Las narrativas transmedia en la construcción hermenéutica de la imagen

Transmedia Narratives in the Hermeneutic Construction of the Image



Gastón Ortiz Gutiérrez[1]

[1]*Universidad La Salle Bajío, Facultad de Diseño, León, Guanajuato, México.*
Autor de correspondencia: gortiz@lasallebajio.edu.mx
Recepción: 18-09-2026 / Aceptación: 25-09-2026 / Publicación: 30-10-2026

Resumen

La cultura mediática contemporánea ha transformado la manera en que las imágenes se producen, circulan e interpretan. Este artículo examina las narrativas transmedia como un marco para comprender la construcción hermenéutica de la imagen en el diseño gráfico y la cultura visual. A partir de una revisión teórico-interpretativa se articulan aportes sobre convergencia cultural, semiótica, hermenéutica, retórica visual y procesos creativos. Se sostiene que la expansión de contenidos entre medios, plataformas e interfaces modifica la relación entre autor, obra y audiencia, al incorporar formas de participación en las que el receptor también selecciona, resignifica y redistribuye contenidos. El análisis destaca que la accesibilidad tecnológica amplía los circuitos de producción y consumo visual, pero no elimina la necesidad de herramientas críticas para interpretar imágenes y reconocer sus marcos culturales. Asimismo, se argumenta que la creación visual contemporánea se configura mediante referencias híbridas procedentes del arte, el entretenimiento, la publicidad, el cine, los videojuegos y las culturas digitales. Finalmente, se propone entender la imagen como un dispositivo abierto de significación cuya lectura depende de la interacción entre experiencia, contexto, lenguaje y tecnología.

Palabras clave: convergencia cultural; sincretismo cultural; proliferación icónica; semiótica; hermenéutica; estética; lenguajes visuales; diseño gráfico; cultura visual.

Abstract

Contemporary media culture has transformed the ways images are produced, circulated, and interpreted. This article examines transmedia narratives as a framework for understanding the hermeneutic construction of images in graphic design and visual culture. Through a theoretical and interpretive review, it brings together con-

tributions on cultural convergence, semiotics, hermeneutics, visual rhetoric, and creative processes. It argues that the expansion of content across media, platforms, and interfaces modifies the relationship between author, work, and audience by incorporating forms of participation in which receivers also select, reinterpret, and redistribute content. The analysis highlights that technological accessibility broadens circuits of visual production and consumption but does not eliminate the need for critical tools to interpret images and recognize their cultural frameworks. It further argues that contemporary visual creation is shaped by hybrid references from art, entertainment, advertising, cinema, video games, and digital cultures. Finally, the image is understood as an open device of signification whose interpretation depends on the interaction between experience, context, language, and technology.

Keywords: cultural convergence; cultural syncretism; iconic proliferation; semiotics; hermeneutics; aesthetics; visual languages; graphic design; visual culture.

1. Introducción

En los procesos de diseño gráfico, la cultura mediática y del entretenimiento constituye hoy una fuente decisiva de referencias, repertorios y formas de circulación. El concepto de narrativas transmedia permite estudiar este fenómeno porque describe estructuras narrativas que se despliegan a través de diversos medios y plataformas, de modo que cada soporte aporta elementos específicos al universo narrativo y las audiencias participan activamente en su expansión. Jenkins (2008) plantea este escenario como una cultura de la convergencia en la que los contenidos circulan entre medios y las fronteras entre productores y consumidores se vuelven más porosas. Scolari (2016) retoma esta perspectiva para explicar cómo las narrativas contemporáneas se articulan en ecosistemas mediáticos complejos.

La condición transmedia no debe confundirse con la mera repetición de un contenido en varios canales. A diferencia del crossmedia, que puede distribuir una misma pieza en distintos soportes, una narrativa transmedia se construye mediante aportaciones complementarias, relaciones entre plataformas y posibilidades de intervención del público. Esta diferencia es relevante para el diseño porque transforma la manera en que se conciben la autoría, la secuencia, la identidad visual y la experiencia de los usuarios. El diseñador ya no opera únicamente sobre una pieza aislada, sino sobre sistemas de signos que pueden desplazarse, fragmentarse, recombinarse y adquirir nuevos sentidos en distintos contextos.

La accesibilidad de herramientas digitales ha ampliado los circuitos de producción, distribución y consumo de imágenes. Este proceso ha contribuido a democratizar ciertos medios de creación y ha favorecido la aparición de comunidades capaces de producir, modificar y redistribuir contenidos sin depender exclusivamente de instituciones o industrias tradicionales. Jenkins, Ford y Green (2015) describen esta cultura en red como

un entorno en el que los contenidos adquieren valor también por su circulación y apropiación social. La participación de las audiencias, sin embargo, no implica que todas las interpretaciones sean equivalentes ni que la disponibilidad masiva de imágenes produzca automáticamente una comprensión crítica de ellas.

Desde esta perspectiva, el problema no es solamente la cantidad de imágenes disponibles, sino la forma en que se construyen sus significados. La hermenéutica y la semiótica ofrecen herramientas para reconocer que toda imagen se interpreta desde marcos culturales, experiencias previas y códigos compartidos. Lizarazo Arias (2004) plantea que la interpretación icónica no consiste simplemente en aplicar reglas fijas, sino en producir sentido en la relación entre imagen, intérprete y contexto. Por ello, una imagen no posee un significado único e inmutable: su lectura se actualiza cuando entra en contacto con comunidades, soportes y situaciones distintas.

El objetivo de este artículo es analizar de qué manera las narrativas transmedia participan en la construcción hermenéutica de la imagen y cómo esa condición afecta los procesos creativos del diseño gráfico. El argumento central sostiene que la imagen contemporánea se configura dentro de un sistema de convergencias entre cultura visual, entretenimiento, tecnología y participación de audiencias. Estas convergencias favorecen nuevos modos de creación, pero también exigen herramientas críticas capaces de distinguir entre circulación, apropiación, repetición y producción efectiva de sentido.

2. Desarrollo

La narración antecede a los medios digitales. Contar historias ha sido una forma fundamental de organizar experiencias, proyectar escenarios y transmitir conocimientos. La tradición oral, las imágenes, la escritura y, posteriormente, los medios audiovisuales construyeron sucesivas interfaces para representar acontecimientos y producir memoria. Sartori (2012) llamó la atención sobre la centralidad creciente de la imagen en las sociedades contemporáneas, mientras que Scolari (2016) ha mostrado que los relatos actuales ya no se restringen a un único medio, sino que se expanden mediante plataformas interconectadas.

En la cultura visual, las imágenes operan simultáneamente en niveles descriptivos y connotativos. Su lectura permite identificar objetos, formas y relaciones, pero también moviliza asociaciones culturales, afectivas y simbólicas. La retórica visual resulta útil para analizar esta doble condición porque permite comprender cómo una imagen organiza argumentos, metáforas, oposiciones y énfasis. Menéndez-Pidal (2010) señala que la interpretación de productos visuales requiere atender tanto a su organización formal como a los mecanismos retóricos que orientan su lectura. En un entorno transmedia, estos mecanismos se multiplican porque una misma narrativa puede adquirir configuraciones distintas al pasar de una pantalla a un objeto, una publicación, una interfaz o una experiencia presencial.

El proceso creativo se vuelve, por ello, una operación de selección y traducción. El diseñador trabaja con referencias pro-

cedentes de repertorios muy diversos: arte, publicidad, cine, series, animación, videojuegos, música, moda, redes sociales y culturas participativas. Esta condición produce formas de sincretismo en las que los lenguajes se mezclan y reorganizan. La originalidad no depende entonces de la ausencia de referencias, sino de la capacidad para establecer relaciones pertinentes entre ellas, construir una posición y generar una configuración visual capaz de sostener nuevas interpretaciones.

Zweig (2010) reflexiona sobre la creación artística como una experiencia que rebasa la explicación puramente técnica y que exige comprender los procesos mediante los cuales una idea se convierte en obra. Esta dimensión resulta especialmente relevante frente a discursos contemporáneos que presentan la creatividad como un resultado instantáneo. Las plataformas digitales facilitan el acceso a referencias y herramientas, pero esa disponibilidad no sustituye el trabajo de observación, selección, comparación, edición y argumentación. La acumulación de estímulos puede ampliar el repertorio creativo, aunque también puede conducir a soluciones estereotipadas cuando las referencias se adoptan sin análisis.

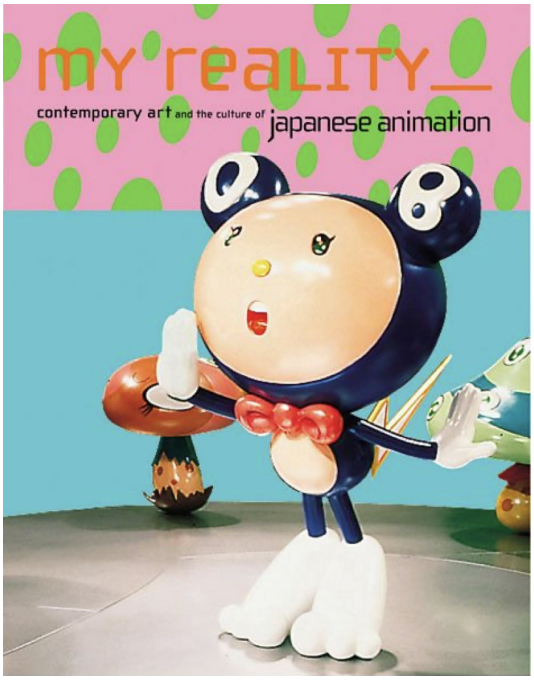
La narrativa visual participa igualmente en la formación de imaginarios colectivos. Campbell (2009) mostró la persistencia de estructuras narrativas y figuras arquetípicas en culturas distintas; en los ecosistemas mediáticos actuales estas estructuras reaparecen transformadas por géneros, franquicias, comunidades y plataformas. El relato heroico, la confrontación, la transformación del personaje o la construcción de mundos continúan presentes en productos deportivos, cinematográficos, publicitarios y digitales. Su eficacia no depende sólo de que las audiencias reconozcan una historia, sino de que puedan relacionarla con repertorios previamente aprendidos.

Un ejemplo de convergencia es una unidad contemporánea de transmisión deportiva que reúne simultáneamente señales, datos, interfaces, cámaras, gráficos y decisiones editoriales. El acontecimiento no se comunica mediante una sola imagen, sino mediante un sistema coordinado de imágenes y flujos de información. El espectador recibe una narración construida a partir de múltiples capas visuales y sonoras, y esa narrativa puede prolongarse después en redes sociales, resúmenes, memes, comentarios y otros contenidos derivados.

La proliferación de imágenes también modifica la relación entre cultura especializada y cultura popular. El acceso masivo a repertorios visuales permite que referencias procedentes del cómic, la animación, los videojuegos o la publicidad ingresen en espacios académicos y artísticos. Este tránsito no debe entenderse únicamente como una pérdida de jerarquías, sino como una reorganización de los sistemas de legitimación. Las imágenes circulan entre ámbitos antes separados y adquieren sentidos distintos según quién las produce, dónde se exhiben y cómo se incorporan a nuevas conversaciones estéticas.

Otro ejemplo significativo es la presencia del anime y el manga en circuitos de arte y diseño contemporáneo. La exposición My Reality: Contemporary Art and the

Culture of Japanese Animation mostró cómo artistas de contextos distintos trabajaron con lenguajes visuales relacionados con la animación japonesa y la cultura popular. Este tipo de cruces evidencia que los productos mediáticos no permanecen confinados al entretenimiento: pueden convertirse en referencias para prácticas artísticas, diseño, moda y producción cultural. La figura 2 recupera la portada del catálogo de esa exposición como evidencia de esta circulación entre cultura popular, arte y curaduría.



La convergencia mediática también altera la temporalidad de la producción visual. Bauman (2004) utilizó la metáfora de la modernidad líquida para describir una condición social caracterizada por la aceleración y la inestabilidad. En los entornos digitales, esta aceleración se manifiesta en ciclos breves de atención, tendencias cambiantes y circulación continua de contenidos. Para el diseño, el desafío consiste en responder a esa velocidad sin reducir la creación a una sucesión de modas. La rapidez de distribución puede ampliar el alcance de una imagen, pero no garantiza su densidad conceptual ni su permanencia cultural.

Benjamin (2003) analizó tempranamente cómo la reproductibilidad técnica modificaba el estatuto de la obra de arte. En el presente, esa cuestión se intensifica: una imagen puede copiarse, alterarse y redistribuirse de forma inmediata y participar en conversaciones que exceden las intenciones de su creador. La reproducción ya no es únicamente multiplicación; es también transformación, comentario y reapropiación. Esta condición ayuda a entender por qué las narrativas transmedia son relevantes para la hermenéutica: el sentido de una imagen puede desplazarse a medida que cambia de soporte, audiencia y contexto.

Figura 1. Portada del catálogo de la exposición My Reality: Contemporary Art and the Culture of Japanese Animation.

Fuente: Independent Curators International, página de la exposición citada en el manuscrito original.

Figure 1. *Cover of the exhibition catalogue My Reality: Contemporary Art and the Culture of Japanese Animation.*

Source: *Independent Curators International, exhibition page cited in the original manuscript.*

McLuhan y Fiore (1969) sintetizaron esta relación entre contenido y soporte al señalar que los medios modifican la experiencia de aquello que comunican. En las narrativas transmedia, la interfaz no es un contenedor neutral. Un contenido leído en un libro, observado en una pantalla, recorrido en un videojuego o intervenido en una plataforma participativa produce condiciones distintas de atención y acción. El diseño debe considerar estas diferencias porque cada medio reorganiza escala, secuencia, interacción, permanencia y posibilidades de respuesta del usuario.

3. Discusión

Las narrativas transmedia permiten comprender la cultura visual contemporánea como un campo de relaciones

antes que como una colección de imágenes aisladas. Su principal aportación consiste en mostrar que el significado se construye mediante desplazamientos entre medios, prácticas y comunidades. Desde esta perspectiva, la hermenéutica de la imagen debe atender no sólo a lo representado, sino también a las condiciones de circulación, las interfaces y las formas de participación que acompañan a cada representación.

Esta mirada también obliga a matizar la idea de democratización tecnológica. La expansión de dispositivos y plataformas reduce algunas barreras de acceso a la producción visual, pero no elimina las diferencias en formación, recursos, visibilidad o capacidad crítica. La disponibilidad masiva de imágenes no garantiza que puedan interpretarse con profundidad. Por ello, uno de los retos del diseño y de la educación visual consiste en fortalecer herramientas para reconocer fuentes, intenciones, convenciones, estrategias retóricas y contextos de circulación.

En este escenario, la distinción entre productor y consumidor se vuelve menos rígida. El concepto de prosumidor describe precisamente a sujetos que reciben contenidos y, al mismo tiempo, los transforman, comentan y redistribuyen. Sin embargo, esta participación no implica una desaparición de la autoría profesional. Más bien amplía el campo en el que actúa el diseñador: además de crear objetos visuales, debe prever modos de interacción, adaptación, respuesta y apropiación. La obra se convierte en parte de un sistema que puede continuar desarrollándose después de su publicación.

La cultura visual contemporánea se caracteriza por cruces entre repertorios especializados y populares. El arte, el diseño y el entretenimiento comparten cada vez más tecnologías, interfaces y referencias. Esta condición puede producir homogeneización cuando las tendencias se repiten de manera automática, pero también puede favorecer nuevas combinaciones y lecturas críticas. La cuestión central no es establecer una jerarquía rígida entre culturas, sino analizar qué operaciones de sentido producen sus encuentros y qué posiciones adopta el diseñador frente a ellos.

La perspectiva hermenéutica permite abordar esa complejidad sin reducir la imagen a una equivalencia fija entre signo y significado. Una imagen puede ser simultáneamente objeto estético, mensaje, mercancía, referencia cultural, interfaz y experiencia. Su interpretación depende de relaciones históricas y situadas. Esta apertura no significa que cualquier lectura sea igualmente sustentable; exige, por el contrario, argumentar las interpretaciones mediante indicios formales, marcos teóricos y condiciones concretas de producción y circulación.

Las tecnologías emergentes intensifican esta discusión. La generación automatizada de imágenes, los sistemas de recomendación y las interfaces inmersivas amplían las posibilidades de producción y acceso, pero también introducen nuevos problemas sobre atribución, repetición, selección y criterio. Para el diseño gráfico, la tecnología debe entenderse como medio de operación y no como sustituto del juicio proyectual. La capacidad de producir más imágenes incrementa la necesidad

de decidir por qué, para quién y bajo qué condiciones una imagen debe existir.

En consecuencia, el valor de las narrativas transmedia para el diseño no reside únicamente en multiplicar canales. Su potencia está en construir relaciones significativas entre ellos. Cuando una historia se despliega de manera coherente entre soportes, cada medio puede aportar una experiencia distinta y ampliar el universo interpretativo. Cuando, en cambio, los contenidos sólo se duplican, la multiplicidad tecnológica no produce necesariamente una narrativa más compleja. La diferencia se encuentra en la articulación conceptual de las partes y en la capacidad del sistema para sostener una experiencia reconocible, abierta y participativa.

4. Conclusiones

Las narrativas transmedia constituyen un marco pertinente para comprender cómo se transforma la imagen dentro de una cultura caracterizada por la convergencia de medios, la circulación acelerada y la participación de las audiencias. La imagen ya no puede analizarse exclusivamente como una pieza autónoma: forma parte de redes en las que cambia de soporte, adquiere nuevas funciones y entra en contacto con distintos repertorios culturales.

Desde una perspectiva hermenéutica, esta condición refuerza la idea de que el significado no está contenido de manera definitiva en la imagen. Se construye en la interacción entre configuración visual, experiencia del intérprete, contexto cultural y medio de circulación. El diseño gráfico participa activamente en ese proceso al organizar sistemas de signos, secuencias, interfaces y relaciones entre contenidos.

La expansión tecnológica amplía las posibilidades de producción y participación, pero no sustituye la formación crítica ni la capacidad de argumentar decisiones visuales. Frente a la proliferación icónica, el reto consiste en fortalecer procesos de lectura, selección y creación que permitan distinguir entre repetición, apropiación y transformación significativa. La tecnología resulta más valiosa cuando funciona como instrumento para ampliar capacidades expresivas y no como criterio suficiente de innovación.

En este sentido, la construcción hermenéutica de la imagen debe entenderse como un proceso abierto y situado. Las narrativas transmedia ofrecen oportunidades para vincular arte, diseño, entretenimiento y cultura digital, siempre que la multiplicidad de medios se articule mediante una intención conceptual reconocible. Para la práctica y la enseñanza del diseño, ello implica asumir que crear imágenes no consiste únicamente en producir objetos visuales, sino en construir condiciones para que esos objetos puedan ser interpretados, relacionados y resignificados dentro de entornos culturales cambiantes.

5. Información de los autores

Gastón Ortiz Gutiérrez [1]
0009-0004-9916-3703

9. Referencias

Bauman, Z. (2004). Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica.

Benjamin, W. (2003). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Ítaca.

Campbell, J. (2009). El héroe de las mil caras. Fondo de Cultura Económica.

González, G. J. (2017). Imaginación y aprendizaje narrativo: El proceso de creación como laboratorio de metáforas. Fontamara.

González, G. J. (2019). Desarrollo y evolución de la creatividad. Tirant.

Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.

Jenkins, H., Ford, S., Green, J., Aparicio, R., Scolari, C., & Gaillard, X. (2015). Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa.

Lizarazo Arias, D. (2004). Iconos, figuraciones, sueños: Hermenéutica de las imágenes. Siglo XXI.

McLuhan, M., & Fiore, Q. (1969). El medio es el masaje: Un inventario de efectos. Paidós.

Menéndez-Pidal, S. N. (2010). Retórica visual: Una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. Revista de Artes y Humanidades UNICA, 11(2), 99–116.

Sartori, G. (2012). Homo videns: La sociedad teledirigida. Taurus.

Scolari, C. (2016). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto.

Valdivia, B. (2009). Sentidos digitales y entornos meta-artísticos. Universidad de Guanajuato; Azafrán y Cinabrio.

Zweig, S. (2010). El misterio de la creación artística. Sequitur.