

Convergencias, Narrativa y Consumo digital Prólogo Cuaderno 255

Daniela V. Di Bella ⁽¹⁾

Resumen: El presente Proyecto de Investigación colaborativo denominado **Convergencias, Narrativa y Consumo digital** –*fue incubado durante el período 2024-2025*– entre la Universidad Europea de Madrid (UE Creative Campus / España) y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (UP, Argentina). Por sus incumbencias y áreas de interés, guarda relación con los Proyectos Diseño, Arte y Transmedia I y II, ambos en Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°187 y N°224, publicados en 2023 y 2024 respectivamente.

Este Proyecto –*a partir de las iniciativas de la Incubadora*– explora acerca de la actual convergencia de distintos sistemas de medios, herramientas, soportes, canales y plataformas –además de la web con sus servicios– y cómo estos transforman los espacios de creación, circulación y difusión (Jenkins 2008, 1992); evolucionan los conceptos de narrativa tradicional y sus vínculos con los contenidos y sus sistemas de significación (Scolari, 2009); ofrecen diferentes perspectivas de representatividad, identificación social, producción y entretenimiento según nuevas modalidades de consumo digital (Jenkins, 2010: 943-958), y cómo otorgan un nuevo lugar, implicación y protagonismo a los consumidores y audiencias (Scolari, 2015: 24-26).

Se presentan artículos de investigación que acuden a la reflexión, al análisis, a la descripción y exploración de experiencias o casos problema, que se adentran en las problemáticas específicas de la intersección entre el arte, el diseño y las nuevas tecnologías/medios de comunicación, y que abordan propuestas inmersivas, multisitio y en red de narración transmedia, que permiten e instrumentalizan plataformas y formatos en vivo y digitales, redes sociales, realidad aumentada y virtual, técnicas holográficas, tecnologías háptica y digital, mapeos visuales y de audio, interacción, inteligencia artificial, algoritmos y dispositivos de ampliación corporal y sensorial, entre otros.

Palabras clave: Diseño - Arte - Creación - Comunicación - Innovación - Narrativas - Diseño de Interacción - Accesibilidad - UX - Realidad aumentada - Realidad virtual - AI - Tecnologías inmersivas - Tecnologías 4.0 - Neuromarketing - Percepción - Inclusión - Diseño Universal

[Resúmenes en inglés y en portugués en las páginas 26-27]

La presente Edición (255) de la publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación: “Convergencias, Narrativa y Consumo digital” entre la Universidad Europea *Creative Campus* (UE Madrid, España) y el Instituto de Investigación en Diseño

de la Universidad de Palermo (UP, Argentina), se inscribe en la Línea de Investigación (6) Diálogos, Convergencias e Intersecciones: Proyectos, prácticas y producciones interdisciplinarias y contiene los resultados del Proyecto de Investigación 6.9.

⁽¹⁾ **Daniela V. Di Bella**, Nacida en Buenos Aires (Argentina), es Arquitecta (Universidad de Morón, Argentina) con una Especialización en Diseño Arquitectónico (misma casa de estudios), Magister en Gestión del Diseño (Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Argentina) y Candidata a Doctora (en Tesis) del PhD en Educación Superior, Facultad de Ciencias Sociales (Cátedra Unesco UP, Argentina). Investiga sobre prospectiva, futuro y teoría del Diseño y la Arquitectura, sus vínculos con la transición y la sostenibilidad. Se desempeña como Coordinadora de Proyectos Interinstitucionales: Incubadora de Proyectos de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño, UP Argentina. Dirige desde 2014 la Línea de Investigación Diseño en Perspectiva: Escenarios del Diseño bajo el convenio académico entre la Universidad de Palermo (Argentina) y Carnegie Mellon University (EEUU). Es parte del Cuerpo Académico del Posgrado en Diseño, Profesora Titular de Diseño 4 de la Maestría en Gestión del Diseño (UP) vinculada al Programa Transition Design (TD) del PhD en TD y Transition Design Institute CMU (EEUU). Fue Directora del Departamento de Producción CPDyC y Co-Coordinadora del Departamento de Multimedia de la Universidad de Palermo. Profesora Titular en otras Universidades. Con experiencia de más de 30 años en gestión y producción editorial, gestión de contenidos, edición científico-técnica, diseño y dirección de arte, diseño fotográfico y arquitectura publicitaria, para empresas del ámbito corporativo y mercado editorial nacional y extranjero. Coordinadora editorial y académica de libros de investigación, arte y diseño, autora de numerosos artículos de investigación, par revisor de agencias y publicaciones nacionales e internacionales, creadora de productos editoriales y multimediales, curadora de muestras de arte y de diseño, jurado en eventos científicos y culturales.  ORCID ID 0000-0003-0923-8755.

El presente Proyecto de Investigación colaborativo denominado **Convergencias, Narrativa y Consumo digital** –fue incubado durante el período 2024-2025– entre la Universidad Europea *Creative Campus* (UE Madrid, España) y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (UP, Argentina), y fue coordinado por **Raquel Echeandía Sánchez** (UE Creative Campus / España) y **Daniela V. Di Bella** (UP, Argentina). Por sus incumbencias y áreas de interés, guarda relación con los Proyectos Diseño, Arte y Transmedia I y II, ambos en Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°187 y N°224, publicados en 2023 y 2024 respectivamente (Di Bella, 2023 y 2024).

El Proyecto se inscribe dentro de las actividades de investigación disciplinar y creación de conocimiento en el campo del Diseño, iniciadas por la Incubadora de Proyectos de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño. La Incubadora nace como parte de la generación de un estímulo e invitación a académicos y autores, a profesores y profesiona-

les, en forma individual o en equipos, que están dando sus primeros pasos en este campo y están interesados en avanzar, consolidarse, proyectarse e integrarse al mundo formal y sistemático de la Investigación en Diseño. Surge como un espacio de generación, desarrollo y concreción de nuevos Proyectos de Investigación de carácter interinstitucional, de alcance nacional e internacional de la Universidad de Palermo. De este modo –la Facultad de Diseño y Comunicación a través de su Incubadora– ofrece generosamente su plataforma a quienes estén interesados en acercar sus ideas, iniciativas y propuestas para avanzar en la generación de nuevos Proyectos de Investigación –que impacten positivamente en el diseño como disciplina y profesión– e integrarse al Instituto de Investigación en Diseño¹. En esta ocasión –*a partir de las iniciativas de la Incubadora*– el proyecto explora acerca de la actual convergencia de distintos sistemas de medios, herramientas, soportes, canales y plataformas –además de la web con sus servicios– y cómo estos transforman los espacios de creación, circulación y difusión (Jenkins 2008, 1992); evolucionan los conceptos de narrativa tradicional y sus vínculos con los contenidos y sus sistemas de significación (Scolari, 2009); ofrecen diferentes perspectivas de representatividad, identificación social, producción y entretenimiento según nuevas modalidades de consumo digital (Jenkins, 2010: 943-958), y cómo otorgan un nuevo lugar, implicación y protagonismo a los consumidores y audiencias (Scolari, 2015: 24-26).

Las investigaciones surgidas de este Proyecto de Investigación y de los muchos otros proyectos desarrollados por las 27 Líneas de Investigación del Instituto de Investigación en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación², se articulan y complementan -en contenidos, objetivos e intenciones- con los que lleva a cabo la Maestría en Gestión del Diseño³, permitiendo a través de su acción educativa, el desarrollo y apoyatura de aspectos metodológicos, conceptuales y teóricos para la gestión y planificación integral de proyectos, programas y soluciones en el campo del Diseño.

Convergencias, Narrativa y Consumo digital

Como parte de una de las evoluciones más audaces que se vienen y están oficiando en el campo de las comunicaciones y las nuevas tecnologías, las distintas áreas de acción humana han mediatizado gran parte de sus procesos. Tanto el arte como el diseño son parte de esta mediatización, y se ven atravesados con otras disciplinas en la realización de proyectos colectivos y participativos, hiperconectados, multipantalla, insertos en redes sociales (Castells, 2009) constituyendo un nuevo y desafiante escenario audiovisual, digital e interactivo (Manovich, 2005; Scolari, 2013: 1025-1056).

En este contexto la convergencia de distintos sistemas de medios, herramientas, soportes, canales y plataformas –además de la web con sus servicios– se manifiestan

- transformando los espacios de creación, circulación y difusión (Jenkins 2008, 1992);
- evolucionando los conceptos de narrativa tradicional y sus vínculos con los contenidos y sus sistemas de significación (Scolari, 2009);

- ofreciendo diferentes perspectivas de representatividad, identificación social, producción y entretenimiento (Jenkins, 2010: 943-958.);
- resituando el lugar, implicación y protagonismo de los consumidores y audiencias (Scolari, 2015: 24-26);
- colaborando con la creación de distintos tipos de colectivos y comunidades partícipes activos del fenómeno narrativo;
- avanzando sobre la idea de experiencia y/o universo expansivo, inmersivo, ficcional y lúdico del videojuego (Gifreu-Castells, 2016: 48-62; Raybourn, 2012: 6-12);
- informando de la infomediación y la apendicularidad social a dispositivos e interfaces (Scolari, 2015; Robinson, 2015);
- permitiendo y contribuyendo con la accesibilidad y democratización del conocimiento (Alper y HerrStephenson, 2013: 366-369);
- revelando la necesidad de una alfabetización transmedia para explorar nuevos y mejores caminos del aprendizaje (Scolari, 2016: 13-23; Scolari 2018; Rodrigues y Bidarra, 2014: 42-48); e
- instalando nuevos mecanismos transformadores de la sociedad (Jenkins *et al.*, 2016); entre otros.

El presente proyecto, *al igual que los dos anteriores previamente mencionados* (Cuadernos 187 y 224), entiende que este dinámico contexto en evolución, se abre como un nuevo campo de estudio en el que es necesario formalizar investigaciones para la producción de conocimiento.

Este volumen de Cuadernos contiene los aportes colaborativos de 19 Investigadores/as provenientes de España, Argentina, Bolivia y Colombia, cuyos 12 resultados de la investigación se disponen en un índice ordenado por Coordinación de la convocatoria y Universidad de pertenencia. En el índice, los ocho primeros resultados de la investigación pertenecen a Investigadores/as convocados por la Profesora **Raquel Echeandía Sánchez** de la Universidad Europea de Madrid (UE Creative Campus, España), y a continuación se disponen los cuatro resultados de la investigación que pertenecen a Investigadores/as convocados por la Profesora **Daniela V. Di Bella** de la Universidad de Palermo (UP, Argentina).

A continuación –se detallan brevemente y de manera comentada– los resultados de la investigación organizados –*para este prólogo*– según cuatro ejes orientativos:

- a. Innovación docente con tecnologías digitales colaborativas y accesibles
- b. Percepción y sensorialidad en la experiencia de usuario
- c. Incidencia y uso de la narrativa en el diseño de producto
- d. Tecnologías digitales: beneficios, oportunidades y desafíos

a. Innovación docente con tecnologías digitales colaborativas y accesibles

En este apartado se presentan cuatro trabajos de investigación –que a través del estudio de casos– exploran el papel de las tecnologías digitales accesibles y los enfoques auto-

dirigidos de aprendizaje en un aula de grado de Animación y Diseño de Videojuegos; una experiencia inmersiva para la selección y uso del color en entornos interactivos y sus impactos positivos; las fronteras de la expresión visual de la práctica holográfica como recurso didáctico en el entorno universitario, y la creación de un laboratorio educativo de multimedia experimental destinado a ensayar y probar la efectividad de esta metodología en la solución de desafíos comunitarios. Ellos son:

1.- Diseño metodología de *Flipped Classroom* y *Learning by Teaching* en la enseñanza del uso de tecnologías accesibles de Raquel Echeandía Sánchez y Lidia Jimenez-Duarte.

Las investigadoras abordan la descripción de un proyecto propio de innovación docente implementado a través de la metodología de aula invertida en el Grado de Animación y Diseño de Videojuegos orientado hacia la accesibilidad y la integración de los ODS 4 (Educación de calidad), 10 (Reducción de las desigualdades) y 12 (Producción y consumo responsables). En la experiencia narran cómo a través de la aplicación del *Learning by Teaching*, los estudiantes pueden ir convirtiéndose en agentes activos de su aprendizaje.

Declaran en las conclusiones:

El diseño cuasi-experimental proyectado en esta investigación responde a la necesidad de integrar prácticas de accesibilidad en los programas académicos de diseño de videojuegos y animación, en línea con lo que estudios como los de Palmquist *et al.* (2024) y Aguado-Delgado *et al.* (2023) han señalado. Estas investigaciones subrayan la importancia de que los futuros profesionales estén capacitados para desarrollar productos accesibles, ampliando el alcance del mercado y fomentando la inclusión.

Y siguen más adelante,

(...) aunque este proyecto se encuentra en fase de diseño, el potencial de sus resultados radica en la validación de un enfoque pedagógico que pueda ser replicado en diferentes contextos educativos (Echeandía Sánchez y Jimenez-Duarte, 2025: 44 y 45).

La metodología aplicada combinó enfoques cualitativos y cuantitativos para evaluar la efectividad de la enseñanza sobre la accesibilidad en animación y videojuegos.

2. Educación en diseño de entornos interactivos: el color en talleres y recursos sobre técnicas pictóricas de María Teresa Barranco Crespo y Álvaro Daza Hernández.

En este artículo los investigadores presentan una experiencia en la que estudian cómo la selección y aplicación de colores pueden generar vínculos emocionales -ya que en entornos interactivos como los del videojuego- resulta fundamental la narrativa ambiental que crea una identidad distintiva mediante la integración de forma, color, iluminación y narrativa:

En el ámbito del arte técnico y el diseño de espacios virtuales, los programas de estudio requieren conocimientos sobre las propiedades psicológicas y el uso racional del color, con el fin de mejorar la efectividad de la comunicación visual y comprender mejor la expresión emocional. Para diseñadores y artistas que trabajan en entornos digitales, comprender cómo los colores impactan psicológicamente permite crear experiencias inmersivas que refuerzan los objetivos narrativos o funcionales de sus proyectos. En el diseño de videojuegos, por ejemplo, el color se utiliza no solo para diferenciar elementos, sino también para guiar al jugador, generar atmósferas y activar respuestas emocionales específicas en momentos clave (Barranco Crespo y Daza Hernández, 2025: 136 y 137).

Describen cómo en un estudio previo, se llevó a cabo una evaluación mediante una experiencia inmersiva utilizando imágenes panorámicas HDR y distintas técnicas artísticas; luego con el objetivo de ampliar y fortalecer el estudio propusieron la elaboración de guías y recursos educativos dirigidos a diseñadores y estudiantes de arte y diseño; y a continuación para evaluar el impacto de ese material han puesto en desarrollo contenido teórico para un taller en el entorno universitario.

3. Holografía práctica: análisis de la presencia actual de la holografía en los programas didácticos en las universidades españolas de Boris Aparicio Tejido y María Teresa Barranco Crespo.

Los investigadores realizan y analizan una revisión de la presencia de la holografía física en los programas de universidades españolas, con el objetivo de saber el estado actual de su enseñanza y su evolución. Mencionan que el descubrimiento de la holografía revolucionó la percepción visual, y que numerosos artistas del globo han adoptado la técnica holográfica para explorar nuevas fronteras de expresión visual. Destacan que con el advenimiento de las tecnologías digitales,

...si bien el término *holografía* ha recobrado popularidad a nivel mediático, la grandísima mayoría de las alusiones actualmente corresponden a situaciones que no comparten los principios científicos ni conceptuales de esta disciplina (...) (Tejido y Barranco Crespo, 2025: 157).

Y que su tratamiento en los ámbitos de la enseñanza universitaria

ha mermado progresivamente, hasta el punto de caer en una especie de olvido nostálgico, al menos en el mundo del arte (Tejido y Barranco Crespo, 2025: 157).

Con esto, concluyen y aconsejan la necesaria reincorporación de la técnica holográfica, considerada como técnica de expresión o representación artística, en carreras vinculadas al arte y el diseño, y en las que la comprensión de la luz juegue un rol relevante como objeto de estudio.

4. EducaLab Experimenta de Arcadio Alexander Aldana Rincón, Alejandro Araque Mendoza y Erinson Fernando González Santos.

Los investigadores presentan un laboratorio educativo de multimedia experimental, implementado en territorios rurales y urbanos, donde se trabajó con tecnologías digitales y colaborativas, cuyo enfoque permitió fortalecer la memoria territorial, promover el análisis crítico y desarrollar procesos de co-creación multimedial.

A la hora de la aplicación y descripción metodológica empleada, destacan que,

(...) el uso de un enfoque interdisciplinario (...) no se limita al ámbito teórico, sino que busca generar impactos tangibles, como la creación de materiales educativos, el fortalecimiento del tejido social y la preservación de la memoria local, contribuyendo al desarrollo de las comunidades involucradas (Aldana Rincón, Araque Mendoza y González Santos, 2025: 233).

Refieren como la implementación del proyecto de características experimentales

(...) generó un *corpus* investigativo en constante evolución, compuesto por registros audiovisuales, salidas de campo, encuentros virtuales y laboratorios de multimedia (...) que sirvió como base para evaluar y ajustar metodologías flexibles que respondieran de manera efectiva a las particularidades de cada entorno (...) y permitió examinar enfoques pedagógicos en relación con el diseño participativo y la co-creación multimedial, integrando aspectos teóricos y prácticos que enriquecieron el proceso formativo (Aldana Rincón, Araque Mendoza y González Santos, 2025: 239).

Este estudio subraya la importancia de la investigación-creación en Diseño como una herramienta para generar impacto social y fortalecer el vínculo entre la Academia y las Comunidades.

b. Percepción y sensorialidad en la experiencia de usuario

En este apartado se presentan dos trabajos de investigación, uno de ellos explora el uso y aplicación de la psicología del color en el diseño de la interfaz gráfica de videojuegos, y el otro cómo a través del neuromarketing se crean experiencias de marca únicas que mejoran y potencian la percepción del consumidor influyendo en su comportamiento de compra. Ellos son:

5. Criterios de Análisis de la Psicología del Color en el Diseño de Interfaces de Videojuegos de Pilar Terron-Lopez y María Teresa Barranco Crespo.

Las investigadoras examinan los factores clave que influyen en el diseño de las interfaces de videojuego. Al cabo del estudio identificaron una serie de criterios fundamentales que facilitan futuras investigaciones sobre el uso del color. Fundamentan –que comprender cómo el color afecta la percepción y las emociones de los jugadores–

permite a los diseñadores crear experiencias más inmersivas y coherentes (...) ya que su impacto se extiende a la percepción emocional de los personajes, la creación de entornos inmersivos, la comunicación de mensajes clave y la mejora de las mecánicas de juego (Terron-Lopez y Barranco Crespo, 2025: 62 y 63).

La investigación conduce a la identificación de ocho criterios de análisis: *tecnología, personajes, escenario, HUD, mecánicas, narrativa, taxonomía del jugador y discapacidad visual cromática*. Estos ofrecen marcos de evaluación y comprensión del color y su influencia sobre la experiencia de juego. Hacia el cierre del artículo recomiendan que para futuras investigaciones será necesaria la aplicación de una perspectiva multidisciplinaria en la que confluyan principios de psicología del color, teoría del diseño y usabilidad.

6. Diseño de Aromas: Implicaciones Sensoriales y Humanas de Esther Campos Serrulla y Pilar Terron-Lopez.

En este artículo las investigadoras exploran el arte y el diseño de los aromas. Utilizan una combinación de enfoques, que provienen del marketing, el neuromarketing y la neurociencia, además de otros métodos científicos. Mientras el marketing crea experiencias de marca, el neuromarketing basado en la neurociencia pauta estrategias que apuntan a la respuesta emocional y cognitiva. En ambos casos, sus acciones impactan sobre el comportamiento del público objetivo, mejorando la percepción del consumidor e influyendo en su comportamiento de compra. Describen la diversidad y el extenso abanico de aplicación que está cobrando la industria de los aromas y las fragancias, desde los más conocidos de uso habitual, hasta en el ámbito terapéutico y de la salud, las nuevas experiencias de personalización a través de algoritmos de Inteligencia Artificial, y las exigencias en relación con el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad.

El trabajo realiza

una revisión sistemática que integra diversas metodologías de investigación, evaluando estudios conductuales basados en experimentos controlados y recopilando datos subjetivos a través de cuestionarios y entrevistas (...) (Campos Serrulla y Terron-Lopez, 2025: 103).

Y concluye diciendo

El futuro del diseño de aromas incluye el uso de biotecnología para crear nuevos aromas y la integración de experiencias olfativas en la realidad virtual y aumentada. Estas innovaciones prometen transformar la manera en que interactuamos con los aromas en diversos contextos (Campos Serrulla y Terron-Lopez, 2025: 115).

c. Incidencia y uso de la narrativa en el diseño de producto

En este apartado se presentan dos trabajos de investigación, que revisan el papel de la narrativa como medio y vehículo de impacto en diseño. Uno de ellos en álbumes ilustrados donde el uso del color se convierte en el aporte estratégico de influencia de la construcción de historias y transmisión de emociones, y otro que estudia cómo la narrativa constituye el valor agregado del diseño de productos contemporáneos tanto tangibles como virtuales. Ellos son:

7. El color como medio narrativo en el álbum ilustrado de Lidia Jimenez-Duarte y Raquel Echeandía Sánchez.

Las investigadoras basadas en estudios recientes *demuestran que el color juega un papel crucial en la interpretación y la conexión emocional del lector con la narrativa visual; y analizan cómo el uso del color contribuye a la construcción de la historia a través del diseño de personajes, composición de escenarios, estructura narrativa, relación texto-imagen y percepción del lector.*

El artículo presenta dos fases de trabajo articuladas, una que provee una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema, y una segunda con estudios de caso a partir del análisis de escenas clave. Entre los aspectos salientes que revisa el trabajo, destaca como el uso del color es un elemento crítico en la transmisión de conceptos abstractos; como puede influir en las percepciones de niños/as sobre la identidad y la diversidad; su dimensión interactiva y sus implicaciones psicológicas, y que todas estas se ven afianzadas por las dimensiones culturales y emocionales del color.

Al cierre de esta interesante investigación las investigadoras afirman que la literatura consultada

enfatisa colectivamente el papel esencial del color como medio narrativo en los libros ilustrados. No solo mejora el compromiso emocional y la coherencia, sino que también sirve como vehículo para la representación cultural y la empatía. Los conocimientos obtenidos de estos estudios abogan por un uso más intencional e informado del color en la literatura infantil, enriqueciendo en última instancia la experiencia de narración para los lectores jóvenes (Jimenez-Duarte y Echeandía Sanchez, 2025: 80).

8.- El *environmental storytelling* como vehículo narrativo en el diseño de videojuegos y el diseño de producto de Álvaro Daza Hernández y Esther Campos Serrulla.

En este artículo, los investigadores exploran cómo la narrativa influye en el diseño de productos contemporáneos. Sostienen que este enfoque resulta

esencial en la economía de la experiencia, donde los consumidores buscan algo más que productos funcionales; desean experiencias memorables y significativas (Barrera y Martínez, 2024). En la economía de la experiencia, los consumidores valoran las emociones y las historias que los productos pueden evocar. Las empresas que comprenden este enfoque han aprendido que la lealtad no se

basa simplemente en la calidad del producto, sino en cómo ese producto hace sentir al consumidor (Daza Hernández y Campos Serrulla, 2025: 89).

Abordan el estudio de productos tangibles y virtuales, y como la narrativa puede convertirse en una herramienta clave de la fase creativa, de desarrollo y de su resultado final. A través de un análisis cualitativo de dos casos de estudio de elementos específicos de un videojuego, y de la comunicación de marca de un vehículo y su modelo, exploran y comparan en procesos y resultados, y cómo el ambiente narrativo logrado

enriquece el valor y la funcionalidad de los productos, aumentando la fidelidad y el retorno de usuarios y jugadores, los cuales se vinculan emocionalmente con los productos y los relatos que contienen (Daza Hernández y Campos Serrulla, 2025: 83).

d. Tecnologías digitales: beneficios, oportunidades y desafíos

En este último apartado se presentan cuatro trabajos de investigación que analizan, visibilizan y ponen en valor los beneficios, oportunidades y desafíos que las tecnologías digitales –muchas de ellas emergentes– van cobrando en la aplicación de casos puntuales. Las investigaciones abordan los temas de la identidad y la memoria, y cómo la grabación y geolocalización de recuerdos, pueden actuar en *pos* de objetivos de conservación y divulgación de la historia urbana o, a través de la incorporación de tecnologías 4.0, se puede mejorar una experiencia museística dando espacio al diseño universal y la accesibilidad. Se reflexiona también en otros dos de los artículos, sobre la Realidad Aumentada y Realidad Virtual, y las potenciales oportunidades que ofrecen a la industria gráfica, y luego sobre la Inteligencia Artificial generativa, y como ésta propone retos y desafíos mientras va transformando los procesos de creación, representación visual y autoría, en tanto abre nuevas implicancias y problemáticas sobre el campo de la imagen. Ellos son:

9.- La memoria histórica y social de los barrios de Madrid. El testimonio de sus habitantes y la preservación de una identidad colectiva de Daniel Sánchez Mateos y Raquel Echeandía Sánchez.

Los investigadores examinan *el desarrollo urbano de los barrios periféricos de Madrid durante la segunda mitad del siglo XX*. Con el objetivo de preservar la memoria histórica y social de estos espacios a través del testimonio de sus habitantes, aplican un modelo metodológico que incluye la grabación y geolocalización de recuerdos, con el fin de conservar y divulgar la historia urbana.

Detallan como la experiencia realizada abre nuevas posibilidades en los campos de investigación histórica y social,

Los mapas de la memoria pueden ser utilizados por urbanistas, sociólogos e historiadores para estudiar la evolución de las ciudades desde una perspectiva humana, y para analizar cómo el entorno físico y social influye en la vida de las

personas. Además, este tipo de proyectos puede servir como modelo para otras ciudades que deseen preservar la memoria de sus comunidades más antiguas (Sánchez Mateos y Echeandía Sánchez, 2025: 172).

También enfatizan el rol protagónico de las nuevas herramientas digitales, la realidad aumentada y la inteligencia artificial para ofrecer experiencias inmersivas y facilitar el acceso a contenidos concretos históricos e identitarios, como a la potencial aplicación a los ámbitos de planificación urbana y formulación de políticas públicas.

10. Museos inclusivos en Colombia: Diseño Universal, Accesibilidad y Tecnologías 4.0 de *Diana Paola Angarita Niño, Victoria Eugenia Rivas Ramírez y Andrea Carolina Camacho Yáñez.*

Las investigadoras analizan la relevancia del diseño universal, la accesibilidad y las tecnologías 4.0 para la mejora de la experiencia de usuario en los museos. El trabajo se desarrolló en dos fases, el primero a través del abordaje de tres casos de estudio, que examinan la experiencia de manera comparada en tres museos, siguiendo una metodología descriptiva que va considerando las variables antedichas. En la segunda fase, con la participación de la academia, se parte de la base de considerar a los museos como espacios de memoria, conocimiento e identidad, y se explora la mejora a través de estrategias inclusivas de diseño.

Los resultados obtenidos pueden servir como base para el diseño e implementación de estrategias de accesibilidad e inclusión en otros museos del país, inclusive hacer intercambios de conocimientos y abordaje del tema, con otros museos latinoamericanos y de orden mundial. Además, el estudio puede contribuir a sensibilizar a la comunidad museística sobre la importancia del Diseño Universal y las tecnologías 4.0 para crear experiencias culturales más equitativas y participativas (Angarita Niño, Rivas Ramírez y Camacho Yáñez, 2025: 208).

11. Realidad Aumentada y Realidad Virtual: Nuevas Oportunidades para la Industria Gráfica de *Dana Cristina Ipuz Patiño, Eimmy Natalia Vargas Giraldo y Jorge Sánchez Munevar.*

Los investigadores presentan una exploración de las nuevas oportunidades que la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) pueden ofrecer a la industria gráfica.

(...) las tecnologías de Realidad Aumentada y Realidad Virtual representan herramientas que pueden potenciar el trabajo de los diseñadores gráficos, al mismo tiempo que les permiten desarrollar nuevas habilidades y mantener su competitividad en un mercado cada vez más digitalizado. Estas tecnologías no solo aportan ventajas a la industria del diseño gráfico, sino que también contribuyen a un avance general en las formas de comunicación visual y de interacción entre el público y el contenido (Ipuz Patiño, Vargas Giraldo y Sánchez Munevar, 2025: 251).

El trabajo realiza una revisión exhaustiva de la literatura científica y de estudios de caso, a través del empleo de una metodología de trabajo colaborativa y participativa, basada en la investigación teórica y la experimentación práctica. Espera contribuir al conocimiento e innovación sobre el potencial de la RA y la RV en la industria gráfica, y base para el desarrollo de nuevas estrategias de diseño.

12. Estéticas de la imagen en el apogeo de la IA generativa de Luis Roberto Brun Oropeza. El artículo aborda un análisis que revisa el rol de los creadores y diseñadores contemporáneos, en relación con los escenarios que propone la inteligencia artificial en el ámbito de la imagen. Declara que la IA se manifiesta como *una fuerza disruptiva* que genera imágenes a partir de datos existentes redefiniendo el concepto de representación visual y su relación con la realidad.

Por un lado, es aún ambigua la lógica de autoría de una imagen IA, así como están pendientes algunas regulaciones que eviten su uso en campañas publicitarias o propagandísticas basadas en noticias falsas. Además, deriva en una avalancha de imágenes plagadas de estereotipos visuales y estilos visuales descontextualizados que, por ahora, no enriquecen o innovan, pero sí sorprenden y extrañan. El potencial de darle la vuelta a estos sesgos, sin embargo, está en la misma naturaleza de la herramienta (Brun Oropeza, 2025: 221).

Sin dejar de comprender su potencial, expone una serie de preguntas en torno a las problemáticas que presenta su aplicación, de los conceptos de autoría, proceso creativo, representación, interpretación, entre otros sustanciales y fundantes en la creación de contenidos de diseño visual y comunicación visual. Las preguntas avanzan sobre las imágenes que *ya no son reflejos fieles del mundo, sino artefactos culturales híbridos*, cuyos retos llaman a desarrollar acciones que se instauren –como elemento clave– la forma de habilidades estratégicas y críticas que maximicen el potencial innovador de la IA.

Para finalizar quiero agradecer muy especialmente a la Profesora Raquel Echeandía Sánchez, a su Equipo de investigación, a su Institución Universidad Europea de Madrid (UE Creative Campus / España), y al equipo de Profesionales, Académicos/as e Investigadores/as destacados/as de las distintas Universidades convocadas para este Cuaderno, en mi nombre y de la Institución a la que represento.

Notas

1. Incubadora de Proyectos de Investigación. Disponible en https://www.palermo.edu/dyc/instituto_investigacion/incubadora.html
2. Instituto de Investigación en Diseño. Disponible en: https://www.palermo.edu/dyc/instituto_investigacion/index.html

3. Maestría en Gestión del Diseño. Disponible en: https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseño/

Referencias bibliográficas

- Alper, M y Herr-Stephenson, R (2013) Transmedia Play: Literacy Across Media. En *Journal of Media Literacy Education* (pp.366-369).
- Castells, M. (2009) El poder en la sociedad red. Comunicación y poder, España: Alianza
- Di Bella, D. V. (2024) Prólogo del Proyecto Diseño, Arte y Transmedia II. En: *Cuaderno del Centro de estudios en diseño y comunicación N°224*. Coordinadora: Daniela V. Di Bella (UP, Argentina). Buenos Aires: Instituto de Investigación en Diseño, Universidad de Palermo. (DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi224>).
- Di Bella, D. V. (2023) Prólogo del Proyecto Diseño, Arte y Transmedia I. En: *Cuaderno del Centro de estudios en diseño y comunicación N°187*. Coordinadores: Otniel Altamirano (UABJO, México) y Daniela V. Di Bella (UP, Argentina). Buenos Aires: Instituto de Investigación en Diseño, Universidad de Palermo. (DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi187>).
- Jenkins, H, Ito, M y Boyd, D (2016) *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity.
- Jenkins, H (2010) Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum*, 24(6) (pp. 943-958).
- Jenkins, Henry (2008) *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica
- Gifreu-Castells, A (2016) Elementos para generar inmersión en la narrativa interactiva y transmedia. En Irigaray F y Renó D, *Transmediaciones. Futuribles*. Buenos Aires: Parmentia Grupo Editorial (pp. 48-62).
- Manovich, L (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós.
- Raybourn, E M (2012) Beyond serious games: Transmedia for more effective training and education. En Bruzzone, Buck, Longo, Sokolowski and Sottolare (Ed), *Proceedings of the International Defense and Homeland Security Simulation Workshop 2012* (pp. 6-12). Genova: Dime Università di Genova.
- Rodrigues P, Bidarra J (2014) Transmedia storytelling and the creation of a converging space of educational practices. *International Journal of Emerging Technologies in Learning* 9(6) (pp. 42-48).
- Robinson, L (2015) Multisensory, Pervasive, Immersive: Towards a New Generation of Documents. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 66(8) (pp. 1734-1737).
- Scolari, Carlos (2018) *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

- Scolari, C. A. (2016). Alfabetismo transmedia: estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación. *Revista TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación* 103 (pp. 13-23)
- Scolari, Carlos (2015) Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. En *Palabra Clave*, 18 (4) (pp. 1025-1056).
- Scolari, Carlos (2015) La hora del prosumidor. *El Cactus* 4(4) (pp. 24-26).
- Scolari, Carlos (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Scolari, Carlos (2009) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Abstract: This collaborative research project called *Convergences, Narrative and Digital Consumption –was incubated during the period 2024-2025–* between the Universidad Europea de Madrid (UE Creative Campus / Spain) and the Faculty of Design and Communication of the Universidad de Palermo (UP, Argentina). Due to its scope and areas of interest, it is related to the Projects Design, Art and Transmedia I and II, both in Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°187 and N°224, published in 2023 and 2024 respectively.

This Project *–based on the initiatives of the Incubator–* explores the current convergence of different media systems, tools, supports, channels and platforms –in addition to the web with its services– and how these transform the spaces of creation, circulation and dissemination (Jenkins 2008, 1992); evolve the concepts of traditional narrative and its links with content and its systems of signification (Scolari, 2009); offer different perspectives of representativeness, social identification, production and entertainment according to new modalities of digital consumption (Jenkins, 2010: 943-958), and how they grant a new place, involvement and protagonism to consumers and audiences (Scolari, 2015: 24-26). Research articles are presented that reflect on, analyses, describe and explore experiences or problem cases, that delve into the specific problematics of the intersection between art, design and new technologies/media, and that address immersive proposals, multisite and networked transmedia storytelling, enabling and instrumentalizing live and digital platforms and formats, social networks, augmented and virtual reality, holographic techniques, haptic and digital technologies, visual and audio mapping, interaction, artificial intelligence, algorithms and body and sensory augmentation devices, among others.

Keywords: Design - Art - Creation - Communication - Innovation - Narratives - Interaction Design - Accessibility - UX - Augmented Reality - Virtual Reality - AI - Immersive Technologies - Technologies 4.0 - Neuromarketing - Perception - Inclusion - Universal Design

Resumo: Este projeto de pesquisa colaborativa denominado *Convergências, Narrativa e Consumo Digital –foi incubado durante o período de 2024-2025–* entre a Universidad Eu-

ropea de Madrid (UE Creative Campus / Espanha) e a Faculdade de Design e Comunicação da Universidad de Palermo (UP, Argentina). Devido ao seu escopo e áreas de interesse, ele está relacionado aos Projetos Design, Arte e Transmídia I e II, ambos nos Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación N°187 e N°224, publicados em 2023 e 2024, respectivamente.

Esse projeto *–baseado nas iniciativas da Incubadora–* explora a atual convergência de diferentes sistemas, ferramentas, suportes, canais e plataformas de mídia –além da Web e seus serviços– e como eles transformam os espaços de criação, circulação e disseminação (Jenkins 2008, 1992); evoluem os conceitos de narrativa tradicional e seus vínculos com o conteúdo e seus sistemas de significação (Scolari, 2009); oferecem diferentes perspectivas de representação, identificação social, produção e entretenimento de acordo com as novas modalidades de consumo digital (Jenkins, 2010: 943-958), e como eles concedem um novo lugar, envolvimento e protagonismo aos consumidores e públicos (Scolari, 2015: 24-26). São apresentados artigos de pesquisa que refletem, analisam, descrevem e exploram experiências ou casos problemáticos, que se aprofundam nas problemáticas específicas da interseção entre arte, design e novas tecnologias/mídia, e que abordam propostas imersivas, narrativas transmídia multisite e em rede, viabilização e instrumentalização de plataformas e formatos ao vivo e digitais, redes sociais, realidade aumentada e virtual, técnicas holográficas, tecnologias hápticas e digitais, mapeamento visual e sonoro, interação, inteligência artificial, algoritmos e dispositivos de aumento corporal e sensorial, entre outros.

Palavras-chave: Design - Arte - Criação - Comunicação - Inovação - Narrativas - Design de Interação - Acessibilidade - UX - Realidade Aumentada - Realidade Virtual - IA - Tecnologias Imersivas - Tecnologias 4.0 - Neuromarketing - Percepção - Inclusão - Desenho Universal
