

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 49

# USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

2º TRIMESTRE, ABRIL 2025 | EDITORIAL | PP. 1-3

## USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

USES OF THE METAVERSE FOR  
COMMUNICATION

---

COORDINACIÓN DEL NÚMERO:

JOSÉ SIXTO-GARCÍA / JOSE.SIXTO@USC.ES

UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA, ESPAÑA

JOSÉ GABRIEL ANDRADE

UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL



prisma  
social  
revista  
de ciencias  
sociales

## EDITORIAL

El metaverso es una realidad que está más allá de la que conocemos. A la espera de cómo se desarrolle y evolucione, todo hace prever que se tratará de un ecosistema virtual 3D y totalmente inmersivo. Los investigadores han explorado sus utilidades para el turismo (Gursoy, Malodia y Dhir, 2022), el arte (Lee, Park, y Lee, 2022), la educación (Chen, 2022) o los videojuegos (Chia, 2022). Pero ¿cómo puede aprovecharse el metaverso para la comunicación? Esta es la pregunta a la que se da respuesta en este monográfico.

La tecnología blockchain, que posibilita la seguridad y sincronización de las operaciones digitales, permite que el metaverso sea descentralizado y que los usuarios puedan gestionar sus propios datos y contenidos de forma segura. Las limitaciones actuales de las pantallas desaparecen y las empresas informativas pueden ofrecer experiencias totalmente inmersivas en las que las audiencias se transforman en avatares (Godart, 2020). Por tanto, mientras que los medios de comunicación siguen avanzando en sus procesos de digitalización (Sánchez y Canavilhas, 2022), es momento de ir explorando qué posibilidades puede ofrecer el metaverso para el periodismo y la comunicación.

El periodismo del siglo XXI camina de la mano de la evolución tecnológica (Rivas-de-Roca, 2022), y, en ese camino, es probable que tenga que integrar el metaverso como una alternativa más al igual que están haciendo otros ámbitos y sectores. Además, tal y como sucedió con las redes, que se consolidaron como fuente periodística, el metaverso también deberá considerarse como otra fuente más en el discurso periodístico (Martín Ramallal y Cárdenas-Rica, 2022).

De momento, el metaverso se encuentra en fase inicial, si bien las posibilidades para el periodismo parecen infinitas. Queda mucho por hacer y mucho por desarrollar y sugerir con respecto a los usos del metaverso en la comunicación y el periodismo, por ejemplo, en cuanto a su implicación en la producción de la información, la gamificación, el discurso, los modelos narrativos, el tratamiento de las fuentes, el periodismo inmersivo o la alta tecnología. Tampoco las marcas periodísticas pueden ignorar al desarrollo del metaverso en sus políticas de gestión tanto en las acciones de marketing como en la tokenización de activos. Por supuesto, la inclusión del metaverso en el ejercicio periodístico implica la necesidad de nuevos perfiles profesionales y el desarrollo una deontología específica para este nuevo escenario, lo que implica nuevos desafíos y consideraciones éticas, así como la inclusión de las nuevas prácticas y supuestos en los mecanismos de autorregulación y corregulación.

Este monográfico compila siete trabajos de investigación en Sección Temática sobre cómo articular y aprovechar la convivencia entre comunicación y metaverso. Las propuestas han sido seleccionadas a partir de un total de 14 trabajos sometidos a evaluación ciega por pares. En primer lugar, Susana Herrera presenta un análisis DAFO del periodismo inmersivo, que actúa como una revisión sistemática del estado del arte. La relación de los avatares y el mundo real, así como el estudio del impacto personal y organizacional de las identidades virtuales, se exploran en el trabajo de Gema Bonaes, mientras que las nuevas identidades en los entornos híbridos, en concreto la generación Z, son estudiadas por Patricia Barron.

Maidier Pérez de Villarreal explora las utilidades del metaverso para generar modelos de conocimiento que favorezcan un aprendizaje significativo e inmersivo. Por su parte, Alejandro

Carbonell analiza la utilidad del código abierto para la formación en metaverso de los nuevos perfiles profesionales en comunicación.

El impacto y las perspectivas de las dinámicas de género en el discurso del metaverso constituyen el objeto de estudio de la investigación de Helena Aparicio. Por último, el trabajo de Alicia Martín se adentra en el campo publicitario e identifica las nuevas modalidades de presencia de las marcas en los espacios digitales.

Asimismo, se publican en este número en Sección Abierta cinco artículos de investigación dentro de las áreas de Estudios de Género, Ciencias de la Educación, Psicología y Ciencias de la Comunicación.

## REFERENCIAS

Chen, Z. (2022). Exploring the application scenarios and issues facing Metaverse technology in education. *Interactive Learning Environments*, online first. <https://doi.org//10.1080/10494820.2022.2133148>

Chia, A. (2022). The metaverse, but not the way you think: game engines and automation beyond game development. *Critical Studies in Media Communication*, 39(3), 191-200. <https://doi.org/10.1080/15295036.2022.2080850>

Godart, E. (2020). *Le sujet du virtuel: transformation. Métamorphose des subjectivités*. Hermann.

Gursoy, D., Malodia, S. & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 527-534. <https://doi.org//10.1080/19368623.2022.2072504>

Lee, H.-K., Park, S. & Lee, Y. (2022). A proposal of virtual museum metaverse content for the MZ generation. *Digital Creativity*, 33(2), 79-95. <https://doi.org//10.1080/14626268.2022.2063903>

Martín Ramallal, P., & Cárdenas-Rica, M. L. (2022). Metaversos como ciberfuente para el periodismo político. *Revista Prisma Social*, (39), 95–123. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/4817>

Rivas-de-Roca, R. (2022). El periodismo ante la transformación tecnológica. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1835>

Sánchez, H. M. y Canavilhas, J. (2022). Tendencias en la digitalización del periodismo. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 66, 3-8. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3549>