

CONVOCATORIA A AUTORES

DOSSIER TEMÁTICO

Los museos en la sociedad de la digitalización (vol. 40, 2026)

Editores invitados: Ruth Fernández¹, Pablo Escandón² y Eva Hernández²

Plazo para presentar trabajos: 31 de octubre de 2025

Dixit invita a académicos, investigadores y profesionales a contribuir a un dossier temático con artículos académicos sobre el papel de **los museos en la sociedad de la digitalización**.

Los museos son concebidos como instituciones sociales (Martín Serrano, 2008) en continua transformación; la cibercultura (Lévy, 2007) y los nuevos medios (Manovich, 2006) han modificado los consumos, los contenidos, los públicos y las experiencias *in situ* y en dispositivos, con lo cual las formas expositivas también han cambiado, se han expandido y aprovechan la convergencia mediática (Jenkins, 2009). Los museos, en tanto espacios de mediación comunicativa (Escandón, 2020), están influidos por la tecnología, y el uso de medios para la explicación, difusión y divulgación de contenidos es vital para estos repositorios de cultura y patrimonio, en búsqueda de nuevas audiencias.

El objetivo de este *dossier* es reunir investigaciones que contribuyan al análisis y la reflexión sobre la práctica comunicativa o mediática vinculada al ámbito de la museografía, las nuevas tecnologías y los nuevos medios en espacios museísticos y expositivos, y el impacto de la IA en la museografía y en la experiencia de los usuarios.

Se aceptarán manuscritos que aborden algunas de las siguientes líneas temáticas:

- Comunicación institucional de los museos a través de las redes sociales.
- Campañas innovadoras de museos que vinculen estrategias transmediales.
- Museos e IA: usos y aplicaciones para crear contenidos y difusión.
- Estudios sobre los públicos de los museos en relación con las nuevas tecnologías.
- La realidad virtual y la realidad aumentada en el entorno de los museos.
- Accesibilidad y narrativas expandidas y complementarias.
- Museos digitales, móviles y cibermuseos.

Información importante

- Las postulaciones se reciben exclusivamente **a través de la web**.
- Los artículos académicos no deberán exceder las **8000 palabras** (incluidos resúmenes, referencias, notas, tablas y figuras), con un límite de 35 referencias.
- Los envíos se harán a la sección **“Dossier | Los museos en la sociedad de la digitalización”**.
- La fecha de cierre para enviar trabajos es el **31 de octubre de 2025**.
- **Políticas editoriales y de sección:** [Sobre la revista | Dixit](#)
- **Directrices para el envío de originales:** [Envíos | Dixit](#)
- **Consultas:** dixit@ucu.edu.uy

Referencias

- Escandón, P. (2020). *Cibermuseos quiteños. Estado y propuesta de comunicación digital*. UASB-E, El Conejo.
- Jenkins, H. (2009). *Convergence Culture*. Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos; UNAM.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios*. Paidós.
- Martín Serrano, M. (2008). *La mediación social*. Akal.

Bibliografía complementaria

- Anderson, M. (2019). Towards cultural democracy: Museums and their communities. *Museum International*, 71(1-2), 140-149. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638070>
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120345>
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T., & García-Muiña, F. E. (2021). Online reputation and user engagement as strategic resources of museums. *Museum Management and Curatorship*, 36(6), 553-568. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1803114>
- Fernandez-Lores, S., Crespo-Tejero, N., & Fernández-Hernández, R. (2022). Driving traffic to the museum: The role of the digital communication tools. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121-273. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121273>
- Kotler, N. (2001). New ways of experiencing culture: the role of museums and marketing implications. *Museum management and curatorship*, 19(4), 417-425. <https://doi.org/10.1080/09647770100801904>
- Siri, A. (2024). Emerging Trends and Future Directions in Artificial Intelligence for Museums: A Comprehensive Bibliometric Analysis Based on Scopus (1983-2024). *Geopolitical, social security and freedom journal*. <https://doi.org/10.2478/gssfj-2024-0002>.

¹ Ruth Fernández

Doctora en Turismo por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Máster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías (URJC-ESIC), Máster en Dirección de Comunicación y Publicidad (ESIC), Grado en Comunicación por la Universidad Oberta de Cataluña (UOC) y Título Superior en Gestión Comercial y Marketing (ESIC). Es directora del departamento académico de Comunicación y Publicidad y profesora de grado y posgrado en ESIC University (Madrid). Se ha especializado en los estudios de las nuevas tecnologías, el turismo y los museos. Tiene publicados artículos en revistas de impacto nacional e internacional, así como capítulos de libro en editoriales internacionales.

² Pablo Escandón

Doctor en Comunicación e Información Contemporánea (USC), máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento (UOC), máster en Periodismo Digital (UAM), licenciado en Comunicación y Literatura (PUCE). Coordina los programas de posgrado de Comunicación Transmedia y de Comunicación Política en la Universidad Andina Simón Bolívar (sede Ecuador). Investiga temas de narrativas digitales y escrituras expandidas, museos digitales y cibermuseos, literatura digital y escritura para plataformas. También es escritor de ficción y documental.

³ Eva Hernández

Doctora en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid, donde es investigadora y docente en análisis cinematográfico. Doble graduada en Periodismo y Comunicación Audiovisual. Centra su trabajo en el estudio de lo audiovisual, con especial atención a la posición femenina en el cine. Su investigación se articula desde la teoría del texto y el psicoanálisis, enfoque de su tesis doctoral sobre *Sleeping Beauty* (Disney, 1959), dirigida por el catedrático Jesús González Requena. Ha participado como autora, editora y coordinadora en diversas publicaciones académicas sobre comunicación, y coordina eventos culturales y científicos como el Congreso H.