
Narrativas Transmedia en la enseñanza del Arte y el Diseño en México

Hacia una pedagogía de la expansión narrativa y la identidad cultural

Transmedia Narratives in Art and Design Education in Mexico

Towards a Pedagogy of Narrative Expansion and Cultural Identity

Yair Ivan García Contreras
Universidad Nacional Autónoma de México
Ciudad de México, México
yair.garcia@ctac.fad.unam.mx

Fecha de envío: 20/09/25
Fecha de aceptación: 21/01/26
ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s23449551/ykrazrkmo>

Palabras clave: Comunicación transmedia, Arte – Diseño, Enseñanza, Teorías de la Comunicación, Identidad Cultural

Resumen

Este artículo propone un marco integral para la incorporación de la comunicación transmedia en los planes de estudio de la licenciatura en arte y diseño de la Facultad de Arte y Diseño de la UNAM plantel Taxco en México. Parte de una estructura teórico multidisciplinar que articula la evolución de las teorías de la comunicación (desde los modelos lineales, hasta la ecología de medios), la filosofía de la techné, la semiótica peirceana, y los estudios fundacionales y contemporáneos de narrativa transmedia, por lo que se argumenta que este enfoque mitiga la brecha epistemológica entre la formación académica tradicional y las demandas de la industria cultural y creativa actual. El estudio, de corte teórico-exploratorio, propone un modelo de aplicación práctica contextualizado para las aulas de la FAD plantel Taxco, en

dónde el worldbuilding (construcción de mundos) de raíces culturales locales sirve como núcleo para proyectos multidisciplinarios que fomenten la producción creativa. Se concluye que la transmedia, entendida como una Techné contemporánea, fomenta un aprendizaje significativo, colaborativo y crítico, aunque su implementación, enfrenta desafíos estructurales, como la capacitación docente y la rigidez curricular. El artículo contribuye con una robusta estructura conceptual y una propuesta práctica para la modernización de la educación creativa en la licenciatura de Arte y Diseño de la FAD Taxco.

Abstract

This article proposes a comprehensive framework for incorporating transmedia communication into the undergraduate art and design curriculum at the Faculty of Art and Design of the UNAM Taxco campus in Mexico. It is based on a multidisciplinary theoretical structure that articulates the evolution of communication theories (from linear models to media ecology), the philosophy of technē, Peircean semiotics, and foundational and contemporary studies of transmedia narrative. The article argues that this approach mitigates the epistemological gap between traditional academic training and the demands of the current cultural and creative industries. The study, of a theoretical-exploratory nature, proposes a contextualized practical application model for the classrooms of the Faculty of Art and Design at the Taxco campus, where worldbuilding rooted in local culture serves as the core for multidisciplinary projects that foster creative production. It concludes that transmedia, understood as a contemporary technē, promotes meaningful, collaborative, and critical learning, although its implementation faces structural challenges, such as teacher training and curricular rigidity. The article contributes a robust conceptual structure and a practical proposal for the modernization of creative education in the Bachelor of Arts and Design program at FAD Taxco.

Keywords: Transmedia communication, Art – Design, Teaching, Communication Theories, Cultural Identity

Introducción

La dialéctica entre Techné y Poiesis en la educación

El sistema de educación superior en México enfocado en las disciplinas creativas se encuentra atrapado en una dialéctica histórica entre la techné (τέχνη) y la poiesis (ποίησις). Por un lado, las Industrias Culturales y Creativas (ICC) nacionales y globales, demandan profesionales con habilidades polivalentes: narrativas, digitales, colaborativas y estratégicas, capaces de crear contenidos expansivos para entornos multimedia (Jenkins et al., 2018), lo que implica una síntesis de techné (dominio técnico de múltiples herramientas) y poiesis (capacidad de creación y narración significativa). Por otro lado, muchos programas de licenciatura en instituciones mexicanas, tanto públicas como privadas, permanecen anclados en una división de estos conceptos, con una estructura curricular rígida, departamentalizada y que seguido privilegia una técnica textualizada (ej.: el dominio de un software, la técnica del óleo) sobre la capacidad conceptual y narrativa (Secretaría de Cultura, 2022).

Esta brecha se evidencia en la desconexión entre los proyectos académicos de los estudiantes y la realidades del mercado. Mientras un informe de Spherical Insights (2024) reporta que el mercado global de diseñadores está impulsado por la creciente demanda de visuales digitales, incluyendo branding, redes sociales, comercio electrónico, UX/UI, y la adopción generalizada de herramientas de diseño basadas en la nube de IA que fomentan la creatividad e una eficiencia (El tamaño del mercado mundial de diseñadores gráficos valió alrededor de 50,9 millones de dólares en 2024 y se prevé que crecerá a alrededor de USD 121,7 millones en 2035 con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 8,25% de 2025 y 2035) -una clara manifestación de narrativa transmedia aplicada-, los talleres universitarios suelen evaluar piezas aisladas y autónomas: un cartel, un logotipo, una maqueta. Se enseña a dominar un lenguaje visual, pero no necesariamente a contar una historia coherente y adaptable a través de él. Este modelo heredado de un enfoque transmisivo de la comunicación (Shannon & Weaver, 1949), donde el docente es el emisor de un conocimiento unívoco y el estudiante un receptor pasivo, resulta insuficiente para formar a los creadores del siglo XXI. La educación se convierte en un habitus

(Bourdieu, 2012) que reproduce formas de hacer desconectadas de las prácticas culturales contemporáneas.

La transmedia como Pharmakon para la educación creativa

Investigar e implementar estrategias de comunicación transmedia, en la licenciatura de Arte y Diseño de la FAD Taxco, no es una mera adopción de tendencias tecnológicas; es una imperativa pedagógica, profesional y filosófica. Derrida (1981), retomando a Platón, conceptualizó el pharmakon como aquello que es a la vez, remedio y veneno. La tecnología digital y las narrativas transmedia funcionan como un pharmakon para la educación: su aplicación crítica puede envenenar los procesos de aprendizaje, minimizándolo en un mero ejercicio técnico; pero su integración reflexiva y teóricamente fundamentada, puede ser el remedio para reconectar la educación con el entorno actual. Este enfoque permite:

- **Sintetizar techné y poiesis:** Los estudiantes aplican técnicas de diseño, teoría del color, narrativa visual o modelado 3D, no como ejercicios abstractos, sino como herramienta al servicio de la construcción de un proyecto narrativo coherente y significativo, donde la técnica está completamente ligada a la creación de significados.
- **Fomentar competencias integrales, y un nuevo hábito:** Más allá de la habilidad técnica, se desarrolla el pensamiento estratégico, la gestión de proyectos, el trabajo colaborativo, la resolución de problemas complejos y la capacidad de Engagement con una audiencia. Se construye un hábito profesional, acorde con el campo cultural actual.
- **Revalorizar la cultura local a través de la semiosis ilimitada:** Ofrece un marco contundente, para que los estudiantes exploren, reinterpreten y difundan la vasta herencia cultural mexicana. Desde una perspectiva peirceana (Peirce, 1931-58), cada elemento cultural (un alebrije, un relato, mitológico, un símbolo revolucionario) funciona como un signo que puede ser reinterpretado y expandido en un proceso de semiosis ilimitada, generando nuevos intérpretes en contextos contemporáneos (nuevas plataformas nuevos públicos), evitando su folklorización y conectándolo con audiencias globales.

Pregunta de investigación

¿De qué manera la incorporación de un modelo pedagógico, basado en la comunicación transmedia -concebido desde un marco teórico que integra la filosofía, la semiótica, la sociología y las teorías de la comunicación- en los planes de estudio de la licenciatura de Arte y Diseño de la FAD Taxco, puede potenciar un aprendizaje significativo, fomentar una poiesis contextualizada y desarrollar las competencias profesionales integrales, demandadas por las industrias creativas contemporáneas?

Objetivos

- **Objetivo general:** Analizar teórica y prácticamente las potencialidades de la comunicación transmedia, como estrategia pedagógica central en la enseñanza del arte y el diseño a nivel licenciatura en el contexto mexicano (FAD Taxco), construyendo un marco teórico multidisciplinar.

Objetivos particulares:

1. Construir un marco teórico integral que articule la evolución de las teorías de la comunicación, la filosofía de la techné, la sociología de Bourdieu, la semiótica peirceana, los principios de la narrativa transmedia (Jenkins, 2007; Scolari, 2013; Gambarato, 2018) con los enfoques pedagógicos del conectivismo (Siemens, 2005) y el aprendizaje situado.
2. Proponer un modelo de aplicación práctica, contextualizado por las aulas de la licenciatura en Arte y Diseño de la FAD Taxco, que incluya fases de desarrollo basadas en la semiosis ilimitada y el worldbuilding, estrategias de evaluación y ejemplos basados en raíces culturales locales.
3. Identificar y analizar, desde una perspectiva crítica, los principales desafíos institucionales, tecnológicos y formativos para la implementación efectiva de este modelo dentro de la facultad, entendiendo la tecnología como pharmakon.

El presente artículo despliega el marco teórico en cuatro ejes fundamentales: una arqueología de las teorías de la comunicación, una profundización en los fundamentos filosóficos y semióticos de la transmedia, su intersección con la pedagogía crítica y, finalmente, un análisis detallado de la propuesta de aplicación en el contexto de la FAD Taxco.

Contexto

La Facultad de Artes y Diseño de la UNAM alberga tres licenciaturas: Diseño y Comunicación Visual, Artes Visuales y, Arte y Diseño. Distribuida en cuatro planteles, su central en Xochimilco-CDMX, la Antigua Academia de San Carlos en el centro de la CDMX, la unidad de Posgrado en Ciudad Universitaria, así como el plantel foráneo en Taxco de Alarcón, Guerrero. La población global ronda entre los 3,500 estudiantes y 280 académicos, correspondientes a los registros generales de la Facultad de Artes y Diseño a nivel licenciatura.

Tomando en cuenta un acercamiento puntual para el desarrollo de la propuesta, se contempla al plantel de Taxco de Alarcón, Guerrero, ya que en él se dicta la licenciatura de Arte y Diseño. Dicho plantel cuentan con 2 sedes, la principal en la ex Hacienda el Chorrillo y la otra en Av. Plateros, en los cuales, para mediados de 2025, se contaba con una población activa de 110 estudiantes en su mayoría foráneos (Ciudad de México, Edo de México, Toluca, Guerrero, Morelos, Sinaloa, Chiapas) y cerca de 52 académicos.

Fundamentos de las teorías de la comunicación: Una arqueología del modelo emisor-receptor y su superación

La educación tradicional en arte y diseño se ha desarrollado bajo el modelo lineal de comunicación de Shannon y Weaver (1949). Este modelo, centrado en la eficiencia de la transmisión de señales y la reducción del ruido, reduce el acto comunicativo a un proceso unidireccional de transferencia de información. En el aula, esto se traduce en el docente (emisor) transmitiendo un mensaje (la técnica, la teoría del color) a través de un canal (cátedra, la presentación, la demostración) para que se ha recibido por el estudiante (receptor) con la menor interferencia (ruido) posible. Este modelo, útil para la transmisión de información técnica específica, es profundamente limitante y reduccionista para la formación creativa, pues concibe el proceso comunicativo como mecánico y al estudiante como un depósito vacío a llenar, obstruyendo la capacidad interpretativa del receptor.

La superación de este modelo comienza con la escuela de Frankfurt (Adorno & Horkheimer, 1944), quienes, al conceptualizar la industria cultural, introdujeron la ideología y el poder como variables centrales en la comunicación. Para el espacio educativo, esto implica que las consignas y los cañones estéticos enseñados, no son neutrales, sino que reproducen ciertas visiones del mundo. Una pedagogía transmedia crítica, debe ser explícito este hecho.

El giro definitivo lo proporciona la escuela de Birmingham y los estudios culturales. Stuart Hall (1973), consumo, modelo de codificación/decodificación, introduce la idea de que el mensaje no se recibe de manera pasiva, sino que es interpretado (decodificado) activamente por el receptor, basado en sus marcos culturales, experiencias y posición social. Hall propone tres posiciones de lectura: dominante, negociada y oposicional. La educación transmedia no sólo abraza esta pluralidad de lecturas, sino que la convierte en su motor, así como, la diversidad de interpretaciones y habilidades se convierten en la fortaleza para expandir un universo narrativo de manera colaborativa.

Finalmente, el concepto de convergencia cultural de Henry Jenkins (2006) representa la culminación de esta evolución, Jenkins, argumenta que el cambio de paradigma no está dirigido por la tecnología, sino por la cultura. Es la manera en que consumidores, ahora prosumidores (Aparici & García-Marín, 2018) o lectores escritores (Barthes, 1971), buscan activamente nueva

información, interconectan contenidos dispersos en múltiples medios y participan en comunidades online para generar significados colectivos. La lógica deja de ser la de la distribución controlada de un mensaje (Transmedia what? según Gambarato, 2018) para hacer una circulación cultural, donde los públicos son agentes activos en la diseminación, remezcla y expansión de las narrativas. Éste es el soporte comunicativo sobre el que se construye la pedagogía transmedia: el aula, como una comunidad de consumidores, que construye conocimiento de manera colectiva, distribuida y sobre todo situada.

Fundamentos filosóficos y semiótico de la narrativa transmedia: Techné, Semiosis y Worldbuilding

La narrativa transmedia es el arte de contar historias donde el universo narrativo se despliega sistemáticamente a través de múltiples plataformas mediáticas, cada plataforma haciendo una contribución única y valiosa a la totalidad (Jenkins, 2007). Es importante diferenciar del crossmedia, que simplemente adapta o replica el mismo contenido en diferentes medios.

Una mirada filosófica revela que en la narrativa transmedia es la actualización contemporánea de la techné aristotélica. No es un simple hacer, sino un hacer reflexivo y guiado por la prudencia o sabiduría práctica. El creador transmedia debe conocer la naturaleza de cada medio, sus posibilidades y limitaciones, y aplicar el medio correcto para lograr la expansión narrativa más efectiva, es una técnica multimodal.

Desde la semiótica de Charles Sanders Peirce (1931-58), la narrativa transmedia puede entenderse como un proceso de semiosis ilimitada. Cada elemento de un mundo narrativo (un personaje, un objeto, una locación) funciona como un signo (representamen) que genera un interpretante (una nueva idea o signo) en la mente del receptor. En una narrativa transmedia, este proceso no se cierra, por ejemplo, una novela (signo) sobre un personaje genera un interpretante que lleva al espectador a crear una imagen (nuevo signo) que, a su vez, genera un nuevo, interpretante que puede convertirse en un cosplay o una teoría en un foro, y así

infinitamente. El papel del docente es guiar a los estudiantes para que diseñen signos sólidos y generativos que impulsen esta semiosis de manera coherente.

Los principios fundamentales de la narrativa transmedia, según Jenkins (2009) y Scolari (2013), son los siguientes:

- Expansión vs profundidad. Se puede expandir el mundo horizontalmente (añadiendo nuevos personajes o historias paralelas) o verticalmente (profundizando en la psicología de un personaje o en la historia de un objeto).
- Continuidad vs multiplicidad. Se puede buscar una coherencia canónica, estricta o permitir versiones alternativas y multiplicidades narrativas (¿Qué hubiera pasado si...?), un espacio para la lectura oposicional de Hall.
- Inmersión vs extractabilidad. La audiencia puede sumergirse en el mundo narrativo o extraer elementos de él (un póster, una moda) para incorporarlos a su vida diaria.
- Worldbuilding (construcción de mundos). El centro de una narrativa transmedia no es una trama lineal, sino un mundo lo suficientemente basto y coherente como para sustentar múltiples historias y experiencias. Este concepto es fundamental para su aplicación educativa, ya que el mundo se convierte en el proyecto semestral, el contenedor de todas las técnicas (techné) y habilidades (poiesis) individuales.

Pedagogía y Transmedia: Hacia un aprendizaje, situado y conectivo

La narrativa transmedia no es sólo una estrategia comunicativa, es un modelo pedagógico robusto que se alinea con las teorías educativas más relevantes del siglo XXI.

Conectivismo (Siemens, 2005), postula que el aprendizaje reside en la diversidad de opiniones y en la capacidad de conectar nodulos de información especializada. “el aprendizaje es el proceso de crear conexiones y desarrollar una red”. Un proyecto transmedia es, en esencia, una red de contenidos, habilidades y personas interconectadas; el estudiante aprende conectando la narrativa con el diseño de sonido, la ilustración con la estrategia en redes sociales, es decir, es una materialización del colectivismo.

Aprendizaje situado y comunidades de práctica (Lave & Wenger, 1991), la narrativa transmedia crea una auténtica comunidad de práctica dentro del aula. Los estudiantes, como aprendices, novatos y expertos (dependiendo del nivel), participan gradualmente en las prácticas de una comunidad profesional real (diseñadores, narradores productores, etc.), moviéndose de la periferia al centro de la práctica legítima. El proyecto no es una simulación, es una práctica real, situada en un contexto cultural específico, en este caso Taxco de Alarcón, Guerrero.

Alfabetismo transmedia (Transmedia Literacies), Scolari (2018), identifica un conjunto de habilidades que los jóvenes desarrollan informalmente al interactuar con narrativas transmedia y que el sistema educativo debe potencializar formalmente: narrativa (contar historias en diferentes medios), colaboración (trabajar en red), gestión de la información (navegar entre múltiples fuentes), y orientación estratégica (planificar la expansión de un contenido). Estas son, precisamente, las habilidades que el mercado laboral, demanda y que constituyen un nuevo hábito profesional.

Propuesta de aplicación dentro de la FAD Taxco: El proyecto “Espacio Multiversal”

Para integrar este marco teórico en la práctica, se propone un modelo de proyecto semestral para talleres integradores de los intermedios y últimos semestres de la licenciatura en Arte y Diseño de la FAD Taxco, en donde cada fase del proceo de creaxión esté directamente vinculas a los fundamentos teóricos previamente mencionados.

Fase 1. Inmersión teórica y análisis crítico

Articulación Teórica: En línea con el Conectivismo y la Gestión de la Información (alfabetización Transmedia), esta fase inicial no se limita a la cátedra expositiva. Se busca que el estudiante navegue y conecte nodos de conocimiento complejo

Contenido: Estudio de las teorías de comunicación, principios de narrativa transmedia y análisis de casos globales (ejemplo: Bing con Jay-Z, Marvel, The Blair Witch Project) y casos mexicanos emergentes (ejemplo: campaña de marketing de la película la Huesera (2022), o el proyecto Nuestro tiempo está ahora del Museo Amparo, Puebla, que expandió una exposición física a experiencias virtuales). Se analizan desde las perspectivas de Hall (lecturas, negociadas / oposicionales) y Bourdieu (campo cultural, capital simbólico).

Actividad: Los estudiantes investigan y presentan un análisis crítico de una narrativa transmedia, identificando sus plataformas, audiencia (target), coherencia, estrategia de engagement y los valores ideológicos que promueven. Aquí se conecta la teoría semiótica con la realidad del mercado cultural.

Fase 2. Worldbuilding con raíces culturales: La semiosis ilimitada

Articulación Teórica: Aquí se aplica directamente el aprendizaje situado, El mundo narrativo no se contruye en el vacío, sino situado en el entorno cultural de Taxco, La semiosis ilimitada de Pierce se utiliza como herramienta de orientación estratégica para expandir significados locales.

Contenido: Taller de construcción de mundos basado en la semiótica Peirceana. Se motiva a los estudiantes a avanzar sus universos en elementos de la cultura, identidad mexicana, pero sobre todo en el entorno local, evitando los clichés. Se les pide que elijan un signo cultural inicial y tracen potenciales cadenas de interpretantes. Ejemplo: signo inicial, el alebrije; Interpretante 1, ¿los Alebrijes son guardianes de portales a otras dimensiones? (expansión del mundo de fantasía); interpretante 2, ¿si es una distopía cyberpunk, los Alebrijes son mascotas, genéticamente modificadas de la élite? (reinterpretación crítica); Interpretante 3, ¿si un Alebrije es un logo de una marca de mezcal artesanal, que cuenta la historia de su maestro Mezcalero? (apropiación comercial con narrativa).

Actividad: Creación de una Biblia del mundo que incluya historia, reglas, mapas, personajes principales, estética visual, tono narrativo y un análisis de los signos culturales de partida.

Fase 3. Expansión transmedia y producción. La técnica multimodal

Articulación Teórica: Es la fase donde el conectivismo se vuelve estructura física y digital. Los equipos multidisciplinares operan como nodos de una red. La elección de la plataforma correcta (techné) para el contenido específico (poiesis) es un ejercicio de alfabetización transmedia y de colaboración.

Contenido: En equipos multidisciplinares, los estudiantes eligen y producen extensiones del mundo. Cada extensión debe ser autónoma, pero contribuir al todo.

Ejemplos de extensiones:

- Diseño, identidad visual del mundo (logotipo, paletas de colores, style frame), carteles de promoción, diseño de empaques para productos que existen en ese universo.
- Animación, corto, animado o Live Action que cuente una historia clave, ilustraciones o cómics dentro de Instagram, esculturas o modelados tridimensionales de personaje.
- Audiovisual, producción documental sobre la locación o fuentes históricas de la narrativa.
- Medios interactivos, avatar dentro de redes sociales que interactúan con la audiencia, blogs o experiencias simples de realidad aumentada, que revelen contenido paralelo de la narrativa principal.

Actividad: Desarrollo de un cronograma de lanzamiento y una estrategia de marketing digital para interconectar las piezas producidas y guiar a la audiencia a través del universo/mundo creado.

Fase 4. Lanzamiento, engagement y evaluación crítica

Articulación Teórica: Se cierra el ciclo de aprendizaje situado y la comunidad de práctica. Los estudiantes dejan de ser aprendices pasivos para convertirse en participantes periféricos legítimos de una industria cultural real.

Contenido: Se lanza y publica el proyecto en una plataforma central (creación de un micro sitio web) y se ejecuta la estrategia de lanzamiento de las extensiones en medios. Se fomenta la participación de la audiencia como prosumidores (comentarios, compartiendo, creando fanart).

Evaluación: Se utiliza una rúbrica crítica que valore:

- Coherencia y riqueza semiótica del mundo. Profundidad originalidad, conexión con el referente cultural del entorno y potencial generativo (semiosis)
- Idoneidad techné-poiesis en las extensiones. Dominio técnico, creatividad en el uso de la técnica (plataformas), contribución narrativa y adecuación del medio al mensaje.
- Estrategia transmedia y Engagement. Claridad de las rutas de navegación, integración entre plataformas y capacidad de generar interacción y comunidad.
- Trabajo colaborativo y reflexión crítica. Autoevaluación y coevaluación del trabajo en equipo, junto con una reflexión escrita, de manera individual sobre los procesos de aprendizaje, los desafíos y la apropiación cultural.

Este modelo pedagógico busca una sólida estructura, con la finalidad de que la propuesta no sea solo un ejercicio propio de clase, sino un laboratorio de alfabetización transmedia crítica situada en el contexto cultural de México. La clave para replicarlo en otros contextos educativos no está en copiar las herramientas, sino en entender los mecanismos subyacentes de transferencia, manteniendo el núcleo semiótico y el rigor crítico.

Para replicarlo, es importante abstraer el modelo de su contenido específico y definirlo como un proceso de 4 segmentos:

Segmento Original (FAD Taxco)	Segmento Transferible (atributo)	Pregunta clave a replicar
Inmersión en Narrativas Transmedia	Deconstrucción de la Ecología Mediática	¿Cómo se construye significado en mi campo de estudio?
Wordbuilding con semiótica Peirceana	Expansión conceptual de un Signo raíz	¿Cómo un concepto local genera universos de pensamiento complejo?
Producción técnica Multimodal	Traducción Intersemiótica	¿Cómo “digo” lo mismo en un podcast, en un mapa o en un objeto?
Lanzamiento y Evaluación Crítica	Performance público y retroalimentación dialógica	¿Cómo dialoga mi interpretación del mundo con la comunidad real?

Este modelo no se replica cambiando “Alebrijes” por “Dragones” o “FAD Taxco” por “Prepa 5”. Se replica cambiando el lugar de enunciación. En cualquier contexto, el modelo Espacio Multiversal funciona si logra que el estudiante se pregunte:

¿Qué mundos posibles se esconden dentro de los signos que mi comunidad ya tiene y que nadie está leyendo?

Desafíos, contextuales en la práctica

La implementación, enfrenta obstáculos reales en el contexto mexicano, y sobretodo en el aspecto de la educación foránea donde la tecnología se revela como un remedio:

1. Infraestructura digital desigual: La brecha digital existe entre instituciones y dentro de ellas. La propuesta debe ser flexible, permitiendo el uso de plataformas de bajo requerimiento tecnológico (redes sociales, audio, texto e imagen) para evitar que el condicionante tecnológico obstaculice el proceso excluyente a quienes no tienen acceso.
2. Capacidad docente: El profesor debe transformarse de instructor a diseñador de experiencias de aprendizaje y un guía de comunidad. Esto requiere programas de formación

docente continua donde ellos mismos sean transmediáticos y colaborativo. Es importante mantener un programa de actualización que permita al docente estar en constante contacto con la diversificación de metodologías y recursos disponibles para un aprendizaje significativo.

3. Rigidez curricular y el ámbito institucional: Los planes de estudio semestralizados, segmentado en temporalidad y subdivididos por asignaturas en la actualidad dentro de la institución, dificultan la unificación de proyectos integradores largos. Se considera que el ámbito institucional resiste el cambio, por lo que se necesita una reforma curricular, que priorice los talleres horizontales y multidisciplinarios.

4. Evaluación del aprendizaje complejo: Evaluar proyectos subjetivos, colaborativo y multimodales, requiere de rúbricas detalladas y alejadas de la evaluación puramente técnica, encaminándonos hacia una evaluación de procesos, competencias y sobretodo reflexión crítica, en donde las representaciones múltiples permitan la diversificación de opiniones y la amplitud de propuestas sociales.

Conclusiones

La integración de la comunicación trasmedia en la enseñanza del arte y el diseño en México, y sobre todo en la Facultad de Artes y Diseño, lejos de ser una mera innovación tecnocrática, se revela como una profunda conceptualización filosófica y pedagógica de los procesos educativos. Este artículo ha demostrado, desde un marco teórico, robusto y multidisciplinar que articula a la arqueología de las teorías de la comunicación, la filosofía de la *techné* y la *poiesis*, la semiótica peirceana y los principios de la narración transmediática, por lo cual esta estrategia es idónea para sintetizar el saber hacer técnico con la creación del significado, desarrollando en los estudiantes, las competencias integrales y el hábito crítico que demandan las industrias creativas contemporáneas.

La propuesta práctica del proyecto “Espacio Multiversal” ejemplifica, como este marco teórico, puede contextualizarse de manera productiva. Utilizando la base y rica cultura mexicana como soporte para la semiosis ilimitada, se fomenta una apropiación crítica y contemporánea de la

herencia cultural alejada de visiones, folklorizantes y estáticas, y se empodera a los estudiantes como agentes de resignificación cultural.

Sin embargo, la transición hacia este modelo debe abordarse como una conciencia crítica del concepto de *Pharmakon*. Los desafíos -la brecha digital, la necesidad de una profunda capacitación docente, la resistencia del hábito institucional- son significativos y su superación requiere de una voluntad sistémica y políticas educativas audaces. La tecnología y la metodología, mal aplicadas, pueden reforzar las desigualdades o trivializar el aprendizaje; bien aplicadas, con una base teórica sólida, pueden remediar la desconexión entre la academia y el entorno social.

Futuras líneas de investigación deberán centrarse en la implementación de este tipo de modelos experimentales en instituciones educativas nacionales específicas, realizando estudios de casos etnográficos y basados en diseño (*design-based research*) para medir su impacto real en el Engagement estudiantil, la adquisición de competencias, el desarrollo de un pensamiento crítico y la inserción laboral de los egresados. El potencial de la narrativa transmedia como eje de una pedagogía y/o tecnopedagogía crítica, participativa y profundamente contextualizada en México es inmensa y su exploración es un camino necesario para la reinención de la educación creativa en nuestro país.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T.W., & Horkheimer, M. (1944/ 2002). *Dialéctica de la ilustración*. Akal.
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: análisis de dos teorías enfrentadas. *Educación XXI*, 21(2), 45-67. En: <https://doi.org/10.5944/educXXI.20057>
- Barthes, R. (1971/2017). *El placer del texto y lección inaugural*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2012). *Bosquejo de una teoría de la práctica*. Prometeo.
- Derrida, J. (1981). *Dissemination*. University of Chicago Press.
-

- Gambarato, R. (2018). Transmedia dynamics in education: The case of Robot Heart Stories. *Education Sciences*, 8(3), 112. En: <https://doi.org/10.3390/educsci8030112>
- Hall, S. (1973). *Codificación y Decodificación en el discurso televisivo*. Universidad de Birmingham
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jenkins, H. (2007). Transmedia storytelling 101. Confession Of an Aca-Fan. En: https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2018). *Medios spreadable: La circulación de los contenidos en la era digital*. Capitán Swing.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Museo Amparo. (2021). Nuestro tiempo está ahora: Experiencia transmedia. En: <https://museoamparo.com/nuestro-tiempo-esta-ahora>
- Peirce, C.S. (1931-58). *The collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vol. 1-8). Harvard University Press.
- Secretaría de Cultura (2022). *Anuario estadístico de Cultura 2022*. Gobierno de México.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Scolari, C. (2018). *Teens, media and collaborative cultures: Exploiting teens transmedia skill in the classroom*. Universitat Pompeu Fabra.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(12), 3-10.
- Spherical Insights (2024). *Mercado mundial de diseñadores gráficos Insights Forecasts to 2035*
En: <https://www.sphericalinsights.com/es/reports/graphic-designers-market>
- Velasco, M. (2022). *Huesera: El marketing trasmedia que aterrizó a México*. Marketing 4 Ecommerce.
En: <https://marketing4ecommerce.net/huesera-marketing-transmedia/>