

**RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación**

vol. 12, núm. 23 (2025), raeic122321

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.21>



Reseña: Experiencias inmersivas. Realidad virtual y realidad aumentada en periodismo, publicidad y artes

*Book review: Realidad virtual y aumentada en periodismo, publicidad y
artes*

Grijalba de la Calle, Nicolás

Universidad de Nebrija (NEBRIJA)

ngrijalb@nebrija.es

Forma de citar este artículo:

Grijalba de la Calle, N. (2025). Reseña: Experiencias inmersivas. Realidad virtual y aumentada en periodismo, publicidad y artes. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 12(23), raeic122321. <https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.21>



Título: ***Experiencias inmersivas. Realidad virtual y realidad aumentada en periodismo, publicidad y artes***

Edición: Mercedes Herrero de la Fuente,
Carlos Jiménez Narros y Sara Pérez Seijo

Editorial: Tirant Humanidades

Páginas: 373

ISBN: 978-84-1183-611-1

La realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) aportan posibilidades narrativas cada vez más presentes en el periodismo, la publicidad y las artes. Este libro recoge las investigaciones más recientes sobre realidad extendida desarrolladas en España, Portugal y Brasil, reuniendo a más de cuarenta académicos y profesionales de estos tres ámbitos. La experiencia inmersiva se traslada a la realización de reportajes y documentales, la producción de eventos deportivos, las campañas publicitarias en diferentes formatos y las artes escénicas, apuntando entre otros a su potencial educativo. Se ofrece al usuario posibilidades de interacción, que contribuyen a una mejor comprensión de los contenidos periodísticos, un mayor disfrute como consumidor o una dimensión diferente como espectador de cualquier propuesta artística. El desarrollo del metaverso augura en combinación con la RA y la RV un futuro lleno de posibilidades, donde las pantallas perderán protagonismo y las gafas virtuales pasarán a ser un dispositivo cotidiano. Como todo nuevo escenario la inmersividad no está libre de incertidumbres, que afectan tanto a su viabilidad económica como a determinados aspectos éticos, entre ellos, el riesgo de difuminar los límites entre lo real y lo ‘fabricado’. En esta obra colectiva se reflexiona sobre estos aspectos, aportando un

contexto imprescindible para seguir la evolución de las narrativas inmersivas, que ya nos cuentan las noticias, nos persuaden con anuncios y nos emocionan en los teatros.