla-La Mancha), Pavel Sidorenko Bautista (Universidad Francisco de Vitoria) y José María Herranz de la Casa (Universidad de Castilla-La Mancha) presentan para este monográfico. Los autores desarrollan un análisis comparativo de dos campañas de sensibilización sobre la responsabilidad contra la violencia de género. Explican que “el estudio analiza los niveles de interacción de la audiencia, las vías digitales de distribución y eventuales variaciones en los niveles de *engagement*, pero bajo un mismo concepto de formato y storytelling: poner al ciudadano en primera persona con lo mostrado”. No es la primera vez que estos autores trabajan juntos en el ámbito de la realidad virtual. En este sentido destacamos los resultados de investigación del artículo *Realidad virtual, contenidos 360° y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual* (Cantero, Sidorenko y Herranz, 2018).

Alba García, José María Valero y Cristian Ramón Marín presentan el texto *La realidad aumentada en el periodismo radiofónico*. Se trata de un novedoso artículo donde llevan a cabo una investigación en torno a las virtudes de la realidad virtual. Sobre el estudio de caso de la primera entrevista en realidad aumentada al futbolista de la Real Sociedad William José emitida en Movistar #Vamos, tratan de analizar la repercusión que ha tenido esta pieza desde la perspectiva de los usuarios, la industria y los profesionales y finalmente, la academia. Abren una puerta interesante en el cruce de tres conceptos: la realidad aumentada, el periodismo radiofónico y el deporte, y justo ahí estriba su originalidad. En esta línea del ámbito deportivo destacamos la lectura del texto *Modelos de negocio para el periodismo deportivo de nicho en el contexto postindustrial*, (Rojas Torrijos, y Marín Sanchiz, 2016).

Sagrario Bernad Conde, de la Universidad de Zaragoza, destaca en su texto, *Innovar en los eventos: Experiencias mediadas con realidad virtual y vídeo en 360*, la importancia que, para las organizaciones, han supuesto los usos de la realidad virtual, aumentada y vídeo 360 en las áreas de marketing y comunicación. “Los eventos se han convertido en una herramienta de experiencias, al permitir generar en el público sensaciones y emociones”. Las posibilidades de interacción, personalización e inmersividad son conceptos que analiza en este contexto. Como explica la autora “vivir un evento desde dentro, como si estuviésemos en el lugar que está teniendo lugar, son algunas de las ventajas que ofrece esta tecnología”. La investigadora, especializada en contenidos de radio y televisión, se adentra ahora en el fenómeno de la comunicación empresarial. De sus estudios anteriores destacamos *Realización y dirección de programas dramáticos en Televisión Española (1956-1975)* (Bernad, 2016) y *The audiovisual dimension of the mise-en-scene on the program Estudio 1 of TVE (1965-1975): the case of Claudio Guerin* (Bernad, 2017).

El monográfico finaliza con un excepcional texto de los investigadores Begoña Ivars Nicolás y Francisco Julián Martínez Cano titulado *En busca de narrativa inmersiva con la tecnología de vídeo 360*. El texto parte de la base de las ventajas que ofrece la realidad virtual para potenciar la empatía. Tal y como describen sus autores “el objetivo es iniciar una búsqueda de un modelo de narrativa audiovisual inmersiva en la producción del vídeo 360 cuya finalidad es potenciar la empatía con lo que acontece”. Toman como base el estudio de caso del documental *360 Valen's Reef*, de la plataforma Within y desarrolla un análisis cualitativo donde se lleva a cabo en última instancia una reflexión sobre su efectividad y su capacidad como estrategia generadora de empatía. Los autores

demuestran en este texto el buen tándem que hacen en la investigación, tal y como ya lo hicieron en *Interactivity in Fiction Series as Part of Its Transmedia Universe: The Case of Black Mirror: Bandersnatch* (Ivars-Nicolás y Martínez-Cano, 2019).

Se presenta, por tanto, una amplia variedad de artículos que posan su mirada entorno a una misma temática y que ofrecen una visión panorámica de las mediaciones contemporáneas con tecnologías de realidad virtual tanto en el ámbito profesional como en el de investigación. Este monográfico se circunscribe dentro de un espacio de innovación constante, en el que los avances técnicos y las formas de consumo futuras marcarán la evolución de los fenómenos visuales y audiovisuales de aquí en adelante.

Las aportaciones de los autores, que participan con un total de 8 textos, evidencian la trascendencia de la investigación de las mediaciones con tecnologías de realidad virtual, al mostrar, sin lugar a dudas, una visión que abraza diferentes campos de conocimiento, y cuyas aportaciones, reflexiones, preguntas, etc. servirán de puente a las transformaciones venideras y como marco teórico y antecedentes para futuras investigaciones en este campo.

## Bibliografía

Bernad Conde, S.:

- (2018). The audiovisual dimension of the mise-en-scene on the program Estudio 1 of TVE (1965-1975): the case of Claudio Guerin. En *Comunicacion y medios*.
- (2016): *Realización y dirección de programas dramáticos en Televisión Española acercamiento a la figura del realizador audiovisual (1956-1975)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Cantero, J. I.; Sidorenko, P. y Herranz, J. M. (2018). Realidad virtual, contenidos 360° y periodismo inmersivo en los medios latinoamericanos. Una revisión de su situación actual. En *Contratexto*, 29, ene-jun, 73-103.

Cuadrado Alvarado, A. (2011). Utopías y distopías de los medios digitales para la educación. En *Icono 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 9(2),5-20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5525/552556583002>

Ivars-Nicolas, B. y Martinez-Cano, F.J. (2019). Interactivity in Fiction Series as Part of Its Transmedia Universe: The Case of Black Mirror: Bandersnatch En *Narrative Transmedia* DOI: 10.5772/intechopen.86881

- Jurado Martín, M. (2018). "Festivales de cine online en España: pocos, efímeros, pero de calidad". En Muñoz, Martínez y Peña, (Coord.), La realidad audiovisual como nuevo vehículo de comunicación. Madrid: Gedisa, 2018, p. 175-192.
- Jurado Martín, M. (2006). Los festivales de cine en España. Incidencia en los nuevos realizadores y análisis del tratamiento que reciben en los medios de comunicación. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/7306/>
- Rojas Torrijos, J.L. y Marín Sanchiz, C.R. (2016). Modelos de negocio para el periodismo deportivo de nicho en el contexto postindustrial. *Ambitos*, 33.
- Zapata, M., Hincapié, E., Díaz, C. y Mesías, C. (2014). Generación de contenidos digitales para la reactivación del patrimonio arquitectónico. Estudio de caso: plaza de mercado de techo cubierto de Guayaquil. *Anagramas - Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(25), 145-166. Doi: 10.22395/anqr.v13n2
- Zilles Borba, E. (2018). Entre Lugares e Imagens: o uso de dispositivo de realidade virtual e a percepção espacial. *Revista E-Compós*, 21(1). <https://doi.org/10.30962/ec.1362>