

Editorial

Sin revisión por pares ❖ No peer review

Pavel Sidorenko Bautista

Universidad Internacional de La Rioja

pavel.sidorenkobautista@unir.net 

María Abellán Hernández

Universidad de Murcia

maria.abellan4@um.es 

La sociedad actual vive un momento de quiebre donde la frontera entre lo físico y lo digital se desvanece a un ritmo vertiginoso. El epicentro de esta transformación lo ocupa la Generación Alfa (nacidos entre 2010 y 2025), catalogada como la primera cohorte plenamente *post-digital*. Para este grupo etario, la virtualidad no funciona como un canal accesorio, sino como una dimensión nativa y un espacio prioritario para la socialización, la construcción de identidad y el aprendizaje. A diferencia de los *Millennials* (pioneros de las redes sociales estáticas) o de la Generación Z (que consolidó el formato de vídeo vertical), los Alfa habitan ecosistemas interactivos, tridimensionales y de consumo hiperfragmentado de manera natural. Además de esto, son señalados como una generación marcada por eventos como la pandemia de COVID-19 que propulsó con mayor velocidad las interacciones digitales poniendo el foco en elementos como el diseño de experiencias e interfaces de usuario, la accesibilidad o la agencia (sentir que se es necesario en el contexto digital que se habita/juega). En este aspecto, la aportación de Soraya Rodríguez-Hernández “La sordoceguera en los entornos digitales y el metaverso en el año 2025” explora los retos que las personas con sordoceguera enfrentan eventualmente en los entornos digitales mediante una revisión bibliográfica de publicaciones académicas realizadas entre los años 2020 y 2025. El estudio revela que, a pesar del rápido avance tecnológico hacia la Web 3.0 y el metaverso, las personas con sordoceguera ocupan un lugar secundario y marginal en la investigación sobre accesibilidad con lo que muchas veces, quedan fuera de entornos vitales para la socialización según su canon generacional. El trabajo subraya una notable desincronización entre la innovación tecnológica y las necesidades específicas de este colectivo, cuya interacción depende frecuentemente de la mediación humana en lugar de diseños autónomos. Los datos del análisis crítico realizado por Rodríguez-Hernández señala además cómo los marcos normativos actuales resultan insuficientes para los entornos inmersivos, evidenciando una falta de datos que genera exclusión algorítmica en sistemas de inteligencia artificial. Su principal aportación es abogar por implementar metodologías de co-diseño y soluciones táctiles o hápticas que fomenten una verdadera autonomía digital.

Este monográfico parte también de la premisa de que plataformas como Roblox, Fortnite y Minecraft, entre otras plataformas similares, han trascendido el entretenimiento consolidando la idea de que los espacios digitales inmersivos no quedan sólo limitados a las experiencias mediadas por gafas de realidad virtual (RV). Particularmente Roblox, Fortnite, Minecraft así como otros espacios como VRChat o las mismas experiencias de Meta Horizon, se han consolidado como espacios de socialización simbólica. En ellos, los menores no solo juegan (superan retos o consiguen objetos o construyen cosas), sino que desarrollan culturas meméticas nativas (Madsen, 2026), establecen dinámicas de co-creación que desafían las narrativas lineales, participan en el debate geopolítico y redefinen la forma en que se relacionan e interactúan con los nuevos ecosistemas digitales en un sentido muy amplio y particular (Sidorenko y Cabezuelo, 2022).

No obstante, la dieta mediática actual de la generación Alfa no se limita al entorno 3D sino que convive directamente con el consumo masivo de micro-videos en plataformas como TikTok o YouTube Shorts, donde la validación comunitaria y los algoritmos de recomendación moldean de forma profunda su comportamiento individual y colectivo. En esta línea, la propuesta de Jonattan Rodríguez y Eglée Ortega, bajo el título “Del espacio urbano a TikTok: narrativas interactivas y transmedia en la campaña de Stranger Things en Madrid” investiga cómo la campaña publicitaria de *Stranger Things* en Madrid logró expandirse digitalmente a través de TikTok, convirtiendo una intervención urbana física en una narrativa transmedia participativa.

El trasvase del mundo offline al online y viceversa resulta otra particularidad de la cohorte Alfa que entiende que las divisiones entre espacio físico y digital no existen y que el sentido de pertenencia (*agency*) deviene más de las prácticas que de idearios preestablecidos. El estudio de Rodríguez y Ortega destaca que el contenido generado por los usuarios (UGC) fue fundamental para amplificar el alcance de la serie, ya que los ciudadanos no sólo grabaron el evento, sino que lo reinterpretaron mediante códigos propios de la plataforma como sonidos virales y montajes creativos de las intervenciones del mundo físico. El análisis de esta suerte de remediación (Bolter y Grusin, 2000) reveló que la ciudad de Madrid funcionó como un escenario interactivo, donde la “filmabilidad” de las instalaciones físicas permitió que la experiencia local se integrara en circuitos de visibilidad global. Asimismo, el análisis extrae interesantes conclusiones acerca del comportamiento del algoritmo de TikTok y la mediación narrativa de los usuarios que transformaron una acción de marketing tradicional en un fenómeno social distribuido y altamente inmersivo. De esta manera, se demuestra que las estrategias de *streaming* actuales dependen de la fusión entre experiencias presenciales y la circulación digital para profundizar el vínculo con sus audiencias, lo que sugiere un posible potencial de exploración para el desarrollo de metaversos.

Ante este panorama, las corporaciones tecnológicas y la comunidad académica se enfrentan al reto de descifrar cómo interactúan estas jóvenes audiencias con los nuevos formatos comerciales. La Generación Alfa rechaza la publicidad intrusiva, priorizando la conexión afectiva y la autenticidad (*relatability*) (Effendi et al., 2026) de los creadores de contenido frente a las métricas de influencia técnica tradicionales. Asimismo, es crucial analizar el impacto de la

Inteligencia Artificial (IA) en su aprendizaje gamificado, así como los fenómenos emergentes de mimesis comercial y tendencias virales en edades tempranas. Las nuevas prácticas inmersivas están colonizando otros espacios como el consumo y ocio cultural. Así la aportación “La resignificación del museo según la tecnología inmersiva. Arte y patrimonio a través del videojuego y la realidad virtual” cuya autoría pertenece a Guillermo Paredes Otero, explora cómo la tecnología inmersiva está transformando el concepto tradicional de museo, convirtiéndolo en un espacio interactivo que trasciende la simple observación y conservación. El autor analiza cómo los videojuegos integran el patrimonio artístico mediante mecánicas de colección y narrativas simbólicas, permitiendo que el arte sea un componente activo de la experiencia lúdica y así, impactar mejor en las nuevas audiencias digitales. Por otro lado, destaca que la realidad virtual se enfoca en la simulación sensorial y espacial, facilitando visitas a entornos históricos que de otro modo serían inaccesibles. Mediante diversos casos de estudio, el autor explica cómo estas herramientas digitales no sólo atraen a nuevas audiencias, sino que también sirven como medios cruciales para la educación y la preservación de la memoria cultural. El aporte esencial del trabajo de Paredes Otero plantea que la digitalización es una evolución necesaria para que las instituciones culturales mantengan su relevancia en la sociedad contemporánea.

Aunque la implementación de metaversos ha ido incrementándose exponencialmente desde 2022, sus posibilidades siguen siendo aún vastas e inexploradas. En este sentido, el artículo de Jorge Miranda Galbe titulado “Imaginar el metaverso desde las aulas: concepciones y usos en trabajos de estudiantes de Periodismo” ofrece un innovador enfoque acerca de cómo se puede conceptualizar la naturaleza y usos de los metaversos. Su investigación analiza cómo los futuros periodistas de la Universidad Complutense de Madrid proyectan el metaverso desde una perspectiva crítica controlada y formal como es el entorno universitario. A partir del estudio de 76 proyectos académicos, Miranda explora cómo los futuros periodistas conciben, especulativamente, el metaverso. Los resultados revelan que el alumnado prioriza el entretenimiento y la educación sobre la información pura, diseñando entornos mayoritariamente cerrados basados en realidad virtual. Se observa que los estudiantes otorgan un papel fundamental a la inteligencia artificial para crear experiencias inmersivas, mientras que el interés por otras cualidades o particularidades asociadas a los metaversos como la tecnología *blockchain* y los activos digitales, ha disminuido drásticamente. De este modo, los jóvenes estudiantes de periodismo de la Universidad Complutense de Madrid proponen un espacio de exploración individual en lugar de una red social abierta, donde la interacción con el entorno sensorial prevalece sobre la socialización entre usuarios. En conclusión, los comunicadores del mañana ven este medio como una arquitectura híbrida capaz de transformar la narrativa tradicional en una experiencia vivencial profunda.

Con un enfoque altamente exploratorio, este monográfico ha recogido diferentes propuestas que buscan aumentar el corpus teórico y crítico en torno a los metaversos y sus tecnologías asociadas, sin olvidar los desafíos e implicaciones sociales que convocan estos nuevos espacios y de los que es de obligado cumplimiento responder desde la academia. Las diferentes propuestas, ofrecen un enfoque poliédrico que, a modo de metáfora, dispara al centro de la

complejidad de los metaversos: su naturaleza diversa, descentralizada e imbricada conlleva aproximarse a este objeto de estudio de una manera enriquecida, abierta y metodológicamente diversa que permita tanto la búsqueda de soluciones como el planteamiento de nuevas preguntas que ayuden a proyectar entornos más comprometidos, seguros y útiles para una sociedad que avanza con demasiada velocidad como para pestañear siquiera.

Referencias

- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.
- Effendi, D. E., Roosdhani, M. R., & Ali, A. (2026). Gen Alpha Engagement Model: The Role of Influencer Skill, Authenticity, and Interactivity with Relatability as a Mediating Mechanism. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research (JAMER)*, 5(1), 61–78. <https://doi.org/10.33476/jamer.v5i1.455>
- Madsen, D.Ø. (2026). Generation alpha speaks in memes: a conceptual framework for platformed language. *Frontiers in Communication*, 11:1695863. <https://www.doi.org/10.3389/fcomm.2026.1695863>
- Sidorenko, P., & Cabezuelo, F. (2022). Tecnología, comunicación digital y discursos urbanos: las ciudades del metaverso. En M. J. Ufarte y L. M. Calvo (coords.), *Ciudades globales. Diplomacia, sostenibilidad y estrategias de comunicación* (pp. 151-173). Comunicación Social.