



# LA REALIDAD AUMENTADA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

David Escalona Cruz

LICENCIATURA EN DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, UAM-X

▲  
Imagen tomada del artículo: Aplicaciones de Realidad Aumentada para la educación.

**E**N LA ERA DIGITAL la Realidad Aumentada (RA) ha emergido como una fuerza que rompe todas las fronteras entre el mundo físico y el virtual, redefiniendo la manera en que interactuamos con la realidad que nos rodea. La RA va más allá de la mera visualización de información digital; es una tecnología que superpone elementos generados por computadora, como imágenes, sonidos y datos interactivos, en el entorno real. Entre lo tangible y lo digital ha generado un impacto significativo en una variedad de sectores, desde la industria del entretenimiento hasta la educación y la medicina.

El diseño editorial, en constante evolución para adaptarse a las demandas

de la era digital, ha encontrado en la RA una herramienta innovadora que redefine la experiencia de lectura y la interacción del usuario.

Antes de profundizar en la relación entre la RA y el diseño editorial, es fundamental comprender el estado actual. El diseño editorial se encuentra en un constante cambio y juega un papel crucial en la creación de publicaciones impresas y digitales visualmente impactantes y efectivas. Para los profesionales del diseño gráfico, es crucial mantenerse al día con las últimas tendencias y técnicas en este ámbito para poder ofrecer a sus clientes un producto de calidad y relevante.

A medida que la tecnología avanza, el diseño editorial ha experimentado

una transformación significativa. Antes, el diseño de revistas, libros y periódicos se limitaba al formato tradicional impreso, pero ahora se ha ampliado para incluir también la publicación digital. Esto implica que los diseñadores deben adaptarse a los nuevos formatos y aprender a utilizar herramientas específicas para crear contenido interactivo y multimedia.

La Realidad Aumentada, al introducir capas digitales sobre la realidad física, se presenta como un catalizador para la transformación del diseño editorial. Libros enriquecidos con elementos de RA ofrecen experiencias más allá de la simple lectura.

Por ejemplo, al escanear ciertas imágenes o símbolos en las páginas de un libro, los lectores pueden acceder a contenido multimedia adicional, como animaciones, videos o incluso conexiones a plataformas en línea. Esta inmersión digital proporciona una dimensión adicional a la obra, llevando la narrativa más allá de las palabras impresas.

En 2013, la revista *National Geographic* incorporó el uso de la realidad aumentada tanto en su portada como en sus interiores. Esta innovación permite a los lectores visualizar con mayor detalle los elementos de la portada y experimentar una mejora significativa en la experiencia de lectura. En algunas páginas de la revista, las fotografías cobran vida a través de la realidad aumentada, brindando a los lectores la oportunidad de interactuar con el contenido de una manera única. Esta fusión de la tecnología con el contenido impreso ha llevado a *National Geographic* a la vanguardia de la narrativa visual, ofreciendo a su audiencia una forma más inmersiva y enriquecedora de explorar el mundo a través de sus páginas.

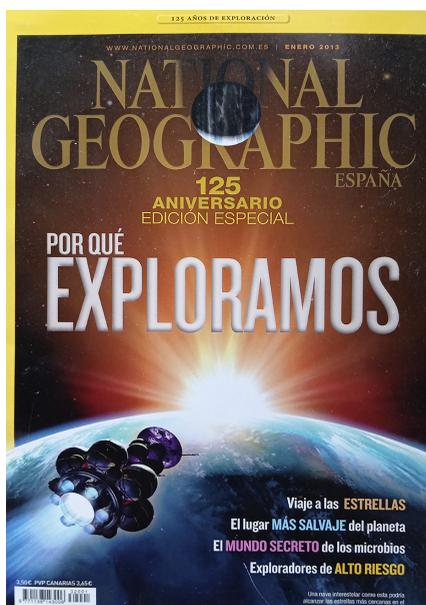
En 2015, la editorial Resistencia desarrolló una colección de libros en

lenguas indígenas y tres de sus ejemplares incorporaron la realidad aumentada, brindando al lector una experiencia más enriquecedora a través de ilustraciones en las cuales los personajes narran la historia.

El primer libro que lanzaron con realidad aumentada fue *El viaje a Mictlán*, en el año 2015. Este innovador enfoque no sólo proporciona una lectura tradicional, sino que también integra elementos digitales que complementan la trama, permitiendo una conexión más inmersiva con la narrativa y mejorando la comprensión del lector.

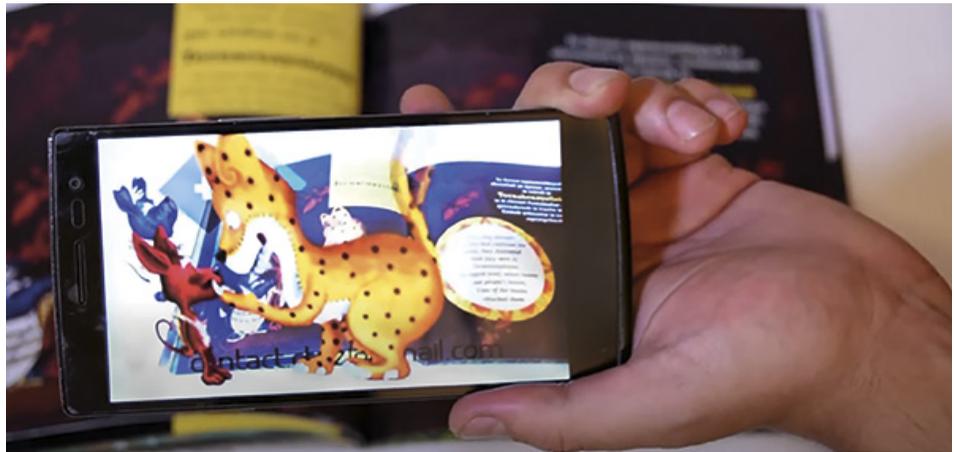
En 2017, Pixeldreams creó el libro *Cardiología 3D en pequeños animales*, de Iván Sosa y Pablo Gómez, para estudiantes de cardiología veterinaria. Los lectores pueden visualizar y comprender hasta 21 patologías en tres dimensiones y, en consecuencia, la manera en que deben actuar las líneas terapéuticas. Las ilustraciones cobran vida en sus dispositivos, agregando capas de profundidad a la historia.

El lector puede ver y casi tocar el corazón en su estado normal, flotando y latiendo sobre el libro como un



Portada *National Geographic*. Imagen tomada de Todocolección.net

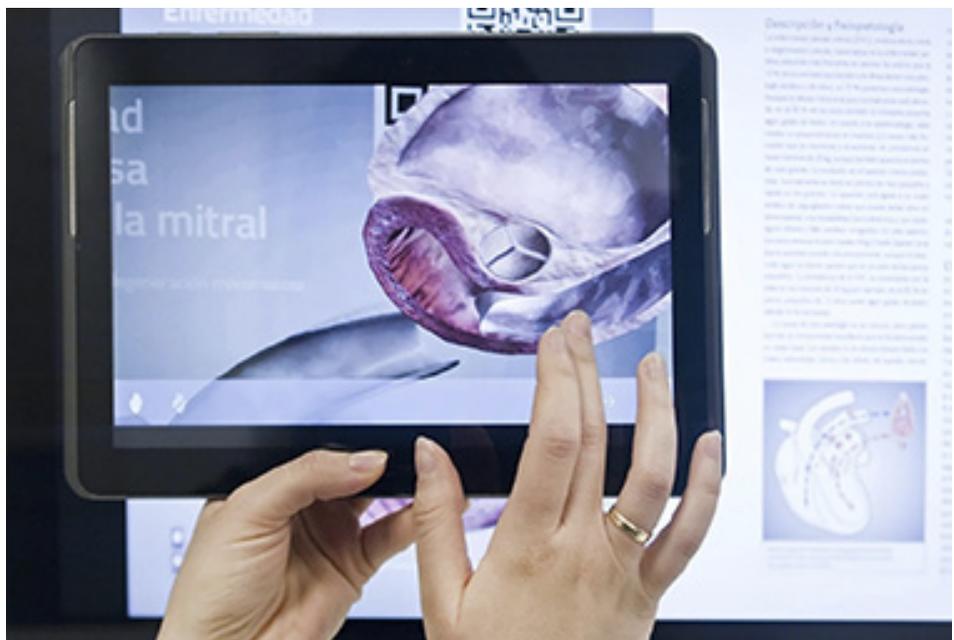
▶  
 Libro: *El viaje a Mictlán*. Imagen tomada del video: *Mictlan AR presentation*.



▶  
 Libro: *El viaje a Mictlán*. Imagen tomada del video: *Mictlan AR presentation*.



▶  
 Libro : *Cardiología 3D en pequeños animales*. Imagen tomada de Play Store.





holograma, así como los cambios fisiopatológicos que experimenta, por ejemplo, el animal durante un fallo cardiaco congestivo.

En la última década, la realidad aumentada ha dejado de ser una mera innovación tecnológica para convertirse en una herramienta versátil utilizada en diversos ámbitos más allá del diseño editorial. No solo encontramos

la realidad aumentada cautivando a los lectores a través de portadas de revistas y libros, sino que también ha encontrado su lugar en museos y exhibiciones, como la de Arte con realidad aumentada por Yunuen Esparza en el Museo de la Casa de Bolsa (Mubo) en la ciudad de México en 2018.

Además, la realidad aumentada se ha integrado en diferentes sectores



Libro: *Cardiología 3D en pequeños animales*. Imagen tomada de Play Store.



Exposición: *Arte con realidad aumentada*, en el Museo de la Casa de Bolsa. Imagen tomada de Exposición de realidad aumentada en la Ciudad de México.



▲  
Exposición: Arte con realidad aumentada, en el Museo de la Casa de Bolsa. Imagen tomada de Exposición de realidad aumentada en la Ciudad de México..

como la publicidad, proporcionando experiencias interactivas. En la publicidad, las marcas utilizan esta tecnología para ofrecer anuncios interactivos que permiten a los consumidores explorar productos desde la comodidad de sus hogares.

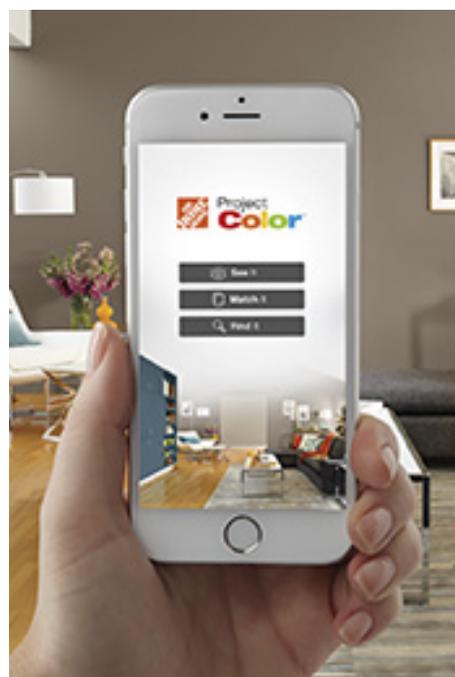
En 2015, el proyecto Project Color de Home Depot tuvo éxito con su campaña publicitaria con realidad aumentada en forma de una app que mostraba a los usuarios cómo quedarían las paredes de su hogar con una variada paleta de colores. La realidad aumentada jugaba con la luminosidad, las sombras y ofrecía además la opción de decoración de espacios para ver cómo quedarían los muebles de su catálogo en cualquier rincón de la casa.

Otro ejemplo es El mundo selvático de Uber, transporte privado que logró una campaña que emocionó y captó la atención de muchos. En 2017, su campaña promocional en Zurich estuvo llena de elefantes, tigres, canguros en una variedad asombrosa de contextos que sorprendieron a quie-

nes se acercaban al vehículo de Uber.

La realidad aumentada RA aplicada a los billetes es un nuevo campo que amplía la interacción del usuario a través de la aplicación *BilletesMX*. Mediante esta aplicación, los usuarios pueden explorar de manera didáctica e interactiva los elementos

▶  
Aplicación Project color. Imagen tomada de Home Depot.

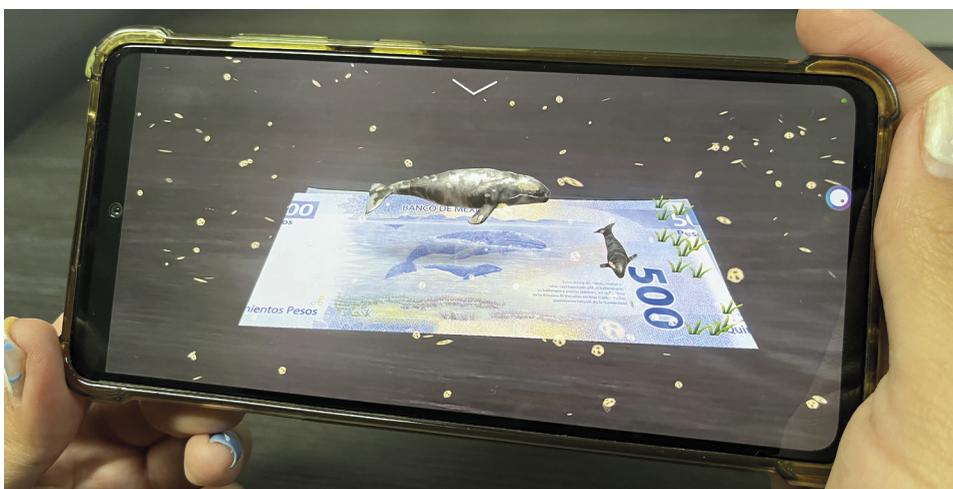




▲  
 Aplicación: *BilletesMx.*  
 Fotografía: Isadora  
 Duarte Jiménez.



▲  
 Aplicación: *BilletesMx.*  
 Fotografía: Isadora  
 Duarte Jiménez.



▲  
 Aplicación: *BilletesMx.*  
 Fotografía: Isadora  
 Duarte Jiménez.

de seguridad y detalles artísticos presentes en los billetes mexicanos.

Esta versión de la aplicación tiene como objetivo proporcionar nuevas y enriquecedoras experiencias a los usuarios al observar los billetes de la familia G, utilizando la modalidad de la realidad aumentada. La intención es resaltar el espectro de elementos de seguridad y detalles artísticos al superponer elementos virtuales sobre los billetes, ofreciendo así una perspectiva única y educativa.

Aunque la integración de la RA en los diversos medios y formatos abre un mundo de posibilidades, también plantea desafíos significativos. La accesibilidad y la dependencia de la tecnología son preocupaciones clave. ¿Cómo podemos garantizar que estas experiencias estén al alcance de todos los lectores, espectadores, independientemente de su acceso a dispositivos tecnológicos avanzados? Estos desafíos deben abordarse de manera integral para garantizar que la revolución de los medios de comunicación no excluya a ciertos segmentos de la población.

La realidad aumentada ha dejado una marca significativa en diversos medios de comunicación, expandiendo las posibilidades de narración de historias, interacción y experiencia del usuario. Desde su incorporación en el diseño editorial hasta su presencia en museos, publicidad, turismo y educación, la tecnología ha demostrado ser una herramienta versátil y poderosa para mejorar la forma en cómo consumimos y comprendemos la información.

Sin embargo, a pesar de sus beneficios y avances, la realidad aumentada también enfrenta desafíos que deben abordarse para su plena integración

y adopción generalizada. La accesibilidad, la equidad en el acceso y la dependencia tecnológica son consideraciones cruciales. Es necesario abordar estos desafíos de manera holística para garantizar que la realidad aumentada continúe siendo una fuerza positiva en la evolución de los medios de comunicación y la interacción humana con la tecnología.



## REFERENCIAS

Editorial Servet, *Realidad aumentada para libros, obtenida de pixel-dreams 3D solutions for professionals* <https://www.pixeldreams.info/libros-realidad-aumentada-editorial-servet>.

V. Ridge, Brendon, *Diseño Editorial: Análisis y Tendencias Actuales, Mediummultimedia*, publicación en <https://www.mediummultimedia.com/>, 2023.

Botpress Comunidad, *Guía definitiva sobre Inteligencia Artificial (IA) y Realidad Aumentada (RA)*, publicación en <https://botpress.com/es/>, 2023.

Sánchez, Julio, *Billetes MX: la app para conocer y ver animaciones 3D de tu dinero, El Sol de Puebla*, publicada en [www.elsoldepuebla.com.mx/finanzas/billetes-mx-la-app-para-conocer-y-ver-animaciones-3d-de-tu-dinero-7530169.html](http://www.elsoldepuebla.com.mx/finanzas/billetes-mx-la-app-para-conocer-y-ver-animaciones-3d-de-tu-dinero-7530169.html), 2021.