

NOTA DE PRENSA

Una investigación sitúa a UNIR como referente en la personalización de la enseñanza al conectar visibilidad de marca y excelencia educativa

- Un estudio, publicado en la revista científica *Question/Cuestión*, explica cómo el entorno comunicativo desarrollado por la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) potencia el aprendizaje y la identidad comunitaria del estudiante.
- El trabajo destaca que el ecosistema digital de la institución transforma las aulas virtuales en una experiencia interactiva que va mucho más allá de las clases tradicionales.
- Las conclusiones del análisis favorecen una mejora del modelo de enseñanza online en el ámbito digital, frente a los retos que plantea la comunicación en redes sociales y otros medios online.

Logroño/Madrid, 13 de julio de 2026.-

Las posibilidades de personalización de la enseñanza se han convertido en el factor diferencial de la Educación Superior en entornos virtuales, un escenario en el que la **Universidad Internacional de La Rioja** (UNIR) constituye el caso de estudio de una investigación que analiza cómo las instituciones online articulan un universo comunicativo complejo para potenciar el aprendizaje y la identidad comunitaria.

En este trabajo, los profesores **Fernando Checa García** (UNIR) y **Víctor Núñez Fernández** (Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA), señalan que la combinación de clases online en directo con el acceso en diferido, los materiales interactivos, las mentorías y los foros virtuales multiplica los puntos de contacto con el conocimiento y permite que cada alumno construya sus propios itinerarios de aprendizaje.

Esta aportación representa, asimismo, un ejemplo de transferencia universitaria de conocimiento aplicable para evaluar, actualizar y perfeccionar las metodologías formativas dentro del modelo de educación superior online.

El estudio, titulado 'Narrativas transmedia en una institución universitaria' se ha publicado por la revista *Question/Cuestión*, referencia en el ámbito iberoamericano de la comunicación y la cultura digital.

La investigación revisa la comunicación institucional pública y la estructura digital de UNIR para conocer cómo la comunicación transmedia y la cultura digital permiten optimizar el entorno educativo.

Entre sus conclusiones principales, se destaca que la articulación de relatos coordinados a través de sus múltiples canales —sitio web, revista académica, plataformas audiovisuales y redes sociales— posiciona al estudiante en el centro de una trayectoria participativa global.

El estudiante en el centro de una experiencia expandida

Además, el trabajo aborda cómo las metodologías docentes de UNIR han logrado impregnarse de forma nativa de la lógica transmedia. En este sentido, el modelo formativo de la institución ya no se concibe como un proceso estático o lineal, sino como una red de contenidos expandida que transita de forma fluida por distintas plataformas y formatos.

Fernando Checa García, profesor e investigador de UNIR y coautor del estudio, explica que la intención de este análisis fue "demostrar que la transmedialidad en una universidad nativa digital no puede quedarse en un mero escaparate de redes sociales; debe ser una verdadera extensión del aula donde el conocimiento se diversifique, permitiendo que cada alumno aprenda a su propio ritmo a través de diferentes formatos analíticos y audiovisuales".

Al integrar dinámicas de red en múltiples soportes, el estudiante no absorbe información de forma pasiva, sino que interactúa, asiste a seminarios web abiertos y genera testimonios reales que enriquecen colectivamente el relato y la experiencia del aprendizaje.

El reto de equilibrar el 'branding' y la profundidad pedagógica

Por otra parte, el estudio de caso introduce una mirada crítica fundamental sobre los desafíos que afronta la propia institución en los entornos virtuales y masivos. Los investigadores advierten de la constante tensión existente entre las necesidades de posicionamiento de marca (branding) y los objetivos pedagógicos. Al desplegarse en plataformas caracterizadas por el consumo rápido y la fragmentación —como Instagram o TikTok—, la narrativa de la universidad online corre el riesgo latente de verse influida por las dinámicas de la espectacularidad mediática.

Como subraya el profesor Fernando Checa, "en el entorno digital de la Educación Superior existe un riesgo real de caer en la superficialidad si solo buscamos el impacto rápido en redes. El gran mérito del modelo que hemos evaluado es que la institución trabaja activamente para que el 'storytelling' y la cercanía emocional actúen como un gancho participativo, pero asegurando siempre que detrás de cada clic haya un sustrato académico riguroso y una verdadera experiencia de aprendizaje conectada".

Por ello, los autores recalcan que el gran reto estratégico de la universidad online radica en mantener un firme equilibrio: potenciar la cercanía y la participación del alumnado, pero evitando firmemente que la búsqueda del impacto inmediato eclipse la misión de reflexión crítica de la educación superior.

Análisis de la ecología institucional de contenidos

Para llevar a cabo la investigación, los autores aplicaron la metodología de desglose de universos narrativos sobre el ecosistema digital público de UNIR, valorando pormenorizadamente el rol diferenciado y complementario de cada uno de sus canales.

La Revista UNIR funciona como el nodo reflexivo central que genera la producción discursiva y los contenidos profundos, mientras que el canal de YouTube actúa como la columna vertebral audiovisual a través de series, podcasts temáticos, foros y clases abiertas.

A nivel corporativo, LinkedIn se configura como el estrato reputacional enfocado en los logros institucionales, rankings y alianzas, mientras que Facebook y X operan como capas sociales para la interacción comunitaria inmediata y la difusión informativa de eventos. Finalmente, plataformas como Instagram y TikTok funcionan como espacios emotivos orientados a humanizar la marca y recopilar relatos de vida universitaria compartidos por los propios estudiantes mediante etiquetas como #YoSoyUNIR.

El estudio concluye que, gracias a esta interdependencia de medios, UNIR logra proyectar una comunidad cohesionada y global que trasciende fronteras geográficas, sirviendo de referencia metodológica en el ecosistema de la Educación Superior.

Referencia bibliográfica:

Checa García, F., & Núñez Fernández, V. (2026). Narrativas transmedia en una institución universitaria. *Question/Cuestión*, 3(83), e1058. <https://doi.org/10.24215/16696581e1058>

SOBRE UNIR:

UNIR es una universidad que ofrece una educación superior de calidad a través de las tecnologías más innovadoras, siempre con el estudiante en el centro de su actividad. En España, imparte 50 grados, 204 másteres oficiales, 101 títulos propios y 4 programas de doctorado que tienen como objetivo acercar una educación integral y personalizada a miles de estudiantes que trabajan en sus aulas presenciales-virtuales desde un centenar de naciones, principalmente en España e Hispanoamérica. Su método de enseñanza, adecuado a las demandas del mercado laboral, hace de UNIR una auténtica palanca social que rompe barreras y ayuda a que cada uno, esté donde esté, cumpla sus sueños de formación y de progreso personal y profesional. UNIR pertenece al grupo educativo Proeduca, junto a otros centros de enseñanza superior y no reglada.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación UNIR comunicacion@unir.net www.unir.net
Sala de prensa: <http://www.unir.net/sala-de-prensa/> Twitter: [@UNIRUniversidad](https://twitter.com/UNIRUniversidad) y [@PrensaUNIR](https://twitter.com/PrensaUNIR)

Paloma Gamarra (La Rioja) 94 121 02 11 ext. 1285 paloma.gamarra@unir.net

Sara Puerto 648 573 733 sara.puerto@unir.net
Isabel Álvarez 639 117 638 isabel.alvarezcastro@unir.net
Diego Caldentey (LATAM) 659 641 848 diego.caldentey@unir.net
José María Fillol (LATAM) 628 902 302 josemaria.fillol@unir.net
Bosco Martín (Director) bosco.martin@unir.net